جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي-
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم العلوم الإنسانية

السنة الجامعية: 2025 -2026
المستوى: سنة أولى ماستر
التخصص:الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة
المدة: ساعة ونصف

يوم : 2026/05/14

الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الثاني الدورة العادية في مقياس دراسات مستخدمي الإنترنت

السؤال الأول: (06 نقاط)

عزز ظهور الوسائط الرقمية مفهوم "المستخدم"، الذي لا يكتفي بالتلقي، بل يشارك في إنتاج المحتوى وتداوله والتفاعل معه.

1. أسباب وظروف الانتقال من الجمهور إلى المستخدم: (3ن)

يرتبط الانتقال من مفهوم الجمهور إلى مفهوم المستخدم بالتحولات العميقة التي أحدثتها الوسائط الرقمية في البيئة الاتصالية، حيث أدى انتشار الإنترنت والهواتف الذكية ومنصات التواصل الاجتماعي إلى ظهور فضاء تفاعلي ألغى هيمنة الاتصال الأحادي الاتجاه، ومنح الأفراد إمكانية المشاركة الفورية في إنتاج المضامين وتداولها. كما ساهمت الثقافة التشاركية والعولمة الرقمية في بروز مجتمعات افتراضية قائمة على الاهتمامات المشتركة، مما عزز مكانة المستخدم كفاعل اجتماعي داخل الشبكات الرقمية. إضافة إلى ذلك، أبرزت سوسيولوجيا الاستخدامات أن الأفراد لا يستهلكون التكنولوجيا بشكل سلبي، بل يعيدون توظيفها بما يتوافق مع حاجاتهم وسياقاتهم الاجتماعية، في حين أدى التفاعل المستمر داخل المنصات الرقمية إلى تطور الهوية الرقمية وبروز المستخدم كحضور فاعل داخل الفضاء الشبكي.

2. خصائص ومميزات المستخدم: (3ن)

يتميز مستخدم الوسائط الاتصالية الجديدة بمجموعة من الخصائص التي تعكس تحوله من متلقٍ سلبي إلى فاعل رقمي نشط، حيث يتمتع بالتفاعلية من خلال التعليق والمشاركة وإعادة النشر، كما أصبح "منتجا-مستهلكا" للمحتوى في الوقت نفسه، مع امتلاكه حرية اختيار المضامين وتحديد كيفية وزمان استهلاكها. ولا يقتصر دوره على التلقي، بل يشارك في إنتاج المعنى وتأويل الرسائل وإعادة تداولها داخل الفضاء الرقمي. إضافة إلى ذلك، يستطيع بناء هويات رقمية متعددة، والانخراط في شبكات افتراضية قائمة على الاهتمامات المشتركة. كما تتميز ممارساته الرقمية بالآنية والتواجد الدائم بفضل الأجهزة الذكية، إلى جانب التحرر النسبي من القيود التقليدية، رغم أن أنشطته تبقى قابلة للرصد والتتبع عبر البيانات الرقمية.

السؤال الثاني: (08 نقاط)

يعتبر تحليل المحتوى بنوعيه الكمي والكيفي من الأساليب الحديثة المستخدمة في دراسات مستخدمي الإنترنت.

1. كيفية استخدام تحليل المحتوى بنوعيه (الكمي والكيفي) في دراسات المستخدمين: **(4ن)**

أولا: تحليل المحتوى الكمي (2ن)

يقوم تحليل المحتوى الكمي على ترميز المضامين الرقمية وتحويلها إلى بيانات رقمية قابلة للقياس الإحصائي، بهدف الكشف عن الاتجاهات العامة والأنماط السائدة في الخطاب الرقمي.

ويستخدم في دراسة المستخدمين من خلال:

- تحليل المنشورات والتعليقات والوسوم .
- قياس تكرار الكلمات والمضامين الأكثر انتشارا .
- دراسة معدلات التفاعل مثل الإعجابات والمشاركات .
- الكشف عن الاتجاهات الرقمية السائدة .
- تحليل سلوك المستخدمين داخل المنصات الرقمية .

و يسمح تحليل المحتوى الكمي باستخلاص دلالات قابلة للتعميم من خلال الترميز المنظم للبيانات النصية.

كما يعتمد هذا التحليل على أدوات مثل:

- NVivo
- MAXQDA
- SPSS
- Python

ثانيا: تحليل المحتوى الكيفي (2ن)

يركز التحليل الكيفي على فهم المعاني والدلالات الرمزية والثقافية داخل التفاعلات الرقمية، من خلال دراسة النصوص والتعليقات والمنشورات الرقمية.

ويستخدم في دراسة المستخدمين عبر:

- تحليل الخطاب الرقمي .
- فهم القيم والاتجاهات والدوافع .

- دراسة الهوية الرقمية وبناء الذات .
- تحليل الرموز والميمات الرقمية .
- فهم التفاعلات الاجتماعية داخل المنصات .

ويسمح التحليل الكيفي بفهم القيم والمعتقدات والأنماط الثقافية السائدة بين المستخدمين.

2. الفرق بين التحليل الكمي والكيفي في هذه الدراسات: **(4ن)**

التحليل الكيفي	التحليل الكمي
يعتمد على الفهم والتفسير	يعتمد على القياس والإحصاء
يركز على المعاني والدلالات	يركز على التكرارات والمؤشرات الرقمية
يجيب عن سؤال: لماذا؟ وكيف؟	يجيب عن سؤال: كم؟
يعتمد على التحليل التأويلي	يعتمد على الترميز الرقمي للبيانات
يركز على الفهم العميق للسياقات	يسمح بالتعميم الإحصائي
يهتم بالدوافع والخلفيات الثقافية	يهتم بالاتجاهات العامة للسلوك

السؤال الثالث: (06 نقاط)

يشير Marwick إلى أن المستخدمين يمارسون ما يعرف بالإدراة الاستراتيجية للذات في البيئة الرقيمية.

1. مفهوم الإدارة الاستراتيجية للذات وعلاقتها ببناء الهوية: **(3ن)**

تشير Alice Marwick إلى أن المستخدمين داخل البيئة الرقمية يمارسون نوعا من "الإدارة الاستراتيجية للذات"، من خلال سعيهم إلى بناء صورة رقمية معينة والتحكم في الكيفية التي يظهرون بها أمام الآخرين داخل المنصات الاجتماعية. ويقصد بهذا المفهوم قيام الفرد بعرض ذاته بشكل انتقائي ومقصود عبر اختيار المعلومات والصور والمنشورات التي تعكس الانطباع الذي يرغب في تكوينه لدى الجمهور الرقمي.

ويرتبط هذا الطرح بالمقاربة الدراماتورجية لـ Erving Goffman. وفي الفضاء الرقمي تتجسد هذه الممارسة من خلال إدارة الحسابات الشخصية، وانتقاء الصور والمنشورات، وإبراز الجوانب المرغوبة من الذات سعيا نحو التفاعل والقبول الاجتماعي.

وفي السياق نفسه، تتشكل الهوية الرقمية داخل ما يسمى "الجماهير الشبكية"، حيث تبنى الذات عبر التفاعل المستمر مع المستخدمين الآخرين. كما يؤكد الباحثون أن البيئة الرقمية منحت الأفراد إمكانيات واسعة لإعادة تشكيل ذواتهم وتجريب هويات متعددة ومتغيرة وفق السياقات الرقمية المختلفة.

2. الانعكاسات السلبية والإيجابية لهذه الاستراتيجية على المستخدم: **(3ن)**

تحمل الإدارة الاستراتيجية للذات داخل البيئة الرقمية أبعادا **إيجابية** وأخرى **سلبية** بالنسبة للمستخدمين، فمن جهة أتاحت الوسائط الرقمية للأفراد فرصا أوسع للتعبير عن ذواتهم وبناء حضور رمزي واجتماعي داخل الفضاء الشبكي، كما ساهمت في توسيع شبكات العلاقات الاجتماعية والمهنية وتعزيز الاندماج داخل المجتمعات الرقمية من خلال التفاعل المستمر مع الآخرين. ومن جهة أخرى، أفرزت هذه الممارسات مجموعة من الإشكالات المرتبطة بالضغط الاجتماعي الناتج عن السعي الدائم إلى تحقيق القبول والتقدير الرقمي، إضافة إلى تراجع الخصوصية بسبب الإفراط في نشر المعطيات الشخصية، وظهور هويات رقمية مصطنعة قد لا تعكس الواقع الحقيقي للفرد. كما أدى الاعتماد المتزايد على التفاعلات الرقمية والإعجابات إلى نوع من التعلق والإدمان الرقمي، فضلا عن التوتر القائم بين الهوية الواقعية والهوية الافتراضية، في ظل استغلال المنصات للبيانات الشخصية.

د. زينب خلالفة

بالتوفيق