

المقال الافتتاحي

الأجيال الرقمية والحاجة إلى مزيد من البحوث الإعلامية البيئية

أ. د. ليلى عبد المجيد

أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

تواجه الدراسات والبحوث الإعلامية تحديات عديدة جديرة بالاهتمام من جانب الخطط البحثية لكليات الإعلام والباحثين في هذا المجال، ومن بينها القضايا الخاصة بفهم المتغيرات المؤثرة على جمهور وسائل الإعلام ووسائله والذين يُطلق عليهم أيضًا مستخدمي هذه الوسائل وخاصة في العصر الرقمي، وما يتصل به من طرح لمفهوم الأجيال الرقمية والإنسان الرقمي.

وترجع بداية استخدام مصطلح الجيل الرقمي إلى العام 2001، وما زلنا نعتمد في تصنيفات هذه الأجيال وخصائص كل جيل على ما وضعه العالم الغربي وما أجراه العلماء والباحثون في الدول الغربية من بحوث ودراسات، وللأسف فإننا غالبًا ننقل عنهم ونحاول تطبيق ما يطرحونه - رغم أنه نابع من ظروف مجتمعاتهم وثقافتهم الخاصة - على مجتمعاتنا التي نقر بأنها مختلفة حتى في ظل ما أحدثته العولمة والثورة التكنولوجية من سقوط حواجز الزمان والمكان.

وهذه الأجيال تبدأ بالجيل الضائع مواليد الفترة من 1882-1900، وهم الجيل الذي شارك في الحرب العالمية الأولى، ثم الجيل العظيم الذي واجه أفراد الكساد الكبير وشاركوا في الحرب العالمية الثانية، يلي ذلك الجيل الصامت الذي ركز أفراد على النجاح المهني واتسموا باحترام القيم الأخلاقية والعمل الجاد والانضباط وتجنب المخاطرة. أما جيل الطفرة (1945-1964) فهم الذين عاشوا سنوات الرخاء الاقتصادي في ثمانينات القرن العشرين، والأكثر تأثيرًا في الثقافة والاقتصاد، والجيل X وهم مواليد الفترة (1965-1979)، وهذا الجيل ولد لدى أسر يعمل فيها كلاً من الأب والأم مما جعله مستقلاً وبراجماتياً ومكتفياً ومتشككاً وساخراً في الوقت نفسه.

وعاصر جيل X (جيل الألفية) الذين ولدوا في الفترة (1980-1994) بدايات هذه الألفية، وشهد التطورات والتغيرات المرتبطة بالعولمة والثورة التكنولوجية واستخدام الإنترنت والهواتف المحمولة ووسائل التواصل الاجتماعي، وتميز أفراد بالسعي لاكتساب المهارات الجديدة ومتابعة التعليم المستمر والاهتمام بالقضايا البيئية.

ويأتي جيل Z (جيل ما بعد الألفية) مولعا بالتكنولوجيا التي أصبحت جزءاً من حياته اليومية منذ ميلاده، فهو أول جيل يعيش مع شبكة الإنترنت والهواتف الذكية والألعاب الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي وشاشات اللمس، ويتعاملون في العالم الرقمي بمهارة إلى حد كبير في التعليم واكتساب المهارات العملية، لكنهم يعانون في الوقت نفسه من بعض السلبيات المتصلة بذلك، من أهمها ادمان وسوء استخدام وسائل التكنولوجيا مما يؤثر في نموهم وميلهم إلى العزلة و انتماسهم بالأنانية، وأشارت بعض الدراسات العلمية إلى أن درجة انتباه أفراد هذا الجيل 8 ثوان فقط مقارنة بـ 12 ثانية لدى الجيل السابق، وأن 90% منهم يعانون مشاكل في العين بسبب الاستخدام الواسع للحاسب الآلي والهواتف الذكية، ويحرص على الخصوصية والاستقلالية في شؤونه ويفضل التوجيه الذاتي ولديه روح الابداع والمنافسة.

وهذا الجيل لديه مرونة في التفاعلات ويتشابه أغلبهم في سلوكياتهم الحياتية وأسلوب معيشتهم - مهما اختلفت جنسياتهم - ويميلون لاستخدام بعض مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكبر مثل انستجرام وتيك توك ويوتيوب ويتبادلون التهاني والمشاركة في الاحزان رقمياً، ويستهلكون بشكل كبير المنشورات الجاهزة وفيديوهات الريلز والصور الرومانسية وبعض الأغاني، وتحول أفراد هذا الجيل إلى مجرد سلعة تترقب منها الشركات التجارية لأنهم الأكثر استهلاكاً للتكنولوجيا.

ويأتي جيل ألفا (2013 - حتى الآن) وهو الجيل الأحدث الذين يتعرضون ويتعاملون مع التكنولوجيا، بل ومع الذكاء الاصطناعي - بشكل كامل منذ ميلادهم، وإن كانوا يواجهون تحديات في تحقيق التوازن بين العالم الواقعي والعالم الافتراضي حيث إنهم يعجزون عن التمييز بين حياتهم المادية وحياتهم الرقمية، فهم غارقون في العالم الافتراضي، ومن المتوقع أن يكون الجيل الأكثر إبداعاً.

ويفضل هذا الجيل التعامل مع الهاتف الذكي واللوح الإلكتروني عن التعامل مع أفراد أسرته والتجمعات البشرية، وهم يرون التقنية جزءاً أساسياً من حياتهم اليومية، مما جعلهم أكثر الأجيال استهلاكاً للبيانات ويفضلون استخدام الإنترنت عن التعامل مع العالم الواقعي، ويعشقون المغامرة والسفر.

ومع العام الحالي 2025، نحن أمام جيل جديد من البشرية يطلق عليه جيل بيتا، وبراعم هذا الجيل هم أبناء من يعرفون بالموالدين الرقميين (مواليد نهايات جيل الألفية وطلائع جيل زد ما بعد الألفية) الذين امتلكوا مفاهيم وقيم مغايرة بتغير زمانهم. وفي ظل ريادة رقمية باعتبارهم الآباء والأمهات الأكثر دراية حتى الآن بالتكنولوجيا فمن المرجح أن يشكلوا طريقة تفاعلات جيل بيتا وسيكولوجيته، وتشكيل جيل مختلف في بيئة معززة رقمياً. وتشير التوقعات أنه بحلول منتصف ثلاثينات القرن الحادي والعشرين سيشكل جيل بيتا 16% من سكان العالم.

ومن المهم الانتباه إلى الجانب المظلم للعالم الافتراضي، بما في ذلك قضايا الأمن والخصوصية الرقمية وخطورة خروج الروبوتات المبرمجة بتقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً من سيطرة البشر.

ورغم أن الفجوة بين الأجيال المتتالية موجودة منذ الأزل، إلا أنها قبل العصر الرقمي كانت تدور حول وجهات النظر في بعض الأمور مثل ما يخص الموسيقى والسياسة والمعايير الاجتماعية والممارسات الدينية، إلا أن هذه الفجوة بين الأجيال تتسع في عالمنا المعاصر وما يشهده من تحول رقمي.

وتشير الأرقام إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في مصر في يناير 2025 أصبح 96.3 مليون مستخدم (من حوالي 118 مليون إجمالي سكان مصر) أي بنسبة 81.6%، وبلغ عدد الشباب في المرحلة العمرية من 18-29 سنة (21.1 مليون) بنسبة 19.9% من إجمالي السكان عام 2024.

وهذه المؤشرات تؤكد أننا بحاجة لأن تعطي كليات الإعلام في مصر في خططها البحثية مزيداً من الاهتمام بدراسة الخصائص الاجتماعية والنفسية للأجيال الرقمية، وعلاقتها بوسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومن بينها وسائل التواصل الاجتماعي، وخصائص كل جيل منها، حتى لا نظل معتمدين فقط على ما انتهت إليه البحوث الأجنبية، أو الدراسات الجزئية التي يقوم بها باحثون أفراد في كليات الإعلام في رسائلهم للماجستير والدكتوراه أو في بحوث الترقية.

نحن في حاجة إلى بحوث بينية جماعية بالتعاون مع تخصصات أخرى مثل علم النفس وعلم الاجتماع لصلتها الوثيقة بهذا الموضوع، حتى يمكننا أن نفهم الجمهور أو المستخدمين نتعامل معهم بأسلوب علمي مدروس.

كما أنه من المهم أيضاً الاهتمام بالدراسات المستقبلية التي تعطينا معلومات عن المتوقع على الأقل على المدى القصير والمتوسط، لا سيما ونحن نشهد كل يوم تطورات سريعة ومتلاحقة في استخدامات تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العالم، وفي الإعلام.

ومن المهم أيضاً الاهتمام بالدراسات التطورية التتبعية للمقارنة وتحديد أوجه الاختلاف والتطور. وأدعو أيضاً إلى الاهتمام بالبحوث التجريبية وشبه التجريبية، في إطار رؤية محددة لا نريد أن نصل إليه من بيانات علمية في هذا المجال.

ونشير إلى أهمية الدراسات الكيفية التي يتم إجراؤها بأسلوب متعمق ودقيق ووفق المنهجية الدقيقة لهذا النوع من البحوث المهمة وباستخدام بعض الأدوات المقننة في هذا السياق.

وأخيراً، غدا من الحتمي أن تكون هناك آلية واضحة للتعاون بين كليات الإعلام ومخرجاتها من البحوث العلمية، والمؤسسات الإعلامية، وشركات الإنترنت، والمنصات الرقمية، للعمل معاً على فهم خصائص مستخدمي هذه الوسائط والمنصات من الأجيال الرقمية في مصر، حتى يمكننا بناء تواصل حقيقي معهم.