

بسم الله الرحمن الرحيم

والحمد لله القاصم الجبارين



اندیشکده قرار

تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها یکی از اهداف اصلی مقاومت است. فهمیدن این فرصتی که در دل تهدیدها نهفته است، نیاز به مطالعاتی علمی، روشمند و در عین حال هدفمند و با دغدغه دارد. مطالعاتی ساختاریافته که به دنبال رسیدن به هدفی مشخص در میدان باشد، از پرداختن بیش از اندازه به کلیات و تحلیل‌های بدون مستندات دقیق اجتناب کند، محدودیت‌های میدانی را بشناسد و از اطناب آکادمیک اجتناب کند. اندیشکده قرار تلاش دارد این نیاز حیاتی جبهه مقاومت را برطرف سازد و به محلی برای همگرایی مطالعات ساختاریافته و هدفمند در زمینه مقاومت و استعمار در منطقه غرب آسیا تبدیل شود.

وضعیت دیجیتال اسرائیل

تحلیل شاخص‌های کلان و شکاف‌های درون‌جامعه‌ای

۱. مقدمه و ضرورت مسئله

در قرن بیست‌ویکم، شاخص‌های دیجیتال فراتر از معیارهای فنی ساده به ابزاری کلیدی برای سنجش قدرت نرم، تاب‌آوری ساختاری و ظرفیت حکمرانی کشورها تبدیل شده‌اند. این شاخص‌ها ابعاد چندگانه‌ای را دربرمی‌گیرند: از تأثیر اقتصادی (رشد اکوسیستم استارت‌آپی، اشتغال دیجیتال)، تا پیامدهای اجتماعی (الگوهای مشارکت شهروندی، شکاف‌های دیجیتال) و امنیتی (آسیب‌پذیری‌های سایبری، عملیات شناختی).

درک دقیق این شاخص‌ها نه تنها برای تحلیل رقابت‌پذیری بین‌المللی حیاتی است بلکه به شناسایی نقاط قوت و ضعف درون‌ساختاری جوامع کمک می‌کند. مطالعه وضعیت دیجیتال اسرائیل به‌عنوان یکی از اکوسیستم‌های فناورانه پیشرفته در خاورمیانه، فرصتی برای بررسی تعامل پیچیده میان بلوغ زیرساختی و نابرابری‌های جمعیتی فرهنگی فراهم می‌آورد. این پژوهش با هدف تحلیل دوگانگی موجود در وضعیت دیجیتال اسرائیل یعنی هم‌زیستی موفقیت‌های فنی با شکاف‌های ساختاری درون‌جامعه‌ای تدوین شده است.

۲. منابع و روش‌شناسی

این پژوهش با رویکرد توصیفی-تحلیلی انجام شده است. داده‌های مورداستفاده عمدتاً از تجمیع و تحلیل منابع معتبر بین‌المللی مانند اتحادیه بین‌المللی مخابرات (ITU)، اتحادیه بین‌المللی اپراتورهای موبایل (GSMA Intelligence)، دفاتر آمار ملی و ابزارهای برنامه‌ریزی و تحلیل تبلیغاتی شرکت‌های بزرگ فناوری نظیر گوگل، متا و تیک‌تاک گردآوری شده است. افزون‌بر این منابع اصلی، گزارش داده‌کاوی «Digital 2026: Israel» تهیه‌شده توسط سیمون کمپ منتشرشده در پلتفرم DataReportal وابسته به شرکت تحلیلی Kepios در تاریخ ۸ نوامبر ۲۰۲۵ نیز به‌عنوان یکی از مراجع مکمل در تدوین این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. این گزارش با اتکا بر تجمیع داده‌های بین‌المللی، تصویری کلان از شاخص‌های دیجیتال اسرائیل ارائه داده و امکان مقایسه آن با سایر کشورها را فراهم می‌سازد. شایان ذکر است که علی‌رغم عنوان «۲۰۲۶»، این گزارش در پایان سال ۲۰۲۵ منتشر شده و داده‌های آن عمدتاً به بازه زمانی اکتبر ۲۰۲۵ مربوط می‌شود. در کنار منابع فوق، گزارش‌های منتشرشده توسط انجمن اینترنت اسرائیل (Israel Internet Association) که مبتنی بر پیمایش‌ها و نظرسنجی‌های میدانی هستند به‌عنوان منبعی مهم در سطح تحلیل خرد به کار گرفته شده‌اند. این گزارش‌ها با تمرکز بر تفکیک‌های جمعیتی شامل

مؤلفه‌های دینی، قومی، جنسیتی، سنی، جغرافیایی، تحصیلی و درآمدی به تحلیل الگوهای واقعی و رفتاری استفاده از فناوری‌های دیجیتال در جامعه اسرائیل می‌پردازند.

رویکرد توصیفی - تحلیلی اتخاذ شده در تدوین این گزارش مشتمل بر دو سطح تحلیلی متمایز است: (۱) توصیف کمی شاخص‌های کلان دیجیتال (مانند نفوذ اینترنت، سرعت دسترسی) براساس داده‌های گزارش بین‌المللی و (۲) تحلیل تطبیقی الگوهای استفاده درون جامعه‌ای با مقایسه زیرگروه‌های جمعیتی مختلف (یهودیان سکولار، یهودیان ارتدوکس، جامعه عرب، گروه‌های جغرافیایی) براساس داده‌های نظرسنجی‌های داخلی. این چارچوب تحلیلی، با تلفیق داده‌های کلان و خرد امکان شناسایی و تبیین ابعاد گوناگون «شکاف دیجیتال (Digital Divide)» را در سطح ساختاری و جمعیتی فراهم می‌سازد.

۳. بررسی آمارهای کلان دیجیتال اسرائیل

براساس گزارش Digital 2026، شاخص‌های کلان دیجیتال اسرائیل در اواخر سال ۲۰۲۵ به شرح زیر است:

- **جمعیت کل:** ۹/۵۵ میلیون نفر با رشد سالانه ۱/۴ درصد (افزایش ۱۳۰ هزار نفر بین پایان ۲۰۲۴ تا ۲۰۲۵).
- از این مجموع، ۹۳/۱ درصد در مناطق شهری و ۶/۹ درصد در مناطق روستایی سکونت دارند.
- **نفوذ اینترنت:** ۹۱/۳ درصد از جمعیت (معادل ۸/۷۲ میلیون کاربر)، که نشان‌دهنده افزایش ۰/۳ درصدی (۲۷ واحد پایه) نسبت به سال قبل است. با این حال، حدود ۸۲۹ هزار نفر (۸/۷ درصد جمعیت) همچنان «آفلاین» باقی مانده‌اند.
- **اتصالات تلفن همراه:** ۱۰/۴ میلیون اتصال معادل ۱۰۹ درصد جمعیت کل. این رقم بالاتر از ۱۰۰ درصد نشان‌دهنده مالکیت چندگانه دستگاه یا سیم‌کارت توسط افراد است. همچنین ۹۹/۷ درصد از این اتصالات از نوع پهن‌بند (شبکه‌های ۳G، ۴G یا ۵G) هستند.
- **شبکه‌های اجتماعی:** ۷/۰۱ میلیون هویت کاربری فعال معادل ۷۳/۴ درصد جمعیت کل. در میان این کاربران، ۶/۰۸ میلیون نفر (۹۳/۸ درصد جمعیت بالای ۱۸ سال) فعال هستند.
- **سرعت اینترنت:** میانگین سرعت دانلود اینترنت ثابت ۲۵۶/۹۹ مگابیت بر ثانیه و اینترنت موبایل ۶۰/۳۸ مگابیت بر ثانیه. سرعت اینترنت موبایل در دوازده ماه منتهی به آگوست ۲۰۲۵، ۱۷/۶۱ مگابیت بر ثانیه (۴۱/۲ درصد) افزایش یافته است.

آمار حوزه دیجیتال رژیم صهیونیستی

- جمعیت : حدود ۹/۵۵ میلیون نفر در سال ۲۰۲۵ با رشد سالانه ۱/۴ درصد
- نفوذ اینترنت : ۹۱/۳ درصد از جمعیت (حدود ۸/۷۲ میلیون کاربر)
- شبکه‌های اجتماعی : ۷۳/۴ درصد از جمعیت (۷/۰۱ میلیون هویت کاربری)
- اتصالات موبایل : ۱۰/۴ میلیون اتصال (۱۰۴ درصد نفوذ)

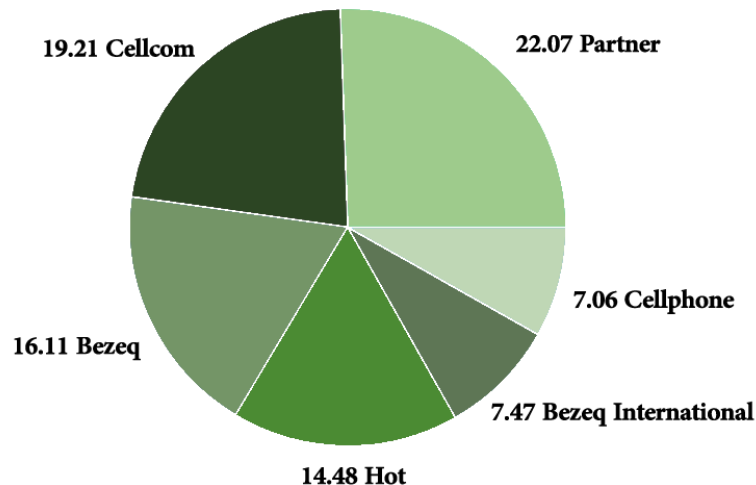
منبع : Digital 2026: Israel

این آمارها نشان‌دهنده سطح بالای نفوذ فناوری و بلوغ زیرساختی در اسرائیل است که ریشه در سیاست‌های بلندمدت سرمایه‌گذاری در پهنای باند، توسعه اکوسیستم استارت‌آپی و گسترش خدمات دولت الکترونیک دارد.

۳.۱. ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی (ISP)

ارائه‌دهنده خدمات اینترنت (Internet Service Provider – ISP) نهادی است که امکان دسترسی کاربران نهایی به شبکه جهانی اینترنت را فراهم می‌سازد. این نهادها به‌عنوان واسطه‌های زیرساختی، نقش دروازه اتصال کاربران به فضای مجازی و انجام انواع فعالیت‌های مبتنی بر اینترنت را ایفا می‌کنند. به‌بیان دیگر، ISPها بستر فنی لازم برای انتقال داده و برقراری ارتباط با شبکه جهانی وب را تأمین کرده و بدون وجود آنها بهره‌مندی عملی از خدمات و کارکردهای اینترنت برای کاربران امکان‌پذیر نخواهد بود.

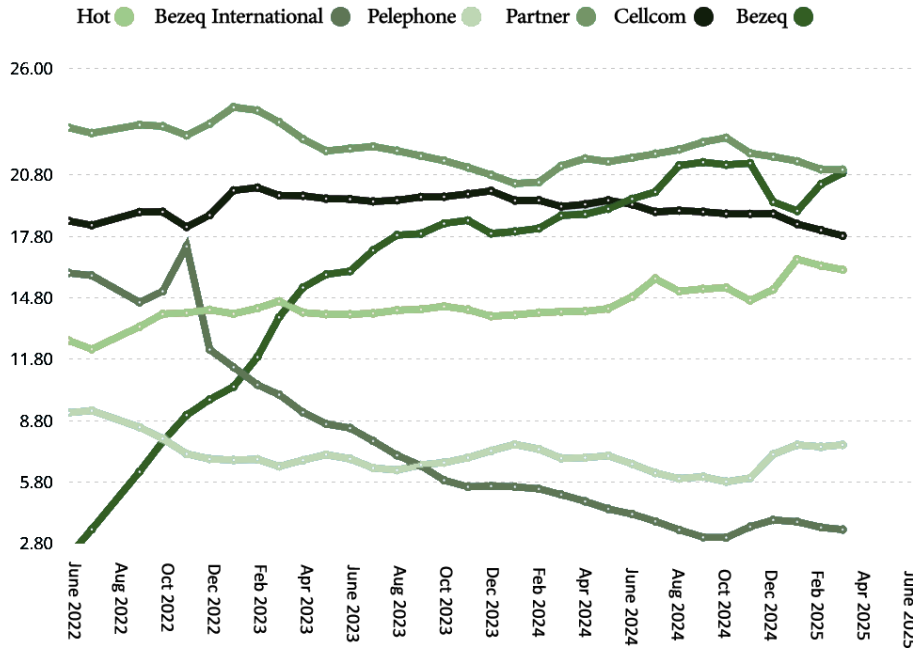
میانگین سهم بازار ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی در دوره ۲۰۲۲.۶ الی ۲۰۲۵.۱۱ (به درصد)



- داده‌های Pelephone و Bezeq International با وجود اینکه بخشی از گروه Beveq هستند، جداگانه ارائه شده‌اند.

شکل ۱- میانگین سهم بازار ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی در دوره ۲۰۲۲.۰۶ الی ۲۰۲۵.۱۱ (به درصد)

تغييرات سهام بازار ارائه دهندگان خدمات اينترنتی در سال های اخير

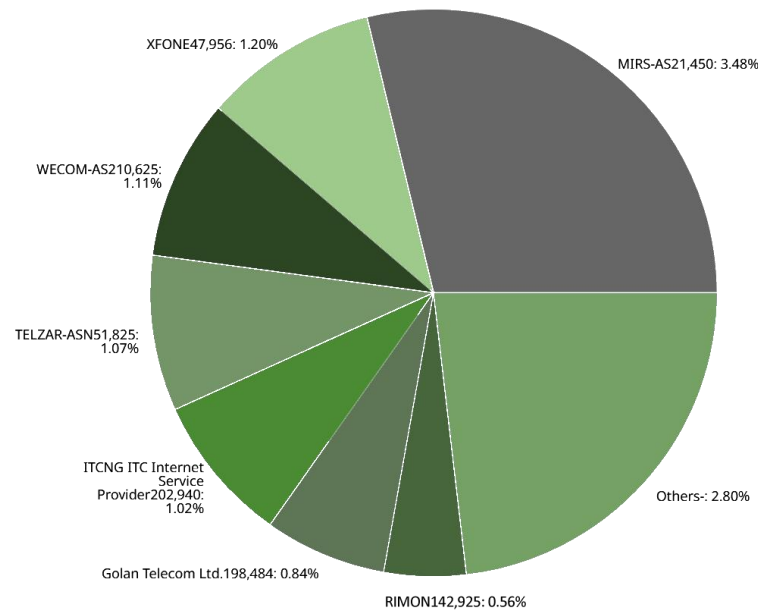


شکل ۲- تغييرات سهام بازار ارائه دهندگان خدمات اينترنتی در سال های اخير

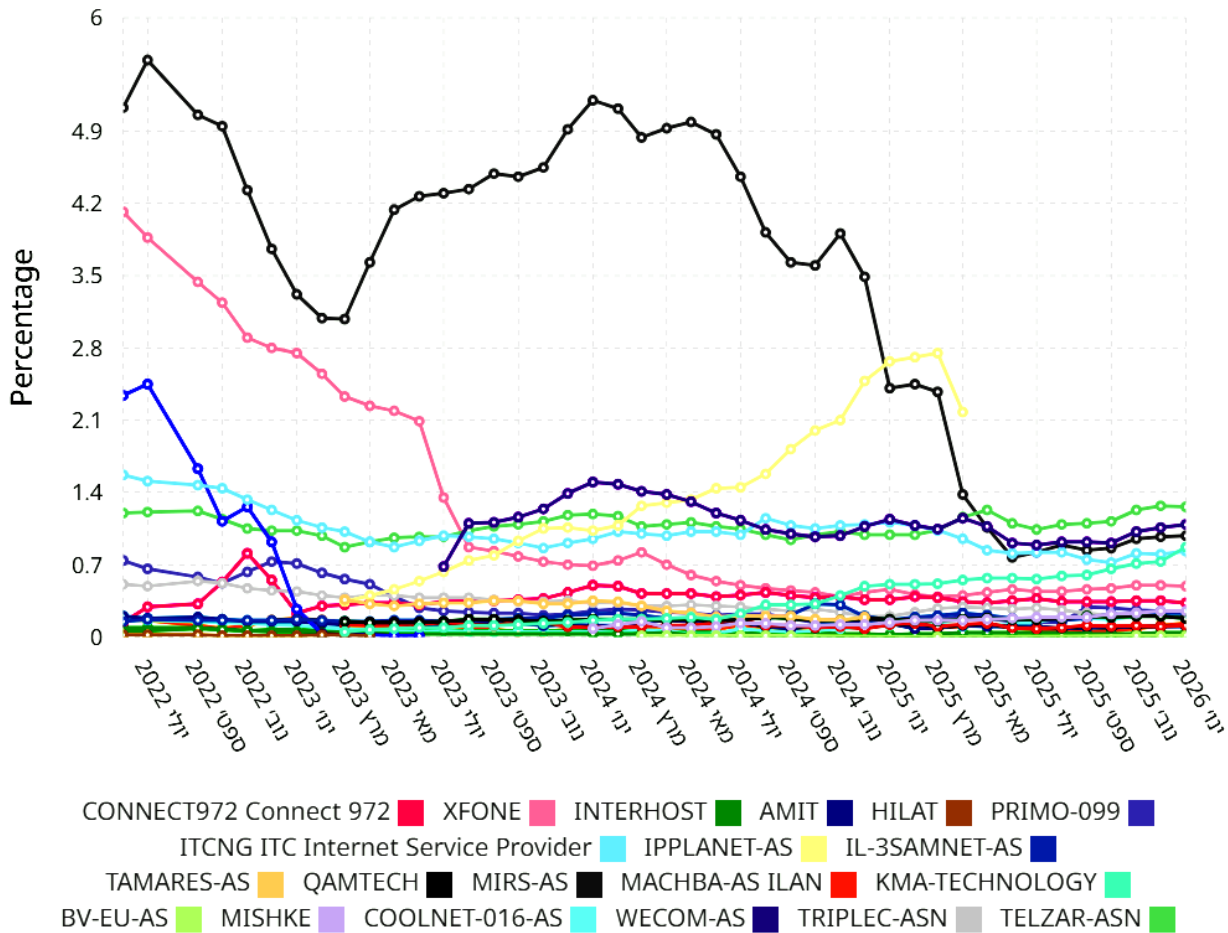
۳.۲. بازیگران کوچک در بازار عرضه اينترنت

نمودارهای زیر سهام بازار ارائه دهندگان اينترنت کوچک و متوسط در اسرئیل را نشان می دهد. طبق داده ها، تقریباً همه ارائه دهندگان اينترنت درصد استفاده ثابتی را در دوره مورد بررسی حفظ کرده اند. با این حال، کاهش مداوم استفاده در ارائه دهندگان اينترنت Xfone018 و Golan Telecom قابل مشاهده است. همچنین می توان مشاهده کرد که تفاوت در استفاده بین پنج ارائه دهنده بزرگ اينترنت و سایر ارائه دهندگان بسیار قابل توجه است.

سهام بازار شرکت های کوچک ارائه دهنده اينترنت (به درصد)



شکل ۳ - سهم بازار شرکت های کوچک ارائه دهنده اينترنت (به درصد)



شکل ۴- تغییرات سهم بازار شرکت‌های کوچک ارائه‌دهنده اینترنت

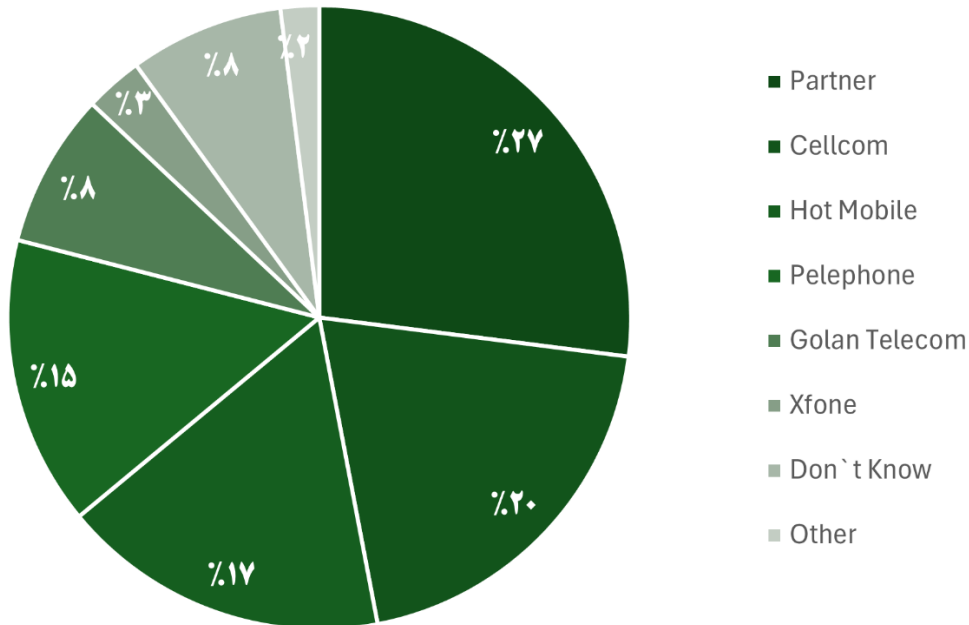
۳.۳. منابع دسترسی به اینترنت^۱

تلفن همراه، دو اپراتور «Partner» و «Cellcom» با ترکیب ۴۷ درصد سهم بازار، بخش عمده‌ای از بازار را در اختیار دارند: ۲۷ درصد از پاسخ‌دهندگان Partner و ۲۰ درصد Cellcom را به‌عنوان اپراتور اصلی انتخاب کرده‌اند. سایر

^۱ براساس داده‌های انجمن اینترنت اسرائیل (Israel Internet Association) مبتنی بر نظرسنجی‌های دوره‌ای در سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴، توزیع زیرساخت‌های دسترسی به اینترنت و خدمات تلفن همراه در جامعه اسرائیل با نابرابری‌های ساختاری همراه است که ریشه در عوامل جمعیتی، جغرافیایی، فرهنگی و اقتصادی دارد. داده‌های این بخش بر اساس دو نظرسنجی تهیه شده است: نظرسنجی ژانویه ۲۰۲۳ توسط مؤسسه تحقیقات «Makor Mochot» با نمونه‌گیری نماینده ۱۰۴۰ نفر و نظرسنجی به‌روزرسانی ژانویه ۲۰۲۴ توسط مؤسسه تحقیقات «Geocartography» با نمونه‌گیری نماینده ۱۰۰۴ نفر از جامعه بزرگسال اسرائیلی.

اپراتورها شامل Hot Mobile (۱۷ درصد)، Pelephone (۱۵ درصد)، Golan Telecom (۸ درصد) و Xfone (۳ درصد) هستند.

سهم بازار اپراتورهای تلفن همراه



نمودار ۱- سهم بازار اپراتورهای تلفن همراه

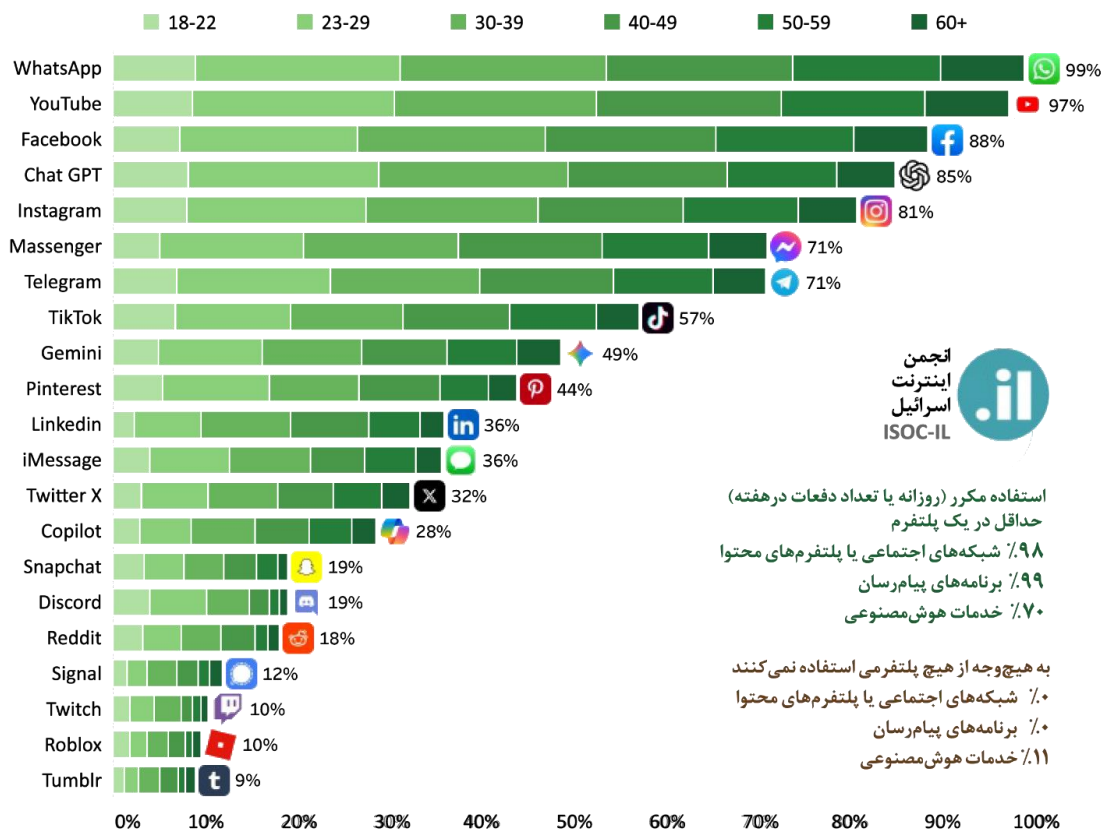
در حوزه اینترنت خانگی، ۳۵ درصد از جمعیت از طریق فیبر نوری به اینترنت متصل هستند که رقمی به طور چشمگیری بالاتر از سایر روش‌های اتصال است. ۲۷ درصد از طریق خط تلفن (ADSL) و ۲۱ درصد از طریق کابل‌های Hot به اینترنت دسترسی دارند. از نظر سهم بازار اپراتورهای اینترنت خانگی، Bezeq International با ۲۴ درصد، Hot-Net با ۲۱ درصد، Partner با ۱۹ درصد و Cellcom با ۱۳ درصد در رتبه‌های اول تا چهارم قرار دارند. سایر شرکت‌ها هر کدام سهم بازاری بین ۱ تا ۳ درصد دارند.

الگوهای فنی اتصال نیز بین اپراتورها متفاوت است: در میان مشتریان Bezeq International، ۴۵ درصد از طریق ADSL و ۲۶ درصد از طریق فیبر نوری متصل هستند؛ در حالی که در میان مشتریان Partner، ۶۱ درصد از طریق فیبر نوری و تنها ۱۷ درصد از طریق ADSL متصل‌اند. در میان مشتریان Cellcom، ۶۰ درصد فیبر نوری و ۲۵ درصد ADSL را انتخاب کرده‌اند. در مقابل، ۶۵ درصد از مشتریان Hot-Net از طریق کابل‌های Hot و تنها ۲۱ درصد از طریق فیبر نوری به اینترنت دسترسی دارند.

۴. رفتارشناسی کاربران در پیامرسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی

پلتفرم	تعداد کاربران فعال (میلیون نفر)	میزان رواج در جامعه (درصد)	دسترسی تبلیغاتی (درصد)
واتساپ	-	۹۹/۰	-
یوتیوب	۷/۰۱	۸۰/۴	۷۳/۴
فیسبوك	۵/۰۵	۵۷/۹	۵۲/۹
اینستاگرام	۵/۰۰	۶۸/۶	۵۷/۳
تلگرام	-	۷۱/۰	-
تیک‌تاک	۴/۴۹	۶۹/۲	۵۱/۴
لینکدین	۳/۱۰	۳۲/۵	۳۵/۵
مسنجر	۲/۷	۳۷/۱	۲۸/۳
اسنپ‌چت	۱/۳۱	۱۸	۱۳/۷
ردیت	۱/۴۵	۱۹/۹	۱۵/۲
X (توییتر)	۰/۸۸۱	۹/۲	۱۰/۱
Threads	۰/۳۵۴	۴/۹	۳/۷

استفاده از شبکه‌های اجتماعی و خدمات آنلاین براساس گروه سنی (۲۰۲۵)



شکل ۵- استفاده از شبکه‌های اجتماعی و خدمات آنلاین براساس گروه سنی (۲۰۲۵)

واتساپ: براساس گزارش انجمن اینترنت اسرائیل، ۹۹ درصد از جمعیت از این پلتفرم استفاده می‌کنند (افزایش یک درصدی نسبت به سال ۲۰۲۴). داده‌های تبلیغاتی متا برای مسنجر (که شامل واتساپ نیست) نشان می‌دهد ۲/۷ میلیون کاربر با دسترسی تبلیغاتی معادل ۲۸/۳ درصد جمعیت کل.

یوتیوب: ۷/۰۱ میلیون کاربر با دسترسی تبلیغاتی معادل ۷۳/۴ درصد جمعیت کل و ۸۰/۴ درصد کاربران اینترنت. در گزارش انجمن اینترنت، ۹۷ درصد استفاده گزارش شده است (در سال ۲۰۲۴ با ۹۸ درصد در صدر جدول بود). در جامعه عرب، یوتیوب با ۱۰۰ درصد استفاده و ۵۵ درصد استفاده روزانه در صدر قرار دارد.

فیسبوک: ۵/۰۵ میلیون کاربر با دسترسی تبلیغاتی ۵۲/۹ درصد جمعیت کل، ۵۷/۹ درصد کاربران اینترنت و ۷۷/۱ درصد بزرگسالان. در گزارش انجمن اینترنت، ۸۸ درصد استفاده گزارش شده است (افزایش یک درصدی). در جامعه عرب، فیسبوک با ۹۳ درصد استفاده و ۷۲ درصد استفاده روزانه بسیار رایج است.

اینستاگرام: ۵/۰۰ میلیون کاربر با دسترسی تبلیغاتی ۵۲/۴ درصد جمعیت کل، ۵۷/۳ درصد کاربران اینترنت و ۷۴/۰ درصد بزرگسالان. در گزارش انجمن اینترنت، ۸۱ درصد استفاده با افزایش ۶ درصدی نسبت به سال قبل و ۶۷ درصد استفاده روزانه گزارش شده است. در تل‌آویو، ۸۳ درصد مردان و ۸۹ درصد زنان از این پلتفرم استفاده می‌کنند. در جامعه عرب، ۹۶ درصد زنان (با ۸۱ درصد استفاده روزانه) در مقابل ۸۱ درصد مردان از اینستاگرام استفاده می‌کنند.

تلگرام: در گزارش انجمن اینترنت، ۷۱ درصد استفاده با رشد ۱ تا ۳ درصدی و ۴۴ درصد استفاده روزانه گزارش شده است. در تل‌آویو، استفاده از تلگرام با ۸۰ درصد برجسته است. در اورشلیم و یهودا و سامریه، استفاده از تلگرام به ۶۸ درصد کاهش یافته است (در مقابل ۷۶ درصد در سال ۲۰۲۴). در جامعه عرب، ۷۱ درصد استفاده با ۳۲ درصد استفاده روزانه گزارش شده است.

تیک‌تاک: ۴.۴۹ میلیون کاربر بزرگسال (۱۸ سال به بالا) با دسترسی تبلیغاتی معادل ۶۹/۲ درصد بزرگسالان و ۵۱/۴ درصد کاربران اینترنت. در گزارش انجمن اینترنت، ۵۷ درصد استفاده با رشد ۱ تا ۳ درصدی و ۵۵ درصد استفاده روزانه گزارش شده است. در جامعه عرب، تیک‌تاک با ۷۱ درصد استفاده و ۶۱ درصد استفاده روزانه استفاده گسترده‌تری نسبت به جمعیت عمومی دارد. در یهودا و سامریه، استفاده کلی ۴۳ درصد اما استفاده روزانه ۷۵ درصد است. در میان افراد با تحصیلات کمتر از دبیرستان، ۸۳ درصد استفاده (۷۲ درصد روزانه) در مقابل ۵۳ درصد در افراد با تحصیلات عالی (۴۹ درصد روزانه) گزارش شده است.

لینکدین: ۳/۱۰ میلیون «عضو» ثبت‌نام‌شده (نکته: این رقم براساس کل اعضا و نه کاربران فعال ماهانه است) با دسترسی تبلیغاتی ۳۲/۵ درصد جمعیت کل، ۳۵/۵ درصد کاربران اینترنت و ۴۷/۸ درصد بزرگسالان. در گزارش انجمن اینترنت، ۳۶ درصد استفاده با رشد ۲ درصدی گزارش شده است. استفاده در گروه‌های سنی میانسال رایج‌تر است: ۳۳ درصد در ۲۹-۲۳ سال، ۴۳ درصد در ۳۹-۳۰ سال و ۴۲ درصد در ۴۹-۴۰ سال. تفاوت تحصیلی چشمگیر

است: ۴۸ درصد در افراد با تحصیلات عالی در مقابل ۲۳ درصد در افراد با تحصیلات پایین‌تر. در میان افراد با درآمد بالاتر از حد متوسط، ۵۱ درصد استفاده در مقابل ۳۳ درصد در گروه با درآمد متوسط یا کمتر.

X (تویینتر سابق): ۰/۸۸۱ میلیون کاربر با دسترسی تبلیغاتی ۹/۲ درصد جمعیت کل، ۱۰/۱ درصد کاربران اینترنت و ۱۳/۰ درصد بزرگسالان. در گزارش انجمن اینترنت، ۳۲ درصد استفاده با کاهش ۵ درصدی نسبت به سال قبل گزارش شده است. تفاوت جنسیتی بارز است: ۴۴ درصد مردان در مقابل ۲۱ درصد زنان. در تل‌آویو، استفاده ۴۴ درصد و در یهودا و سامریه ۴۱ درصد است. در جامعه عرب، ۴۱ درصد استفاده گزارش شده است.

۴.۱. خدمات هوش مصنوعی

ChatGPT: در گزارش انجمن اینترنت، ۸۵ درصد استفاده کلی با ۴۶ درصد استفاده روزانه گزارش شده است. در گروه سنی ۱۸-۲۹ سال، ۹۲ درصد استفاده (رتبه سوم کلی پس از واتساپ و یوتیوب). در جامعه عرب، ۸۸ درصد استفاده (۴۶ درصد روزانه و ۲۷ درصد چند بار در هفته). در یهودیان ارتدوکس، ۶۶ درصد از کاربران از خدمات هوش مصنوعی استفاده می‌کنند که ۷۸ درصد آن‌ها از ChatGPT بهره می‌برند. در میان افراد با تحصیلات کمتر از دبیرستان، ۷۱ درصد و در افراد با تحصیلات عالی ۹۰ درصد استفاده گزارش شده است.

Gemini گوگل: ۴۹ درصد استفاده کلی؛ در جامعه عرب ۵۳ درصد و در یهودیان ارتدوکس ۵۱ درصد.

Copilot مایکروسافت: ۲۸ درصد استفاده کلی؛ در جامعه عرب ۳۵ درصد و در یهودیان ارتدوکس ۲۲ درصد.

در مجموع، ۷۰ درصد از جمعیت اسرائیل به‌طور مکرر (روزانه یا چند بار در هفته) از خدمات هوش مصنوعی استفاده می‌کنند؛ در جامعه عرب ۷۴ درصد و در یهودیان ۶۶ درصد.

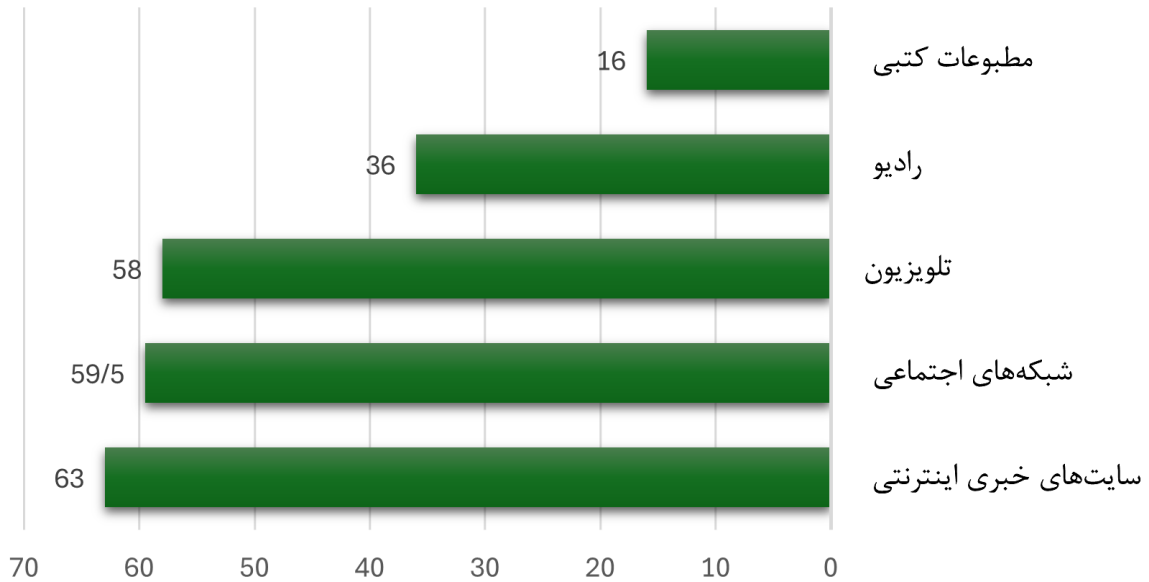
این داده‌ها نشان می‌دهند که الگوهای استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال در اسرائیل تحت تأثیر عوامل چندگانه‌ای از جمله ویژگی‌های جمعیتی، جغرافیایی، فرهنگی و اقتصادی قرار دارند و توزیع یکنواختی ندارند.

۴.۲. الگوهای مصرف خبری در فضای دیجیتال

مصرف خبر در اسرائیل الگوی چندکاناله‌ای را نشان می‌دهد که در آن رسانه‌های دیجیتال جایگاه محوری دارند. براساس یافته‌های نظرسنجی انجمن اینترنت اسرائیل، سایت‌های خبری اینترنتی با ۶۳ درصد مصرف روزانه، رایج‌ترین منبع خبری محسوب می‌شوند. پس از آن، شبکه‌های اجتماعی (۵۹/۵ درصد)، تلویزیون (۵۸ درصد) و

پیام‌رسان‌های واتساپ و تلگرام (۵۲ درصد) قرار دارند. رادیو با ۳۶ درصد و مطبوعات کتبی تنها با ۱۶ درصد، کمترین سهم را در مصرف روزانه خبر دارند.^۲

منابع خبری مورد استفاده شهروندان براساس درصد مصرف روزانه

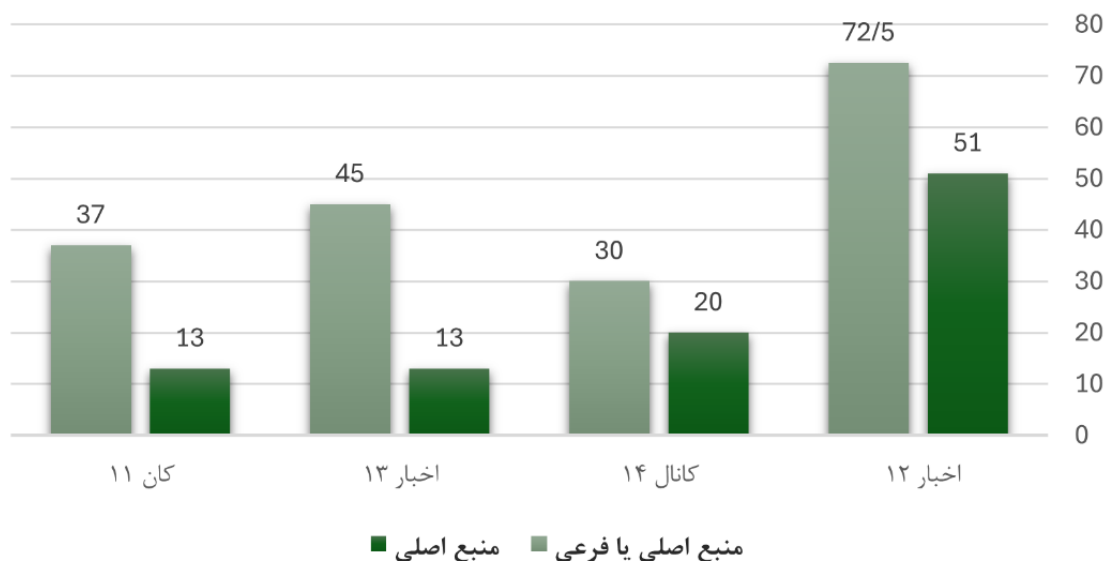


نمودار ۲- منابع خبری مورد استفاده شهروندان براساس درصد مصرف روزانه

مصرف خبر از طریق تلویزیون: شبکه خبری «اخبار ۱۲» (News 12) با ۵۱ درصد به‌عنوان منبع اصلی و ۷۲.۵ درصد به‌عنوان منبع اصلی یا فرعی، پیشرو است. کانال ۱۴ با ۲۰ درصد (منبع اصلی) و ۳۰ درصد (منبع اصلی یا فرعی) در رتبه دوم قرار دارد. کانال‌های «اخبار ۱۳» و «کان ۱۱» هر کدام با ۱۳ درصد منبع اصلی و به ترتیب ۴۵ و ۳۷ درصد منبع اصلی یا فرعی در جایگاه سوم قرار گرفته‌اند. تحلیل عمیق‌تر نشان می‌دهد که «حباب اطلاعاتی» یک‌طرفه شکل گرفته است: در میان رأی‌دهندگان راست‌گرا، ۵۰/۵ درصد به‌طور تجمعی از کانال‌های ۱۱، ۱۲ و ۱۳ استفاده می‌کنند و ۲۴ درصد تنها از کانال ۱۴ مطلع می‌شوند؛ در حالی که در میان رأی‌دهندگان مرکز و چپ، سهم کانال ۱۴ به ترتیب تنها ۴ و ۳/۵ درصد است. همچنین، بیش از نیمی (۵۱ درصد) از بینندگان کانال ۱۴ در روز شنبت (زمان عدم پخش این کانال) از خبر مصرف نمی‌کنند.

² <https://www.idi.org.il/articles/53787>

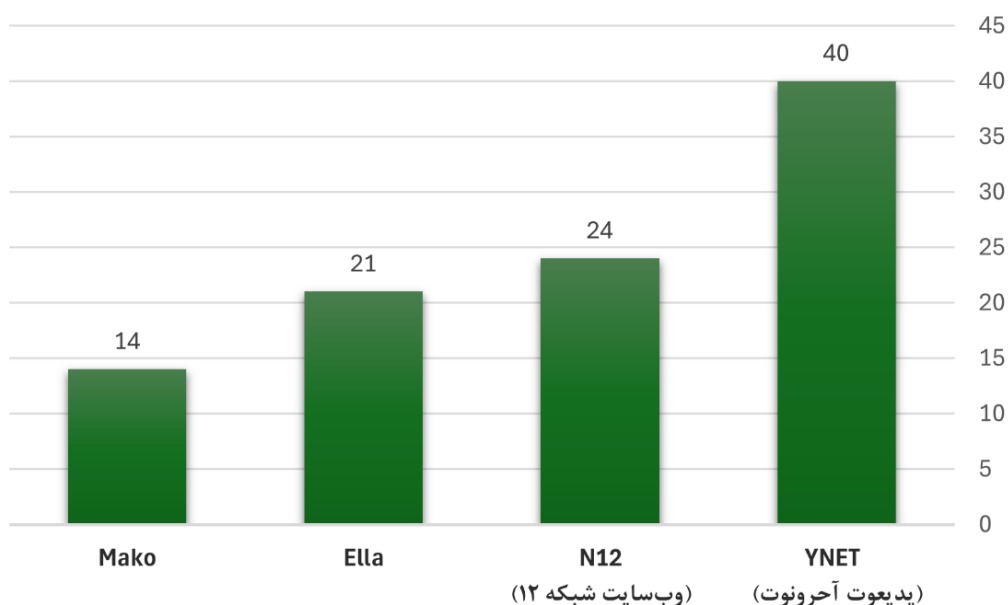
مصرف خبر از طريق تلويزيون (درصد)



نمودار ۳- مصرف خبر از طريق تلويزيون (درصد)

مصرف خبر از سایت‌های اینترنتی: «وای‌نت» (وبسایت یدیعوت آحرونوت) (YNET) با ۴۰ درصد «منبع اصلی» و ۶۱ درصد «منبع اصلی یا فرعی»، پیشرو است. سایت شبکه دوازده یا «ان ۱۲» (N12) با ۲۴ درصد «منبع اصلی» و ۴۳ درصد «منبع اصلی یا فرعی» در رتبه دوم قرار دارد. «الا» (Ella) با ۲۱ درصد و «ماکو» (Mako) با ۱۴ درصد سهم دارند.

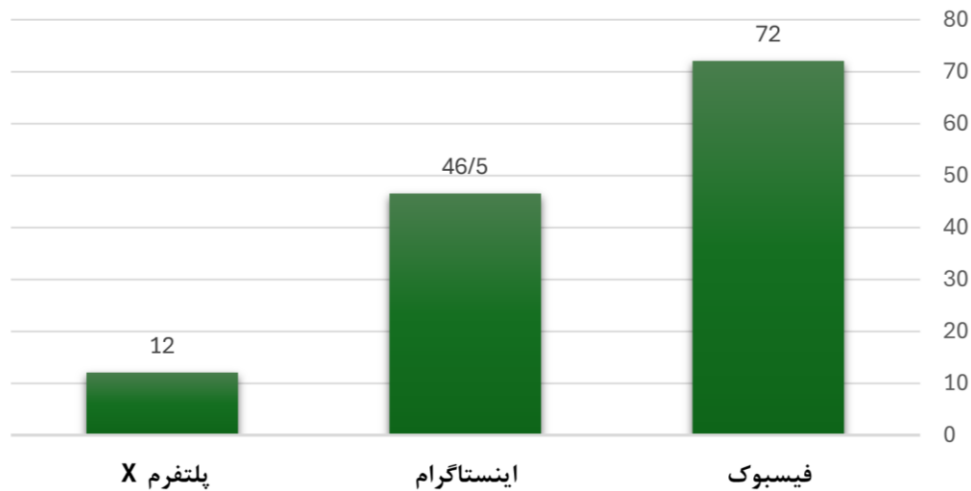
مصرف خبر از سایت‌های اینترنتی (درصد)



نمودار ۴- مصرف خبر از سایت‌های اینترنتی (درصد)

مصرف خبر از شبکه‌های اجتماعی: شرکت متا با تسلط بر فیسبوک، اینستاگرام و واتساپ، نقش تعیین‌کننده‌ای در مصرف خبر دارد. فیسبوک با ۷۲ درصد (منبع اصلی یا فرعی) رایج‌ترین شبکه اجتماعی برای مصرف خبر است. اینستاگرام با ۴۶.۵ درصد در رتبه دوم قرار دارد. پلتفرم X (توییتز) تنها ۱۲ درصد سهم دارد. تفاوت جنسیتی بارزی مشاهده می‌شود: ۶۵ درصد کاربران اینستاگرام زن و ۶۴ درصد کاربران X (توییتز) مرد هستند.

مصرف خبر از شبکه‌های اجتماعی (درصد)



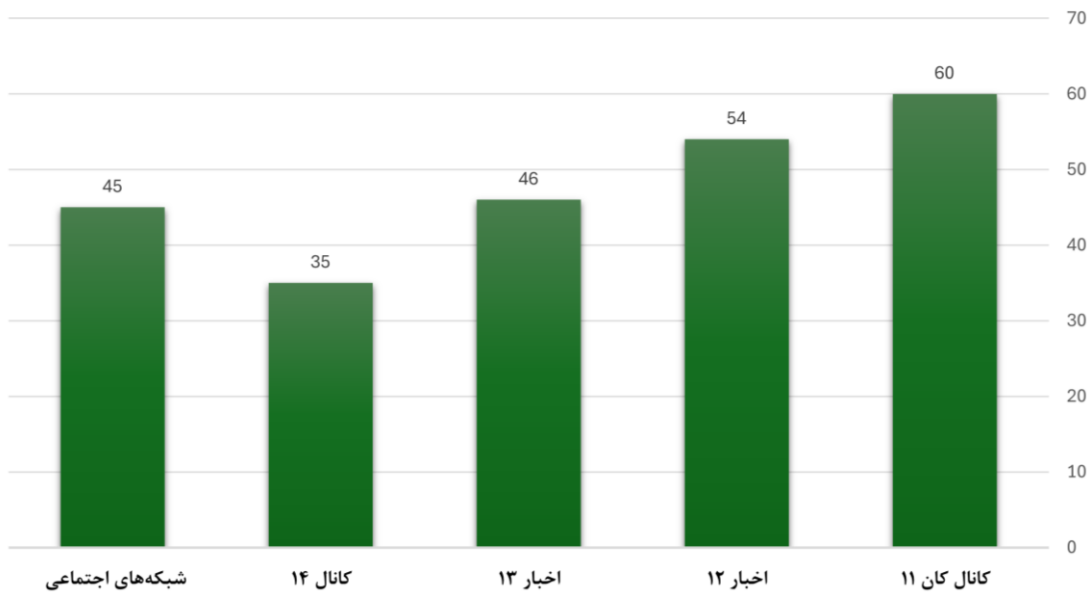
نمودار ۵ - مصرف خبر از شبکه‌های اجتماعی (درصد)

مصرف خبر از گروه‌های پیام‌رسان: حدود دوسوم (۶۵ درصد) از نمونه از واتساپ برای مصرف خبر استفاده می‌کنند و ۴۴ درصد از تلگرام بهره می‌برند. کاربران واتساپ عضو متوسط ۱۵ گروه و کاربران تلگرام دنبال‌کننده متوسط ۱۰ کانال هستند.

۴.۳. اعتماد به رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی

میانگین اعتماد عمومی به رسانه‌ها در کل نمونه ۴۶ درصد است. بالاترین سطح اعتماد مربوط به کانال «کان ۱۱» (۶۰ درصد)، سپس «اخبار ۱۲» (۵۴ درصد)، «اخبار ۱۳» (۴۶ درصد) و کانال ۱۴ (۳۵ درصد) است. با این حال، هنگام بررسی اعتماد در میان بینندگان هر کانال، سطح اعتماد به‌طور چشمگیری افزایش می‌یابد: ۸۵ درصد بینندگان کانال ۱۴ به آن اعتماد دارند و در میان بینندگان سایر کانال‌ها نیز اعتماد به‌طور متوسط به ۷۰ درصد می‌رسد. بیش از ۶۰ درصد از کاربران واتساپ و تلگرام به گروه‌های خانواده، دوستان یا همکاران اعتماد دارند، در حالی که اعتماد به گروه‌های تحت رهبری سیاستمداران یا روزنامه‌نگاران پایین‌تر است (تلگرام ۴۷ درصد، واتساپ ۳۹ درصد). تنها ۴۵ درصد از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که به شبکه‌های اجتماعی‌ای که از آن‌ها خبر می‌گیرند، اعتماد دارند.

سطح اعتماد به رسانه و شبکه‌های اجتماعی



نمودار ۶- سطح اعتماد به رسانه و شبکه‌های اجتماعی (درصد)

الگوی «پیچیدن صفحه‌نمایش» (screen-wrapping) نیز رایج است: بیش از یک‌سوم پاسخ‌دهندگان (۳۷ درصد) همیشه یا اغلب هنگام تماشای یا گوش دادن به خبر در تلویزیون یا رادیو، به‌طور هم‌زمان خبر را در موبایل چک می‌کنند.

یافته‌های حاصل از این داده‌ها حاکی از آن است که الگوی کنش کاربران اسرائیلی در فضای مجازی ماهیتی چندلایه و پیچیده دارد. از یک‌سو، رسانه‌های دیجیتال به‌ویژه پلتفرم‌هایی که تحت سیطره شرکت متا قرار دارند نقش منبع اصلی دریافت اخبار را ایفا می‌کنند؛ اما از سوی دیگر، میزان اعتماد کاربران به این رسانه‌ها پایین است و سطح سواد رسانه‌ای برای تشخیص و راستی‌آزمایی اطلاعات نادرست کفایت لازم را ندارد. به موازات این وضعیت، شکل‌گیری «حباب‌های اطلاعاتی» با ماهیت سیاسی و فرهنگی قابل مشاهده است؛ به‌گونه‌ای که گروه‌های مختلف اجتماعی در معرض جریان‌های اطلاعاتی مجزا و بعضاً متعارض قرار می‌گیرند. ترکیب بی‌اعتمادی به رسانه‌های رسمی با اتکای بالا به شبکه‌ها و گروه‌های بسته پیام‌رسان در مجموع بستری مستعد برای گسترش اطلاعات نادرست و تشدید فرآیند قطبی‌شدن اجتماعی فراهم می‌آورد.

۵. شکاف‌های اجتماعی و قومیتی در دسترسی به فناوری‌های دیجیتال

تحلیل داده‌های انجمن اینترنت اسرائیل نشان می‌دهد که استفاده از فناوری‌های دیجیتال در اسرائیل به‌صورت یکنواخت توزیع نشده و شکاف‌های عمیقی در ابعاد مختلف وجود دارد:

۵.۱. شكاف مذهبي فرهنگي

بررسی تفكيكي داده‌ها نشان می‌دهد كه الگوهای زیست دیجیتال در میان گروه‌های مختلف جامعه یهودی اسرائیل تفاوت‌های معناداری دارد. یهودیان سکولار ساکن مناطق مرکزی کشور، به‌ویژه تل‌آویو، بالاترین سطح مشارکت در اقتصاد دیجیتال را از خود نشان می‌دهند. این مشارکت با استفاده گسترده و متنوع از شبکه‌های اجتماعی، حضور فعال در پلتفرم‌های حرفه‌ای نظیر لینکدین و بهره‌گیری قابل‌توجه از خدمات دولت الکترونیک همراه است كه بیانگر ادغام عمیق این گروه در زیرساخت‌های دیجیتال مدرن است.

در مقابل، یهودیان ارتدوکس (حریدی‌ها) با وجود دسترسی فیزیکی به اینترنت، به‌واسطه محدودیت‌های فرهنگی و مذهبی از بخش قابل‌توجهی از زیست دیجیتال معاصر فاصله گرفته‌اند. الگوی مصرف رسانه‌ای این گروه عمدتاً به پلتفرم‌های کنترل‌شده و گزینشی، از جمله واتس‌آپ و نسخه‌های فیلترشده یوتیوب محدود می‌شود و میزان استفاده از پلتفرم‌هایی مانند X در میان آنان بسیار اندک است.

با این‌حال، داده‌ها نشان می‌دهد كه درون جامعه ارتدوکس نیز سطحی از پذیرش فناوری‌های نوین مشاهده می‌شود؛ به‌گونه‌ای كه ۶۶ درصد از کاربران این گروه از خدمات مبتنی بر هوش مصنوعی استفاده می‌کنند و در میان آنان، ۷۸ درصد به‌طور مشخص از ابزار ChatGPT بهره می‌برند. در مقابل حدود ۱۵ درصد از این جمعیت گزارش کرده‌اند كه به‌طور کلی از خدمات هوش مصنوعی استفاده نمی‌کنند؛ امری كه بیانگر تداوم شكاف دیجیتال و ناهمگونی در الگوهای پذیرش فناوری حتی درون این گروه اجتماعی است.

۵.۲. شكاف قومي

جامعه عرب اسرائیل با وضعیت دوگانه‌ای مواجه است: از یک‌سو، سطح دسترسی این جامعه به برخی خدمات دولتی و زیرساخت‌های رسمی کمتر از میانگین ملی است؛ اما از سوی دیگر، در حوزه‌هایی نظیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی پرمخاطب و به‌کارگیری ابزارهای هوش مصنوعی، الگوهای مشارکتی فعال و در برخی موارد پیشرو مشاهده می‌شود. در این جامعه، یوتیوب با ضریب نفوذ کامل (۱۰۰ درصد) و سهم ۵۵ درصدی استفاده روزانه، در صدر پلتفرم‌های مورد استفاده قرار دارد. فیس‌بوک نیز با ۹۳ درصد استفاده کلی و ۷۲ درصد استفاده روزانه، جایگاه مسلطی دارد. همچنین، تیک‌تاک با ۷۱ درصد استفاده و ۶۱ درصد استفاده روزانه، نفوذی بالاتر از میانگین جمعیت عمومی نشان می‌دهد. در حوزه هوش مصنوعی، ۸۸ درصد از پاسخ‌دهندگان عرب اعلام کرده‌اند كه از ChatGPT استفاده کرده‌اند؛ رقمی كه به‌طور معناداری بالاتر از جامعه یهودیان (۶۶ درصد) است. تنها ۹ درصد از افراد این جامعه گزارش داده‌اند كه به‌کلی از خدمات هوش مصنوعی استفاده نمی‌کنند.

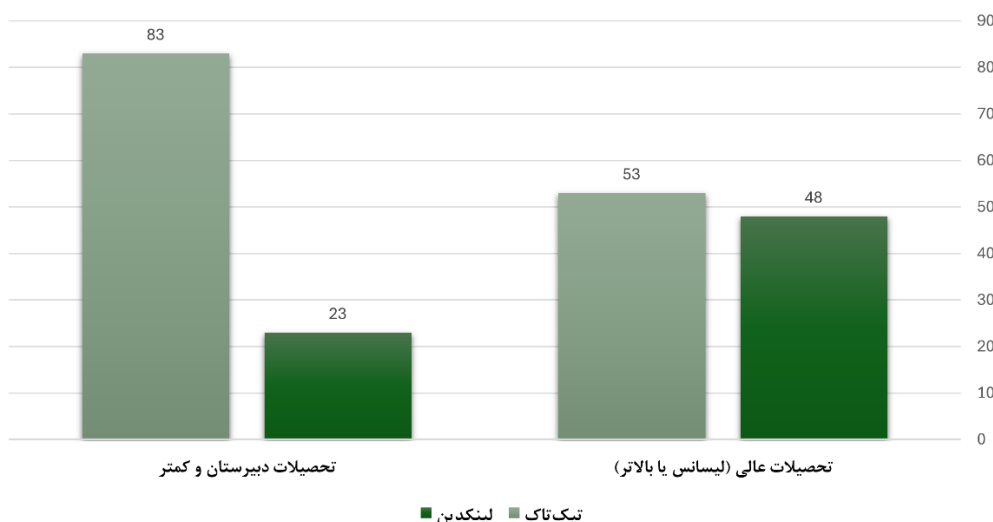
۵.۳. شکاف جغرافیایی

تحلیل فضایی داده‌ها بیانگر نابرابری‌های آشکار جغرافیایی در سطح دسترسی و نوع کاربری دیجیتال است. تل‌آویو و منطقه مرکزی بالاترین میزان نفوذ اینترنت پرسرعت، بیشترین سطح استفاده روزانه از شبکه‌های اجتماعی و گسترده‌ترین کاربردهای حرفه‌ای دیجیتال را به خود اختصاص داده‌اند. در مقابل، منطقه یهودا و سامریه پایین‌ترین سطوح نفوذ اینترنت پرسرعت، استفاده روزانه از شبکه‌های اجتماعی و کاربردهای حرفه‌ای دیجیتال را نشان می‌دهد. در این منطقه، استفاده از اینستاگرام به ۶۸ درصد محدود است، در حالی که استفاده از پلتفرم X نسبتاً بالا (۴۱ درصد) و میزان استفاده روزانه از تیک‌تاک بسیار چشمگیر (۷۵ درصد) گزارش شده است. در شهر اورشلیم نیز روندی کاهشی در استفاده از تلگرام مشاهده می‌شود؛ به گونه‌ای که میزان استفاده از این پلتفرم از ۷۶ درصد در سال ۲۰۲۴ به ۶۸ درصد کاهش یافته است.

۵.۴. شکاف تحصیلی و درآمدی

داده‌ها حاکی از وجود همبستگی معنادار میان سطح تحصیلات، درآمد و نوع مشارکت دیجیتال است. به‌ویژه در استفاده از پلتفرم‌های حرفه‌ای، تفاوت محسوسی میان افراد دارای تحصیلات عالی (لیسانس یا بالاتر) و افراد با تحصیلات پایین‌تر مشاهده می‌شود؛ به طوری که میزان استفاده از لینکدین در گروه نخست ۴۸ درصد و در گروه دوم تنها ۲۳ درصد است. در مقابل، در میان افراد با تحصیلات کمتر از دیپلم، استفاده از تیک‌تاک به ۸۳ درصد می‌رسد که ۷۲ درصد آن‌ها کاربران روزانه هستند؛ در حالی که این ارقام در میان افراد دارای تحصیلات عالی به ترتیب ۵۳ و ۴۹ درصد است. از منظر درآمدی نیز، افراد با درآمد بالاتر از حد متوسط مشارکت حرفه‌ای دیجیتال بیشتری دارند؛ به گونه‌ای که ۵۱ درصد از آنان از لینکدین استفاده می‌کنند، در حالی که این نسبت در میان افراد با درآمد متوسط یا کمتر به ۳۳ درصد کاهش می‌یابد.

شکاف تحصیلی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی لینکدین و تیک‌تاک

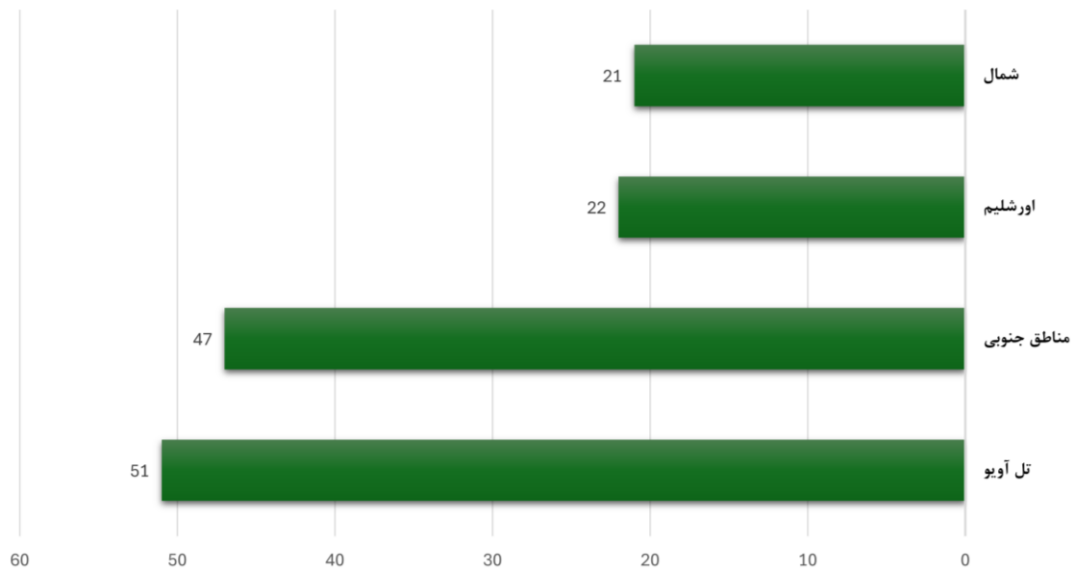


نمودار ۷ - شکاف تحصیلی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی لینکدین و تیک‌تاک

۵.۵. تفاوت‌های جغرافیایی در دسترسی به زیرساخت‌ها

تحلیل زیرساخت‌های ارتباطی نشان‌دهنده نابرابری‌های چشمگیر منطقه‌ای در نوع و کیفیت اتصال به اینترنت است. تل‌آویو و منطقه جنوبی بالاترین سطح نفوذ فیبر نوری را دارند؛ به طوری که ۵۱ درصد از ساکنان تل‌آویو و ۴۷ درصد از ساکنان جنوب از این فناوری بهره‌مند هستند. در مقابل در اورشلیم و مناطق شمالی نفوذ فیبر نوری به ترتیب به ۲۲ و ۲۱ درصد محدود می‌شود.

دسترسی به فیبر نوری در سرزمین‌های اشغالی (درصد)



نمودار ۸- دسترسی به فیبر نوری در سرزمین‌های اشغالی (درصد)

استفاده از خطوط تلفنی مبتنی بر ADSL در منطقه یهودا و سامریه رایج‌تر است؛ به گونه‌ای که ۴۴ درصد از ساکنان این منطقه از این نوع اتصال استفاده می‌کنند، در حالی که این سهم در سایر مناطق بین ۲۲ تا ۳۵ درصد متغیر است. افزون بر این، خدمات Hot-Net در شهر حیفا محبوبیت بیشتری دارد و ۳۲ درصد از ساکنان این شهر از آن استفاده می‌کنند، در حالی که میزان استفاده از این سرویس در سایر مناطق تنها بین ۹ تا ۲۲ درصد گزارش شده است.

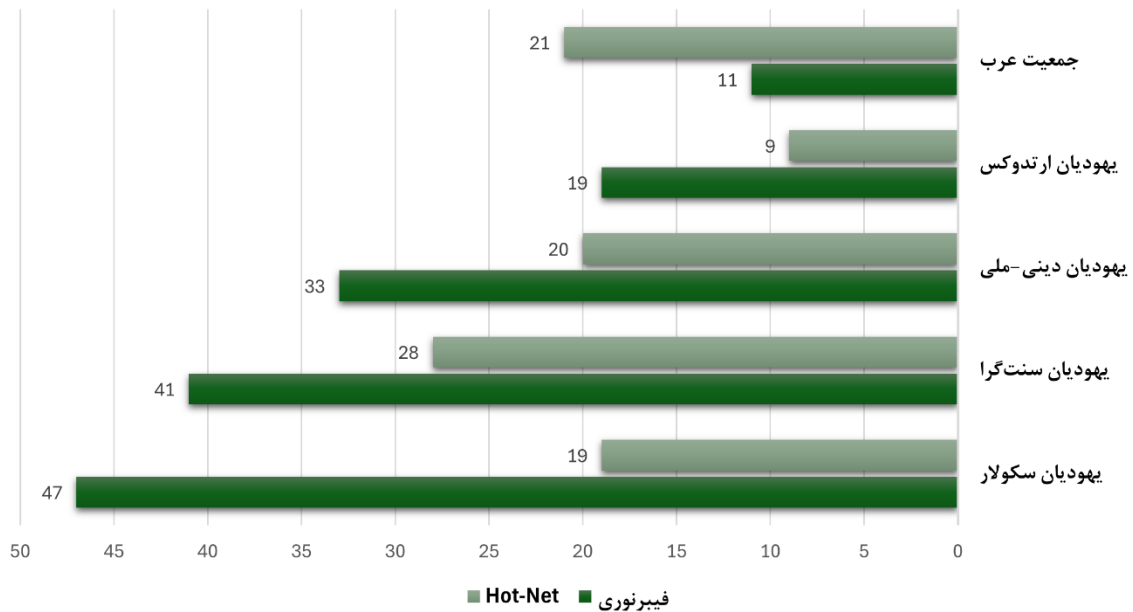
۵.۶. تفاوت‌های جمعیتی - فرهنگی

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که الگوی دسترسی به زیرساخت‌های ارتباطی، به ویژه فیبر نوری، به طور معناداری تحت تأثیر ویژگی‌های فرهنگی و مذهبی گروه‌های جمعیتی قرار دارد. در میان یهودیان سکولار، ۴۷ درصد از کاربران از اتصال فیبر نوری بهره‌مند هستند؛ این میزان در میان یهودیان سنت‌گرا (Masorti) به ۴۱ درصد کاهش می‌یابد و در گروه یهودیان دینی-ملی (Dati-Leumi) به ۳۳ درصد می‌رسد. در مقابل، تنها ۱۹ درصد از یهودیان ارتدوکس (Haredi) به فیبر نوری دسترسی دارند و پایین‌ترین سهم به جمعیت عرب اختصاص دارد که تنها ۱۱ درصد از آنان

از اين فناوري استفاده مي‌کنند. اين توزيع نابرابر بيانگر هم‌پوشاني شکاف ديجيتال با تمايزات فرهنگي و مذهبي است.

در نقطه مقابل، استفاده از کابل‌هاي Hot در ميان يهوديان سنت‌گرا شيوع بيشتري دارد؛ به طوري که ۲۸ درصد از اين گروه از اين نوع اتصال استفاده مي‌کنند. اين رقم در جامعه عرب ۲۱ درصد، در ميان يهوديان سکولار و ديني-ملي حدود ۱۹ تا ۲۰ درصد و در ميان يهوديان ارتدوکس تنها ۹ درصد است که نشان‌دهنده الگوي متفاوت ترجيح زيرساختي در ميان گروه‌هاي مختلف است.

دسترسى به زيرساخت‌هاي اينترنت براساس مذهب (درصد)



نمودار ۹ - دسترسى به زيرساخت‌هاي اينترنت براساس مذهب (درصد)

۵.۷. از نظر اپراتورهاي اينترنت خانگي

- از منظر انتخاب ارائه‌دهندگان خدمات اينترنت خانگي، الگوهاي مشخصي ميان گروه‌هاي جمعيتي مشاهده مي‌شود.
- Hot-Net در ميان يهوديان سکولار و سنت‌گرا رايج‌تر است و سهمي در حدود ۲۶ تا ۲۷ درصد دارد، در حالي که ميزان استفاده از اين سرويس در ساير گروه‌ها بين ۹ تا ۱۸ درصد متغير است.
 - در جامعه عرب، Bezeq International با سهم ۳۳ درصدی جایگاه غالب‌تری دارد؛ رقمی که در ميان يهوديان به‌طور معمول بين ۱۹ تا ۲۳ درصد گزارش شده است.
 - در ميان يهوديان ارتدوکس، ۲۰ درصد از کاربران از سرويس اينترنت «Rimon (Etrog)» استفاده مي‌کنند؛ در حالي که اين ميزان در يهوديان ديني-ملي به ۹ درصد محدود مي‌شود و در ساير گروه‌ها عملاً گزارش نشده است.

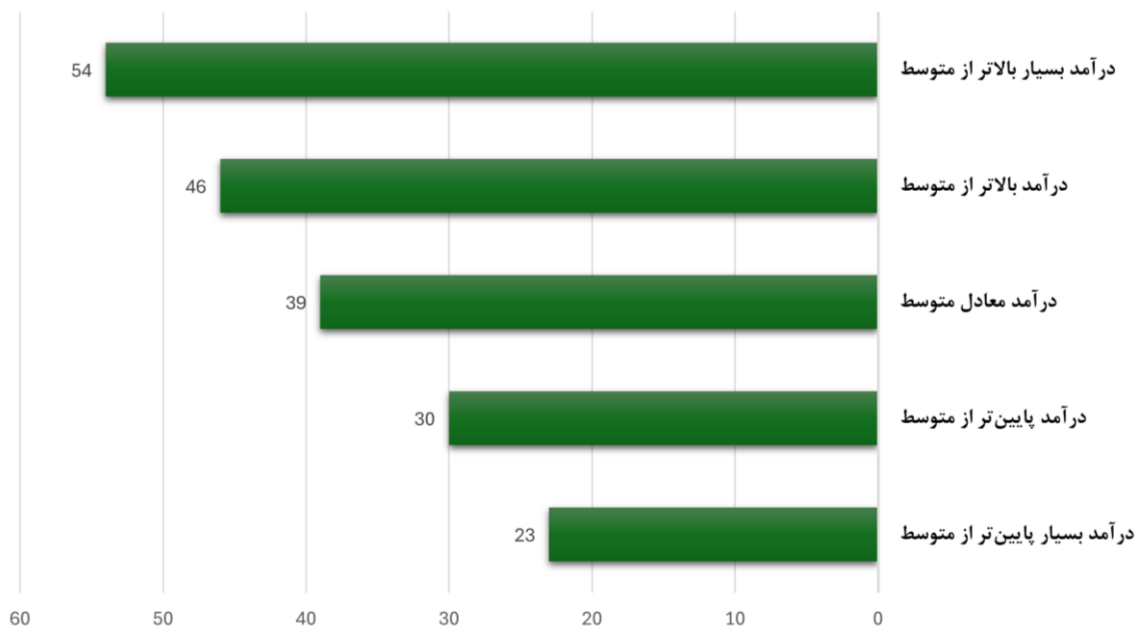
- ۱۵ درصد از يهوديان ارتدوكس قادر به شناسايي سرويس دهنده اينترنت خود نبوده‌اند؛ در حالي كه اين نسبت در جامعه عرب ۸ درصد و در ساير گروه‌هاي يهودي تنها بين ۱ تا ۳ درصد است. اين امر مي‌تواند بازتابي از فاصله بيشتري اين گروه با زيبست ديجيتال متعارف و پيچيدگي‌هاي بازار خدمات ارتباطي باشد.

۵.۸. تفاوت‌هاي جنسيتي، سني، تحصيلي و درآمدي

داده‌ها همچنين وجود شكاف‌هاي معنادار در دسترسي به زيرساخت‌هاي اينترنتي را بر حسب جنسيت، سن، تحصيلات و درآمد نشان مي‌دهد. از منظر جنسيتي، مردان بيش از زنان از فيبر نوري استفاده مي‌كنند (۳۹ درصد در مقابل ۳۱ درصد). از نظر سني، افراد جوان ۱۸ تا ۳۰ سال وابستگي كمترى به خطوط تلفني (ADSL) دارند؛ به طوري كه تنها ۱۸ تا ۲۰ درصد از آنان از اين نوع اتصال استفاده مي‌كنند، در حالي كه اين رقم در گروه‌هاي سني بالاتر به ۲۹ تا ۳۱ درصد مي‌رسد.

سطح درآمد نيز رابطه‌اي مستقيم و تدريجي با استفاده از فيبر نوري دارد. سهم کاربران فيبر نوري از ۲۳ درصد در گروه با درآمد بسيار پايين‌تر از متوسط آغاز مي‌شود و به ترتيب به ۳۰ درصد در درآمد پايين‌تر از متوسط، ۳۹ درصد در درآمد معادل متوسط، ۴۶ درصد در درآمد بالاتر از متوسط و نهايتاً ۵۴ درصد در گروه با درآمد بسيار بالاتر از متوسط افزايش مي‌يابد. اين روند نشان مي‌دهد كه دسترسي به زيرساخت‌هاي ارتباطي پيشرفته به طور محسوسي با توان اقتصادي پيوند خورده است.

درصد استفاده از فيبر نوري در بين گروه‌هاي جمعيتي



نمودار ۱۰- درصد استفاده از فيبر نوري در بين گروه‌هاي درآمدی

از منظر تحصيلات نيز، افراد داراي تحصيلات دانشگاهي بيشترين سهم استفاده از فيبر نوري را دارند (۴۰ درصد) در حالي كه اين ميزان در ميان افراد با تحصيلات فوق ديپلم ۳۲ درصد و در ميان افراد داراي ديپلم ۲۹ درصد است. در مقابل، روندی معكوس در استفاده از كابل‌های Hot مشاهده می‌شود؛ به‌گونه‌ای كه سهم استفاده در ميان افراد دانشگاهي ۲۰ درصد، در فوق‌ديپلم ۲۱ درصد و در ديپلم به ۲۶ درصد افزايش می‌يابد. اين الگو بيانگر همبستگي ميان سطح سرمايه انساني و كيفيت زيرساخت ارتباطي مورد استفاده است.

۵.۹. الگوهای ویژه در گروه‌های خاص

- Golan Telecom و Xfone در يهودا و سامريه محبوبيت بيشتري دارند: ۹ درصد از ساكنان اين منطقه از Telecom استفاده می‌کنند (در مقابل ۱ درصد يا کمتر در ساير مناطق) و ۱۳ درصد از Xfone (در مقابل ۱ تا ۴ درصد در ساير مناطق).

- وضعيت تأهل: افراد مجرد، طلاق‌گرفته، بيوه و تك‌والد کمتر از Partner استفاده می‌کنند (۱۶ درصد در مقابل ۲۴ درصد در مجردان و حدود ۳۰ درصد در متاهل‌ها). اين گروه بيشتر از فيبر نوري استفاده می‌کنند (۴۵ درصد در مقابل ۳۰ درصد در مجردان و ۳۵ درصد در متاهل‌ها).

- Hot Mobile جوانان ۱۸ تا ۲۴ سال را جذب می‌کند: ۲۵ درصد از اين گروه سني از خدمات آن استفاده می‌کنند (در مقابل ۱۵ تا ۱۸ درصد در ساير گروه‌های سني). همچنين اين اپراتور در ميان افراد با درآمد بسيار پايين‌تر از متوسط محبوبيت دارد (۲۴ درصد در مقابل ۹ تا ۱۷ درصد در ساير گروه‌های درآمدی).

اين داده‌ها نشان می‌دهند كه شكاف ديجيتال در اسرائيل تنها به محدوديت دسترسي فزيكي محدود نمی‌شود، بلكه در سطح كيفيت زيرساخت (فيبر نوري در مقابل ADSL)، انتخاب اپراتور و آگاهی از خدمات نيز خود را نشان می‌دهد. اين نابرابري‌ها كه تحت تأثير عوامل چندبعدي فرهنگي، جغرافيايي و اقتصادي شكل گرفته‌اند، می‌توانند در بلندمدت به تعميق شكاف‌های اجتماعي و کاهش تاب‌آوری جمعي در شرايط بحران منجر شوند.

۶. تحليل كلان: دوگانگي قدرت ديجيتال و ناهمگوني اجتماعي

تحليل هم‌زمان داده‌های كلان و خرد، تصويري چندلايه از وضعيت ديجيتال اسرائيل ارائه می‌دهد كه در آن دو واقعيت موازي هم‌زمان وجود دارند:

واقعيت اول - بلوغ زيرساختي: شاخص‌های كمّي (نفوذ اينترنت ۹۱٫۳ درصد، سرعت اينترنت ثابت بالای ۲۵۰ مگابيت بر ثانيه، نفوذ شبكه‌های اجتماعي ۷۳٫۴ درصد) نشان‌دهنده سطح بالای توسعه ديجيتال است كه ريشه در سياست‌های موفق سرمايه‌گذاري زيرساختي، گسترش پهنای باند و شكل‌گيري اقتصاد پلتفرمي دارد. اين بلوغ زيرساختي، ظرفيت قابل توجهی برای كنترل داده، عمليات شناختي و نفوذ الگوريتمي ايجاد کرده است.

واقعیت دوم - ناهمگونی درون جامعه‌ای: در پس این شاخص‌های درخشان، واقعیتی کمتر دیده‌شده اما تعیین‌کننده وجود دارد: زیست دیجیتال در اسرائیل به‌طور یکنواخت میان گروه‌های مختلف اجتماعی و جمعیتی توزیع نشده است. داده‌ها نشان می‌دهند که دین، سبک زندگی، سطح تحصیلات و محل سکونت نقش مستقیمی در میزان و کیفیت بهره‌برداری از فناوری‌های دیجیتال دارند؛ به‌گونه‌ای که می‌توان از چند «اسرائیل دیجیتال» هم‌زمان سخن گفت، نه یک واقعیت یکپارچه.

این ناهمگونی سه پیامد استراتژیک دارد:

۱. دوگانگی «دسترسی» در مقابل «بهره‌برداری مؤثر»: داشتن دسترسی فیزیکی به اینترنت لزوماً به معنای استفاده فعال، مولد یا آگاهانه نیست. این شکاف به‌ویژه در حوزه‌هایی چون آموزش دیجیتال، خدمات دولت الکترونیک و استفاده از ابزارهای پیشرفته هوش مصنوعی برجسته می‌شود.

۲. تهدید برای انسجام اجتماعی: شکاف‌های دیجیتال داخلی می‌تواند در شرایط بحران امنیتی یا جنگ ترکیبی به نقاط آسیب‌پذیر اجتماعی تبدیل شود؛ جایی که بخش‌هایی از جامعه یا از چرخه اطلاع‌رسانی حذف می‌شوند یا در معرض روایت‌های واگرا قرار می‌گیرند. جدول داده‌ها نشان می‌دهد که آسیب‌پذیری اطلاعاتی در بحران در تل‌آویو پایین، اما در یهودا و سامریه و اورشلیم بالا است.

۳. دیجیتالی‌شدن نامتوازن: در برخی گروه‌ها (مانند جامعه عرب)، فناوری بیش از آنکه ابزار ادغام اجتماعی باشد، به وسیله‌ای برای جبران کاستی‌های ساختاری تبدیل شده است. این امر می‌تواند در بلندمدت به تعمیق شکاف‌های اقتصادی و اجتماعی بینجامد.

در نتیجه می‌توان استدلال کرد که قدرت دیجیتال الزاماً به معنای انسجام دیجیتال نیست. اسرائیل اگرچه در شاخص‌های کمی فناوری در سطح بالایی قرار دارد، اما از منظر کیفیت توزیع، عدالت دیجیتال و یکپارچگی اجتماعی، با چالش‌های ساختاری مواجه است. این چالش‌ها در تحلیل‌های صرفاً بین‌المللی کمتر دیده می‌شوند، اما در داده‌های بومی به‌روشنی قابل ردیابی‌اند. بنابراین، ارزیابی جامع وضعیت دیجیتال یک کشور مستلزم ترکیب داده‌های کلان بین‌المللی با تحلیل‌های خرد بومی است تا تصویری واقع‌بینانه از هم‌زیستی موفقیت‌های فنی و چالش‌های اجتماعی ارائه شود.

منابع

۱. انجمن اینترنت اسرائیل. (۲۰۲۵). گزارش سالانه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و خدمات آنلاین در اسرائیل (براساس نظرسنجی‌های سه‌ماهه سوم ۲۰۲۵ تا تاریخ ۲۰۲۵/۰۷/۰۱). تل‌آویو: انجمن اینترنت اسرائیل.
۲. کمپ، س. (۲۰۲۵). Digital 2026: Israel. DataReportal (تحلیل Kepios). تاریخ انتشار: ۸ نوامبر ۲۰۲۵. دسترسی‌پذیر از پلتفرم DataReportal.