

خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على قيم الجمهور وسلوكياته
دراسة في إطار المقترح النظري الانتقال القيمي اللاواعي (UVTT)
**Social media algorithms and their impact on audience values and
behaviors A study within the framework of the theoretical
proposal Unconscious Value Transition (UVTT)**

تاريخ النشر: 2025/12/28

تاريخ القبول: 2025/12/02

تاريخ الإرسال: 2025/09/27

مقعاش يوسف¹¹ المركز الجامعي بركة، الجزائر، EMAIL: youcef.megaache@cu-barika.dz

الملخص

تهدف هذه الورقة العلمية إلى دراسة تأثير خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الجمهور وسلوكياته، وذلك في إطار المقترح النظري الانتقال القيمي اللاواعي (UVTT)، وتكمن أهميتها في محاولة فهم الآليات المعقدة التي تعمل من خلالها هذه الخوارزميات في تشكيل قيم المستخدمين وسلوكهم في مواقع التواصل الاجتماعي، عبر الظواهر التي تشكلها الخوارزميات كغرف الصدى وفقاعات الترشيح وفعاليتها في تشكيل هاته القيم والسلوكيات وتوصلت الدراسة إلى استنتاجات جوهرية تؤكد الوساطة الفعالة للخوارزميات في عملية الانتقال القيمي، كتعظيم بعض القيم وإهمال أخرى، ما يؤدي بها إلى إعادة هندسة السلوكيات والتصورات للمستخدمين في البيئة الرقمية، كما سلطت النتائج الضوء على تأثيرات خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي سواء على المستوى القيمي والسلوكي بصفة عامة، مما يزيد من حدة الانقسامات ويؤثر على تماسك النسق الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: خوارزميات؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ الجمهور؛ قيم؛ سلوك.

المؤلف المرسل: مقعاش يوسف، الإيميل: youcef.megaache@cu-barika.dz

Abstract:

This scientific paper aims to study the impact of social media algorithms on audience values and behaviors, within the framework of the theoretical proposal Unconscious Value Transition (UVTT). Its importance lies in trying to understand the complex mechanisms through which these algorithms work in shaping users' values and behavior on social media sites, through the phenomena that the algorithms form, such as echo chambers and filter bubbles, and their effectiveness in shaping these values and behaviors

The study reached fundamental conclusions that confirm the effective mediation of algorithms in the value transition process, such as maximizing some values and neglecting others, which leads them to re-engineer the behaviors and perceptions of users in the digital environment. The results also shed light on the effects of social media algorithms, both on the value and behavioral levels in general, which increases the severity of divisions and affects the cohesion of the social system.

Keywords: Algorithms; Social Media; Audience; Values; behavior.

1. مقدمة:

في ظل تطور البيئة الرقمية المتسارعة أصبحت الخوارزميات اساس تحويل البيانات الضخمة *Big Data* إلى رؤى ذكية وقابلة للتطبيق، من خلال هندسة التقنيات المتقدمة كالتعلم الآلي و البرمجة و الذكاء الاصطناعي و تحليل البيانات الضخمة لمعالجة المعلومات بسرعة ودقة عالية، وهذا لتعزيز كفاءة الأنظمة الرقمية و التحكم في عرض المحتوى الموجه للجمهور وتوزيعه على المنصات الرقمية ومحركات البحث وشبكات

التواصل الاجتماعي، عبر تحديد اليات عرض المحتوى وترتيب النتائج وتقديم التوصيات، وخاصة مع الهيمنة الرقمية واكتساحها لجل المجالات أصبح فهم مبادئ عمل الخوارزميات مبدا أساسي لا بد منه لاستيعاب آلية اتخاذ القرارات الرقمية وتأثيرها على مسارات الحياة.

ومن خوارزميات البيئة الرقمية نجد خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعد اللبنة الأساسية الذي تتحكم في عرض المحتوى وتوزيعه على منصات مواقع التواصل الاجتماعي، وفق آليات معقدة تقيس تفاعلات المستخدمين ومشاركاتهم وتفضيلاتهم لترشيح المنشورات الأكثر لفتا للانتباه، حيث تعمل هذه الخوارزميات على تحليل البيانات الضخمة *Big Data*، كمعدلات الإعجابات والمشاركات ووقت المشاهدة، لتحديد اسبقية تفضيل المحتوى لذيعه، مما يجعلها الية قوية في تشكيل الرأي العام وتوجيه المستخدم الرقمي، ورغم ذلك تبقى خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في حاجة الى تطويرها وتحقيق توازن بين جذب الانتباه وديناميكية جودة المحتوى، مع زيادة الشفافية لتمكين المستخدمين من فهم آليات عملها والتحكم في تجربتهم الرقمية بشكل أفضل.

فخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تبنى على مجموعة من المعايير التقنية المختلفة من موقع الى اخر كتفاعلات المستخدمين من اعجابات ومشاركات وتعليقات واشارات، والمتابعة والتفاعل مع المحتوى المباشر، ومدى صلة المحتوى باهتمامات المستخدم، وحدثة المنشورات، والمحتويات الأكثر تداولاً، بالإضافة الى التفاعلات على المواقع والتطبيقات كالنقرات والتمرير وتحميل المحتوى والاشتراكات والتقييمات والمراجعات، وتشترك مختلف خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي في هدف أساسي هو زيادة تفاعل المستخدمين لأطول فترة ممكنة.

وفي هذا الصدد يأتي المقترح الجديد الذي قدمه الباحث الجزائري chiheb adel حول الانتقال القيمي اللاواعي (UVTT) والتي تجسد اطارا شاملا لفهم كيفية تطور قيم الأفراد ومعتقداتهم بشكل لا واعٍ، لا سيما في الاستجابة لوسائل الإعلام الجديدة ونماذج الأدوار في البيئة الرقمية، خاصة في ظل التطور التكنولوجي وانتشار الوسائط الرقمية، ويتأسس هذا المقترح النظري الجديد على مرتكزات اساسية مثل العقل اللاواعي، وانتقال القيمة، نماذج الأدوار، الوسائط الجديدة، وتقنيات الاقناع الرقمي، انتقال القيمة، الأنماط والاتجاهات، والمعتقد وتطبيقاته، ونموذج الدور، والهوية والمحاكاة، ومحتوى الاقران في الدوائر الاجتماعية الرقمية ونماذج الأدوار التقليدية والحديثة، وفقاعات التصفية وغرف الصدى، وتأثير وسائل الإعلام الجديدة (Chiheb, 2024, pp. 99-137)، حيث يظهر المقترح النظري (UVTT) اليات تبني قيم جديدة دون وعي من خلال التعرض لمحتوى رقمي ومؤثر عبر المنصات الرقمية، و اسس المقترح على مجموعة من النظريات المنتمية لعدة مجالات إنسانية واجتماعية، وتهدف UVTT إلى فهم كيفية تشكل القيم وتغييرها في العصر الرقمي، وتقديم اطارا نظريا لتحليل هذه الظواهر المعقدة.

إذا فاسقاط النموذج النظري الانتقال القيمي اللاواعي (UVTT) في فهم اليات تحول خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي إلى قنوات غير ظاهرة وميكانيزمات لإعادة تشكيل القيم والمعتقدات المجتمعية لدى المستخدمين، عبر تعزيز الوعي الرقمي حول الخوارزميات الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة والبيئة الرقمية بصفة عامة، والموازنة بين الابتكار التكنولوجي والحفاظ على التماسك المجتمعي في العصر الرقمي، وهو ما جعل الباحثين والمهتمين في البيئة الرقمية الى طرح اشكال عميق حول

خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي مفاده كيف تؤثر الخوارزميات على القيم وسلوكيات الجمهور؟

2. المطارحات المفاهيمية

1.2 الخوارزميات

فالخوارزميات يمكن اعتبارها أداة لحل مشكلة حسابية محددة بوضوح، حيث يحدد بيان العلاقة المرجوة بين المدخلات والمخرجات بشكل عام، بينما تصف الخوارزمية إجراء حسابيا محددا لتحقيق تلك العلاقة (Thomas H. , Charles E. , Ronald L. , & Clifford , 2009 , p. 5) ، او هي مجموعة من الخطوات المحددة والمنطقية لإنجاز مهمة ما (Cormen, 2013, p. 1)،

إذا فالخوارزميات سلسلة من التعليمات الواضحة والمحددة (قائمة من العمليات) التي يجب تنفيذها وفق ترتيب معين وبطريقة آلية ومنهجية لإتمام مهمة أو نشاط معين، وتشمل الأمثلة العملية للخوارزميات في الحياة اليومية كتيبات تعليمات، حيث توفر هذه الأمثلة نموذجا تطبيقيا لكيفية تنفيذ سلسلة من الخطوات المتسلسلة والمنطقية لتحقيق نتيجة محددة. (Cofece, 2024, p. 10)

ومن خلال ما سبق يمكن تعريفها على انها مجموعة من التعليمات والاورامر المحددة بشكل منطقي صحيح وفقا لمنهاج مسطر، تنفذ بشكل تراتبي منظم لحل مشكلة او تادية وظيفة معينة لتحقيق غاية ما او لحل مشكلة او اتخاذ قرار

2.2 خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي

خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي هي أنظمة وطريقة لترتيب المحتوى في خلاصة المستخدم بناء على الأهمية وليس الوقت، حيث تستخدم كل منصة معادلات



تأخذ في الاعتبار عوامل مثل نوع المحتوى وتاريخ النشر ونشاط المستخدم والتفاعلات لتقديم تجربة مخصصة، وقد حلّ هذا النظام المتطور محلّ العرض الزمني التقليدي، فأصبح نشاط المستخدم هو العامل الحاسم في ما يراه. (Meyers, 2025)، في حين يرى آخرون أن الخوارزميات هي إجراءات مرمزة لتحويل بيانات الإدخال إلى مخرجات مرغوبة، بناءً على حسابات محددة، فالخوارزميات موجودة في كل مكان وتعمل على تمكين وظائف مثل تغذية أخبار فيسبوك، عمليات البحث في جوجل، اتجاهات تويتر، وتوصيات نيتفليكس، حتى التفاعلات بين الأصدقاء على وسائل التواصل الاجتماعي يتم تنظيمها وفقاً لأنماط تحددها الخوارزميات، وتقوم بتتبع تصفح المستخدمين عبر الإنترنت، مما يولد بيانات تستخدم لإنشاء إعلانات مخصصة للغاية. (Figueiredo & César, 2017, p. 28)

كما تعرف خوارزمية مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مجموعة من القواعد والحسابات الحاسوبية التي تحدد المحتوى المعروض للمستخدمين وترتيبه، وتكرار ظهوره، وتقوم هذه الخوارزميات بتحليل سلوك المستخدم، وتفضيلاته، وتفاعلاته لتخصيص عرض المحتوى، بهدف تعزيز المشاركة وزيادة الوقت المقضي على المنصة. (Marc & Rik, 2021, p. 87)، إذا فخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي هي قواعد وسلسلة من الأوامر المرمزة والتعليمات المحددة لمعالجة مدخلات البيانات والتحكم في المخرجات المرغوبة كتوجيه المحتوى وإظهاره للمستخدمين وتصنيفه وتقييمه حسب رغبات الجمهور.

3. تصنيف الخوارزميات

تمثل الخوارزميات جوهر البيئة الرقمية وذلك نظراً لأهميتها في التحكم في البيانات ومعالجتها وتوزيعها في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف هاتاه التصنيفات حسب طبيعة الوظيفة والهدف المبرمج، كخوارزميات الترتيب والتي تقوم بترتيب مجموعة من العناصر بترتيب ممنهج لتنظيم البيانات، وتحسين كفاءة البحث

والاسترجاع، وتسهيل تحليلها، وتحسين تجربة المستخدم، وخوارزميات البحث هي نهج محدد لفلتر المعلومات للمستخدم من خلال استرجاعها من قواعد البيانات الضخمة، وخوارزميات الرسوم البيانية المختصة بمعالجة الشبكات المعقدة وتحليل العلاقات بين البيانات ضمن الشبكات الرقمية، والخوارزميات التكرارية التي تقوم على مبدأ التكرار و تحل المشكلات عن طريق تكرار سلسلة من الخطوات عبر تقسيمها إلى أجزاء مبسطة، وغالبا ما تعتمد على أنظمة التوصية لتحليل تفضيلات الجمهور عبر التكرار، وسنستعرض في هذا المحور هاته التصنيفات وأهميتها في البيئة الرقمية بصفة خاصة وعلى مستوى مواقع التواصل الاجتماعي واليات عملها.

1.3 خوارزمية البحث

تعد خوارزميات البحث من الاصناف الجوهرية في علم الحاسوب والتي تعمل وفقا لمنهجية متسلسلة خطوة بخطوة لتحديد موقع بيانات معينة ضمن قاعدة البيانات الضخمة Big Data ، وتقدم حولا لمختلف مشاكل البحث التي يتطلع اليها المستخدم، وذلك عبر استرجاع المعلومات المجزئة ضمن قاعدة البيانات، أو المحسوبة في فضاء البحث لمجال مشكلة معينة، سواء كانت القيم متجزئة أو متصلة، وخوارزميات البحث صممت لفحص أو استرداد عنصر معين من أي بنية بيانات مخزن فيها، حيث تقوم هذه الخوارزميات بالبحث عن هدف محدد أو ضمن فضاء البحث المتاح (Krishna, 2022) وتستخدم لتحديد موقع عنصر معين أو التحقق من وجوده ضمن مجموعة بيانات منظمة أو غير منظمة، مما يمكن من استرداد المعلومات بكفاءة من قواعد البيانات الضخمة Big Data .

وعامل البحث أحد الركائز الأساسية في بنية البيانات، حيث يستخدم للعثور على معلومات محددة في قاعدة البيانات، والبحث على قوائم مرتبة أو غير مرتبة من العناصر المطلوبة، اعتمادا على نوعية بنية البيانات، واختيار خوارزمية البحث لانها الأنسب في هذا المجال للعثور على عنصر من مجموعة عناصر k , Sourabh , Smita , Najma)

(Safikul , 2017, p. 944)، إذا فخوارزمية البحث هي نهج يستخدم لاسترجاع المعلومات المخزنة داخل قاعدة البيانات، حيث تستكشف هذه الخوارزمية البيانات بشكل منهجي لإيجاد قيم أو حلول محددة للمشكلات

2.3 خوارزمية الترتيب

يعد الترتيب عنصرا أساسيا في الخوارزميات، والذي يشير إلى عملية ترتيب مجموعة من العناصر بترتيب ممنهج يستخدم لتنظيم البيانات، وتحسين كفاءة البحث والاسترجاع، وتسهيل تحليلها، ويعرف الترتيب بأنه إعادة تنظيم البيانات وفقا لنمط محدد، وتتمثل مهمة خوارزمية الترتيب في تحويل التسلسل غير المرتب الأصلي إلى تسلسل مرتب، و ينطبق الفرز على مجموعة واسعة من هياكل البيانات، التي تهدف إلى إعادة ترتيب العناصر تصاعديا أو تنازليا بناء على معيار محدد، يمكن أن يختلف المعيار باختلاف السياق ونوع البيانات المراد فرزها، وتشمل المعايير الشائعة في الترتيب القيم العددية، والترتيب الأبجدي، والترتيب الزمني، والسمات المحددة خصيصا (Shreekanth , Navaneetha , Smitha , & Radhakrishnan , 2025, pp. 1-2).

إذا فخوارزميات الترتيب أو الفرز كما تسمى في علوم الحاسوب، هي نهج لترتيب العناصر في قائمة بتكرار سلسلة من الخطوات، و أحد الموضوعات التي خضعت للبحث المكثف بسبب الحاجة إلى تسريع العمليات على آلاف أو ملايين السجلات أثناء عمليات البحث عند استرجاع البيانات، وهو ما يحدث بشكل متكرر في علوم الحاسوب، ومن مهامها ترتيب البيانات بطريقة موجهة لخدمة المستخدم، حيث يسمح ذلك باسترجاع أسرع وأكثر كفاءة (Tulsiram, 2014, pp. 1-2)، وتتيح فرز قائمة العناصر بحيث تصبح أكثر قابلية للاستخدام، عن طريق ترتيب العناصر رقميا من الأقل قيمة إلى الأكبر قيمة أو العكس أو ترتيبا ابجديا.

ومن خصوصياتها تحسين تجربة المستخدم، عبر ترتيب المحتوى حسب أهميته وجودته، مما يسهل على الجمهور الوصول للمعلومات الأكثر صلة باحتياجاتهم ورغباتهم

بسرعة وسهولة، وهذا ما يعزز رضاهم وتفاعلهم، كما تساهم في تخصيص المحتوى وذلك من خلال تحليل سلوك المستخدم واحتياجاته، لتقديم محتوى مخصص مما يزيد من فاعلية التواصل، ويوفر تجربة أكثر استهدافا وجاذبية لكل فرد.

3.3 خوارزميات الرسوم البيانية

خوارزميات البيانات أو خوارزميات معالجة البيانات هي مجموعة من التعليمات المنطقية والرياضية المبرمجة لمعالجة البيانات الرقمية بكفاءة، هاته البيانات تكون على شكل محتويات نصية، قيم، رسوم، أو أي نوع آخر من البيانات الرقمية، تستخدم هذه الخوارزميات لترتيب، وتبويب، وفحص أو تعديل وتحويل البيانات ضمن أنظمة الحاسوب والشبكات.

ومن ميزات الخوارزميات البيانية في البيئة الرقمية بالنسبة للمستخدمين هو تحليل العلاقات بين البيانات ضمن الشبكات الرقمية، مما يوفر خصائص هامة لتحسين تجربة الجمهور المستخدم وزيادة كفاءة الأنظمة، عبر تحسين التوصيات الشخصية من خلال تحليل سلوك الجمهور المستخدم وعلاقاته مع المحتوى أو المستخدمين الآخرين، وتقديم توصيات دقيقة بناء على التفاعلات والمشاهدات السابقة، كما يقوم هذا الصنف من الخوارزميات بتعزيز شبكات التواصل الاجتماعي، عبر تحليل الروابط بين المستخدمين كالأصدقاء والمتابعين والاعجابات والتفاعلات، لتحديد المحتوى الأكثر صلة.

3.4 الخوارزميات التكرارية

وهي من الأنواع الخوارزميات الحاسوبية التي تقوم بحل المشكلات من خلال تكرار عملية تنفيذ سلسلة محددة من التعليمات ضمن بنية حلقة حتى يتحقق شرط إيقاف العملية المحددة مسبقا، وتعتمد على مبدأ التكرار المحدود، مما يجعلها أكثر كفاءة وأسهل تحليلا من الناحية الرياضية في العديد من الحالات، و تحل المشكلات عن طريق تكرار

سلسلة من الخطوات في حلقة حتى يتم استيفاء شرط الإنهاء، على عكس الخوارزميات العمودية، وتستخدم الأساليب التكرارية بنية حلقة صريحة (على سبيل المثال ، من أجل ، بينما) للمحافظة على الحالة من خلال المتغيرات المحدثة في كل تكرار (Thomas H. , Charles E. , Ronald L. , & Clifford , 2009 , p. 774).

إذا فالخوارزميات التكرارية لها ميزة جيوية في البيئة الرقمية، حيث تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على تجربة المستخدمين، من خلال ترقية وتعزيز تجربتهم عبر سرعة الاستجابة لمختلف تطلعاتهم (مثل البحث، الفرز، ومعالجة البيانات)، مما يجعل التطبيقات أسرع وأكثر سلاسة، كما تساهم في تخصيص المحتوى عبر أنظمة التوصية لتحليل سلوك المستخدمين وتحسين الاقتراحات بناء على تفاعلات الجمهور المستخدم، ومن ميزات تعزيز كفاءة الأنظمة الرقمية عبر معالجة البيانات الكبيرة Big Data مما يسهل تحليل البيانات في الوقت الفعلي.

4. الآليات النفسية والاجتماعية لتأثير الخوارزميات على السلوكيات

تمثل خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي المهندس الذي يحكم تجربة المستخدم الرقمية، وفاعل رئيسي في البيئة الرقمية عبر التأثير العميق في السلوكيات الفردية والجماعية، وترتكز تصميم هذه الخوارزميات في جوهرها على مبدأ اقتصاد الاهتمام، من خلال تعظيم وقت التفاعل والمشاركة على المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق هذا الهدف، مستغلة التركيب النفسي والعاطفي والسلوكي للمستخدمين.

فالخوارزميات هي المسؤولة عن ظواهر غرف الصدى Echo Chambers و فقاعات الترشيح Filter Bubbles، فغرف الصدى هي مساحات افتراضية يتعزز فيها الرأي الواحد من خلال تكراره من قبل أعضاء مجموعة متجانسة فكريا، بينما تشير فقاعات الترشيح إلى العزلة الفكرية الناتجة عن الخوارزميات التي تعزل وتعيد المستخدم عن

المعلومات والآراء والمعارف التي لا تتماشى مع آرائه و اتجاهاته، هاتان الظاهرتان تؤدي إلى تعزيز التحيزات المعرفية، حيث يقل التعرض للرأي المخالف، مما يقوض الحوار المجتمعي ويزيد من الاستقطاب ويصعب الوصول إلى أرضية مشتركة قائمة على الحقائق الموضوعية، وسنستعرض في هذا الجانب هاتين الظاهرتين وتأثيرهما على السلوك النفسي والاجتماعي على المستخدم.

1.4 غرف الصدى Echo chambers

و هو مصطلح جوهري تتمحور عليه مختلف أبحاث المتعلقة بالجمهور في البيئة الرقمية، كأبحاث الإعلام الرقمي والأبحاث السلوكية، والأبحاث السياسية، و يشير إلى حالة يتم فيها تضخيم المعتقدات وتعزيزها عبر التواصل والتكرار داخل نظام مغلق ومعزول عن الرد أو النقد. (Chen, 2022, p. 874)، كما تشير إلى المساحات الافتراضية أو البيئات الاجتماعية، التي توجد غالبا على منصات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يتعرض الأفراد بشكل أساسي للمعلومات والآراء والأفكار التي تعزز معتقداتهم وآرائهم الموجودة مسبقا. (Kim, 2023, p. 1)، كما تعرف على أنها ظاهرة سائدة في شبكات التواصل الاجتماعي وعلى الإنترنت، تتميز بالتقاء مستخدمين متشابهي الفكر يتفاعلون بشكل فعال مع بعضهم البعض داخل هذه الغرف، والتي يعبر المستخدمون عن معتقداتهم ويعززونها بشأن قضايا محددة، مما يدعم وجهات نظرهم المشتركة (Mahmoudi, Jemielniak, & Ciechanowski, 2024, p. 9)، وعلى غرار ما سبق ذكره حول معنى غرف الصدى فيمكن ان نقول على انها مساحة افتراضية خاصة يواجه فيها الجمهور والمستخدمون المتشابهون في الآراء والمعتقدات معلومات وبيانات تعزز من فكرهم وتوجهاتهم الفكرية وتحيزاتهم الموجودة مسبقا.

تشكل غرف الصدى Echo Chambers إحدى الظواهر المركزية في البيئة الرقمية المتعلقة بالمستخدمين خاصة والتي يتعرض فيها الأفراد بشكل موجه وانتقائي ومكثف للرسائل والمعلومات والبيانات التي تعيد تأكيد وتدعيم معتقداتهم وآرائهم

المسبقة، وغالبا ما تقوم خوارزميات غرف الصدى بحجب واستبعاد الآراء المخالفة وتهميشها بشكل منهجي مبرمج، وخاصة وان الناس يختارون بشكل كبير وسائل الإعلام وتدفقات المعلومات التي تؤكد تحيزاتهم الموجودة مسبقا، بل أيضا إلى أن هذه العادات يمكن أن تعزز آراء الناس، مما يزيد من التطرف. (ANDREW , BRENDAN, BENJAMIN , JASON , 2018, p. 4) حيث تعمل هذه الغرف كآلية نفسية اجتماعية معقدة تعيد تشكيل السلوك الفردي والجماعي للجمهور عبر عمليات ضمنية متداخلة، يكون فيها التعزيز المعرفي هو المحرك الأساسي من المنظور السيكولوجي، و تستند هذه الآلية إلى مجموعة من التحيزات المعرفية من بينها التحيز التأكيدي الذي تميل فيه غريزة الجمهور إلى البحث عن المعلومات التي تتوافق مع قناعاتهم وتوجهاتهم واراتهم الحالية، وخاصة وان معظم المعلومات المتاحة تتوافق مع المواقف والتحيزات الموجودة مسبقا (Garrett, 2017, p. 370)، وتفسير الأدلة المعمقة بطريقة تدعم مواقفهم وتوجهاتهم الفكرية والسلوكية، من خلال التعمق في التفاصيل التي تعزز وجهة ارائهم وفكرهم مع تجاهل وعزل الأفكار والمعلومات التي تتناقض توجهاتهم، فغرف الصدى تشير الى ان الناس قد شيدوا بيانات إخبارية شديدة الاستقطاب عبر الإنترنت، بيانات لا يرون فيها الجانب الآخر أبدا (Garrett, 2017, p. 371)، ففي غرف الصدى لا يقتصر الأمر على تعرض الفرد لمواد متوافقة مع أفكاره واراته، بل يتم تغذيته وتعزيزه بجرعات مكثفة ومنظمة منها، ما يؤدي إلى تعزيز المقاومة المعرفية، التي تصبح المعتقدات والتوجهات أكثر صلابة وأقل عرضة للمراجعة أو التعديل حتى في مواجهة البراهين القاطعة، حيث تدفع الديناميكية الداخلية لغرف الصدى الآراء نحو هوامش أكثر تشددا بشكل تدريجي.

اما اجتماعيا فتؤدي غرف الصدى الى إعادة هيكلة العلاقات بين الأفراد والجماعات، وذلك من خلال تعزيز التماسك الداخلي من خلال خلق شعور قوي بالانتماء والتضامن بين أعضاء الغرفة المنتمون الى نفس النظام المعرفي والقيمي والمعتقدي، ويتم فيه قبول المعلومات المتجانسة فقط بينما يتم تجاهل المعلومات غير المتجانسة أو التقليل من قيمتها، وتستبعد الأصوات المختلفة التي قد تدخل الغرفة بشكل فعال

(Chen, 2022, p. 875) و يأتي هذا التماسك على حساب تفكك الترابط الاجتماعي، من خلال تعزيز الفروقات بين المجموعة الداخلية التي شكلتها غرف الصدى و المجموعة الخارجية المستبعدة عن توجهات وآراء منتمي غرف الصدى الداخلية، هذه العملية من التمايز الاجتماعي تغذي الانقسام الاجتماعي الوجودي، عبر تعزيز النظر اليهم كمخالفين وعدو أيديولوجي يهدد قيم ومصالح الجماعة الداخلية، هذا التمايز والانقسام الوجودي يتجلى في مشاعر سلبية مكثفة تجاه الخارجين عن غرف الصدى، مثل الازدراء وعدم الثقة والخوف، وهو ما يقوض سبل الحوار الديمقراطي المبني على الاعتراف بالآخر والقابلية للتفاوض والمرونة.

أما على مستوى السلوك الجماعي فيتجلى التأثير في السلوكيات المميزة، كتقليد الجماعة حيث يقوم المستخدمون بتقليد سلوكيات وآراء الآخرين داخل الغرفة بدافع الانتماء وتجنب التهميش، مما يؤدي إلى توحيد الرؤى ووند الاختلاف الداخلي الخلاق، كما يتأثر المستخدم بالانكماش المعلوماتي من خلال فقدان حافزية البحث خارج غرف الصدى، معتقدا أن كل المعارف والمعلومات الضرورية متاحة داخل دائرة اهتمامه المحددة، ضف الى ذلك تأثر المستخدم والجمهور المنتمون من عملية تفويض التفكير عبر اسناد و تفويض عملية التحليل والنقد والطرح للجماعة أو لقادة الرأي داخل غرف الصدى Echo Chambers ، مما يؤدي إلى تراجع المهارات النقدية الفردية والاستقلالية الفكرية.

فلا يمكن لنا انكار الدور الوجودي للخوارزميات Algorithms في انتشار غرف الصدى Echo Chambers بشكل هائل وفهمها في البيئة الرقمية، وخاصة وانها تتحكم في تدفق المعلومات على منصات التواصل الاجتماعي، وتصبح هذه الخوارزميات مهندسا خفيا لغرف الصدى، من خلال العمل على تضخيم ظاهرة التعرض الانتقائي وجعلها تلقائية ومستمرة على نطاق غير مسبوق.

2.4 فقاعات التصفية Filter Bubbles



هي ظاهرة تحدثها الخوارزميات المتخصصة بمواقع التواصل الاجتماعي بتكييف وتخصيص المحتوى ديناميكيا على المستخدم، بناء على بياناته وسلوكه السابق على مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعلاتهم كالإعجابات والمشاركات والتعليقات والإشارات والمتابعة والتفاعل مع المحتوى المباشر، مما يؤدي إلى تحييده عن المعلومات أو الآراء المخالفة لتطلعاته وتوجهاته، وهو ما يتيح لفقاعات التصفية أن تفعل وتعزز الانقسام الأيديولوجي عبر تصفية المحتوى الذي قد يقدم وجهات نظر جديدة، ما يجعل من الصعب على المستخدمين استكشاف أو قبول وجهات نظر بديلة، وتقلل من التعرض لآراء متنوعة، و يعزز التحيزات الحالية عبر التأكيد المستمر على معتقدات المستخدمين (Ukkola, 2025, p. 21)، هذه المنظومة المتطورة لفقاعات التصفية تقوم بتحليل الاختيارات الشخصية بناء على التفاعلات المنفذة أو الاحتياجات المشتركة بين المستخدمين المتشابهين، ومن ثم تستنتج تنبؤات متغيرة، تعمل هذه المرشحات كآلات استقرائية ذكية تبتكر وتصلب بشكل متواصل نموذجا تنبؤيا يحدد هوية المستخدم الرقمية، ويتوقع سلوكياته ورغباته المستقبلية، وتشكل هذه المحركات مجتمعة فضاءا معلوماتيا فريدا لكل فرد، وهو ما يعرف اصطلاحا بـ فقاعة التصفية، مما يحدث تحولا جوهريا في آلية اكتشاف الأفكار والمعلومات وتلقفها (Pariser, 2011, p. 9)..

وفقاعات التصفية إحدى السياقات المعرفية الجوهرية في عصر البيئة الرقمية، حيث تقوم خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي بفرز المحتوى المعروض للمستخدمين بناء على تاريخ تصفحهم وتفضيلاتهم الشخصية يؤدي الجمع بين هذه المعلومات مع بيانات حول شبكتك الاجتماعية وعادات المشاهدة والموقع الجغرافي إلى تضيق الرؤية المتاحة للمعلومات على الإنترنت (Holone, 2016, p. 298) ، مما يؤدي إلى تحيز معلوماتي تحد من التعرض للآراء المخالفة، تنتج عن هذه الظاهرة فضاء افتراضي مغلق يضعف الحوار العقلاني ويعمق الانقسامات المجتمعية، فقاعات التصفية تعزل المستخدمين من خلال عرض محتوى يتوافق مع معتقداتهم، بينما تضخم غرف الصدى وجهات نظر مماثلة، مما يشوه المنظورات الأوسع، و يؤدي هذا إلى انقسامات مجتمعية وتقليل التفكير

النقدي (Valeria, 2024)، كما يجعل المستخدمون عرضة لتشكيل تصورات أحادية الجانب عن الواقع، وللتخفيف من تأثيراتها يوصى بتبني ميكانيزمات منهجية تشمل التعددية في مصادر المعلومات، والنقد البناء لميكانيزمات عمل المنصات الرقمية، والسعي المتعمد للتعرف على وجهات النظر المختلفة، وهو ما يسهم في الحفاظ على التعددية الفكرية ومواجهة مخاطر العزلة الإيديولوجية في الفضاء الرقمي.

فالخوارزميات تصمم فقاعات التصفية عبر اقتراح محتوى للمستخدم بناء على تفاعلاته (البحث، التصفح)، ما يجعل ويحصر المستخدم في سياق بياني ومعلوماتي محدود، و تقوم على تحليل البيانات السلوكية كالنقرات والاعجابات والمشاركات والتعليقات والإشارات والمتابعة والتفاعل مع المحتوى لتعزيز المحتوى الملهم الذي يتوافق مع معتقدات المستخدم الحالية وتؤكد الأفكار الموجودة مسبقاً، مما يعزز القنوات ويحد من التفكير النقدي، لكنها في نفس الوقت تحد من المعلومات التي يتلقاها مما يعزز الانحياز المعلوماتي والمعرفي ويعمق العزلة المعلوماتية، ما يؤدي الى تعزيز الانقسام الأيديولوجي من خلال تصفية المحتوى الذي قد يقدم وجهات نظر جديدة، وهو ما يجعل من الصعب على المستخدمين استكشاف أو قبول وجهات نظر بديلة (Vincenzo , Diodato , & Grazia , 2024, p. 21)، هذه العزلة المعلوماتية ينجر عليها تضخيم الآراء المتطرفة بسبب تعرض المستمر للمحتوى المشابه، و تكوين صورة مشوهة عن الواقع الاجتماعي بناء على المحتوى المعروض فقط، وهو ما تقوم به فقاعات التصفية وغرف الصدى والانتقاء الخوارزمي، التي تعمل بشكل متكامل لتضخيم التحيزات الموجودة وعزل المستخدمين في مجموعات متجانسة أيديولوجيا (Vincenzo , Diodato , & Grazia , 2024, p. 6)، هاته النقاط المذكورة تجعل من الأفكار والتوجهات والآراء متأصلة يصعب تغييرها او تعديلها.

إذا فتاثير فقاعات التصفية Filter Bubbles على المستخدم يظهر من خلال الاشباع الفوري لنظام المكافأة في الدماغ عبر الاعجابات والتعليقات والمشاهدات المتكررة، ما

يؤدي الى افراز الدوبامين الذي يعزز بدوره الاجهاد على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر السلوكات التكرارية، كما تؤدي معرفيا الى تضخيم الآراء المتطرفة وخاصة بالتعرض المستمر للمحتوى المشابه والمفرط، من خلال الترشيح المستمر للمعلومات، وهذا الترشيح يمكن أن يكون له تأثير جانبي غير مقصود يتمثل في خلق فقاعات ترشيح متجانسة، حيث يتعرض المستخدمون بشكل مفرط للأفكار التي تتوافق مع تصوراتهم ومعتقداتهم المسبقة (Ping , Karthik , Aron , Matthew A. , & Mustafa , 2021, p. 3971). في حين تظهر اعراضها اجتماعيا على المستخدمين من خلال التقسيم المجتمعي وتعميق التحيزات المجتمعية عبر تمكين الروابط داخل المجموعات المتشابهة فكريا، وإضعاف الحوار بين التيارات الفكرية المختلفة، وتضخيم قضايا معينة على حساب أخرى، وخلق معايير اجتماعية جديدة من خلال المحتوى المتكرر والمشهور واتباع الآراء السائدة في هاته الفعاعات.

5.1 اسقاط المقترح النظري الانتقال القيمي اللاواعي (UVTT) على موضوع الدراسة

مأسسة أي علم او نظرية يتوجب استيفاء ثلاثة شروط أساسية موضوع، منهج، ونظريات وهو مايسمى في الأوساط الاكاديمية ب الميتاثيوريك Metatheoric وهو العلم الذي يهتم بالمرحلة التأسيسية لنظرية ما، خاصة ان النظرية اهم من المنهج ومن الموضوع، لانها اسبق على المستوى الكرونولوجي، فالموضوع دون نظرية لايمكن ان يكون اكثر من مجموعة من المعارف التي تتموقع في خانة الحس الشعبي (Betahar, 2021, p. 43)، وهو ما تطرق اليه المقترح النظري (UVTT) في مختلف مراحلها سواء ماتعلق بالموضوع او المنهج او النظريات التي أدرجت في المقترح، وسنحاول ان نتطرق الى اهم النقاط الأساسية المتعلقة ب الميتاثيوريك Metatheoric الخاص بنموذج UVTT.

5.1.1 المقترح النظري الانتقال القيمي اللاواعي (UVTT)

المقترح النظري الانتقال القيمي اللاواعي Unconscious Value Transition Theory - UVTT، الذي يبحث في التفاعل بين العقل اللاواعي والقيم والمعتقدات وادوار



وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل المنظومات القيمية للأفراد في العصر الرقمي (Chiheb, 2024, p. 99)، ويركز المقترح النظري الانتقال القيمي اللاواعي UVTT على كيفية حدوث تحولات قيمية غير واعية.، عبر الانغماس في العالم الافتراضي والتعرض للمحتوى الرقمي، مدعما هذا المقترح بنظريات من ميادين معرفية كعلم النفس وعلم الاجتماع و الإعلام، كما تتأسس UVTT على مفاهيم أساسية كالعقل الباطن، والانتقال القيمي، والمعتقد، ونماذج الأدوار ، ووسائل الإعلام الجديدة، وافتراضات رئيسة تشمل الانتقال من التنشئة الاجتماعية المباشرة إلى غير المباشرة، وغياب أو ضعف نماذج الأدوار التقليدية، وانزياح الروح الاعتقادية.

ويستعرض المقترح النظري (UVTT) في الإطار الميتانظري للنموذج افتراضات أساسية عبر خمسة أبعاد متكاملة: الإبستمولوجي (المعرفي)، الذي يتأسس على سبل اكتساب المعرفة وتشكيل المعتقدات عبر التعلم الضمني والبناء الاجتماعي والتجارب الشخصية، والأنطولوجي (الوجودي) الذي يتطرق الى طبيعة القيم كبنى اجتماعية ديناميكية ومتعددة وديناميكية السلطة والقوة، والبراكسيولوجي (الممارساتي)، الذي يبحث في ترجمة القيم إلى سلوكيات وممارسات عملية وتغذية راجعة، والأكسيولوجي (القيمي) الذي يحلل ويفسر طبيعة القيم وانواعها وتأثيرها الأخلاقي والجمالي وتسلسلها الهرمي، واخيرا الميتودولوجي (المنهجي) الذي يقترح أدوات بحثية مبتكرة مثل المقاييس الضمنية والدراسات الطولية والبحوث والدراسات ذات الأساليب والمناهج المختلطة لدراسة الظواهر المعقدة.

فالمقترح النظري (UVTT) يقدم تحليلا ميتانظريا متكاملا حول فهم الآليات غير الواعية التي تتشكل وتتطور من خلالها قيم الأفراد ومعتقداتهم في البيئة الرقمية، وتفسير اليات تبني الأفراد خاصة المستخدمين لقيم ومعتقدات جديدة بشكل لا وعٍ عبر المنصات الرقمية، متحدية بذلك النماذج التقليدية للتنشئة الاجتماعية ونقل القيم،

فالمقترح (UVTT) بمثابة الميتاثيوريك Metatheoric الذي يمنح رؤية تحليلية متكاملة لفهم تحولات القيم في ظل الهيمنة الرقمية وتأثيرها على الهوية والسلوك الفردي والجمعي، مما يثري قدرتها التفسيرية ويسهم في فهم أعمق لتحولات القيم في البيئة الرقمية، واستجابة ومواكبة لتأثير أدوار البيئة الرقمية المتطورة.

2.5 اسقاط المقترح النظري الانتقال القيمي اللاواعي (UVTT) على موضوع الدراسة

تركز هذه الدراسة على تأثير خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الجمهور وسلوكياته من منظور الانتقال القيمي اللاواعي (UVTT) قصد تفسير تأثير خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الجمهور وسلوكياته، من خلال ثلاث مرتكزات رئيسة هي: الأنطولوجية (الوجودية) والإبستمولوجية (المعرفية) والبراكسيولوجية (الممارساتية)، حيث يعمل كل جزء من هذه الركائز على دراسة جزئية مهمة، من خلال التنسيق بين كل هذه الركائز، مما يجعل تفسير تأثير خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الجمهور وقيمه أكثر فهما، وقصد تحقيق انسجام أحسن لتفسير وشرح الظاهرة.

الافتراضات الأنطولوجية

القيم كبنى اجتماعية متغيرة، حسب المقترح النظري الانتقال القيمي اللاواعي UVTT - Unconscious Value Transition Theory فالواقع ليس حقيقة موضوعية بل يتشكل من خلال التفاعلات الاجتماعية والمعاني المشتركة والسياقات الثقافية فالقيم، من وجهة هذه النظر، ليست متأصلة أو ثابتة، بل يتم إنشاؤها والحفاظ عليها من خلال العمليات الاجتماعية والمعايير الثقافية، فهي نتاج تفاعلات ومفاوضات مستمرة داخل مجتمع أو جماعة معينة (chiheb, 2024, p. 6)، فالقيمة في البيئة الرقمية بالنسبة للخوارزميات تختلف جذريا عن تعريفها في السياق البشري العادي، فيمكن ان نشير اليها بانها مفهوم كمي وآلي بالدرجة الأولى قابل للقياس يترجم إلى أرقام ومعادلات يمكن للخوارزميات تحسينها، ويهدف الى تحقيق غاية وهدف استراتيجي معين، من خلال توزيع

الانتباه والموارد (عرض المحتوى، ترتيب النتائج، التوصيات) على الاليات المتاحة (منشورات، فيديوهات، إعلانات، منتجات)، فالقيمة في خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تكمن في مؤشرات كمية والية بالدرجة الأولى، ومن بين هذه المؤشرات التي تقاس بها القيمة في خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي مقاييس المشاركة والنمو والاحتفاظ والعلاقة، فمقياس المشاركة هو الأكثر شيوعا حيث تتمثل في قيمة انتباه المستخدم الى المحتويات التي تقدم على مواقع التواصل الاجتماعي، سواء ما تعلق بوقت المشاهدة الذي يقضيه المستخدم في مشاهدة مقاطع فيديو على مواقع التواصل الاجتماعي، ومعدل التفاعل كعدد الإعجابات، والتعليقات، والمشاركات، والحفظ، ضف الى ذلك معدل النقر نسبة الى رؤية الرابط أو الإعلان والنقر عليه، ومعدل الإكمال نسبة لمن يشاهدون الفيديو حتى النهاية أو يكملون مقالا، اما عن المقياس الثاني فيتمثل في مقياس النمو والاحتفاظ والذي يمثل قيمة ولاء المستخدم واستمراريته على مواقع التواصل الاجتماعي، سواء ما ارتبط بمعدل الاحتفاظ أي مدى اقبال واستمرارية المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي يوميا أو اسبوعيا، ومعدل التسجيلات الجديدة بالنسبة للمستخدمين المحتملين تعد قيمة في جذب مستخدمين جدد، والايادات المالية الناتجة عن كل مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، يلها مقياس العلاقة المتعلق بتفاعل المستخدمين مع بعضهم البعض، والعلاقة المتشكلة عن هذا التفاعل نتيجة المحتويات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

إذا تعد الخوارزميات جزءا من البنية الاجتماعية الرقمية واللبنة الأساسية التي تشكل الواقع الرقمي، عبر تعزيز هذه البيئة بالقيم التي تتشكل من خلال التكرار وتعزيز الانتقائي للمحتوى وإعادة تشكيل وتنظيم الية التفاعل مع المعطيات والبيانات والمعلومات ومع المستخدمين، فقيمتها الأساسية تكمن في تحقيق التخصيص والكفاءة والراحة للجمهور عبر معالجة كميت هائلة من المعلومات والبيانات الضخمة Big Data، وتقديم تجربة فريدة للمستخدم، عبر توصيات المشاهدة للمحتويات وفرز وترتيب نتائج البحث.

في حين تحمل قيم الخوارزميات تناقضا جوهريا رغم انها تهدف إلى الموضوعية، فأحيانا تحافظ على التحيزات الموجودة مسبقا في ترتيب البيانات وعمليات البحث وترتيب الأولويات في عرض المعلومات على المستخدمين، مما يجعلها تنساق إلى عدم المساواة و تضيق الآفاق عبر غرف صدی Echo Chambers التي يتعزز فيها الرأي الواحد من خلال تكراره من قبل أعضاء مجموعة متجانسة فكريا، وبالتالي فإن قيم الخوارزميات هي قيمة مزدوجة و أدوات قوية للتقدم والتمكين، لكنها قد تضخم بعضها على حساب أخرى، مما يحدث صراعات قيمية غير واعية لدى المستخدمين .

تعددية القيم :تستكشف UVTT وتبنى تعددية القيم، معترفة بتنوع وتعدد أنظمة القيم التي تتعايش داخل المجتمعات وغيرها، ويعترف بوجود أنظمة قيم متعددة، وأحيانا متضاربة وتبنى النموذج UVTT التعددية القيمية، مع الاعتراف بأن أنظمة القيم لدى الأفراد تتأثر بخلفياتهم الثقافية الفريدة وتجاربهم الشخصية وهوياتهم الاجتماعية (chiheb, 2024, p. 6)، اذا فالخوارزميات باعتبارها نسق من انساق البنية الاجتماعية الرقمية، وجوهر تفاعل داخل نطاق مواقع التواصل الاجتماعي تنجر عنها تنوع وتعدد ميكانيزمات القيم داخل هاته البيئة مع تنوعها وتعددتها، وتتجلى القيم التي تقوم بها خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم من خلال السلوكيات التي يقوم بها، وهذا عبر لفت انتباه المستخدم وجعله يقضي وقتا أطول، وحثه على التفاعل من خلال الإعجاب، التعليق، المشاركة أي بمعدل تفاعل عال، وإثارة فضوله عبر اليات النقر لمعرفة المزيد وهو ما تقوم به الخوارزميات التكرارية، و تحفيز العمل عبر جعل المستخدم يقوم بإجراء ما كاليات التفاعل، واستقطابه من خلال إثارة رغباته عبر العودة إلى مواقع التواصل الاجتماعي مرة أخرى، الا ان هاته القيم تتأثر بالمعتقدات الشخصية للمستخدمين وتوجهاتهم الفكرية والعقائدية وهوياتهم الاجتماعية، فالقيم متعددة الا ان تعددية القيم تتأثر بنحو كبير بالشخصية الاجتماعية والسلوكية للمستخدم.

الطبيعة الديناميكية والمتطورة: تأخذ UVTT بعين الاعتبار الطبيعة الديناميكية والمتطورة لأنظمة القيم. فالقيم ليست كيانات ثابتة بل تخضع للتغيير والتحول بمرور

الوقت، وتطبق UVTT هذا المفهوم على الأفراد، مع الاعتراف بأن التجارب الشخصية والتعرض لمعلومات جديدة والتفاعل مع وجهات نظر متنوعة يمكن أن تسهم في إحداث تغييرات في أنظمة القيم لدى الأفراد (chiheb, 2024, p. 6).

إذا فالخوارزميات باعتبارها كيانات رقمية غير ثابتة، تتطور وتتحول ما يؤدي إلى التحول في البنية الرقمية التفاعلية لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تساهم في إحداث تغييرات في أنظمة القيم بالنسبة للمستخدمين وهذا عبر التفاعل كالإعجابات والمشاركات والتعليقات والإشارات والمتابعة والتفاعل مع المحتوى المباشر، ومدى صلة المحتوى باهتمامات المستخدم وحداثة المنشورات،

وتتشكل قيم المستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التجارب الشخصية التي تصممها الخوارزميات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق وبلوغ قدر من المشاركة والتفاعل في البيئة الافتراضية، والتعرض لمختلف البيانات والمعلومات المستحدثة ووجهات نظر جديدة، ماهي العملية عضوية رقمية تؤدي إلى تكييف نظم القيم المدرجة في المحتويات والتي تتوافق مع معتقدات المستخدم الحالية وتحيزاته كغرف الصدى Echo Chamber، فالمعلومات الجديدة والمحتويات التي تصممها الخوارزميات للمستخدمين غالباً ما تكون تكراراً معززاً لمعتقدات المستخدم.

إذا فالقيم ديناميكية ومتطورة وليست ثابتة وتتغير عبر التجارب الشخصية والتعرض لمعلومات جديدة ووجهات نظر متنوعة، فعلى مستوى خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي يكشف عن علاقة معقدة ومثيرة للقلق، تسهم في إحداث تغييرات في أنظمة القيم وتتحكم في اتجاهها وسرعتها وتأثيرها، وتتغير بسبب التحديثات الخوارزمية التي تعرض محتوى جديداً يعزز قيماً محددة، حيث تصبح هذه الخوارزميات ليست مجرد مرآة تعكس قيمنا، بل محركاً قوياً يشكلها وأحياناً يغيرها إلى الأسوأ.

الافتراضات الإستمولوجية

يتعمق الأساس الابدستيمولوجي للمقترح النظري UVT في طبيعة اكتساب المعرفة وتكوين المعتقدات، ويستكشف كيف يتوصل الأفراد إلى معرفة القيم والمعتقدات وتفسيرها واستيعابها، و تفترض UVTT أن فهم الأفراد للقيم لا يعتمد فقط على التفكير الواعي والتعليمات الصريحة، بل يتشكل أيضا من خلال آليات اللاوعي والتعلم الضمني والمعالجة المستمرة للمعلومات من مصادر مختلفة، بما في ذلك وسائط الإعلام الجديدة والنماذج التي يحتذى بها (chiheb, 2024, p. 5)

التعلم الضمني: تعترف UVTT أيضا بدور التعلم الضمني في تشكيل قيم الأفراد ومعتقداتهم، ويشير إلى عملية اكتساب المعرفة دون وعي أو نية واعية، يمكن للأفراد أن يتعلموا ضمنا القيم من خلال التعرض المتكرر لسلوكيات ومواقف ومعايير اجتماعية وثقافية معينة، حتى لو لم يدركوا أو يعبروا عن هذه القيم بشكل صريح، وتسهم عملية التعلم الضمني في الطبيعة اللاواعية للانتقال القيمي، حيث يمكن للأفراد استيعاب قيم جديدة دون وعي منهم بعملية الاستيعاب لهذه القيم الجديدة (chiheb, 2024, p. 5)، فخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تتعلم من تفضيلات المستخدمين وتعزز قيما معينة عبر المحتوى المتكرر، مما يجعل الأفراد يستوعبون قيما جديدة دون وعي (مثل تعزيز الصورة المثالية لشخصية مؤثرة) .

فخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بتشكيل نظامنا القيمي وسلوكنا الرقمي عبر عملية معقدة ومستمرة من التعلم الضمني بشكل خفي وعميق، فدورها لا يقتصر على ترتيب المحتوى الذي نراه فحسب، بل إنها تتعلم باستمرار من تفاعلاتنا كإعجابات والمشاركات والتعليقات والإشارات والمتابعة والتفاعل مع المحتوى المباشر، وحتى التمرير السريع اللانهائي و هو خاصية او تصميم يزيل الحاجة إلى النقر لتحميل المحتوى، مما يجعل المستخدم يدمن على المحتويات بلا توقف، و التمرير اللانهائي من الميزات التي تعتمد عليها الخوارزميات، مصممة لزيادة الوقت الذي يقضيه المستخدمون على المنصات، وتعتبر من اهم الممارسات في منصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات المصممة لجذب انتباه المستخدمين وهي سمات أساسية، حتى وإن كانت ضارة من وقت المستخدمين واهتمامهم (Nancy , et al., 2023, p. 138)، وهذا لتعزيز قيم عبر المحتوى

من خلال إبقاء المستخدم على المنصة لاطول فترة ممكنة عبر هذه الديناميكية والتي لاكتفي بها الخوارزميات بتلبية تفضيلاتنا الحالية، بل تبدأ في بنائها وتضخيمها.

إذا فخوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي مجموعة تبني من القيم التي تشكل سلوك المستخدم وإدراكه للعالم، فمن هذه القيم نجد قيمة التفاعل على المحتوى الجوهري فالخوارزميات تعلم جمهور المستخدمين بان أي تفاعل مهما كانت صيغته هو مكافأة في حد ذاتها عبر جذب انتباه المستخدم الى المحتوى بغض النظر عن جودته او دقته اوقيمته، كما يجب ان تتوفر قيمة الموافقة الاجتماعية الكمية والتي تتم عن طريق التركيز لقياس القيمة عبر عدد الاعجابات والمشاركات والتفاعلات للمستخدمين والمتابعين، إضافة الى قيمة الإشباع الفوري التي تتبعها الخوارزميات لتوفير محتوى متجدد ومثير لاطالة المستخدم اكبر فترة ممكنة في التصفح وخاصة مع ظاهر التمرير اللانهائي التي تحفز المشاعر الإيجابية والمتعة والمكافأة للمستخدم، ويطيل وقت الاستخدام، مما يجعل المستخدم بين الترقب واثارة المجهول، وزيادة الرغبة الناتجة عن خلاصات وسائل التواصل الاجتماعي التي لا تنتهي، والبحث عن المكافآت وتوقعها في شكل علامات الصور والإعجابات والتعليقات، حيث تعمل الأخيرة كمحفزات تستمر في إعادة تأسيس سلوك الرغبة (De, Mazen , Eda , & Anika , 2025, p. 3)، كما تكمن ميزة أخرى متمثلة في قيمة الاستهلاك على الإنتاج الذي تشجعه خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي عبر استهلاك كميات هائلة من المحتوى بسرعة بدلا من قضاء الوقت في إنشاء محتوى أصلي ذي جودة أو الانخراط في أنشطة خارج المنصة، ضف الى ذلك تكمن قيمة التشابه والانتماء القبلي في تقديم محتوى مشابه لما تفاعل معه المستخدم مسبقا ومتابعين آخرين لهم نفس التوجهات والتفكير في الاستخدام والمتابعة والنشر، حيث يتعرض المستخدمون بشكل مفرط للأفكار التي تتوافق مع تصوراتهم ومعتقداتهم المسبقة (Ping Karthik , Aron , Matthew A. , & Mustafa , 2021, p. 3971) والتي تتعزز به أحيانا الهوية التوجيهية كالقبلية على حساب الفردية والاختلاف ويصبح من الصعب فهم وجهات النظر المختلفة وهذا مايسمى بـ فقاعات التصفية او الترشيح Filter Bubbles التي تعزز

التشابه في الأفكار والانتماءات الفكرية والتوجهية التي تعمل بشكل متكامل لتضخيم التحيزات الموجودة وعزل المستخدمين في مجموعات متجانسة أيديولوجيا (Vincenzo , 2024, p. 6)، إذا فالخوارزميات تبني نظاما قيميا جديدا غير معلن يركز على الانتباه، التفاعل، والإشباع الفوري كسمات عليا من الفضائل، على حساب القيم التقليدية مثل التعمق، والحوار الهادئ والبناء ، التعددية الفكرية، والتواصل الحقيقي.

البنائية الاجتماعية : التي تشير إلى أن المعرفة والمعتقدات ليست حقائق موضوعية بل يتم بناؤها اجتماعيا من خلال التفاعلات والخبرات المشتركة والسياقات الثقافية، ويتمشى هذا المنظور مع تأكيد بأن الواقع يبني اجتماعيا من خلال عمليات مستمرة من التجسيد الخارجي Externalization، التجسيد الموضوعي Objectivation الاستبطان، ويطبق المقترح النظري UVTT هذا المفهوم على عالم القيم، مقترحا أن فهم الأفراد لما يعتبر قيما أو مرغوبا يتشكل من خلال البيانات الاجتماعية والثقافية التي يندمجون فيها، ويتواجدون فيها بصورة دائمة (chiheb, 2024, p. 4) ، من خلال هذا الافتراض الذي يركز على المعرفة باعتبارها بناء اجتماعي، حيث تشكل الخوارزميات واقعا رقميا موازيا يبني على تفاعلات المستخدمين وانشطتهم في مواقع التواصل الاجتماعي، مايؤثر على تصوراتهم للحقيقة ومثال ذلك فقاعات الترشيح التي تحدث اثناء قيام الخوارزميات المتخصصة في مواقع التواصل الاجتماعي بتكييف المعارف والمحتوى المعروض على الجمهور المستخدم بناء على تفاعلاته وسلوكياته عبر هاته المواقع، مايؤدي به الى عزله عن المعلومات والآراء المخالفة لتوجهاته، وهنا تقوم فقاعات التصفية او الترشيح بتعزيز الانقسام الأيديولوجي من خلال تصفية المحتوى الذي قد يقدم وجهات نظر جديدة، ما يجعل من الصعب على المستخدمين استكشاف أو قبول وجهات نظر بديلة، وتقلل من التعرض لآراء متنوعة، مما يعزز التحيزات الحالية من خلال التأكيد المستمر على معتقدات المستخدمين (Ukkola, 2025, p. 21)، وهنا يمكن ان نقول بان الخوارزميات وفقا لتفاعلات وتوجهات المستخدمين هي التي تتحكم في الواقع الرقمي الذي هو في الأساس عبارة عن مجموعة من

التقنيات والإمكانيات الموجودة في AR و VR و MR، مما يتيح محاكاة الواقع بطرق مختلفة (Péter , Ádám , Tamás , & György , 2021, p. 226) فمحاكاة الخوارزميات للواقع الرقمي بناء على تفاعلات وسلوكيات المستخدمين ينجر عنه تبني قيم ومعرفة جديدة تساهم في البناء الاجتماعي

فخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي هي الركيزة المعاصرة الاعمق اثرا والاشد تشابكا في الية البناء الاجتماعي للواقع، باعتبارها اليات نشطة تشكل واقعنا الرقمي من خلال دورة مستمرة من التجسيد الخارجي، و التجسيد الموضوعي، فالتجسيد الخارجي الذي يعبر فيه جمهور المستخدمين عن توجهاتهم وافكارهم وقيمهم وتجاربهم من خلال منشورات وتعليقات وإعجابات ومشاركات، هذه الأنماط التفاعلية والتعبيرية هي تجسيد لوعيهم الداخلي وخبراتهم في العالم الخارجي الرقمي، وهو ما يجعل الخوارزميات تقوم بدور المسجل والمراقب الكلي الذي يجمع هذا الكم الهائل من المعلومات والمعارف لجمهور المستخدمين، محاولة إياه إلى بيانات قابلة للقياس والتحليل ومعالجة تلك البيانات الضخمة تخلق الخوارزميات واقعا موضوعيا وهو مايسى بالتجسيد الموضوعي والذي يكون فيه جمهور المستخدمين مستقلين عن نواياهم وخارج عن ارادتهم كمحتويات وخطابات التي تظهر للمستخدم على أنها الحقيقة أو ما يحدث في العالم، في حين انه واقعا مصممة بناء على سلوكاته وتفاعلاته السابقة على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي التي ينشط فيها، كما تتشكل أنماط واتجاهات عامة تبرز فيها قضايا معينة وتستثنى أخرى، وتكرس كوقائع اجتماعية مشتركة تكون محل مناقشة للجميع، في حين ان أنظمة التصنيف التي تقوم عليها الخوارزميات تفرض تصنيفات ومعاني محددة على العلاقات والمحتويات كالاصدقاء المقربون والمحتويات الحساسة، وهو مايتشكل التجسيد الموضوعي للخوارزميات، اما أخيرا يأتي الاستبطان حيث يواجه المستخدم هذا الواقع الموضوعي الذي صنعه الخوارزمية كالزمن، والتوصيات، والترندات، ويتعامل معها على أنها حقيقية طبيعية، في عملية استبطان معمقة يقوم المستخدم بامتصاص هذا الواقع المشكل والمصمم وتعديل تصورات وسلوكه، فعلى سبيل المثال مداومة الخوارزميات في عرض محتوى يؤكد توجهها متحيزا في قضية معينة، فإن المستخدم قد يضمن هذا التحيز

على أنه حقيقة مطلقة أو توجه سائد، وهكذا يصبح الواقع الموضوعي الذي صنعته الخوارزميات جزءا من الوعي الذاتي للمستخدم، مما يدفع بدوره إلى التجسيد الخارجي.

إذا فإن الخوارزميات لا تنقل الواقع فحسب، بل تنتج عبر التجسيد الموضوعي الذي يتشكل بناء على تفاعلات وتصورات المستخدمين للواقع، مروراً إلى التجسيد الخارجي للمستخدمين وتحوله إلى بناء رقمي معقد يشكل تصوراتنا عن العالم وقيمنا، وحتى هوياتنا الاجتماعية في العصر الرقمي.

الافتراضات البراكسيولوجية

تتعمق الافتراضات البراكسيولوجية UVTT في الآثار الممارساتية والعملية للقيم والمعتقدات المتطورة لدى الأفراد والجماعات، مع التركيز على كيفية ظهور هذه القيم في شكل ممارسة، والسلوك واتخاذ القرارات وتعتمد UVTT على مبادئ البراكسيولوجيا، ودراسة الفعل الإنساني والمنطق العملي، لفهم كيفية ترجمة الأفراد لقيمهم إلى ممارسات وأفعال ملموسة، تتجاوز بها تعقيدات العيش وفقاً لأنظمة معتقداتهم المتطورة في البيئة الرقمية (chiheb, 2024, p. 7).

الاعتقاد: وهو يشير إلى مجموع التصرفات، الممارسات وطرق التفكير المتأصلة التي يكتسبها الأفراد بشكل غير واعٍ من خلال التنشئة الاجتماعية والتجارب التي يعيشونها، ويؤثر الاعتقاد أو الهابيتوس على تصورات الأفراد، تفسيراتهم وتصرفاتهم، وتشكل استجاباتهم للمواقف والتحديات بطرق تتسق مع قيمهم ومعتقداتهم الداخلية وعلى هذا الأساس تفترض UVTT أن اعتياد الأفراد يمكن أن يتطور مع مرور الوقت تمر أنظمة القيم الخاصة بهم بتحويلات تؤدي إلى تغييرات في سلوكياتهم وممارساتهم (chiheb, 2024, p. 7)، من خلال هذا الافتراض فإن الاعتقاد أو الهابيتوس هو استيعاب للمجال أو مجموعة من التفضيلات أو الميول التي تشكل ادراك الأفراد للعالم وتصرفاتهم فيه، والهابيتوس هو عالم اجتماعي مجسد ومجموعة من المسارات الجماعية والفردية وتفاعل معقد بين الماضي والحاضر (PAULINE & HU, 2021, p. 4506)، فالأفراد والمستخدمون يكتسبون مجموعة من العادات والتصرفات والأذواق والميول المكتسبة التي تطورها

الفرد بشكل غير واعٍ من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والانتماء إلى طبقة أو بيئة اجتماعية معينة، فهو الشعور العملي الذي يوجه سلوكنا وتفكيرنا وتصوراتنا في الحياة اليومية بشكل تلقائي دون الحاجة إلى تفكير عميق، فالاعتقاد أو هايبتوس وسائل التواصل الاجتماعي social media habitus هو عالم مجسد من أنماط تفكير الفرد وتصرفاته، التي تشكل ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي، مثل سبب استخدامه لها (أي السمات المدركة)، وكيف يدرك شعبيتها بين أقرانه (أي الشعبية المدركة)، وما هو تفضيله لوظائف وسائل التواصل الاجتماعي (أي الأهمية المدركة لهذه الوظائف) (PAULINE & HU, 2021, p. 4506)، اما الهايبتوس الرقمي فهو امتداد لمفهوم بورديو في العالم الرقمي ويمكن ان نشير اليه على انه مجموعة الميول والسلوكيات والمهارات والتوقعات التي يكتسبها الأفراد من خلال تفاعلهم المستمر مع البيئة الرقمية، والتي تشكل بدورها اليات وكيفية تصرفهم وتفاعلهم وتصورهم للعالمين الرقمي والواقعي، فمن خلال هذا المفهوم يمكن ان نقول ان خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تعود المستخدمين و تشكل عاداتهم، مثل الوقت الذي يقضونه على المواقع التواصل الاجتماعي ومختلف المنصات مما يؤثر على سلوكياتهم اليومية وقيمهم، وهو ما يبنى واقعا اجتماعيا رقميا موازيا يبنى عبر تفاعلات المستخدمين مما يؤثر على تصوراتهم للحقيقة.

فخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي ماهي الا اليات غير مرئية تدير وتشكل تجربتنا على منصات التواصل الاجتماعي، و تقرر المحتويات التي تظهر للمستخدمين، وبأي ترتيب، وجهات التواصل، حيث تعمل هذه الخوارزميات بشكل مستمر على تحليل سلوكيات المستخدمين سواء ماتعلق بالمشاهدات والإعجابات والمشاركات والتعليقات والإشارات والمتابعة والتفاعل مع المحتوى المباشر، وحتى المدة الزمنية التي تستوقفنا عند منشور معين، فمن خلال هذا التحليل المستمر لبيانات المستخدمين، تبني الخوارزميات صورة افتراضية عن هوياتنا ورغباتنا وقيمنا، ثم تقوم بتغذيتنا بمحتوى يعزز هذه الصورة ويوسعها، مما يخلق ما يسمى الهيبتوس الرقمي Digital habitus الذي يشكل التصورات والتفضيلات والسلوكيات التي يتبناها المستخدم دون وعي كامل، نتيجة تفاعله

واستخدامه المستمر في البيئة الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي التي صممتها الخوارزميات.

فخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدراسة سلوكيات المستخدمين بتشكيل ذوق المستخدم واقتراح ما يحبه المستخدم بناء على تصفحاته وتفاعلاته، وهو ما يخلق هيبتيوس رقمي يغذي بدوره الخوارزميات عبر البيانات التي تقدم عن المستخدم ويعزز بشكل أعمق تفضيلات المستخدم ويحد من تعرضه لآراء وأفكار واتجاهات مختلفة، مما يخلق واقعا رقميا شخصيا مشكل من عادات المستخدمين يؤثر على سلوكياتهم اليومية وقيمهم.

التغذية الراجعة والتفكير: تؤكد UVTT على دور التغذية الراجعة والتفكير في تشكيل تصرفات الأفراد وسلوكياتهم، من خلال التفكير في عواقب أفعالهم وتلقي التغذية الراجعة من الآخرين، ما يدفع الأفراد لتعديل سلوكياتهم ومواءمة أفعالهم بشكل أوثق مع قيمهم، بتحديد الافتراضات البراكسيولوجية، تقدم UVTT فهما شاملا لكيفية ترجمة الأفراد لقيمهم ومعتقداتهم في البيئة الرقمية إلى أفعال ممارسات وسلوكيات ملموسة (chiheb, 2024, p. 7)، فخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي توفر تفاعلات (مشاهدات إعجابات مشاركات وتعليقات وإشارات ومتابعة والتفاعل مع المحتوى المباشر) تشكل سلوك المستخدم وتعديل قيمه بناء على ردود الأفعال الرقمية، تعمل من خلال حلقة متطورة من التغذية الراجعة والتفكير بجمع وتحليل بيانات التفاعل المستمرة للمستخدم كتغذية راجعة فورية، لتتعلم منها تلقائيا وتضبط المحتويات التي تعرض على المستخدم بما يتوافق مع اهتماماته وسلوكياته السابقة، حيث تقوم خوارزميات التعلم الآلي المتقدمة بتحليل سلوك المستخدم لتفسير المشاعر والاهتمامات، مما يمكن المنصات من توصية محتوى مخصص وتحسين الخلاصات في الوقت الفعلي، ما يزيد من مشاركة المستخدم ويعزز السلوكيات الإدمانية (De, Mazen , Eda , & Anika , 2025, p. 2). وتعتمد الخوارزميات على التعلم والتغذية الراجعة المستمرة من خلال تتبع كل تفاعل للمستخدم (إعجاب، تعليق، مشاركة، مدة المشاهدة، وحتى المتابعة)، ما يجعل الخوارزميات تخصص وتوجه المحتويات وفقا للبيانات المستخلصة على المستخدم لبناء نموذج دقيق

لاهتمامات المستخدم، ثم تقوم بتغذية خطته الزمنية بمحتوى مشابه لجذب أكبر قدر من انتباهه وإبقائه على المنصة لأطول فترة ممكنة، وكلما تفاعل المستخدم أكثر مع نوع محدد من المحتوى، كلما راجعت الخوارزمية أولوياتها وعززت من عرض المحتوى المقصود، مما يخلق التعزيز الذاتي. ويعزز ظاهرة غرفة الصدى Echo chambers ويخلق واقعا رقميا مخصصا لكل فرد،

6. خاتمة:

من خلال هذه الورقة العلمية التي تطرقنا فيها الى خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على قيم الجمهور وسلوكياته، والتي قمنا بمعالجة هذا الموضوع في اطار المقترح النظري الانتقال القيمي اللاواعي (UVTT)، اين استخلصنا ثلة من النقاط حول موضوع خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي التي تتفاعل مع المستويات الميتانظرية، سواء كان وجوديا وهذا بإعادة الخوارزميات لتعريف الواقع الرقمي عبر ترتيب الأولويات، اما معرفيا فهي تشكل المعرفة عبر التعلم الضمني والتحييزات، اما ممارساتها فهي توجه السلوكيات عبر التكيف مع المعايير الرقمية، اما قيميا فهي تعيد هيكلة أنظمة القيم الفردية والجماعية، هذا التفاعل ينتج انتقالا قيميا لاوعيا بتغيير نظام قيم المستخدم دون إدراكه، مما يبرز الحاجة إلى دراسات نقدية لتأثير الخوارزميات على البنى الاجتماعية والقيمية، لان خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي التي تعطي الأولوية للمحتوى الجذاب وتساعد في تعزيز الظهور والانتشار، ولا تعمل كقناة توزيع فحسب، بل تعزز وصول المحتويات وفقا لتفاعلات المستخدمين.

7. اهم نتائج تأثير خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الجمهور وسلوكياته

قيمية

نسبية الحقائق وإضعاف سلطة المعرفة المرجعية: تعمل الخوارزميات على إنشاء غرف الصدى Echo Chambers وفقاعات الترشيح Filter Bubbles، والتي تقوم بعزل



المستخدمين داخل بيئة تعزز فقط معتقداته الحالية، ما يؤدي الى غياب الموضوعية واندثار الحقائق، وترجيح كفة تفوق المشاعر والانتماءات القبلية على الحقائق الثابتة، وتصبح الحقيقة الخاصة بديلا عن الحقيقة الواقعية.

تعزيز القيم السطحية والمادية على حساب الجوهر: فخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تعزز وتفضل المحتوى المرئي الجذاب والسريع الانتشار، مما يروج لقيم الاستهلاكية والمظهر الخارجي والشهرة السريعة، وتقديس النجاح الممي بعدد الاعجابات والمتابعين والمروجين على حساب الحقائق المعرفية والعلمية والجهود الحقيقية.

تفكك قيم الحوار والتسامح: فالمتابع لمحتويات مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة المحتويات الخالية من القيم الإيجابية (كمحتويات المثيرة للغضب والجدل والعنف) تستقطب اكبر فئة من جمهور المستخدمين والمتفاعلين، وهذا ان دل على شيء فانما يدل على تطرف الخوارزميات في تعزيز هاته المحتويات، التي تؤدي الى تطرف الآراء وتراجع قيم الحوار البناء والهادئ والرأي الآخر.

تقويض القيم الاجتماعية والأسرية: يتم بناء تصورات جديدة للعلاقات والنجاح الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، التي تتعارض في بعض الأحيان مع القيم الكلاسيكية في النظام الاجتماعي، مما يخلق فجوة قيمية بين الأجيال السابقة والأجيال المسيرة لمواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يخلق تنافر بين الجيلين بسبب هذه التغيرات في القيم.

سلوكيا

إدمان مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية وتقليل الانتباه: فطبيعة تصميم خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي مشجعة لتحفيز إفراز الدوبامين عبر مبدأ المكافأة



غير المتوقعة والتي تؤدي إلى سلوك إدماني للمستخدم وخاصة مع التدفقات السريعة للمحتويات الى تقليل الانتباه وصعوبة التركيز في الحياة اليومية للمستخدم في مختلف مهامه.

محاكاة سلوك الانسياق الاجتماعي: فخوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تروج للتحديات والموضة السريعة والمستحدثة بصفة دورية، مايجعل المستخدمين يخطرطن ويندفعون للمشاركة خوفا من العزلة الاجتماعية وفقدان المكانة الاجتماعية في النظام الاجتماعي ككل، هذا السلوك في الغالب يضعف مبدا الفردانية في المبادرة وحرية الراي وغياب التفكير النقدي البناء.

التاثير على الصحة النفسية والاجهاد النفسي: تعتمد خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي على المقارنة الاجتماعية السلبية من خلال عرض الحياة المثالية للمستخدمين المميزين والمؤثرين، ماينعكس سلبا على المستخدمين العاديين سواء ماتعلق بتقدير الذات وعدم الرضا على الحياة الواقعية التي يعيشونها، مايجعلهم يسعون دائما للوصول بشتى الطرق الى معايير المثالية والجمال الغير واقعية التي تستعرضها مواقع التواصل الاجتماعي

تغيير أنماط الاستهلاك والتسوق: توجه خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمين نحو علامات تجارية ومنتجات محددة، بناءا على تفاعلاتهم وتطلعاتهم وسلوكياتهم على هاته المواقع، مما يجعلهم في سلوك شرائي اندفاعي نحو هاته المنتجات بدون وعي لطبيعة هاته الأسواق والمنتجات، وخاصة ان كانت إعلانات هاته الأسواق والمنتجات مستهدفة ومدعومة بتوصيات المشاهير وقادة الراي.

التحكم في السلوك السياسي والاجتماعي وتوجيهه: تتمتع خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي بقوة حشد الجماهير وتوجيهها وتنظيم الاحتجاجات او الحملات الاجتماعية بسرعة كبيرة هذا من ناحية، في حين لها القدرة على التلاعب بالرأي العام وتوجيهه نحو أي نقطة، ونشر الشائعات وتضليل الرأي العام واستغلال عواطف الجمهور لدعم توجه او رأي معين دون تمحيص او نقد.

5. قائمة المراجع:

1. ANDREW , G., BRENDAN, N., BENJAMIN , L., & JASON , R. (2018). Avoiding the echo chamber about echo chambers: Why selective exposure to like-minded political news is less prevalent than you think. USA: Knight Foundation. Récupéré sur <https://knightfoundation.org/reports/avoiding-the-echo-chamber-about-echo-chambers>
2. Betahar, H. (2021, 12 05). The quantitative qualitative struggle is a methodological retroactive and a brake on scientific research in the digital environment. Rakmana, Journal for Media and Communication, 1(02).
3. Chen, J. (2022). Research on the Echo Chamber Effect. Advances in Social Science, Education and Humanities Research. Atlantis Press (p. 874). Atlantis Press. Retrieved from <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220131.174>
4. Chiheb, A. (2024). The unconscious value transition in digital environment: A new theoretical proposal. Journal of AI Hikma for Media and Communication, 12(1), 99. Retrieved from <https://www.asip.cerist.dz/en/article/242840>
5. chiheb, a. (2024, 6 7). UVTT's Meta-Theoretical: Epistemological, Ontological, Praxiological, Axiological and Methodological

- Postulates. Journal of Al hikma for media and communication , 12(2), 6. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/381234681>
6. De, D., Mazen , E., Eda , A., & Anika , K. (2025, 08 01). Social media algorithms and teen addiction: Neurophysiological impact and ethical considerations. 17(1), 1. doi:10.7759/cureus.77145
7. Figueiredo, C., & César , B. (2017, 12). Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization by New Media. International Review of Information Ethics, 26, 28.
8. Garrett, G. K. (2017). The "echo chamber" distraction: Disinformation campaigns are the problem, not audience fragmentation. Journal of Applied Research in Memory and Cognition, 6(4), 371. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.09.005>
9. Holone, H. (2016). he filter bubble and its effect on online personal health information. roatian Medical Journal, 57(3), 298. doi:10.3325/cmj.2016.57.298
10. Kim, L. (2023). The Echo chamber-driven Polarization on Social Media. Journal of Student Research, 12(4), 1.
11. Krishna, A. (2022, JANUARY 11). freeCodeCamp. Consulté le 17 06, 2025, sur [freeCodeCamp: https://www.freecodecamp.org/news/search-algorithms-linear-and-binary-search-explained/](https://www.freecodecamp.org/news/search-algorithms-linear-and-binary-search-explained/)
12. Mahmoudi, A., Jemielniak, D., & Ciechanowski, L. (2024). Echo Chambers in Online Social Networks: A Systematic Literature Review. IEEE Access, 12, 9. Récupéré sur <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3353054>
13. Marc , S., & Rik , P. (2021). The Algorithmic Society: Technology, Power, and Knowledge. United Kingdom: Routledge.

14. Meyers, L. (2025, January 1). SocialBee. Retrieved from socialbee: <https://socialbee.com/blog/social-media-algorithms/>
15. Najma , S., Smita , P., Sourabh , C., & k Safikul , A. (2017, March 02). A Brief Study and Analysis of Different Searching Algorithms. 2017 SECOND IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ELECTRICAL, COMPUTER AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES, 944. India.
16. Nancy , C., Rebecca , S., Madeline , J., Mackenzie , A., Amanda , R., Oluwadunni , O., . . . S. Bryn ., A. (2023). ALGORITHMS, ADDICTION, AND ADOLESCENT MENTAL HEALTH: An Interdisciplinary Study to Inform State-level Policy Action to Protect Youth from the Dangers of Social Media. American Journal of Law & Medicine, 49(2-3), 137. doi:10.1017/amj.2023.25.
17. Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. New York,USA: Penguin Press.
18. PAULINE , H., & HU, Q. (2021, 02 02). Understanding Digital Generations:Social Media Habitus, Memetic Engagements, and Digital Social Inequalities in China. (Q. H. Cheong, Ed.) International Journal of Communication, 15, 4506.
19. Péter , B., Ádám , C., Tamás , B., & György , W. (2021). Introducing the Concept of Internet of Digital Reality – Part I. Acta Polytechnica Hungarica, 18(7), 226.
20. Shreekanth , M., Navaneetha , M., Smitha , N., & Radhakrishnan , G. (2025). Exploring New Sort Algorithms. Bengaluru India, 1Cambridge Institute of Technology, K R Puram, Bengaluru 2CMR Institute of Technology, Bengaluru. doi:DOI: 10.13140/RG.2.2.20582.9504
21. Thomas H. , C., Charles E. , L., Ronald L. , R., & Clifford , S. (2009). Introduction to Algorithms. s London, England, Cambridge, Massachusett: The MIT Press.

22. Tulsiram, M. (2014). Sorting Algorithm. United States, Computer Science: Indiana State University.
23. Ukkola, A. (2025). The influence of social media recommendation algorithms on opinion polarization. Finland, (Bachelor's thesis). University of Jyväskylä, Jyväskylä: University of Jyväskylä, Jyväskylä.
24. Valeria, G. (2024, October 31). How Does Algorithm Work on Social Media Platforms? Retrieved 07 18, 2025, from Reputation Sciences: <https://www.reputationsciences.com/how-does-algorithm-work-on-social-media-platforms/>
25. Vincenzo , A., Diodato , F., & Grazia , F. (2024). How to mitigate disagreement and polarization in opinion formation processes on social networks. Proceedings of the International Workshop on Artificial Intelligence for Climate Change, the Italian Workshop on Planning and Scheduling, the RCRA Workshop on Experimental Evaluation of Algorithms for Solving Problems with Combinatorial Explosion,,