المقال الثالث: ثقافة الترند وفقاعات التصفية

ثقافة الترند (المحتوى الرائج أو الأحداث الأكثر تفاعلاً) هي ثقافة أعلتها وسائل التواصل الاجتماعي بين مستخدميها، بل تحولت إلى صناعة (أصبح الترند مصنوعاً)، وذلك عبر تداول موضوع أو فكرة أو مضمون معين بشكل واسع وشديد الانتشار عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويعود النجاح الذي يحققه الترند إلى تفاعل الجمهور معه وإلى قدرته على إثارة الاهتمام والمشاعر والمصالح المشتركة، وغالباً ما يكون للترند دور مهم في تحديد الموضوعات التي يهتم بها الجمهور وفي توجيه اتجاهات الحوار العام حول القضايا الاجتماعية، أو السياسية، أو الاقتصادية، أو الدينية، أو الطبية وغيرها من القضايا التي تتطلّب قدرا كبيرا من المعرفة والإدراك.

قد تصل ثقافة الترند إلى الإدمان السلوكي؛ من خلال الإفراط في متابعة الأحداث الرائجة على مواقع التواصل وتكرار ذلك، مما يؤثر سلبا على الحياة اليومية، ويعتمد هذا النوع من الإدمان بالتحديد على مجموعة من العوامل المسببة، من بينها الآليات الجاذبة والعناوين الرنانة، التي يعمل عليها خبراء وعلماء نفس لتعزيز جذب المشاهدين، وكذلك التقنيات الحديثة الداعمة لتسلسل التصفح. وتعمل شركات أو ملاك مواقع التواصل على جمع بيانات المستخدمين بأدق التفاصيل الممكنة من أجل توفير بيئة افتراضية مغرية ومتجددة قادرة على استبقاء مستخدمي مواقعها لفترات أطول، وتستخدم هذه المعلومات لتخصيص النتائج المتوافقة مع أفكار المستخدم من أجل تطوير التصفح بتسلسل حلزوني غير محدود.

> الترند يخبرك بنوع القضايا أو الاهتمامات التي يجب أن تشغل بالك من خلال عرض صور أو فيديوهات أو تقارير، ويوجهك لتتفاعل معها.

نحن محتجزون داخل فقاعة

أننا على الإنترنت نعيش في فقاعات، كلٌ في فقاعته الخاصة (فقاعة التصفية Filter Bubbles)، هذه الفقاعة تحيط الفرد بغلافها المرن القابل للتمدد مجازياً، عبر امتصاص محتويات يتم انتقاؤها في محركات البحث لتتناسب مع أفكار المستخدم ومعتقداته واهتماماته. هكذا تعمل خوارزميات الإنترنت، ذلك النظام البيئي الشخصي للمعلومات، عبر قيامها باحتجاز الأفراد في دائرة اهتماماتهم الخاصة فقط. فمثلاً عند إجراء بحث في محرك البحث Google، يتم استخدام المعلومات المتعلقة بك بالإضافة إلى مصطلح البحث الخاص بك للعثور على نتائج البحث التي من المرجح أنها تهمك وترتبها حسب الأولوية، وعند العودة للبحث فإن المحرك سيرشح نتائج البحث الأولى، وعند اختيارها فإنك تؤكد مرة أخرى لمحرك البحث أن هذه النتائج ذات صلة أو مثيرة لاهتمامك، يؤدي هذا بدوره إلى تقوية عامل التصفية، مما يزيد من احتمالية حصولك على نتائج مماثلة في المستقبل. وهكذا في جميع محركات البحث عبر الانترنت والبرامج والتطبيقات الشبكية.

> اهتمامات الأشخاص في شبكتك الاجتماعية هي أيضًا جزء من الخوارزميات، مما يزيد من احتمالية تلقيك لنتائج البحث التي تنجذب إليها شبكتك الاجتماعية بشكل عام.

في أغلب الأحيان، توفر هذه المرشحات نتائج جيدة وذات صلة، ولكنها تصبح مشكلة بمجرد اختيار عناصر تجعل نتائج البحث تنجذب نحو المعلومات الخاطئة، وعندها من الصعب الخروج من قوة جاذبية خوارزميات البحث التي اعتمدت على المعلومات الخاطئة.

> فقاعه التصفية تحدد اهتمامك أنت وما تبحث عنه، من خلال "النقر على الروابط، وعرض الأصدقاء، ووضع الأفلام في قائمة الانتظار[الخاصة بهم] ، وقراءة القصص الإخبارية" ، وما إلى ذلك.

هذه العملية ليست عشوائية، لأنها تعمل في إطار عملي من ثلاث خطوات:

الخطوة الأولى: الكشف عن الأشخاص وماذا يحبون.

الخطوة الثانية: التزويد بالمحتوى والخدمات التي تناسب الأشخاص على أفضل وجه.

الخطوة الثالثة: ضبط وتشكيل هوية الوسائط الخاصة بالأشخاص.

ولكن في حقيقة الأمر، اهتمامات مستخدمي الإنترنت مختلفة، فهناك من يهتم بالمحتوى التثقيفي التربوي والاجتماعي، بينما أخريهتم في الاتجاهات السياسية وفي الوضع الاقتصادي للدول، وما يتابعه المهتم بالمحتوى التثقيفي والاجتماعي لن يظهر للأخر، إلا في حال تقاطع معه عبر التفاعل معه على أحد "الترندات" وقام بالحديث معه وربما متابعة صفحته، حيث ستظهر اهتمامات

الترند يوجه سلوكنا كجمهور

إن المتتبع لتفاعل الجماهير بالقضايا المختلفة التي تتبناها مواقع التواصل الاجتماعي، ليدفعنا الى البحث عن كيفية تبني هذه الجماهير لها، فما هي الأبعاد السيكولوجية للجماهير المتفاعلة مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي؟

تفسر "سيكولوجية الجمهور" سلوك الأفراد على الأنترنت حيث تبين أن الفرد يفقد فرديته ويذوب في كتله غير متجانسة من الأفراد والأفكار والأجساد والأهداف فيبدو شخصا أخر تماما عن شخصيته الحقيقية، ويتفاعل مع الجمهور بمشاعره وسلوكه. وقد يستمد الفرد قيمته بين جماهير وسائل التواصل الاجتماعي عبر المشاركة بـ تعليقات أو نصائح أو أفكار.

وتوضح نظرية التقارب أن هناك العديد من الجموع التي تكونت بناءً على تقارب الاهتمامات بين الأفراد، وهذا ما يحدث بسبب الـ(Filter Bubble) حيث إنها تساهم في جمع الأفراد الذين يهتمون للمحتوى ذاته، فيتواصلون ويُكونون مجموعات تحمل التوجهات ذاتها.

وهناك من يتقنون التعبير عن محتواهم الذي يحمل العديد من التأويلات لضمان المزيد من الحشود المتضامنة معهم، ويتجلى هذا النمط في بعض الشخصيات السياسية والأدبية والإعلامية للسيطرة على متابعة فئات واسعة من مستخدمي الإنترنت خاصة من خلال شبكات التفاعل الاجتماعي، والتي من بينها وسائط التفاعل المستندة على دعائم واقعية (صور/ فيديوهات) قد لا يمكن أن نلامس أو نرى تفاصيلها بالعين المجردة إنما هي واقع وعالم افتراضي له من الأثر والتأثير الكبيرين على العالم الواقعي، من حيث ايجابية أو سلبية استخدام فكرة التواصل والعمل على توظيفها توظيفاً سليماً من عدمه، فمثلا عند ممارسة الدعاية والإشاعة حول قضية ما، وما يتم نشره من أكاذيب في هذه المواقع وإشاعات قد تصل إلى خلق مشكلات سلوكية عديدة، قد تعود بالسلبية للكثير من المجتمعات، خاصة إذا كانت تلعب دورا كبيرا في هدم العلاقات الاجتماعية بين الأفراد.

كيف نتعامل مع الترند

للتعامل مع الترندات المنتشرة على الفضاء الرقمي علينا أن نبني ونعزز الفكر الناقد لدى أفراد المجتمع، ففي بعض الأحيان يتم تداول بعض الترندات الساذجة أو غير الاخلاقية والتي لا تتناسب مع قيمنا ومعتقداتنا، عندها يجب علينا أن نفكر بإمعان في هذا المحتوى الرائج ومدى مناسبة المشاركة فيه وزيادة شهرته أكثر، وأن نسأل أنفسنا ما هي الأفكار التي يحتويها، وماهي الآثار المترتبة عليه.

ولذلك من المهم العمل على ترسيخ القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الأفراد وتنمية الرقابة الذاتية للأطفال، الرقابة القائمة على القناعة المحفزة والرادعة عند اختيار المحتوى واختيار نوع الفكرة التي يعرضها هذا المحتوى للحد من شدة انتشار المحتوى المنافي لقيم وأخلاق المجتمع.

ولابد من إدراك أن مسؤولياتنا كأفراد مواجهة وتغيير المحتوى الرائج المخالف لمعتقداتنا والمؤثر سلباً على أعرافنا الاجتماعية حسب المستطاع، وذلك بطرق وأساليب متعددة، ومن أبسطها التفاعل مع الترند بشكل إيجابي وتوعية الآخرين، عبر تفنيد الفكرة الرائجة بشكل منطقي ومقنع وهنا يبرز دور الفكر الناقد للفرد (اقنع الآخرين)، بشرط أن يكون المتفاعل متمكناً من موضوع المحتوى ومهيأً للإجابة على تساؤلات الآخرين حول محتوى الترند وتوجيههم إلى المعتقدات المسلمة والموروثات المتعاقبة بين الأجيال في مجتمعنا.