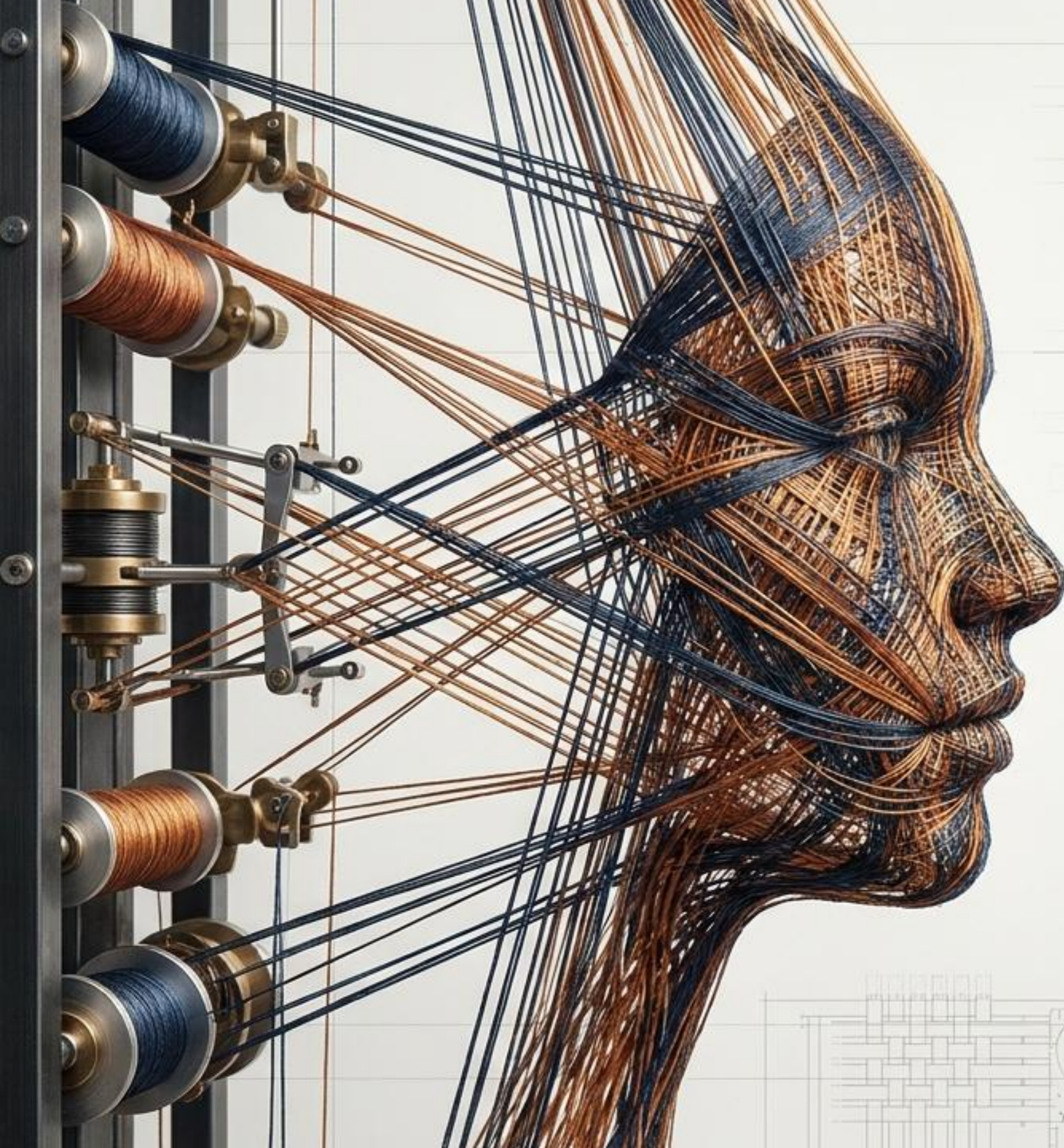




حين تعترف الخوارزمية بأنها تُهندسنا

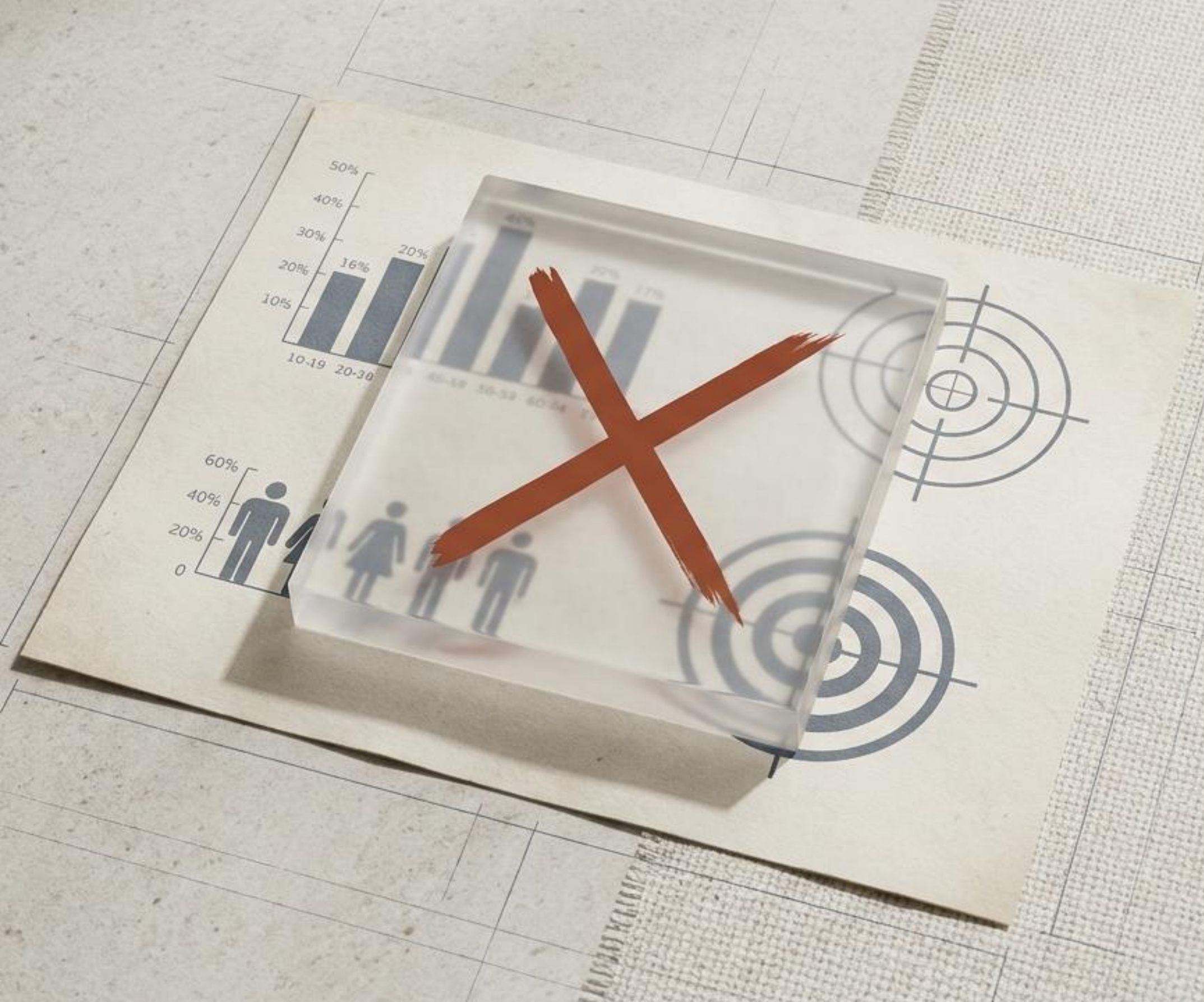
نهاية عصر الجمهور المستهدف..
وبداية عصر صناعة الجمهور

عبد اللطيف نجم - خبير وباحث في الإعلام الرقمي

السؤال الذي حكم صناعة الإعلام لعقود.. انتهت صلاحيته

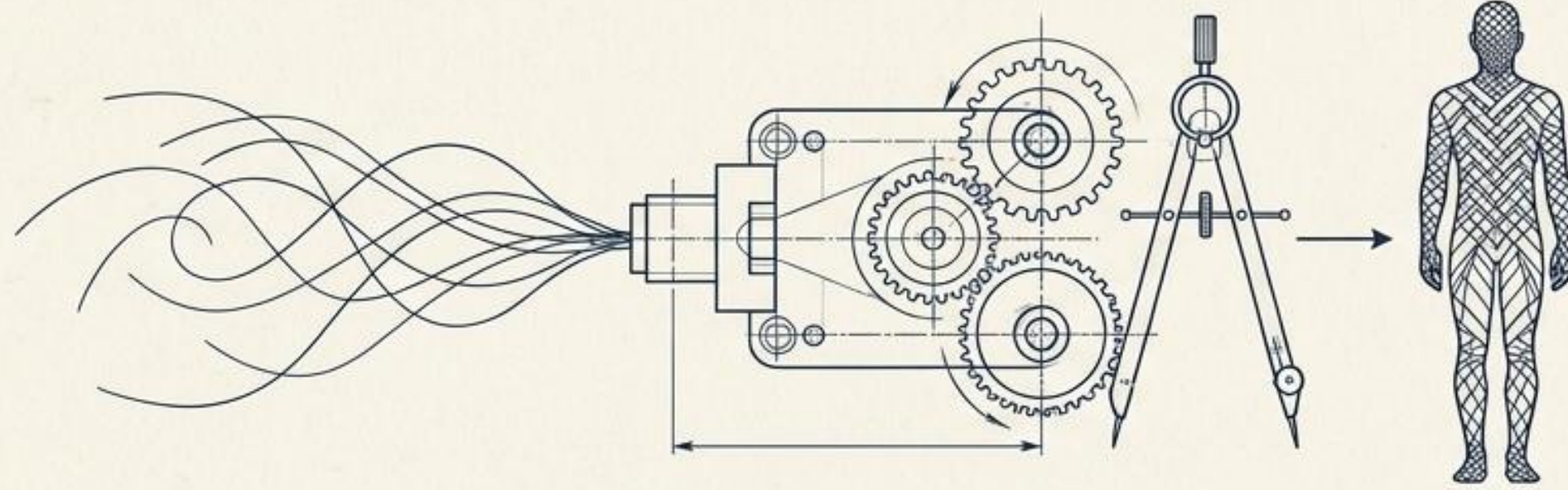
السؤال القديم:
من هو الجمهور المستهدف؟
(عمره، اهتماماته، منطقته)

كان يُفترض أن الجمهور موجود
سلفاً.. وأن مهمتنا الوحيدة هي
البحث عنه وإيجاده.



لم نعد نبحث عن الجمهور.. بل نصنعه

”السؤال اليوم لم يعد من هو الجمهور؟ بل: كيف نُهندس هذا الجمهور؟“



• الاستهداف اليدوي التقليدي انتهى فعلياً وفقاً لأدبيات التسويق لعام 2026.

• الخوارزمية تبني الجمهور من تلقاء نفسها من الداخل.

• دور المُعلن اقتصر على تغذية الخوارزمية بإشارات دقيقة.

من الاستهداف إلى الهندسة

وجه المقارنة	النموذج التقليدي	نموذج هندسة الجمهور
طبيعة الجمهور	كيان موجود مسبقاً	كيان يتم تشكيله وبناءؤه
دور المنصة	أداة وصول محايدة	مهندس نشط وصانع قرار
آلية العمل	اختيار فئة عمرية واهتمام محدد	إشارات دقيقة تغذي الخوارزمية لتبني الجمهور
النتيجة النهائية	الوصول للمتلقي	هندسة المتلقي

ترسانة الهندسة الخوارزمية: أرقام وحقائق



نظام جيم (Jim)

3.5%

زيادة في معدل النقر (فيسبوك)
نتيجة مضاعفة المعالجات.



نظام أندروميديا (Andromeda)

10,000 ضعف

سعة نموذجية تفوق سابقه.



الاستهداف المعزز بالجمهور

119%

معياري جديد يَعدُّ بزيادة في
الوصول تبلغ هذه النسبة.



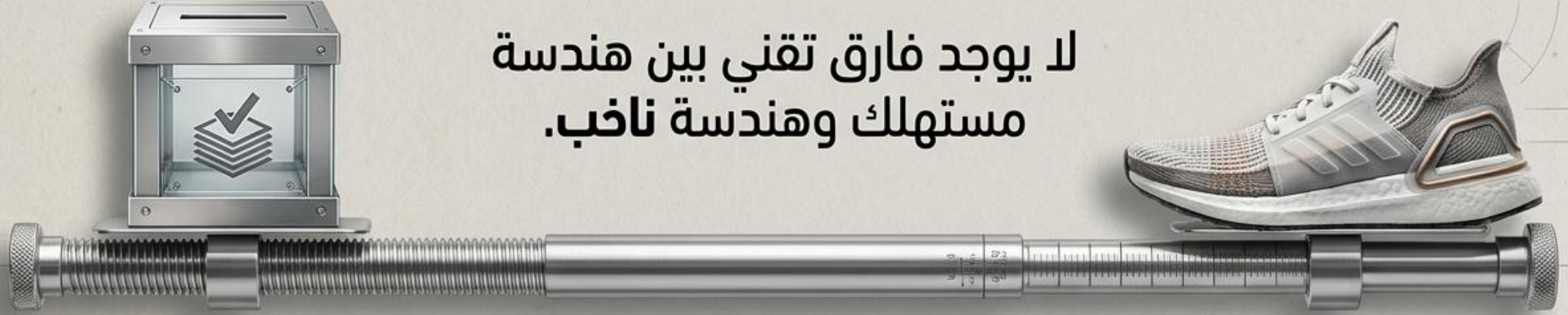
نموذج ترتيب التكيّف (إنستاجرام)

1 تريليون

معامل حسابي! حقق زيادة 3%
في التحويلات و5% في النقر.

الخوارزمية لا تملك حساً أخلاقياً

لا يوجد فارق تقني بين هندسة
مستهلك وهندسة ناخب.



قد يبدو الأمر شأناً تقنياً لبيع الأحذية الرياضية، لكن الحقيقة أعمق؛
فالآلية ذاتها قادرة على تشكيل أي موقف سياسي أو هوية فكرية.

الفارق الوحيد يكمن في نوايا المشغل، لا في طبيعة الأداة.

الجمهور الخوارزمي: الكيان الهجين (دراسة 2025)

العرض الذاتي:
الطريقة التي يعرض بها
المستخدم نفسه.

المنطق التقني:
الخوارزميات
وقواعد المنصة.

= كيان هجين
(ليس متلقياً سلبياً..
وليس فاعلاً مستقلاً)

المراقبة التجارية:
الدافع الربحي الكامن
خلف كل تفاعل.



سقوط ذريعة الحياد

حين تعترف الصناعة بأنها تُهندس
ولا تستجيب.. تسقط أكبر كذبة.

المنصات ليست مجرد أدوات محايدة
تعكس رغباتنا.

الصناعة تخلت عن ادعاء الحياد الذي
استمر لسنوات.

المنصة تُصمم الجمهور بدل الاكتفاء
بمخاطبته.

إذا كان الاستهلاك مُهندساً.. فماذا عن القناعات؟

"إذا كانت صناعة الإعلان تفخر علناً بأنها تُهندس من يشتري منتجاً.. فمن ضمن أن هذه الدقة المتصاعدة لا تُستخدم في الخفاء لتشكيل من يصوّت، ومن يقتنع، ومن ومن يكون رأيه في أخطر قضايا عصره؟"





لقد تمت هندستك.