

تيك توك بين إنعتاق المستخدمين وإيديولوجيا المنصة

قراءة تحليلية على ضوء طروحات (دومينيك وولتون) في كتابه: "الإعلام ليس تواصلًا".

TikTok Between User Emancipation and Platform Ideology: An Analytical Reading in Light of Dominique Wolton Propositions in The Media is Not Communication

ط.د. حسين شويب^{1*}، ط.د. صلاح الدين عواد²،¹ مخبر سوسيولوجيا الاتصال الثقافي: القيم – التمثلات – الممارسات جامعة عمار ثليجي (الأغواط)،h.chouyeb.sh@lagh-univ.dz² مخبر سوسيولوجيا الاتصال الثقافي: القيم – التمثلات – الممارسات جامعة عمار ثليجي (الأغواط)،s.aoued.sh@lagh-univ.dz

تاريخ النشر: 2026/06/12

تاريخ القبول: 2026/05/31

تاريخ الاستلام: 2025/05./06

ملخص:

هدفت الدراسة إلى مقارنة موضوع انعتاق مستخدمي تيك توك بوصفه إعتقاد ذاتي تفاؤلي لدى المستخدم من جهة ومدى الهيمنة الإيديولوجية الخفية للمنصة من جهة أخرى، وفقا لأطروحة المفكر "دومينيك وولتون" في كتابه "الإعلام ليس تواصلًا"، ناهيك عن هدف فهم كيف تشكل منصة تيك توك مغزى ما ذهب إليه وولتون حول مسألة تصاعد الإيديولوجية الإعلامية التي تكرسها تقنيات الإعلام المختلفة مما يؤدي إلى إضمحلال مكانة التواصل الإنساني بعده مفهومًا فلسفيًا وأخلاقيًا ينبغي أن يرافق وتيرة التطورات التكنولوجية على صعيد أدوات الإعلام .

ومن خلال منهجية القراءة التحليلية والنقدية لأفكار وولتون نسعى إنطلاقًا منها لفهم استخدامات الأفراد وتمثلاتهم لمنصة تيك توك، وقد خلصت الدراسة إلى: أن ما يوفره تطبيق تيك توك من مميزات تقنية – جعلت منه يحتل مكانة مميزة لدى مجتمع المستخدمين الافتراضيين – لا يأتي إلا ضمن مشروع إعلامي يقوم على سلطة المنصة تلك السلطة ذات الأبعاد الاقتصادية والتي تتعزز من خلال تصاعد الإعتقاد بهيمنة رأسمالية المنصات الاجتماعية (Social platform capitalism)، وأن المنصة تعد

* المؤلف المرسل: ط.د. حسين شويب .

تمثيلا واضحا لسطوة التقنية وهيمنتها على المستخدمين وبسط إيديولوجيتها بإعتبارها منصة تحكمها سياسات وأبعاد الملاك الإقتصادي في المقام الأول، مما يؤكد مرة أخرى أن شعور الإنعتاق لدى المستخدمين ماهو إلى حلقة صغيرة جدا ووهمية ضمن حلقات حقيقية أكبر هي حلقة الإدمان وحلقة تردي شرط التواصل الإنساني .

كلمات مفتاحية:

تطبيق تيك توك،، الإنعتاق الرقمي،، المستخدم،، الإيديولوجيا، المنصات الرقمية،، دومينيك وولتون .

Abstract:

This study aimed to explore the notion of TikTok users' emancipation as an optimistic self-perception on the one hand and the platform's covert ideological dominance on the other, in light of Dominique Wolton's propositions in his book *The Media is Not Communication*. Additionally, it sought to understand how TikTok exemplifies Wolton's arguments about the rise of media ideologies perpetuated by media technologies, eroding human communication's philosophical and ethical essence. This concept should ideally evolve alongside technological advancements in media tools.

Through a critical and analytical reading informed by Wolton's framework, the study examined users' practices and perceptions of TikTok. The findings revealed that the technical advantages offered by TikTok - which have elevated its status among virtual user communities - are embedded within a media project underpinned by the platform's economic-driven authority. This authority, reinforced by the growing hegemony of social platform capitalism, positions TikTok as a clear manifestation of technological supremacy and ideological control over users. The platform's policies and priorities are predominantly shaped by its economic stakeholders, underscoring that users' perceived emancipation is merely a small, illusory link within broader, tangible chains: the chain of addiction and the deterioration of genuine human communication.

Keywords:

TikTok; Digital Emancipation; User; Ideology; Digital Platforms; Dominique Wolton

1. مقدمة:

لقد شكل إهتمام الباحثين بالظواهر المرتبطة بالوساطة وما تطرحه من إشكالات سوسيولوجية وإعلامية وتواصلية -لا سيما أولئك المنتمين إلى حقل علوم الإعلام والاتصال وميدان سوسيولوجيا الوساطة - وضعا طارئا يدعو لإقامة الشراكة التخصصية، وتفعيل منطق العبورية - الطروحات العابرة للتخصصات - بين مباحث المعرفة المختلفة، وهو الأمر الذي بات واضحا بشكل جلي خصوصا عند الحديث عما يشهده عالم اليوم من انفجار معرفي وتقني هائل كان من أبرز تبعاته إعادة إحياء الأسئلة القديمة والملحة حول وضع الإنسان اليوم ومكانته في بيئة يغمرها الرقمي والإفتراضي من خلال عدد كبير من المنصات والمواقع الاجتماعية ومدى التأثيرات المحتملة لهذه الأخيرة على الحياة الاجتماعية للإنسان وعلى صحته العقلية والنفسية وعلاقاته الاجتماعية وقيمه ومعتقداته وسلوكه.

إن علاقة الإنسان بالتقنية لهي من أشد الموضوعات التي حركت بنية التفكير لدى المفكرين والفلاسفة، من خلال دعوى هؤلاء إلى محاولة فهم ما آلت إليه هاته العلاقة وما قد ينجر عنها من آثار وانعكاسات تطفو يوما بعد يوم على سطح الوجود الاجتماعي والواقع اليومي المعيش للأفراد والكيانات وحتى المجتمعات، حتى بتنا نشير مؤخرا إلى سمة العصر الراهن بما له من إرتباط بالتكنولوجيات المختلفة خاصة الإعلامية والتواصلية منها، كوصف المشهد الذي نعيشه بأنه ضمن عوالم رقمية أو بأن عصرنا هذا هو عصر الميديا الاجتماعية أو بعالم المنصات أو بعالم مجتمعات إقتصاد المتعة و الانتباه، وغيرها من الأوصاف والنعوت التي حاول أعضاء الجماعة العلمية من المفكرين والباحثين أن يجعلوها أدوات

للكشف العلمي والإجرائي لمختلف الظواهر الإنسانية والاجتماعية التي تأتي ضمن محور الإنسان ومحور التكنولوجيا.

2. إشكالية الدراسة:

تعتبر مواقع ومنصات التشبيك الاجتماعي التي تغزو هواتفنا وحياتنا من أبرز الإمكانيات التي بلغت قدرات البشرية الحديثة على مستوى التطور التقني المطروحة إذا ما سعينا للنقاش حول مسألة العلائقية القائمة بين المستخدمين وبين التقنيات التي تملكهم ويتملكونها، وذلك باعتبارها أصبحت منصات تمثل جزءاً لا يتجزأ عن واقعهم وبيئتهم الثقافية والاجتماعية، وانطلاقاً من وجهة النظر هذه يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع وبيئات افتراضية تسمح للأفراد بإقامة أنشطة التواصل والإعلام والتفاعل فيما بينهم ضمن حدود شاسعة ربما هي غير متاحة أو ممكنة ضمن بيئة الوجود الفيزيائية الحقيقية، ولكن نحن هنا للحديث عن منصة TikTok دون بقية المنصات و المواقع الرقمية وهذا التركيز نابع من وصف البعض للعقد الحالي من هاته الألفية بأنه عصر منصة تيك توك بإمتياز، وعصر إبداعات مستخدميها الذين يتميزون بسمات وخصائص ربما هي فريدة إذا ما تم مقارنتها بالخصائص العامة لمستخدمي المنصات و الشبكات الأخرى (فيسبوك، يوتيوب، منصة X ، انستغرام ... وغيرها).

وينطلق تطبيق تيك توك من مبدأ جوهرى مفاده جعل الحرية و الإبداع في يد المستخدم لإطلاق العنان له لكي يعيش تجربة استخدام متميزة و نوعية مساهما بالمحتويات الإبداعية التي ينتجها هو كمستخدم، وبالتالي تكون منصة تيك توك بمثابة تطبيق لمشاركة الفيديوهات يتيح للمستخدمين إنشاء مقاطع فيديو تصل مدتها إلى ثلاث دقائق، مع استخدام خيارات الصوت المدمجة، والفلاتر، وأدوات تحرير الفيديو المتاحة على التطبيق. حيث يمكن للمبدعين اختيار صوت معين من التطبيق أو تسجيل صوتهم الخاص، وإنشاء فيديوهات تتضمن مزمنة الشفاه، أو الرقص، أو المشاركة في الميمات، أو تقديم تعليقات

ثقافية – على سبيل المثال لا الحصر. بعد ذلك، يمكن للمبدعين استخدام محرر الفيديو الخاص بالتطبيق لإضافة المؤثرات، والقصص، وتغيير السرعة، وغيرها من الخصائص، قبل إضافة وصف ونشر إبداعهم (Krijnen, Paul G, Michelle D, & Cosimo Marco, 2023, p. 202).

وإعتبار تيكток كمنصة جماهيرية تتميز بالذيع والانتشار بين قطاعات عريضة من المستخدمين يثير العديد من الشكوك حول ما إن كانت المنصة تتمتع بالشفافية والمصادقية فعلا مما يجعلها قبله لقراءة 1,677 مليار مستخدم فعلي ونشط في الشهر الواحد كما تؤكد ذلك بعض الاحصائيات . (ليسجاك، 2023)،. أو أنها من دون أدنى شك فعلا منصة مثالية توفر تجربة استخدام فريدة بشهادة المستخدم نفسه، بمعنى أن منصة تيكток واستراتيجيتها تجعلنا نقف منبهرين من زاوية الحرية والانعتاق التي قد تمنحها للمستخدم ليكون مبدعا ومنشئا فعالا للمحتوى المرئي هذا من جهة، ومن جهة أخرى منتقدين لسطوة الأيديولوجيا التي تقف خلفها كمنصة اجتماعية رائدة يجذب نحوها المستخدمون دون أدنى شكل من أشكال المقاومة منغمسين في استخدامها دون مراعاتهم لمعنى الزمن الذي تسلبه منهم.

وسنحاول في هاته الورقة البحثية أن نخرج على مسألة حرية المستخدمين وانعتاقهم داخل تطبيق تيكток بصفته تطبيقا إعلاميا يتيح لهم معرفة أهم القضايا و الأخبار و الحصول على المعرفة الأنية والفورية المرتبطة بالأحداث الاجتماعية والسياسية والاقتصادية و... وغيرها، ومسألة ما يخفيه التطبيق من خلال إستجلاء إيديولوجيته كمنصة توفر عنصري (المتعة و الإبداع) للمستخدم حتى ولو كان ذلك على حساب ذاته وكيانه الاجتماعي وقيمته الأصيلة، من منظور المفكر الفرنسي دومينيك وولتون و رؤيته حول محوري : بيان الحدود بين الإعلامي والتواصلي، والتقنية بين أنعتاقها المنشود وسلطة إيديولوجيتها الخفية. وعلى هذا الأساس تسعى هاته الورقة العلمية للإجابة على التساؤل الرئيس التالي:

✓ كيف نفهم منصة تيكток انطلاقا من أطروحة الإعلام ليس تواصلًا لدومينيك وولتون ؟

وسنحاول تحليل هاته الإشكالية من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

✓ كيف هو مستخدم منصة تيكток ؟

✓ هل يعيش مستخدمو منصة تيكток تجربة تجعلهم أحرار ومنعتين من إكراهات الميديا المختلفة ؟

✓ هل شكل المحتوى في منصة تيكток يمثل فضاءًا للتعايش والتفاوض أم أنه مجرد تعزيز للفروقات والإختلافات القائمة ؟

3. أهداف الدراسة

تهدف هاته الدراسة إلى مجموعة من الأهداف العلمية وهي في الحقيقة أهداف تحليلية نسعى من خلالها إلى استنطاق الإشكالية المحورية للدراسة وفهمها وكشف أهم التباساتها، وذلك من خلال :

- محاولة الإقتراب من العلاقة القائمة بين منصة تيكток ومستخدميها وفق أطروحة دومينيك وولتون .
- فهم أهم ملامح استخدام منصة تيكток من قبل المستخدمين وإدراك تمثلاتهم عن المنصة .
- استشراف مستقبل المنصة في ظل المتغيرات الاجتماعية والرقمية الراهنة وما قد تطرحه من إشكالات جديدة .

4. أهمية الدراسة

تأتي الأهمية العلمية لهاته الورقة البحثية من كونها تسعى لمعالجة موضوع مرتبط بالميديا ومنصاتها الرقمية وهي ما يعتبرها العديد من الخبراء والباحثين أنها لازالت تطرح باستمرار إشكاليات على مستوى التقنية ضمن بنيتها و اقتصادياتها أو على صعيد بنية

الاستخدام وما له من أبعاد اجتماعية يضيفها المستخدمين عليه، ناهيك عن إشكالية الآثار التي تعكسها على حياة الأفراد وعلى نسقهم الاجتماعي و غيره من الأنساق الأخرى، وبما أن منصة تيك توك باتت تمثل فضاءاً رقمياً مثالياً للعديد من المستخدمين في العقد الأخير فإن ذلك أبان عن عديد التأثيرات و الإشكالات التي قد تلحقها هذه المنصة التي تغرق الميديا بالمحتوى المرئي على الشباب والمراهقين وعلى مؤسسات المجتمع الأخرى كالأسرة والمدرسة وغيرها، وبالتالي فالدعوى إلى بحث الآثار وفهمها وإدراك أبعادها وتمظهراتها يعد مطلباً من الأهمية بما كان أن نوليه أقصى الإعتبارات.

5. مفاهيم الدراسة

1.5 تطبيق تيك توك

يشير (هيرمان) في تعريفه لتيكتوك بأنه : تطبيق موجه لإنشاء مقاطع الفيديو وتسجيلها ومشاركتها بين مستخدمي المنصة وهو متاح على الهواتف الذكية, (Herrman, 2019)

ويشار إليه حسب الباحثين (ألكسندر دورتي و لويس ألبيكيري) باعتباره منصة رقمية أعادت تشكيل العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام من خلال عمليات استهلاك وتلقي المحتوى وأنماط التفاعل معه، فتيكتوك لا تعتبر كيانها الإعلامي كمنصة تواصل اجتماعية بقدر ما تؤكد على أنه وسيلة حصرية للترفيه، فهي منصة ترفيهية تستدعي الإنتباه الكامل للمستخدمين إذا ما تم مقارنتها مع بقية منصات التواصل المنافسة الأخرى على غرار: منصة إنستجرام أو منصة x (تويتر سابقاً)، بحيث يمكن للمستخدم الوصول لخدماتها حتى خلال قيامه بأنشطة ومهام أخرى متعددة. (Duarte and Luís, 2024)

2.5 مفهوم الإنعتاق الرقمي

نشير في هذه الدراسة إلى الإنعتاق الرقمي (Digital Emancipation) بأنه الحالة التي قد يشعر بها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، تلك الحالة من

التحرر من إكراهات الزمن الاجتماعي وإكراهات الميديا التقليدية التي يتموقع فيها بصفته مستخدما سلبيا غير فاعل ومجرد متلقي ليس له أي دور أو وظيفة، والاستقلالية التي يحس بها المستخدم من كل سلطة قد تفرض عليه و تلزمه بالخضوع والعبودية، ويتمثل هذا الانعتاق بحسب المستخدم في قدرته على أن تكون له سيادة وقدرة واعية على الاطلاع المستمر والحصول على المعرفة والتحكم المسؤول في حساباته ومحتوياتها فهو تحرر نسبي يشعر هذا الأخير و كأنه قادر على مواجهة أي استلاب أو تبعية قد تفرضهما عليه المنصات الرقمية .

ويطرح هذا المفهوم بالتوازي أحيانا مع مفهوم آخر وهو التمكين الرقمي (Digital Empowerment) الذي يدل على تلك القدرة التي يمتلكها الأفراد في استخدام الأدوات الرقمية كوسيلة للتمكين والتحرر من إكراهات القيود الاجتماعية التقليدية والتعبير عن ذواتهم و فرديتهم و يجادل كل من (يونج زهو و فينكاتيش) بأن المنصات الرقمية توفر للمستخدمين الفرصة لتأكيد أنفسهم و استعادة الخطابات التي كانت في السابق تسيطر عليها مؤسسات أو أعراف تقليدية . (Young & Venkatesh, A, 2021)

3.5 مفهوم المستخدم

قبل الحديث عن دلالة مفهوم المستخدم (User) ينبغي أن نشير إلى مفهوم آخر وهو مفهوم الاستخدام (Usage) الذي يمكن عده أحد أهم المفاهيم التي تناقلتها عديد الأبحاث التي تأتي من قطاعات المعرفة المتداخلة، نعني تلك الحقول المعرفية التي تقارب الظواهر من منطلق مبدأ التداخل و التجاسر المعرفي والعلمي، بحيث تطرح هاته الأبحاث عديد المفاهيم التي يفترق المختصين في تعريفها على وجهات نظر متباينة كل حسب تخصصه وميدانه، ناهيك عن بعض المفاهيم التي تثير مسألة العلاقة بين كيانيين أو وضعين أو حالتين كمفهوم الاستخدام الذي يشير منطقيا إلى تلك العلاقة بين الكائن كفاعل وما يفعل أو من خلال ماذا

يقوم بهذا الفعل (الإنسان/التقنية)، لا سيما وأننا بتنا نتعامل مع الأفراد بما يتركونه من أثر في عوالمهم الرقمية وبما يستخدمون من تكنولوجيات رقمية.

ويؤكد (سيرج برولكس) البروفيسور في جامعة كيبك أن تاريخية مفهوم الاستخدام تحيلنا إلى سوسيولوجيا وسائط الإعلام و تكنولوجيات الاتصال TIC مع التيار الوظيفي الأمريكي الذي إقترن بأبحاث (الاستخدامات و الإشباعات) في كولومبيا بدءا من ستينيات وسبعينيات القرن الماضي حينما حاول الباحثون المنتمون لهذا التيار البحثي التخلي عن برنامج البحث الموجه نحو التركيز على تأثيرات وسائل الإعلام والتركيز بدلا من ذلك على برنامج ومشروع بحثي جديد يعنى بالبحث في الاستخدامات أي (ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام)، ونتيجة لهذا المسعى البحثي توصل هؤلاء لإفتراض رئيس مفاده أن الجماهير تستخدم وسائل الإعلام بصورة نشطة من أجل تحقيق حاجاتها ورغباتها الاجتماعية والنفسية (Proulx, 2005)

إن مفهوم الاستخدام يشير أيضا إلى : عدد من الأنشطة والعمليات التي يقوم بها فرد أو مجموعة من الأفراد من خلال (آليات، طرائق، استراتيجيات، وسائل و تقنيات، أدوات رقمية ذكية، أنظمة ما، خدمات أو منتجات، ممارسات ...) بهدف تحقيق مسعى أو غاية محددة من هاته العمليات على إعتبارها هي الشيء المستخدم، فنشير مثلا : أن أحد الأشخاص استعان بوسيلة ما أو استخدمها، أي قام بتأدية وظيفة محددة أو مجموعة من الوظائف بهاته الوسيلة لقصد آخر أو لها لذاتها.(شويب، سليم، جودي، والحاج عيسى، 2024)

وبعد الإشارة إلى مفهوم الاستخدام يمكن بناءا عليه أن نتعرض لمفهوم المستخدم وما نعنيه به في هذه الدراسة توضيحا وكشفا للغموض الذي قد يصاحب معناه، فنقول أن المستخدم هو : الشخص الذي يعلن عن علاقة تفاعلية بينه وبين المنصة من خلال اشتراكه فيها ومباشرة الاستفادة من مميزاتها وإمكاناتها الرقمية لتحقيق اشباعات وتلبية رغبات

مختلفة كالتعلم والترفيه وتمضية الوقت والإطلاع على الأخبار والمعلومات والأحداث ومشاركتها داخل نسق إعلامي يسمح لهذا المستخدم بإنتاج المحتوى وتلقيه ضمن فضاء رقمي مكثف بأنواع المضامين من مقاطع الفيديو والبث المباشر والصور المتدفقة بلا نهاية مما يجعل استخدام هذا الأخير للمنصة (منصة تيك توك في هذا السياق) عبارة عن تمرير لانتهائي واستحواذ مرئي عالي التركيز .

4.5 مفهوم الإيديولوجيا

تجدر الإشارة إلى أن المفاهيم التي دائما ما تطرح إشكالية التداخل والتعقيد وتتجاوزها العديد من فروع المعرفة يصعب في الغالب تحديد معناها بوضوح نظرا لتمفصلها بين سياقات شتى، ومن هذه المفاهيم نجد مفهوم الإيديولوجيا كأحد أبرز المفاهيم التي ينهل منها حقل المعرفة الاجتماعي، السياسي، الاقتصادي، الفلسفي، الثقافي ... وغيرها من الحقول .

فقد أشارت كتابات (كارل ماركس) و (فريدريك إنجلز) حول مفهوم الإيديولوجيا للدلالة على المفاهيم الأكثر تجريداً التي تملأ عالماً وهمياً للأفكار مستقلة عن الحياة المادية، غالباً ما استخدمها الماركسيون في وقت لاحق للدلالة على الصوف الفكري التأمري الذي تم سحبه فوق عيون الجماهير، ويستخدم علماء السياسة مفهوم الإيديولوجيا للدلالة على حزم من المواقف ، وغالباً ما يُعتقد أنها غير متوفرة في حالة مثالية مفضلة واحدة، وبطبيعة الحال، يستخدمها الكثير منا للإشارة إلى المعتقدات والمواقف وآراء أولئك الذين نختلف معهم (Martin, 2015)

ونتعاطى مع مفهوم الإيديولوجيا في سياق هاته الدراسة من زاوية النسق الإعلامي للمنصات الرقمية وكيف هي حاملة – من خلال موقعها ضمن عالمنا – لسياسات و أجندات إقتصادية في الأساس (Economic Agendas) تعمل من خلالها على ممارسة هيمنة أو

سلطة ما بأشكال متعددة وفي سياقات رقمية مختلفة على ملايين المستخدمين من الأفراد، تلك هي الإيديولوجية الخفية التي بتنا اليوم نشعر بوقعها وتأثيراتها أكثر من أي وقت مضى .

5.5 مفهوم المنصات الرقمية :

سنحاول تعريف المنصات الرقمية من منطلق أحد أفكار الدراسة والتي ترى فيها منصات تضرر خلف مميزاتها وخصائصها التي تتيحها للمستخدمين إيديولوجيا منظمة تعمل بشكل هيكلي متخفي وراء مبدأ تسهيل العمليات والأنشطة المختلفة كما يعتقد الكثير . ويعرف (روبيرت جمل) المنصة بأنها : عبارة عن بنية ذات قابلية للبرمجة مصممة لتنظيم التفاعلات بين المستخدمين، ويعتقد كثير من الناس أن المنصات هي ما سهلت وسمحت لهم بالقيام بالعديد من الأمور على شبكة الانترنت (التعليق، الدردشة، المشاركة، البحث، الاستماع للموسيقى و التسوق، ومتابعة مقاطع الفيديو، وطلب خدمة التوصيل ... وغيرها من الأشياء، بهذا التفكير البسيط لكن في حقيقة الأمر أن كل هاته الأنشطة تخفي خلفها نظاما يقوم منطقته و لوجيستياته على أهداف تفوق هدف التسهيل، حيث تمثل في الواقع الطريقة التي نعيش بها وكيف يتم تنظيم المجتمع (Robert, 2011)

6.5 دومينيك وولتون

هو سوسيولوجي ومفكر فرنسي، من مواليد 26 أبريل 1947 في دوالا (الكاميرون)، ومدير معهد الأبحاث في علوم الاتصالات (CNRS) ، ويشغل ضمن مجالات بحثية تتراوح بين: (وسائل الإعلام، الفضاء العام، و الاتصال السياسي، والعلاقات بين العلوم والتقنيات والمجتمع)، يطرح من خلال أبحاثه مسألة إعادة التفكير في مفهوم التواصل من منطلق علاقته بالإنسان والديمقراطية بدلاً من التكنولوجيا والاقتصاد (Contributeurs aux projets Wikimedia. (2025, 2025).

6. المنصة الرقمية بوصفها تعزيزاً لإيديولوجيا الإعلام المتصاعدة :

لقد اعتبر الحديث عن التقنيات الرقمية المختلفة دوماً لدى العديد من المفكرين والباحثين في ميدان سوسيولوجيا الإعلام والوسائط شكلاً من الإزاحة والانتقال نحو مفاهيم أعمق وأوسع من التقنية ذاتها، حيث نجد على غرار عدة طروحات فكرية طرح المفكر والباحث الفرنسي دومينيك وولتون الذي يتناول في أحد فصول كتابه " الإعلام ليس تواصلًا " مسألة ترتبط بالأبعاد الوجودية و الفلسفية التي تطرحها التقنية بمفهومها العام، وهي محاولته التعاطي معها ومع علاقتنا بها من منظور مفهومين يشكلان حجر الزاوية في تاريخ الاجتماع الانساني ككل وهما : مفهوم التواصل ومفهوم الإعلام .

وفي محاولته لتعريف مفهوم التقنية ينطلق من أساس نظري ومعرفي تثبته الخبرة الحسية و الملاحظات المعانية، ألا وهو موقع ومكانة التقنية من مفهومي الإعلام والتواصل وكيف أن مكانة التقنية تأتي ضمن مفهوم الإعلام دون أن تشمل وتحتضن التواصل الإنساني بالمعنى الفلسفي والأخلاقي لمفهوم التواصل البشري ، فنجد أن وولتون في كتابه هذا يسعى للتحليل وإزالة الحدود الفاصلة بين لفظي الإعلام والتواصل على أساس فكرة جوهرية - ربما تمثل قوام طرحه و رؤيته الخاصة-، وهي فكرة : أن التطور الحاصل على مستوى التقنيات والوسائط ما هو إلا تطور على مستوى الإعلام فقط دون أن يصاحبه بشكل طردي - كما يعتقد الكثير - تطور وإزدهار على مستوى التواصل كشرط بشري ضروري ينبغي أن نراعيه في كل ما يحيط بنا . ويعبر وولتون عن ذلك بقوله : أنه لا يمكن القول بوجود إعلام في ظل غياب مشروع فعلي للتواصل . (وولتون، 2012، صفحة 12)

تأتي هاته الرؤية من (دومينيك وولتون) لتعبر عن براديغم خاص يعكس حقيقة تفاعلنا مع مفهوم الإعلام و مفهوم التواصل اليوم، وكيف أن أشكال التعاطي مع المفهومين توضح بصورة دقيقة أننا نسعى دوماً لإعلاء شأن الإعلام الذي تعبر عنه في الغالب الترسانة التقنية من الوسائط والتكنولوجيات المختلفة معتردين بفعلنا هذا أننا نتقدم أكثر فأكثر نحو تحقيق التواصل وما يحويه من معاني التعايش و المشاركة والمقاسمة و العلاقة بيننا

كذوات إنسانية، بمعنى أننا مادمننا نحقق تقدما ملموسا على صعيد التكنولوجيا الإعلامية فإن وضع التواصل البشري خاصتنا سيكون بأفضل حال بشكل حتي، وهو الأمر الذي يفنده وولتون على أساس أن واقع حياتنا الاجتماعية والسياسية و الثقافية يثبت عكس ذلك تماما، من خلال أننا لازلنا لم نرتق لمستوى التفاهم المشترك المطلوب ولم نحقق بعد أي خطوة للأمام نحو مساعي إدارة الاختلافات و الفروقات الحاصلة بيننا حتى وإن كان هناك إقرار بما بلغناه من إنجازات ملموسة على صعيد الوسائط الإعلامية .

ومن بين ما يظهر مدى التقدم التقني الإعلامي الحالي بعض المنصات الرقمية التي تمكن الجماهير العريضة من تلقي و انتاج المحتويات المرئية المتنوعة، فتطبيق TikTok على سبيل المثال يشكل أحد أهم وأبرز المنصات في العقد الحالي نظير ما يقدمه من خدمات وإمكانات لمستخدميه وكفي حجم المشتركين فيه لكي نعرف مدى تأثيره ودوره في عالم اليوم، عالم الأجيال الرقمية (Digital Generations) التي لا تثبت وجودها ولا تتفاعل ولا تتمثل ذاتها إلا من خلال ما تنتجه داخل المنصة من مقاطع فيديو بأشكال إبداعية مختلفة حتى أصبحت مكانة هؤلاء تقاس بين أقرانهم بالأثر الرقمي الذي يتركونه في العوالم الافتراضية وبأعداد المتابعين وبمدى جودة حساباتهم الشخصية من حيث نسب التفاعل والمشاهدات، وبالتالي هناك قرائن جد واضحة تمكننا من الكشف عن طبيعة العلاقة بين المستخدمين ومنصة تيكток من جهة وكيفية إدراك هؤلاء للمنصة وما تعنيه لهم فعليا من جهة أخرى، ضف إلى ذلك الأبعاد التي تنطوي عليها استخدامات هؤلاء للمنصة وموقعها ضمن مفهومي الإعلام والتواصل باعتبارهما مفهومين واسعين بناءا عليهما يمكننا استكشاف الملامح العامة الظاهرة منها والمستترة (من منظور مقارنة الإعتماد على وسائل الإعلام وتحليلها الوظيفي لعلاقات الإعتماد بين الجمهور والوسيلة والأنظمة الاجتماعية) للوضع الراهن لحالة الإعلام وحالة التواصل الإنساني كمفاهيم نافذة ضمن بنية النسق الاجتماعي يمكن أن تقاس من

خلال تحديد ماهية مستخدمي منصة تيك توك وأيضا من خلال ما تمثله هاته المنصة لأصحاب الحسابات الشخصية من المستخدمين بغض النظر عن تصنيفاتهم .

فتطبيق تيك توك يشكل اليوم منصة من المنصات الاجتماعية الغنية بأنواع المحتوى المرئي والتي تمتد القطاع الجماهيري الضخم من المستخدمين بالمعلومات والأخبار وتعمل على تثقيفهم وتزويدهم بكل ماهو آني وحصري من القضايا والمستجدات وفي مختلف الاختصاصات على الصعيدين المحلي والعالمي، ناهيك عن مرونة تدفق البيانات التي تتميز بها ومالها من تفضيل لدى المستخدمين، حيث بات مستخدم هذا النوع من المنصات يميل بشدة نحو البحث السريع و السهل عن الأخبار والمعلومات ولا يحبذ متابعة المحتويات المطولة سواء كانت في شكل فيديوهات طويلة أو تقارير مقروءة أو حتى مقالات رأي مكتوبة، هذا ما جعل من TikTok قبلة مثالية للمستخدمين، ضف إلى ذلك ميزة الإبداع ونشر الثقافة الإبداعية التي تؤكد عليها المنصة وخوارزميتها التي تعمل على تخصيص محتويات محددة لأشخاص محددين مما يجعلهم يشعرون بأنهم معنيون أيضا بتقليد الأقران ولما لا المبادرة بصناعة وإنتاج محتوياتهم الشخصية والخاصة تحت إطار ما يعرف بمفهوم المحتوى المنشأ من طرف المستخدم (user - generated content) .

هذه الحوافز والإمكانات التي يوفرها تيك توك تضعنا أمام إدراك ما يعنيه وولتون حينما يؤكد على تصاعد نزعة الإعلام والتي نرى بأنها تأتي في قلب إهتمام المسؤولين وسياسات الإعلام وشركات التكنولوجيا ولوائح التنظيم الدولية مع التبرير لهذه النزعة المتصاعدة من منطلق إيديولوجيا إعلامية ترى أن مزيد من التقدم التقني يأتي في صالح ضمان تماسك التواصل الإنساني وتحقيق الفهم المشترك وتضييق زوايا الخلاف الثقافية والاجتماعية، لا سيما إن اعتبرنا أن تطبيقات الميديا تضمن تواجد مستخدمين مختلفين ولا يظهر بينهم أي شكل من أشكال التجانس تبعا لخصائصهم الديموغرافية ومواقعهم الاجتماعية وانتماءاتهم الثقافية ضمن أرضية أو فضاء واحد قد يمكنهم من تشكيل كل ما

يحيل إلى الروابط المشتركة ويسعى للإعتراف بالغيرية المختلفة وبالأخر البعيد، بيد أن ذلك يبدو مجرد حلم تنشده إيديولوجية إعلامية متنامية تقدم من ضمن ما تقدمه من حجج وتبريرات هذا المسعى الذي يبدو وكأنه مسار أخلاقي يعبر عن قيمة التواصل بين الأفراد والمجتمعات في حين أن قليل من التأمل في تمظهراته في واقع المشهد الإعلامي المرتبط بتقنيات الاتصال الرقمية يكشف عن مدى زيفه وكيف أنه مجرد وهم لم تثبت نجاعته لا في لحظات السلم ولا في أوقات النزاع أو الصراع والحرب، وعليه لننظر على سبيل المثال إلى الإبادة الجماعية التي تعرض لها - ولا يزال إلى اليوم - إخواننا المستضعفين في غزة لنكتشف أن تقنيات الإعلام بالرغم من مساهمتها في تزويد الناس حولها بالمعلومات وفضح الجرائم المستمرة للصهيانة، إلا أنها أغرقت المشهد الإعلامي بالأخبار المظلمة والمغالطات والشائعات و السرديات البديلة التي سعت إلى إعلاء شأنها تلك الطغمة المتواطئة من كبار الشركات الرقمية والتكنولوجية مع الكيان المحتل، وكيف تم استغلال منصات التواصل الاجتماعي لاستقطاب المستخدمين وشحنهم بأفكار وإيديولوجيات طويلة عقود من الزمن تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية التي تشهدها الساحة الدولية.

ما نريد التأكيد عليه أكثر هنا أن منصة تيك توك بالرغم مما تتيحه من خصائص مميزة للمستخدمين إلا أنها منصة تعمل على تعزيز التشرذم والتناثر، فبالرغم من إمكانية إعتبارها من قبل البعض فضاءاً افتراضياً تواصلياً يمكن أن يلي أخلاقيات الحوار والتواصل كما تصورها الفيلسوف الألماني (جورغن هابرماس) (خاصة من خلال غرف البث المباشر (Live streaming rooms) التي تجمع بين أفراد مختلفين في مساحة هي أقرب ما يكون من مساحة نقاش وتواصل مثالية تتوافر على شروط تسييره وإدارته من قبل المشاركين أنفسهم وقدرة هؤلاء أيضاً على إبداء الرأي والتناظر وتبادل الخبرات والتفاعل، كما لا ننسى أيضاً ما تحويه من عناصر مصممة بدقة لكي تضمن تجربة مستخدم (user experience) مشبعة بالرضا والإنطباع الفريد لدى المشتركين النشطين داخلها وحتى لدى الزوار من منصات

إجتماعية أخرى، فهي تتضمن عناصر رتبت بشكل دقيق وفقا لأبحاث المستخدم **user (research)** التي يقوم بها باحثي الشركة ومطورها لكي تجعل فرصة التفاعل ممكنة وبطريقة مرنة للغاية وذلك بتوفير أيقونات (المتابعة، الإعجاب، التعليق، الحفظ، المشاركة، ودائرة الموسيقى التي تعمل بصورة متكاملة مع الهاشتاغ والوسم الذي يفضلها المستخدمون ...)، بالإضافة إلى أيقونة البحث عن المحتوى، وواجهات الاستخدام (**user interfaces**) الأربع المخصصة (للمتابعين، للمقترحة، للاستكشاف، للبحث المباشر) إلا أنها تركز كل الجهود اللازمة لجعل القبول أمرا عاديا، نعني بذلك قبول المبتذل والتافه من المحتويات بحجة إبداعية المستخدم وشغفه في الترفيه ومتعته الفائقة والجامحة .

كل هذا مما نعتبره إمكانات فائقة تترجم ربما فكرة السوسيولوجي الإسباني (مانويل كاستلز) حول مفهوم وسائل الإعلام الذاتية الجماهيرية (**self- mass communication**) التي نادى بها في مؤلفه مجتمع الشبكات (**the network society**) ومؤلفه الآخر المعنون ب: سلطة الاتصال (**communication power**)، والتي تتبلور حول قدرة تفاعل العديد من الأشخاص وإقامة أنشطة تواصلية مع العديد من الأشخاص في الآن نفسه مع إمكانية التحكم بما يخدم خصائص الممارسة الاتصالية المحددة، وهي صيغة يعتبرها كاستلز من الصيغ المستجدة تاريخيا بعدما كانت الصيغة الاتصالية السائدة هي صيغة الاتصال الجماهيري التقليدية الذي يأتي في الغالب في اتجاه أحادي (كاستلز، 2014، الصفحات 91-

(92)

وبذلك نجادل استنادا على ما سبق أن مجموع ما يوفره تطبيق تيك توك من مميزات تقنية - جعلت منه يحتل مكانة مميزة لدى مجتمع المستخدمين الافتراضيين - لا يأتي إلا ضمن مشروع إعلامي يقوم على سطوة وسلطة المنصة تلك السلطة ذات الأبعاد الاقتصادية والتي تتعزز من خلال تصاعد الاعتقاد بهيمنة رأسمالية المنصات الاجتماعية (**Social platform capitalism**) والأبعاد الاجتماعية الماثلة في افتراض أنه منصة ربما أكثر

إجتماعية من غيره من المنصات الأخرى وأنه يعمل على تعويض الفراغ الناتج عن إكراهات المواقع الاجتماعية المتعددة، بحيث يجعل المستخدمين منغمسين في الإطلاع على المحتوى الذي يقتصر على الصور والفيديوهات عن طريق التمرير اللانهائي (infinite scroll) الذي يشعرهم بالقرب من الأحداث والقضايا والأخبار بصورة واقعية أكثر ربما من أية منصة أخرى، ناهيك عن توصياته للمضامين التي قد تستهوي المستخدم وتجعله يتفاعل أكثر حولها ... ، كل هذا كما سبق وأن أشرنا لا يستتبعه بالضرورة بلوغ أفق التواصل المنشود وإنما ماهو إلا تعزيز لبقاء المستخدم متلقيا يتم الاستحواذ على إنتباهه بكثافة عالية ضمن دائرة تقديم الرسائل والأنباء وجعله يعتقد أن إشباع حاجاته المختلفة إنما هي في مزيد من الاستغراق داخل أسوار المنصة والمزيد من التمرير حتى يضيع منه الزمن الاجتماعي باعتباره زمن التواصل الحقيقي مع محيطه وبيئته الاجتماعية والفاعلين فيها .

ومع هذا التأكيد على مكانة تيكток في إطار إيديولوجيا ممزوجة بالإعلامي والسياسي والاقتصادي ينتظر منها ومن عالميتها أن تفضي إلى تواصل إنساني أصيل، يتضح لنا إدعاء وولتون حينما يشير إلى أن : الربط الحاصل بين أنظمة التقنية المختلفة لم يترجم عنه نفس التماسك والترابط بين البشر والمجتمعات كما هو الأمر في الحالة الأولى، ويمكن إعتبار أن حصيلة التقدم التكنولوجي هي أفضل وأساء ما يمكن أن نجده في الاتصال، فالأفضل من ناحية أنه جعل مسألة الانفتاح مطروحة وتعزيز المبادلات والرسائل والخروج من دوائر أنماط الاتصال المغلقة والمحدودة ممكنة، بيد أن ذلك لم يترتب عنه أي زيادة ملحوظة أو تحسن على قيمة التواصل الإنساني بل على النقيض تماما أدركنا أنه حتى مع كفاءة الأدوات المختلفة إلا أننا لم نشهد إلا مصائب متتابعة لعدم التواصل بشكل أجلى وأوضح، والتسليم الأعمى بأن تحول وانتقال ما يفوق المليار انسان إلى مستفيد من خدمات الانترنت قد يجعل من مفهوم التواصل البشري شرطا ذا قيمة واعتبار هو أقرب إلى

الأسطورة التي ظللنا طيلة العقدين من الزمن نتشبت بأوهامها وظلالها المزيفة وهو الجانب الأسوء على الإطلاق (وولتون، 2012، صفحة 33)

7. مستخدمي تيك توك بين حالة الإنعتاق وهيمنة التقنية على شرط التواصل :

يتسائل وولتون عن إشكال يبدو للوهلة الأولى إشكالا بسيطا إلا أنه يحمل في ثناياه كل التعقيدات الممكنة التي تفسر موقع الأفراد من هيمنة تكنولوجيا الاتصال، فنجد أنه يستفسر عن إمكانية إقامة شراكات تواصلية بين الإنسان و أخيه الانسان اليوم في ظل إنغماسهما معا في عالم مكثف بتقنيات الاتصال ؟ أي هل هناك فهم مشترك بين الإثنين بصورة أفضل مما كان عليه في الخمسين عاما الماضية ؟ أم هو مجرد حلم منشود بشكل مستمر ؟ (وولتون، 2012)

إن مفاهيم التوسيط الإعلامي و النقل و التبادل و التفاعل التي توفرها أدوات ومنصات الإعلام ليست مفاهيم مرادفة في جوهرها لمفهوم التواصل، وبالتالي نحن لا ننكر مدى تيسير التقنيات الإعلامية المختلفة للحياة الاجتماعية للأفراد ولكن نشدد على أن هذا التيسير و هاته الإتاحة الممكنة التي وفرتها للمستخدمين لم تكن يوما كافية لحل الإشكالات الوجودية المرتبطة بتقهقر التواصل الإنساني، والتفكير اليوم في التمثيل بين ما هو إعلامي من معدات وما يعنيه الاتصالي قد يضمن لنا كبدية سعيا حقيقيا نحو تخليص الاتصال من هيمنة وقبضة التكنولوجيا . (وولتون، 2012)

بناءا على الأطروحة السابقة كيف نفهم مستخدمي تيك توك ؟ وكيف نفسر السلطة الخفية للمنصة عليهم ؟، إن إدعاءات وولتون حول هيمنة التقنيات وقبضتها المحكمة التي تظهر في نهاية المشهد الإجمالي ضمن فكرة تردي الاتصال الإنساني وإلغاء قيمته الوجودية ليست من فراغ أو نتيجة لنبوءات متوهمة، وإنما هي دعوى صريحة جدا لإعادة التفكير المسؤول حول مكانة التواصل ومآلاته الراهنة، وعليه فيمكننا أن نقول أن تطبيق تيك توك هو واحد من التقنيات أو المنصات الرقمية التي ينطبق عليها هذا التصور بصفتها تمثل

إنحصارا لما يمثل البث الإعلامي من خلال مشاركة المحتوى وتبادلته من جهة، وعصرنتها التي تنصدر السياق الإعلامي والاجتماعي بكونها (موضة ميديا تيكية) لم يسلم من تجربتها الأفراد أو المجموعات أو حتى الهياكل الإدارية والمؤسسات.

فتيكتوك كما يشير إليه (John Koetsier) هو بمثابة (الكوكاين الرقمي) (Koetsier, 2020)، لفرادته وقدرته على أن يكون تطبيقا إدمانيا بشكل غير مسبوق لدى مستخدميه، وتعتبر واجهة المستخدم المخصصة (For you page) أحد أبرز الواجهات المعززة لتجارب التصفح الإدمانية، فوفقا للباحثين (جينج زينج و كريستال أبيدين و مايك إس شيفر) مجرد محاولة تحميل التطبيق تجعلك تقع في فخ الممارسات الإدمانية، حيث تقدم تيكتوك نفسها كمنصة للترفيه والتسلية التي لا تتطلب تركيزا وتجذبنا بينما نحن مستمرين في حركة التمرير الرأسي المستمر (Scrolling) لنكتشف ما التالي من المحتوى الذي سيعرض علينا، وبالتالي فنحن نبحث عن جرعتنا الإلكترونية (Digital Fix) ولا يتحقق ذلك إلا بمواصلة التمرير حتى نجد أنفسنا منفصلين عن الزمن. (boffone, 2022)

وتحيلنا مسألة أن منصة تيكتوك لا تتطلب من المستخدم تركيزا كبيرا إلى ما ذهب إليه المؤرخ الكندي (مارشال ماكلوهان) حينما وضع إفتراض الوسائل الباردة والساخنة في أطروحته حول الحتمية التكنولوجية معتبرا أن الوسيلة الساخنة هي التي لا تستدعي من الأفراد جهدا كبيرا ولا تعمل على إثارة الخيال فهي سهلة لخصائصها التقنية، ولكن الوضع مع تيكتوك قد يكون مختلفا حيث سهولة الاستخدام التي توفرها المنصة لا يمكن إنكارها بيد أن ذلك لا يعني عدم إستثارة الخيال والتفكير وحشد الحواس المختلفة على غرار اللمس من خلال التمرير المتتالي والرؤية التي من الواضح أنها تنشط بعض الخلايا في الدماغ والسمع الذي قد يعتبر منها حسيا يضيفي لتجربة مشاهدة المحتوى بعدا إضافيا لحصول حالة الاستغراق والانكباب لدى المستخدم.

وعليه فمنصة تيكток بعدها شكلا من أشكال التقنيات الإعلامية أكثر من كونها فضاء رقميا للتواصل توهم المستخدم بأوهام من قبيل : حرية التنقل من محتوى إلى آخر، حرية التخصيص الخاص بالمحتوى كأن يفضل أحد المستخدمين نوع المحتوى الرياضي فقط بشكل حصري، حرية النقاش مع المتابعين، حرية التعليق على محتوى المستخدمين الآخرين من دون أن يكون ضمن مجموعة انتماء معهم، الشعور بتوفير إشباعات معينة وتحقيقها، حرية البحث عن أنماط المضامين التي يفضلها وغيرها من الحريات التي نعتقد أنها مجرد أوهام إذا ما سلمنا بقدرات خوارزمية المنصة الفائقة والتي تعمل وفقا لأنظمة ذكاء اصطناعي يجعلها تحدد كل التفضيلات الخاصة بالمستخدمين وبناءا على هذا التحديد والتصنيف تغرقه بما يريد وتسلب إنتباهه وتستولي على تركيزه ووقته لصالح بقاءه مدة أطول داخل أسوارها.

ونتيجة لذلك يمكن عد تيكток بمثابة الوسيلة الإعلامية، التي يتعين عليها دوما أن لا تخرج من الطابع الثلاثي الذي يحكم طبيعة كافة وسائل الإعلام كما يعبر عن ذلك (جان كلود برتراند) في كتابه : أدبيات الإعلام – ديونتولوجيا الإعلام - حينما يشير في خضم الحديث عن الطبيعة التي تمتاز بها وسائل الإعلام وتقنياته إلى أن هناك ثلاث عناصر أساسية تحكم الوسيلة لا سيما حينما يزداد الحديث عن مسائل الضوابط والقواعد المهنية وهي : إعتبار الإعلام بمثابة صناعة، و هو أيضا خدمة عامة، كما هو أيضا في الوقت نفسه مؤسسة سياسية و بحكم هذا الطابع الثلاثي يحدث غموض كبير وتتسلل إلى الواجهة عديد المشكلات . (برتراند، 2008)

يأتي السؤال هنا في هل هنالك إمكانية لإعتبار منصة تيكток مثل بقية وسائل الإعلام، وهل نجد أن العناصر المشار إليها في السابق تخضع لها المنصة أم لا ؟، والإجابة نعم بكل تأكيد فبنية منصة تيكток تؤكد على أنها تقنية تحفز المستخدمين على صناعة وإنتاج المحتوى والإبداع فيه هذا من ناحية، بل والأبعد من ذلك تغري أصحاب الحسابات النشطة

من صناع المحتوى المرئي بأرباح طائلة من التطبيق، ومن ناحية أخرى فهي تقدم الخدمة العمومية بإغراق عالمنا بالترفيه والأخبار والمعلومات والقصص بل وتدعونا لذلك بشدة بصفتنا مصادر لمختلف المحتويات كمستخدمين موهوبين، ومن جهة ثالثة فهي منصة تؤطر المستخدمين تبعاً لما تفرضه بعض اللوائح والقرارات السياسية وهو ما يعني عدها بصورة أو بأخرى بمثابة المؤسسة السياسية / الإعلامية، وعليه هذا ما يجعلنا نقر بأن البعد الإعلامي التقني هو الغالب على منصة تيك توك وعلى طبيعة خوارزميتها وبنية مخرجاتها من المحتوى المتنوع.

إن هيمنة تيك توك قد بلغت حد إعتقاد المستخدمين بأنهم أضحو منعتين وأحرار بسبب ما توفره لهم المنصة وأنها عملت على فك إرتباطهم بإكراهات مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى التي لا تتيح لهم إبراز حسهم الإبداعي بالشكل الذي يرغبون فيه كما هو الحال عند استخدامهم لتيك توك، ومن هذا التبرير قد نجد رابطاً خفياً يثبت مدى هيمنة المنصة على المستخدم، وهو رابط أن كل ما تتيحه المنصة وكل ما يحققه المستخدم من خصائصها وإمكاناتها العديدة وكل ما يجنيه هذا الأخير سيقف عاجزاً أمام حقيقة أنه يأتي في دوائر من سلطة رقمية لمنصة تهيمن على انتباه المستخدم ووقته الثمين و الأشد من ذلك تهيمن على شرط التواصل بينه وبين بقية الأفراد، فالمنصة بالمختصر المفيد تقتل التواصل بمفاهيم أقرب إلى الإعلام منه كمفهوم المشاركة، والتبادل، والتعبير، والتفاعل، والانفتاح، والإبداع ... وغيرها من المفاهيم التي تمثل غطاءً حقيقياً لمدى هيمنتها على كافة الأصعدة والمستويات، ناهيك عن ما تدره الشركة المالكة للمنصة (Byte Dance) من أرباح على حساب أولئك المستخدمين الحاملين بإعتناق أبدي يضمن لهم ولعالمهم تواصلًا إنسانياً بالمعنى القيمي والأخلاقي الجوهرى للمفهوم.

وبالعودة للتصور الذي أبداه دومينيك وولتون يمكن القول أنه يكشف عن ديستوبيا قاتمة لا ترى في التقنيات الإعلامية إلا حالة من الظلام والسوداوية المطلقة، وهذا ربما أحد

الانطباعات المخادعة كيف ذلك ؟، إن دعوى وولتون نحو إعادة التفكير في قيمة التواصل وإعادة النظر في الأيديولوجيا التقنية بوضعها في مكانها الحقيقية لهي دعوى صريحة قد لا ندرك صراحتها القاهرة والمؤلمة - في الآن نفسه - إلا حينما نستدعي مخلفات التقنيات الإعلامية على البشر من الإنترنت والهاتف الذكي و وسائل الإعلام التفاعلية ومواقع التواصل الاجتماعي ومنصات الترفيه المختلفة والآثار المترتبة عنها طيلة عقدين أو أكثر من الزمن.

إن إدمان منصة تيك توك في الحقيقة ماهو إلا مظهر من مظاهر وصور الإدمان المختلفة التي أصبحنا نلاحظها في أفق الروتين الاجتماعي.. ويأتي هذا ضمن ظاهرة إدمان تقنيات الإعلام والاتصال التي تشير إلى أن هاته الظاهرة تفوق ببلاغتها كل الخطابات كما يعبر عن ذلك وولتون (وولتون، 2012)، وعليه فالملاحظ في بيئة التواصل الرقمي لهاته المواقع أن النقاشات التي تحمل مصطلحات : (المشاركة، الاتصال، الشبكة الاجتماعية...)، داخل هاته المنصات الافتراضية تحاول إخفاء الإيديولوجية الرأسمالية التي تستند وتقوم عليها بنيتها وأهدافها النهائية.. وهو ما ذهبت إليه الباحثة في ميدان الإعلام (فان دايك) حينما تؤكد مرة أخرى أن لفظ (المنصة) يضر ويخفي كيفية تجميع البيانات الخاصة بالمستخدمين عن طريق الشركات المتخصصة وذلك بالعمل على تصميمات المنصة وسياساتها واستغلال مميزاتها وتنسيقها بغرض جعلها مادة قابلة للبيع - تسليعها - **Commoditize it** وبيعها للشركات الخارجية المخصصة للإعلان بهدف تحقيق الربح، ولتوضيح كيف يتم ذلك تشير (Van Dijk) إلى أن العملية تكون من خلال الاستحواذ على البيانات الشخصية للمستخدمين مثل: (تفضيلاتهم، إعجاباتهم، كراهياتهم، بحثهم عبر محركات الانترنت) وإعادة استثمارها ضمن عروض جديدة، ومع إنغماس المستخدمين اليوم أكثر في منصاتهم فقد باتت إهتمامات المستخدمين وانتباههم مستهدفا بشكل كبير وواضح وهو ما يتم التعبير عنه بالعمليات التي تدور فيما يعرف : برأسمالية المنصات

(2013 ، Dijk)Platform Capitalism

وقد أوضح المتحدث باسم الشركة المالكة لتيكتوك (Byte Dance) الطريقة التي يتم العمل بها داخل التطبيق بقوله: نحن نبني آلات ذكية لها القدرة على فهم النصوص وتحليلها وحتى الصور ومقاطع الفيديو من خلال تقنيتي: معالجة اللغة الطبيعية (NLP) وتقنية الرؤية الحاسوبية (Computer vision Technology) وبناءا على هاتين العمليتين تتمكن الشركة من تزويد المستخدمين بالمحتوى الذي يروونه أكثر إثارة للاهتمام، ومن خلال تحليل محتوى الفيديوهات باستخدام الذكاء الاصطناعي بمساعدة الكمبيوتر عن طريق التقنيتين السابقتين ويتم بعدها إرسال تلك الفيديوهات إلى عدد قليل من المستخدمين لقياس ردود أفعالهم حيالها، وفي هاته المرحلة التي تختبر فيها الفيديوهات تبعا لقلّة من المستخدمين ستظهر ردات فعلهم حوله في ملخصاتهم ومنها سيتم تحديد مستقبل هاته الفيديوهات ما إن كانت ستحقق نجاحا كبيرا وتوضع في الملايين من واجهات ال For you ، أو سيكتب لها الفشل وعدم الانتشار والشهرة، ويعتبر هذا التشغيل التجريبي جزءا جد مهم لأن واجهة For you تمثل سحر تطبيق ومنصة TikTok ناهيك عن أنه لا توجد مجرد واجهة واحدة فقط بل هناك العديد، وتؤكد الشركة أن الأشخاص المختلفين من المستخدمين ربما قد يشاهدون بعضا من نفس أنواع المحتوى عبر مقاطع فيديو بارزة إلا أن موجز كل شخص (مستخدم) سيكون فريدا ومخصصا بشكل فردي. (walker, 2021)

يتم التأكيد مرة أخرى على ما ذهب إليه وولتون حينما يرى أننا أصبحنا نقبل برحابة صدر تبعيتنا لتقنيات الإعلام وأن هاته التبعية ماهي في حقيقة الأمر سوى قابلية لتعقب الأثر (effect tracing) في حين أننا كنا فيما مضى منعقلين من أي سلطة خارجية يمكن لها أن تعزز أو تفرض علينا هيمنتها أو تجعلنا نعلن تبعيتنا إليها بصورة مطلقة، والمفارقة هنا تكمن في أن تقنيات الإعلام والاتصال شكلت طيلة مدة من الزمن حلمنا بالتححرر و التفرد والاستقلالية من جهة ولكن صرنا من خلالها أكثر خضوعا وبشكل إرادي (وولتون، 2012)، وما تعلقنا بالمنصات الرقمية الترفيهية اليوم إلا مشهد واحد من مشاهد هذا الخضوع،

والنتيجة هي أننا نتأرجح بين حلم الإنعتاق والتحرر الذي ستضمنه لنا منصات الإعلام وشبكاته وبين عبودية جديدة أو مجموعة من العبوديات الطوعية (Voluntary Digital Servitude).

والغريب أن ما يترتب عن هذه المفارقة العجيبة هو الإشكال الحقيقي، حيث أن صلة الانعتاق بتقنيات الاتصال المختلفة تاريخيا باتت تشير إلى أن العدد الكبير من المستخدمين لم يعد يرى أو يدرك حقيقة إدمانه الحالية، وفي غضون جيل واحد وفترة زمنية وجيزة ربما تم الانتقال من وضع الانعتاق والتحرر للذان لطالما تم التغني بهما، إلى وضع جديد للغاية أصبحت فيه أدوات الإعلام وتقنياته تخدم وتبرر مزيد من القابلية لتعقب الأثر والاستيلاء على المسار والبصمات الرقمية للمستخدمين دون أي رد فعل فعلي وحقيقي، وبالتالي فقد هيمنت على المستخدم بحجة أن ما يؤثره هذا الأخير فيها هو كفاءتها وسرعتها وميزاتها التفاعلية، وبمنظرة فاحصة قد تتكشف لنا حقيقة مفادها أن كل هاته الخصائص و المميزات أبعد ما يكون مما تكتنفه التقنية من ظاهرة الإدمان عليها (وولتون، 2012)، وليست منصة تيك توك إلا تمثيلا واضحا لسلطة التقنية وهيمنتها على المستخدمين وبسط إيديولوجيتها باعتبارها منصة تحكمها سياسات وإيديولوجيات الملاك الإقتصاديين في المقام الأول، مما يؤكد مرة أخرى أن شعور الإنعتاق لدى المستخدمين ما هو إلى حلقة صغيرة جدا ضمن حلقات أكبر هي حلقة الإدمان وحلقة تردي شرط التواصل الإنساني.

8. خاتمة:

بناء على ما تمت الإشارة إليه آنفا يمكن القول أن منصة التيك توك باتت تمثل رهانا حقيقيا ضمن عالمنا الإعلامي – التواصل والرقمي اليوم، لاسيما وأن مكانة المنصة لدى الأفراد المستخدمين تحتل بشكل واضح أعلى الهرم على مستوى الاستخدامات الاجتماعية لتكنولوجيا الترفيه، كيف لا وهي المنصة التي تثبت نفسها بشكل متصاعد بعدد المستخدمين

الهائل الذين اشتركوا فيها في ظرف وجيز والتي تنافس من خلاله ما حققته منصات أخرى من شهرة طويلة عدة سنوات، مما جعلنا نقارب هاته المنصة بالتحليل والنقد لبنيتها الرقمية في علاقتها مع المستخدمين وموقع هاته العلاقة من طروحات دومينيك وولتون حول الإعلام و التواصل الإنساني، والإنعتاق، وإيديولوجيا الإعلام وأدواته.

فكما أشرنا سابقا إنطلاقا من رؤية وولتون حول الإعلام والاتصال، فمنصة التيك توك تأتي ضمن ما يعتبره وولتون مسار الهيمنة والتغول الرقمي للتقنيات الإعلامية وأن هذا النمو المطرد لم ينتج عنه إلى تردي سحيق -نستكشف ملامحه يوما بعد يوم- للتواصل باعتباره شرطا إنسانيا واجتماعيا لم تزده تقنيات الإعلام سوى تقهقرا واضمحلالا طويلة العقود الأخيرة التي مضت، وتغييب لمفاهيم أعمق مثل التواصل الإنساني، الزمن الاجتماعي، و حتى الإعلام بوصفه مفهوما تشكل الاعتقاد حوله بأنه وسيلة للتحرر و الإنفتاح بدل أن يكون مفهوما يعزز الأيديولوجيا الإعلامية المتصاعدة.

كما أن مسألة إنعتاق المستخدمين وتحررهم التي تنامت مؤخرا بالموازاة مع ظهور منصات الترفيه والتسلية من خلال مقاطع الفيديو والمحتوى المرئي أبانت عن أساس وهمي ليس إلا، وهو الأساس الذي يتوهمه المستخدم ذاته حينما يعتبر أن منصة تيك توك مثلا قد جعلته من خلال ماتوفره من خصائص وإمكانات محررا من إكراهات الميديا المختلفة ومنعتقا من أي سلطة خارجية قد تلجمه وتجعله لا يشعر بتحقيق فردانيته واستقلالته .

9. قائمة المراجع:

- Alexandre Duarte ،Albuquerque Luís . (16 05, 2024). *The Influence of TikTok in Portuguese Millennials' Footwear Consumer Behaviour*. 117–126.
- boffone, T. (2022). *TikTok cultures in the United States*. New York: Taylor & Francis.
- Contributeurs aux projets Wikimedia. (2025, F. 7. (2025, 02 07). Dominique Wolton. Retrieved 03 02, 2025 from [https://fr.wikipedia.org/:
https://fr.wikipedia.org/wiki/Dominique_Wolton#cite_note](https://fr.wikipedia.org/:https://fr.wikipedia.org/wiki/Dominique_Wolton#cite_note)
- Herrman, J. (2019, 03 10). *How TikTok Is Rewriting the World*. Retrieved 02 27, 2025, from New York Times: <https://www.nytimes.com/2019/03/10/style/what-is-tik-tok.html>
- José van Dijck. (2013). *The Culture of Connectivity A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press.
- Koetsier, J. (2020, 01 18). *Digital Crack Cocaine: The Science Behind TikTok's Success*. Retrieved 02 24, 2025, from [https://www.forbes.com/:
https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2020/01/18/digital-crack-cocaine-the-science-behind-tiktoks-success/](https://www.forbes.com/:https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2020/01/18/digital-crack-cocaine-the-science-behind-tiktoks-success/)
- Krijnen, T., Paul G, N., Michelle D, R., & Cosimo Marco, S. (2023). *Identities and Intimacies on Social Media Transnational Perspectives*. New York: Routledge.
- Martin, J. L. (2015). *What is ideology? Sociologia, Problemas e Práticas*, 9-31.
- Proulx, S. (2005). *Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui : enjeux – modèles – tendances*. 07-20.

- Robert, w. G. (2011). *The archive and the processor: The internal logic of Web 2.0*. *New Media Society*, 1228–1244. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444811401735>
- Walker, C. S. (2021). *TIKTOK BOOM: China's dynamite app and the superpower race for social media*. United Kingdom: Danbury Press.
- Young, J. Z., & Venkatesh, A. (2021). *Digital empowerment: Agency, dialogue, and inclusion in social media*. 47-62.
- Bertrand, J.-C. (2008). *Media Literature - The Deontology of Media* (R. Al-Abed, Trans.). Beirut, Lebanon: MJD University Foundation for Studies, Publishing, and Distribution.
- chouyeb, H., Salim, M., Ben git, J., & Ben Safi Al-Din Al-Haj, I. (2024, August 28). *Contexts of the Relationship between Technology and Theorizing in Media and Communication Sciences: The Dualism of Optimism and Pessimism Regarding AI Uses as a Model*. *Journal Name*, 8(61), 973–999.
- Wolton, D. (2012). *The Media is Not Communication*. Beirut, Lebanon: Dar Al-Farabi.
- Lesjak, Z. (2023, September 6). *TikTok User Statistics: Who Uses TikTok in 2024?* Retrieved February 7, 2025, from Tridenstechnology: <https://2u.pw/CS97Koqv>
- Castells, M. (2014). *The Power of Communication* (M. Harfush, Trans.). Cairo, Egypt: National Center for Translation.