

هل يمكن للعمق أن ينجو في عالم الترنادات؟

تظهر ثقافة «الترند» اليوم كعدسة حادة نرى من خلالها كيف تعيد الخوارزميات تشكيل ذائقتنا الثقافية. فالمستخدم العادي يقضي في المتوسط نحو ساعة و16 دقيقة يوميًا في مشاهدة فيديوهات قصيرة على المنصات المختلفة، بينما يقضي البالغون في الولايات المتحدة حوالي 58 ساعة شهريًا على تيك توك وحده (Firework، 2025). هذه الأرقام تعني أن جزءًا كبيرًا من وقت «الاستهلاك الثقافي» يمر عبر بوابة خوارزميات مصممة لتعظيم التفاعل والمدة التي تبقى فيها على المنصة، لا لتعظيم عمق التجربة الثقافية أو جودتها. هنا يبدأ السؤال: هل صار عمر العمل الفني أو الفكري يُقاس بعدد الأيام التي يظل فيها «ترند» أكثر مما يُقاس بقدرته على البقاء في الذاكرة لعقود؟ تشير دراسات عن عمر المنشورات إلى أن 75٪ من انطباعات منشور في فيسبوك تتحقق خلال أول ساعتين ونصف، وأن معظم التفاعل على أغلب المنصات يحدث خلال أول 24-48 ساعة (Green Umbrella، 2019؛ NeoReach، 2021)، ما يعني أن نافذة الاهتمام قصيرة جدًا، وأن منطق المنصة يكفي ما ينجح في هذه النافذة لا ما ينجح على مدى زمني طويل.

هذا المنطق يظهر بوضوح في صناعة الموسيقى؛ فوفق تقرير مشترك بين تيك توك وشركة Luminate، فإن 84٪ من الأغاني التي دخلت قائمة Billboard Global 200 في عام 2024 كانت قد انتشرت أولاً على تيك توك. كما أظهر تقرير آخر أن أكثر من 175 أغنية ترند على تيك توك دخلت قائمة Billboard Hot 100 في عام واحد فقط، وهو ضعف الرقم في العام السابق. هذا الارتباط جعل نقادًا يشيرون إلى أن شركات الإنتاج باتت تشجع الفنانين على صناعة مقاطع موسيقية «صالحة للترند» أكثر من اهتمامها بألبومات متكاملة أو تجارب فنية طويلة النفس (The Guardian، 2024). وإذا أضفنا إلى ذلك أن متوسط زمن المشاهدة الجيد على تيك توك لا يتجاوز 15-20 ثانية (Planable، 2025)، يصبح من المنطقي أن يُعاد تشكيل الأغنية، والمشهد، وحتى الفكرة، بما يناسب هذه الثواني القليلة، لا بما يناسب استماعًا متأنياً أو قراءة عميقة.

في هذا السياق تبدو الأعمال العميقة والبطيئة وكأنها تتحرك عكس التيار. فالخوارزميات تُكافئ المحتوى القصير عالي الإثارة، في حين تحتاج الأعمال الفكرية والأدبية المعقدة إلى وقت وتأمل وتركيز، وهي عناصر نادرة في بيئة يفضل فيها 61٪ من المستطلعة آراؤهم الفيديو القصير على المقالات أو البودكاست أو الفيديوهات الطويلة (Media.net، 2025). المشكلة ليست في استحالة بقاء العمل العميق، بل في أن حجم الحوافز الاقتصادية والثقافية يميل بوضوح لصالح السريع والخفيف، فيدفع المنتجين والناشرين إلى تهميش المشاريع الطويلة التي تحتاج سنوات من العمل لصالح أعمال يمكن أن «تتحرق» في بضعة أيام من الترنند.

يبقى السؤال الأخير: هل نحن من يحدد الترنند، أم أن الخوارزميات هي الفاعل الحقيقي؟ من الناحية الشكلية، يعتمد الترنند على نقراتنا ومشاركاتنا واختياراتنا، لكن الأبحاث حول البيانات الرقمية المرتبة خوارزمياً تشير إلى أن ما نراه بالأساس هو نتيجة ترتيب غير شفاف يهدف إلى تعظيم التفاعل، وقد يكون له أثر في تضيق تنوع المحتوى وتغذية التحيزات (Kelm، 2023؛ Ludwig، 2023). تقرير صادر عن Ofcom في 2025 وجد أن من يحصلون على أخبارهم أساساً عبر وسائل التواصل كانوا أقل قدرة على الإجابة بدقة عن أسئلة تتعلق بالحقائق الإخبارية مقارنة بمن يستخدمون مصادر إخبارية أكثر تنوعاً (Ofcom، 2025)، ما يوحي بأن الخوارزميات لا تختار فقط ما نراه، بل تؤثر أيضاً في نوع المعرفة التي نحملها عن العالم. ومع اتساع زمن استهلاك الفيديوهات القصيرة – حيث استخدم 1.6 مليار شخص هذا النمط، أي نحو 20٪ من سكان العالم (Yaguara، 2025) – يتضح أن ثقافة الترنند ليست مجرد انعكاس لذوق الجمهور، بل هي نتاج تفاعل غير متكافئ بين تفضيلات المستخدمين وتصميم خوارزميات تُعيد تعريف ما نعتبره «ناجحاً» أو «مهماً» في المجال الثقافي.

المراجع (APA):

?Deseret News. (2023). How does TikTok affect the Billboard song charts

- .Firework. (2025). *Short form video statistics: The jaw-dropping numbers*
- .Green Umbrella. (2019). *Lifespan of a social media post*
- Kelm, O. (2023). How algorithmically curated online environments influence users.  
. *Computers in Human Behavior Reports*
- .Ludwig, K. (2023). Divided by the algorithm? *Social Science Computer Review*
- .Media.net. (2025). *Popularity of online short-form content moving beyond social media*
- ?NeoReach. (2021). *Lifespan of a social media post: How long is your content relevant*
- .Ofcom. (2025). *Measuring the diversity of news content online*
- .Planable. (2025). *12 TikTok metrics you should track in 2025*
- .Soundcamps. (2025). *TikTok statistics 2025: Complete data guide for music*
- .Sprout Social. (2025). *UK social media statistics 2025*
- The Guardian. (2024). The music industry's over-reliance on TikTok shows how broken  
.it is
- .TikTok & Luminate. (2025). *TikTok music impact report*
- .Yaguara. (2025). *Short-form video statistics 2025*