

توظيف المنصات الاجتماعية في الحروب الحديثة

Wartok الحرب الروسية الأوكرانية نموذجا

*Use of social platforms in modern warfare**Wartok The Russian-Ukrainian war as a model*بوسجرة ليليا¹، بودربالة عبد القادر²¹المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام-الجزائر، lilia.boucedjra@yahoo.com²جامعة قاصدي مرباح، ورقلة-الجزائر، abdelkaderbouderbala@yahoo.fr

تاريخ الإستلام: 2023/ 05/04 تاريخ القبول: 2023/ 06/03 تاريخ النشر: 2023/ 06/10

ملخص:

جددت الحرب الدائرة بين روسيا وأوكرانيا بوصفها حرب " Wartok " الجدل بشأن تأثير المنصات الاجتماعية على عملية تلقي وتفاعل الجمهور مع الحروب والثورات والنزاعات المسلحة. فمع انتشار مقاطع الفيديو القصيرة في قوالب عسكرية وقصص إنسانية لمواطنين من موقع المعارك، برز تأثيرها ودورها الفعال في نقل الأحداث وخلق التعاطف وتشكيل الرأي العام، ومنه أصبحت تلك المنصات أداة رئيسة في إدارة الأزمات والحروب. بعدما أصبح المجال الافتراضي جزءا من المجال السياسي والعسكري يمكن من خلاله تلافي الرقابة التي قد تفرضها على المصادر الإعلامية التقليدية. وعليه، يركز بحثنا حول الدور البارز لتوظيف المنصات الاجتماعية في الحروب من خلال نموذج منصة "تيك توك" خلال الحرب الروسية الأوكرانية، بما أتاحتها من فرص وما استتبعته من إشكاليات انتشار الفيديوهات الزائفة عبرها في مقابل بروز تقنيات كشف التضليل، وهو ما يستوجب تعزيز آليات التحقق من المعلومات وإشراك الجمهور في كشف التضليل والتزييف خلال الأزمات والحروب.

الكلمات المفتاحية: الحروب الحديثة: الحرب الروسية الأوكرانية: تيك توك: المنصات الاجتماعية: Wartok

Abstract:

The Russian-Ukrainian War as the "wartok" renewed the debate about the impact of social platforms on the process of receiving and interacting public with wars, revolutions and armed conflicts. With the spread of short video clips in military formats or human stories of citizens from the battlefield, the influence and effective role of social platforms in transmitting events and creating sympathy and shaping public opinion emerged. From which these platforms became a major tool in wars and crises managing, after the virtual field became part of the political and military field through the possibility to avoid censorship imposed on traditional media sources.

Accordingly, our research focuses on the prominent of employing social platforms in wars through the model of "Tik Tok" application during the Russian-Ukrainian war with the opportunities it provided and the ensuing problem of the spread of false and misleading videos through them in exchange for the emergence of misleading detection techniques. Which requires strengthening methods and techniques verify information and involve the public in exposing misinformation and forgery during wars and crises.

Keywords: Modern Warfare; Social platforms; The Russian-Ukrainian War; Tik Tok; Wartok

مقدمة

تحولت المنصات الاجتماعية إلى سلاح إعلامي فعال وشديد التأثير على الرأي العام، حتى أضحت إحدى الأدوات الرئيسية الواجب توظيفها في المعارك السياسية، العسكرية والإعلامية، من أجل تحقيق الأهداف الاستراتيجية للدول، الجماعات والمنظمات، وذلك لما تملكه من عدد المستخدمين الذي يفوق المليارين وحجم التفاعلات والمحتويات المنشورة عبرها، وبما تتميز به من سرعة في نقل المعلومات في الوقت الحقيقي للحدث، وقدرتها على التشبيك المباشر بين مختلف المستويات، وقد وضعت العديد من دول العالم استراتيجيات إعلامية وعسكرية للتعامل مع هذه المواقع في ضوء ما تطرحه من تحديات تتعلق بصعوبة التحقق من هوية المستخدمين والمحتويات المنشورة عبرها، لتتشكل ظاهرة جديدة يمكن أن يطلق عليها "حروب المنصات الاجتماعية"، ملامحها توظيف الأفراد والمنظمات والدول لتلك المنصات لنقل الأحداث الجارية وفقا لما يتوافق وأيديولوجيتها

إن تاريخ الحروب هو أيضا تاريخ للإعلام، إذ تزخر الذاكرة الإنسانية بالأحداث التي ارتبطت بوسيلة إعلامية معينة، فحرب فيتنام شكلت أول حرب تلفزيونية، ومثلت حرب (العراق الأولى) 199 أول حرب تغطي على CNN - التي اعتمدت البث الحي من بغداد، أما غزو أميركا للعراق سنة 2003، فوصف بحرب Fox News، كما سميت بحرب Youtube وفي سنة 2012 مثلت حرب إسرائيل وحماس أول حرب على Twitter، هذه التطورات التكنولوجية دفعت بعض الدول لإنشاء ترسانة إلكترونية، مهمتها الدفاع عن صورة الدولة داخليا وخارجيا أثناء الصراعات والحروب، والمساهمة في تحقيق أهدافها، لتتشكل جبهة حرب حقيقية موازية ساحاتها المنصات الاجتماعية، وعتادها الفكرة والمعلومة والصورة والفيديو والبرامج الإلكترونية المتطورة وهدفها كسب تأييد الرأي العام محليا ودوليا، كما عمدت العديد من التنظيمات والشبكات الإجرامية المنظمة العابرة للقارات إلى تشكيل ترسانتها الإلكترونية لأغراض تتعلق باتجاهات الرأي العام والتجنيد والترويج لأفكارها وأيديولوجيتها.

تعرف المنصات الاجتماعية بأنها خدمات تتوافر من خلال شبكة الأنترنت، تسمح لأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم من خلالها، وإتاحة الفرصة للتواصل والتفاعل مع الآخرين، والمشاركة المتبادلة للمعلومات المتاحة، وتختلف طبيعة عملية الاتصال من منصة لأخرى، فقد تتم عملية الاتصال من خلال مبادلة الصور أو الفيديوهات أو الرسائل أو قد تشمل جميع هذه الأدوات معا.

لم تعد هذه المنصات أدوات رئيسة لمشاركة الأفكار والأحداث الاجتماعية والشخصية في إطار جمعي أو التعبير عن الأفكار السياسية والتوجهات الأيديولوجية فقط، بل أصبحت تمثل أدوات لصناعة ونقل الأحداث والأخبار والدعاية والحشد، أو تسويق الأفكار والمنتجات، والأخطر من ذلك أنها تمثل منصة سياسية وأيديولوجية لنشر وترويج الأفكار، وتجنيد الأعضاء، والحصول على التمويل، الأمر الذي أبرز ضرورة التعامل الجدي مع هذه الوسائط الجديدة التي تؤثر بما تنتجه من ظواهر على الأفراد والمجتمعات والدول في هذا الإطار جدد وصف الحرب الدائرة بين روسيا وأوكرانيا بأول حرب على منصة "تيك توك"، الجدل بشأن المنصات الاجتماعية وتأثيرها على كيفية تلقي الأخبار وتفاعل الجماهير مع الأحداث المهمة من حروب وثورات ونزاعات مسلحة، ومع انتشار مقاطع الفيديو القصيرة من أرض المعركة، شكلت منصة "تيك توك" أحد الأسلحة المهمة في الحرب لما لها من تأثير ودور فعال في نقل الأحداث، وخلق التعاطف مع طرف على حساب الآخر، حتى أضحت تشكل المصدر الوحيد للأخبار عند اضطرار المؤسسات الإعلامية لسحب مراسلها من مناطق الصراع لدواعي الحماية الجسدية.

لعبت منصة "تيك توك" منذ بدء الحرب الروسية - الأوكرانية دورا لافتا في توثيق الأحداث، حتى وصفت بعض الفيديوهات بأنها اللقطات الأولى من ساحة المعركة، كما وصفت الحرب الروسية - الأوكرانية

باعتبارها أول حرب تغطي على منصة "تيك توك" من خلال مستخدمي سلاحهم الوحيد هو تفهم الذكية ليتابع العالم تفاصيل الحرب الروسية - الأوكرانية عبر منصة "تيك توك"، وتجدر الإشارة إلى أن دور منصة "تيك توك" في توثيق الأحداث لم يبدأ بالأزمة الأوكرانية، إذ استخدمت المنصة بكثافة خلال الصراع في ليبيا وسوريا، وتوثيق انتهاكات حقوق الإنسان في ميانمار، كما ساهم في نقل مشاهد العنف لحركة طالبان سنة 2021 عندما سيطرت على أفغانستان، ونقل الأحداث عندما قصفت إسرائيل قطاع غزة سنة 2022 حتى سميت بانتفاضة "تيك توك".

ومنه يستهدف هذا المقال إلى إلقاء الضوء على ماهية وخصائص حروب المنصات الاجتماعية، وآليات وأدوات توظيف تلك المنصات في الحروب الحديثة مع التركيز على الأنماط الأكثر شيوعاً في استخدام منصة "تيك توك" خلال الحرب الروسية - الأوكرانية.

1. ماهية حروب المنصات الاجتماعية

تعتبر حروب المنصات الاجتماعية من الظواهر الحديثة المرتبطة بتزايد دور هذه المنصات في التأثير على التفاعلات اليومية، ليس فقط على المستوى الاجتماعي، بل على المستوى السياسي والأمني، ولما كانت هذه الظاهرة حديثة فهي تطرح تساؤلات عديدة تتعلق بماهية هذه الحروب وخصائصها.

1.1 تعريف حروب المنصات الاجتماعية: لا يوجد تعريف محدد لحروب المنصات الاجتماعية، نظراً لحدوثها، وعدم اكتمال أبعادها، فهي ظاهرة حديثة التشكل وترتبط بالتطورات التكنولوجية للبيئة الرقمية والمنصات الاجتماعية نفسها، ولكن يمكن النظر إليها على أنها "تحدث حينما تتنافس جبهتان متصادمتان أو أكثر، على جذب اهتمام الرأي العام، المحلي أو الإقليمي أو الدولي، عبر وسائل التواصل الحديثة، سواء كان ذلك من خلال مواقع الأنترنت أو عبر التطبيقات الهاتفية للتواصل الاجتماعي، خلال فترة زمنية معينة، تصاحبها تطورات سياسية أو عسكرية"¹.

كما يشير كل من Brooking و Singer أن المنصات الاجتماعية قد غيرت في ديناميكية الصراع، حيث باتت مكاناً لشحن حرب جديدة تستهدف عقول وعواطف الشعوب، ويضيفان أن العديد من الدول القومية وكذلك الفاعلين من غير الدول باثروا على حد سواء في استخدام المنصات الاجتماعية للتلاعب بالتحيزات المعرفية للسكان، وذلك من خلال توظيفها للتأثير على أفكارهم، وتوجهاتهم، واختياراتهم، ليس هذا فحسب، بل استخدامها لتجنيد أفراد للقيام بهجمات إرهابية، أو نشر الكراهية والاستياء بين الشعوب المتنافسة ما يمكن أن يؤدي إلى نشوب حرب أو إبادة جماعية، علاوة على إحداث شقاق وانقسام في الأصوات داخل البلد الواحد، وتحقيق الهدف السياسي للحرب دون خسائر تذكر ضمن سياسة التفجير من الداخل².

2.1 خصائص حروب المنصات الاجتماعية: تتسم حروب المنصات الاجتماعية بجملة من الخصائص أبرزها:

- ساحة الصراع فيها افتراضية فلا حدود جغرافية أو إقليمية لها.
- تعتمد الفكرة والكلمة والصورة والفيديو كسلاح أساسي، وتعتمد استراتيجية التدمير من الداخل والخسائر فيها تشمل الجانب المعنوي وقد يتجاوزها إلى الجانب المادي تبعاً لردود فعل المستخدمين أنفسهم.
- تلعب التكنولوجيا الدور الرئيس في هذا النمط من الحروب، فالطرف الذي يمتلك البرامج المتطورة القادرة على تحليل المنصات الاجتماعية، وتحقيق التفاعل بين المستخدمين عبرها، واختيار أفضل الأوقات لبث الأفكار والحجج التي تؤيد رأيه هو الذي تكون له الغلبة.
- مرتبطة بالأحداث والتطورات السياسية والعسكرية على أرض الواقع.
- يشارك فيها المدنيون بصفهم مستخدمين بصورة أكثر من العسكريين.

- ليس بها هدنة، فحتى لو تحققت على أرض الواقع فلا يمكن إيقافها عبر المنصات الاجتماعية.
- لا يمكن فيها تدمير العدو كلياً.

2. معايير حروب المنصات الاجتماعية

لا يوجد في حروب المنصات الاجتماعية منتصر ومهزوم بشكل مطلق، فالانتصار نسبي لكلا الطرفين، والطرف الذي يمتلك التكنولوجيا والقدرة على تسويق حججه وأفكاره، يتفوق على الطرف الآخر، ولكن من دون أن يخرج من هذه الحرب كلياً، ولمعرفة إلى أي مدى استطاع أحد طرفي الحرب أن يحقق انتصاراً نسبياً على الآخر، يمكن الرجوع إلى عدة معايير، منها معايير كمية وأخرى كيفية، وتتمثل فيما يلي:

المعايير الكمية: ويتم خلالها الاعتماد على عدد المؤيدين للطرف المنتصر، سواء بمشاركة أفكاره أو أخباره أو الدفاع عن مواقفه عبر المنصات الاجتماعية، ويمكن الاستناد إلى معدل المشاركات على مدار اليوم، وعدد المشتركين والمعجبين والمتابعين والاتجاه السائد عبر المنصات الاجتماعية.

المعايير الكيفية: وتتمثل في نوعية المشاركين في هذه الحرب، والوزن النسبي لهم داخل المجتمع، فكلما تعدد المشاركون، بمعنى عدم اقتصرهم فقط على المستخدمين العاديين، وإنما دخول قادة الرأي العام والمؤثرين فيه محلياً وإقليمياً ودولياً كذلك، كان الطرف أقرب للانتصار.

3. أدوات حروب المنصات الاجتماعية

تتلاءم الأدوات التي يتم استخدامها في هذا النوع من الحروب مع طبيعتها وخصائصها السابقة، فبعضها له طبيعة افتراضية، ويتم داخل المنصات الاجتماعية، مثل المعلومات والصور والفيديوهات، وبعضها له طبيعة افتراضية أيضاً، ولكن خارج هذه المواقع، مثل برامج الكمبيوتر التي تعمل على تحليل البيانات ومراقبة النشاطات على المنصات الاجتماعية، وفيما يلي أبرز هذه الأدوات التي يتم استخدامها في حروب التواصل الاجتماعي:

- **المعلومة والصور والفيديوهات:** تعد المعلومة الأداة الأهم في هذا النوع من الحروب، أما الصور والفيديوهات فيمثلان المؤثرات البصرية الأكثر تأثيراً على الإقناع وجذب المشاركين، هذا علاوة على أسبقية النشر، لأن الموضوعات التي يتم نشرها أولاً غالباً ما تحظى بأكبر قدر من المشاهدات والمشاركة، سواء أكانت صحيحة أم مغلوطة، ولذلك فإن الطرف الذي يكون سباقاً بنشر فكرة أو معلومة غالباً ما يجد صدى لدى مستخدمي المنصات الاجتماعية بصورة أكبر من الطرف الآخر.
- **برامج إدارة حروب المنصات الاجتماعية:** تعمل هذه البرامج على تحليل البيانات والمعلومات المتاحة عبر المنصات الاجتماعية بما يؤثر على الاتجاهات السائدة حول موضوع أو قضية ما ويغير من نتائج ظهورها على محركات البحث الخاصة بها، ويمكن لها أيضاً مراقبة كافة أنشطة المستخدمين على المنصات الاجتماعية في زمنها الحقيقي والتجسس على تحركاتهم الافتراضية ومكالماتهم عبر الإنترنت، وهو ما كشفته تسريبات أمريكية عن العديد من البرامج التي صممها الإدارة الأمريكية واستخدمتها في حروب المنصات الاجتماعية، ويات معلوماً أن الإدارة الأمريكية لديها مجموعة كبيرة من البرامج الخاصة بالتجسس وجمع المعلومات ومتابعة المستخدمين عبر المنصات الاجتماعية، وليست الولايات المتحدة الأمريكية وحدها من تأسس لذلك بل حتى روسيا والصين والعديد من الدول تتبع هذا النهج.
- ضمن سياق حروب المنصات الاجتماعية برزت منصة "تيك توك" كمصدر إخباري مهيم، حيث شارك كثير من المواطنين في ساحات الحرب قصصهم عبر هذه المنصة، لما تتمتع به من مزايا تتعلق بقصر الفيديو ما يسهل استخدامها في توصيل المعلومات، إضافة إلى أن خوارزميات منصة "تيك توك" تهتم بعرض المحتوى على أكبر عدد من الجمهور، من ناحية أخرى يكمن الاهتمام بمنصة "تيك توك"

بوجود العدد الأكبر من الياقعين عليها، فهم الذين ينتجون العدد الأكبر من المحتوى المرئي المشارك عبر الإنترنت حالياً، بالإضافة إلى أن فيديوهات منصة "تيك توك" يسهل تحميلها وإعادة مشاركتها ضمن مجموعات واتساب وغيرها من المنصات الاجتماعية من دون أن يظهر الرابط الحقيقي بين منشئ هذه المواد البصرية والحكومات أو الجهات التي دفعته لنشر مثل هذا المحتوى، وعليه سوف نستعرض فيما يلي تعريف منصة "تيك توك" وخصائصها ومميزاتها بالإضافة إلى أسباب إقبال فئة الشباب عليها.

4. منصة تيك توك:

رغم تعدد أجهزة الهواتف الذكية وتباين أنواعها غير أن جميعها تحمل منصات متنوعة المحتوى والأهداف يسهل استخدامها لإشباع العديد من الحاجات: كالتواصل، التصفح، المشاركة، الترفيه، التثقيف، التعبير والعديد من الحاجات الشخصية والمهنية ومن أهم تلك المنصات استخداما منصة "تيك توك". تم إطلاق منصة "تيك توك" داخل الصين في سبتمبر 2016 من قبل شركة صينية على يد مؤسسها Byte Dance بهدف إنشاء مقاطع موسيقية ولقطات فيديو قصيرة، وبعدها بعام تم إطلاق الإصدار الدولي لها، كانت المنصة في الأساس مخصصة لمشاركة الفيديوهات القصيرة التي تركز على الفيديوهات الغنائية ثم تم تطويرها تدريجياً لتصبح خدمة فيديو متكاملة مع محتوى متنوع⁴، وأصبحت هذه المنصة أكثر شهرة سنة 2019⁵ حيث أصبحت تغطي أكثر من 150 دولة، وتعرض 75 لغة، وتحتل صدارة المنصات في أكثر من 40 دولة حول العالم⁶، ولهذا أصبحت أحد أسرع المنصات الاجتماعية نمواً، حيث تخطت 1.2 مليار مستخدم نشط شهرياً حول العالم⁷ وفقاً لإحصائيات سنة 2022، وفي حين استغرقت منصات مثل الأنستغرام والفيستوك 10 سنوات للوصول إلى قاعدة المعجبين الحالية، استغرقت منصة "تيك توك" 5 سنوات فقط لبلوغ ذلك، وهو ما يبرهن على القوة التي تتمتع بها منصة تيك توك في جميع أنحاء العالم. تجاوز تحميل منصة "تيك توك" خلال سنة 2022 حاجز 3.5 مليار مرة من متاجر التطبيقات الرسمية ليكون بذلك الأعلى شعبية في تاريخ تطبيقات الهواتف الذكية⁸، وفي تقرير Statista⁹ Research department الذي أعلن عنه في مارس 2022 تعتبر منصة "تيك توك" التطبيق الاجتماعي الأكثر جاذبية للمستخدمين حيث يبلغ متوسط مدة الجلسة الواحدة (10:55 د)، بينما بلغ متوسط الوقت الذي يقضيه مستخدم هواتف أندرويد على تيك توك 19.6 ساعة شهرياً، وتعتبر الفئة العمرية 19-29 سنة الأكثر استخداماً لمنصة "تيك توك" تليها الفئة العمرية 18 سنة أو أقل، وقد حققت منصة "تيك توك" عائدات قدرت بحوالي 4.6 مليار دولار خلال سنة 2021، ويعتبر المحتوى الترفيهي الأكثر شعبية على منصة "تيك توك" يليه محتوى الرقص ثم المقالب ثم الرياضة واللياقة البدنية¹⁰.

تتميز منصة "تيك توك" بإتاحة تكوين مجموعات اجتماعية من

المتابعين والمستخدمين، وما يميزها عن باقي المنصات الاجتماعية هو الخلفية

الموسيقية لمقاطع الفيديو، وهما المحتو بالأبرز الذي يمتدداولهمنخلالها، حيثيستطيع

المستخدمون انتقاء مقاطع صوتية بين أنواع عديدة التنوع، أوحتابتكار مقاطع جديدة،

كما يتميز أيضاً بخاصية Duet التي تمكن المستخدم من الرد على فيديو منشور بفيديو آخر من ابتكاره¹¹.

انتشرت منصة "تيك توك" بشدة أثناء جائحة كورونا حيث انضم له 52.5

مليون مستخدم حول العالم في شهر مارس 2020، لتكون الأكثر تحميلاً بوصفها منصة غير متعلقة

بالألعاب الإلكترونية، هذا الاستخدام الكثيف أثناء الجائحة يرجع إلى الطبيعة الفكاهية وغير الرسمية للمنصة والتميز

كمنصة مستخدمين من قضاء وقتهم أثناء

الحظر¹²، واستثمار هذا النجاح الكبير للمنصة تسارع العديد من المستخدمين للاستفادة منها والذين يمكن

تقسيمهم لثلاث فئات رئيسية¹³:

- عامة المستخدمين : وهم الذين يعتمدون منصة "تيك توك" للتعبير عن أنفسهم وتحقيق ذواتهم والرضا الداخلي، من خلال ما تتيحها المنصة من مميزات الجمهور لإنتاج محتوى طبقاً لاحتياجاتهم النفسية وخلفياتهم الثقافية بدواعي الترفيه، وقد أسست منصة "تيك توك" من خلال متابعة مقاطع الفيديو الخاصة بالمستخدمين الآخرين والتعليق عليها والإعجاب بها بيئة جديدة لمحتوى الفيديو عبر الإنترنت، وشبكة خاصة من المشاهير المراهقين.
 - المشاهير والمؤثرين: يسعد المشاهير أو المؤثرون باستخدام منصة "تيك توك" في الدعاية لأنفسهم وأعمالهم وأراءهم للاستفادة من القيمة التجارية التي تتيحها المنصة، فتحقيق الأرباح أصبح جزء أساسي لدى الكثيرين في العالم الافتراضي، وتتجه معظم المنصات الاجتماعية لدعم الزوار أو المستخدمين لمزيد من الاستخدام وقضاء وقت أطول من خلال المنصة من خلال زيادة عدد مرات المشاهدة وعدد مرات المشاركة مما يؤدي إلى زيادة حركة البحث حول المحتوى.
 - المؤسسات: وذلك للدعاية لمنتجات المؤسسة عبر تخصيص هذه المنصة لتضيق الفجوة بينها وبين الشباب المستهدف خاصة أن أغلب متابعي التطبيق هم من الشباب، ففي الواقع تعتمد الكثير من المؤسسات على الفيديوهات الفكاهية في جذب انتباه العملاء إلى منتجاتها وكسب ثقتهم وإعجابهم من خلال استراتيجيات تسويقية خاصة بمنصة "تيك توك".
5. **خصائص منصة تيك توك** Ling إلبأن منصة "تيك توك" تحمل الخصائص التالية¹⁴:
- التفرد: يشير مفهوم منفرد لمنصة "تيك توك" إلى سماتها المميزة التي لا يضاهيها أي منصات الفيديوها القصيرة الأخرى، حيث تتيح منصة تيك توك تقديم فيديوهات لا تتجاوز مدتها 15 ثانية مع إضافة الموسيقى والمؤثرات الصوتية بجانب "الفيلتر" الذي يمكن إضافته إلى الوجه وذلك باستخدام تقنيات التصوير المتاحة على التطبيق وعلى الهواتف الذكية وهي الفيديوهات التي يسهل تسجيلها ومشاركتها دون أي متطلبات فنية أو عمل إبداعي متعلق بالمستخدم نفسه.
 - التنوع: يشير المحتوى بالفيديوها الخاص بمنصة تيك توك، حيث يوفر التطبيق الكثير من أنواع المحتوى التي ينتجها المستخدمون والتي يمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي:
 - التعليمي: وهو المحتوى المتعلق بتعليم المستخدم من مهارات جديدة مثل الرقص والطهي وغيرهما من المهارات الأخرى
 - الترفيهي: وهو المحتوى الخاص بالفيديوها القصيرة المصحوبة بالموسيقى لأغراض الترفيه عن النفس وقد تحمل تحديات يقترحها وينفذها المستخدمون أنفسهم
 - الترويجي: وهو المحتوى الخاص بالتسويق والترويج لمنتجات والخدمات الذي يقدمه المؤثرون أو الشركات ومختلف المهنيين عبر منصة "تيك توك".
6. **عوامل إقبال الشباب** أصبحت منصة "تيك توك" من بين المنصات الأكثر انتشاراً والتي باتت تصدر تصنيفات الفيديوهات القصيرة الأكثر استخداماً، من خلال تزايد عدد المستخدمين الشباب وارتفاع التقييمات الإيجابية للتطبيق، وهو ما يدفعنا للتركيز على عوامل إقبال الشباب على منصة "تيك توك" في هذا الإطار، أشار Jiani إلبإمكانية تقسيم تلك العوامل إلى¹⁵:
- تنوع وثرأ المحتوى المقدم
 - دعم التعبير الشخصي عن المهارات والخبرات من خلال الفيديوهات القصيرة
 - النمط التفاعلي للمنصة.
 - الاستفادة من قنوات الاتصال لتحسين التأثير عبر التوسع في رقة الوصول للشباب
 - استخدام لوغاريتما تقوية تجعل المحتوى المنشور من جانب المستخدمين بمثابة علامة مميزة يسهل الوصول إليها

- إمكانية مشاركة ما يقدم عبر منصة "تيك توك" عبر منصات أخرى مثل فيسبوك.

7. مميزات منصة "تيك توك"

على عكس العديد من المنصات الاجتماعية التي تتيح للمستخدم مشاهدة المحتوى الذي يتابعه فقط، تتيح منصة "تيك توك" للمستخدمين مقترحات كثيرة وليس فقط ما يتابعه بحسب¹⁶، وتتعدد أسباب تميز هذه المنصة من بينها تحقيقها جوانب استراتيجية التسويق الفعالة وهي استراتيجية الترويج والخاصة بها، بالإضافة إلى استخدام تكنولوجيا الخوارزميات التي تتلاءم مع احتياجات المستخدمين¹⁷، فضلا عن ميزة الإبداع والابتكار وهو ما جعل الشباب اليافعين ينشرون المحتوى الإبداعي عبر التطبيق بما يشككهاهوية ثقافية وفكرية للشباب بكل مجتمع¹⁸.

سلبات المنصة: أشارت بعض الدراسات إلى مخاوف من كثافة استخدام هذا التطبيق، ولخصتها في ثلاثة مخاوف رئيسية¹⁹:

- انتشار المحتوى الغير لائق مثل بعض كلمات الأغاني غير المقبولة والصور أو المقاطع الخادشة للحياء.
 - ضعف إعدادات الخصوصية، فيمكننا أن نستخدم معلوماتنا عن أي مستخدم آخر من خلال ما ينشره من مقاطع فيديو، الأمر الذي دفع الكثير من الباحثين لدراسة إعدادات الخصوصية المتعلقة بالمنصة، حيث أشار العديد منهم إلى أن المنصة أكثر أمنًا بنسبة كبيرة تبعًا للتحديثات الأخيرة²⁰.
 - المشاكل الصحية الناجمة عن الاستخدام مثل الاكتئاب الناتج عن التنمر الذي يؤدي إلى الانتحار.
- حولت منصة "تيك توك" خلال الحرب الروسية-الأوكرانية إلى ساحة حرب موازية، بعد أن وظف كلاهما ما يسمى بـ "المؤثرين" من المتفاعلين مع وقائع الحرب، حيث تحظى مقاطع الفيديو التي ينشرونها بمشاهدات واسعة وصلت في بعض الأحيان إلى الملايين، ولا يشترط لهؤلاء المؤثرين الاهتمام المسبق بالتطورات السياسية؛ إذ إن استخداماتهم لتطبيق "تيك توك" تمحورت بالأساس حول خبراتهم الحياتية ورحلاتهم الشخصية وغير ذلك.

نموذج الحرب الروسية الأوكرانية

جاءت الحرب الروسية الأوكرانية وسط صراع متعدد الجبهات، سعت فيه روسيا إلى إعلان تحدي الغرب والتصدي لاستراتيجية الناتو في شرق أوروبا، ومحاولة فرض ذلك بالقوة العسكرية، لتعزيز مكانتها في ظل إعادة تموضع استراتيجي أميركي وانسحابات عسكرية أميركية من عدة مناطق، مقابل تمدد الصين التي باتت تمثل مركز الاهتمام الاستراتيجي للولايات المتحدة وحلفائها الغربيين أمام سعيها الحثيث خلال العقد الأخير نحو تحصين موقفها الدولي وتعزيز تحالفاتها ووضع أسس لنظام دولي جديد تكون لها فيه مساهمة أكبر في إدارة المشهد الدولي، وخاصة مع مركزية دور الصين في التحركات الروسية ضد الغرب²¹.

وقد كان اللافت خلال الحرب الروسية الأوكرانية تحرك معظم المؤسسات السياسية والاقتصادية والأمنية والعسكرية بل والصحية والرياضية والشركات الفنية والإعلامية الغربية -بدرجة كبيرة من التنسيق في توجهاتها وممارساتها وإجراءاتها- ضد روسيا وسياساتها وحلفائها، وجرى حشد الأغلبية العظمى من الهيئات والمؤسسات والشركات التابعة للمنظومة الغربية في مواجهة السياسات الروسية، وكان في مقدمة هذه المؤسسات منظومة الأمم المتحدة، والناتو والاتحاد الأوروبي ومحكمة العدل الدولية، والمحكمة الجنائية الدولية، والمؤسسات المالية الدولية، بل وتوجيه رسائل نصية وخطابات رسمية لمعظم النظم السياسية في العالم، بتحديد مواقفها من الغزو الروسي لأوكرانيا²².

ترافقت العمليات العسكرية الروسية في أوكرانيا بتصاعد نشر المعلومات المضللة على منصات التواصل الاجتماعي، والتي تنوعت بين الفيديوهات المفبركة، والروايات المزيفة، وتضليل الوقائع، وتزامن ذلك

التصعيد مع حملة إعلامية غربية غير مسبوقه ضد روسيا، سعت إلى شيطنتها، وتعبئة الرأي العام ضدها، وتضمنت هذه العملية الكثير من الفيديوهات والمنشورات والتقارير التي اجتاحت المنصات الاجتماعية بمعلومات كاذبة وملفقة الغرض منها إظهار الوجه السيء لروسيا، وتصويرها على أنها لا تكتثرت لحياة المدنيين من أجل توجيه الرأي العام لصالح أوكرانيا.

وردا على هذه الحملات، وجهت الهيئة المنظمة للاتصالات في روسيا، خطابات لمؤسسات إعلامية غربية ومالكي المنصات الاجتماعية متهمه إياهم بنشر معلومات مضللة عن أحداث أوكرانيا وخيرتها بين حذف تلك المعلومات أو حظرها على الإنترنت، وقامت روسيا بحظر منصة YouTube و Instagram اللذان اهتمتهما بنشر دعوات إلى العنف ضد الروس على خلفية النزاع في أوكرانيا، من جهته قام موقع Google بحظر قنوات الإذاعة والتلفزة الروسية على منصتها، كما قامت هيئة تنظيم الاتصالات الروسية بحجب Facebook ردا على ما قالت إنها قيود على الدخول إلى وسائل الإعلام الروسية عبر منصته، واتهمت روسيا Facebook و Twitter، بفرض رقابة مشددة على المحتوى الذي يروج وجهة النظر الروسية، أو الأفكار المناوئة للغرب.²³

لا يمكن إنكار دور التضليل عبر المنصات الاجتماعية باعتباره جزءا في الصراع الروسي الأوكراني إذ أنه يرمي لخلق حالة نفسية موجبة لرواد هذه المنصات وخصوصا الشباب، الأمر الذي يفسر الاستعانة حتى بألعاب الفيديو ومقاطع أفلام ومسلسلات التي دمجت بلقطات حقيقية بحيث تتولد مشاهد باستطاعتها محاكاة الخيال المؤثر على هذه الفئة العمرية تحديدا، غير أن تعامل المنصات الاجتماعية مع الأزمة الأوكرانية جسد ازدواجية المعايير لديها وابتعادها عن كل ما تنادي له من مبادئ ديمقراطية الاتصال وحرية الإعلام، والتي أوجدت روسيا بدائل لها مثل منصة "24 فكونتاكتي" ВКонтакте، تأكيداً منها على رفضها الخضوع للهيمنة الأميركية على فضاء الإنترنت

كما يمكن القول إن شاشة الهاتف الذكي الصغيرة مثلت أداة الاتصال المهيمنة في هذا النزاع، وهي تحمل في طياتها خطر الانتشار الفوري للمعلومات المضللة الخطيرة، التي تترك الملايين بشأن تطور الأحداث بما ترسمه من ضبابية لمشهد الحرب، فكما تعمل المنصات الاجتماعية على تسهيل متابعة تطورات الحرب، تبقى أداة أساسية لترويج المعلومات المضللة، وهو ما أدركه طرفي الصراع واستغلوه ضمن محاور الحرب النفسية والإعلامية بينهما لتكون المنصات الاجتماعية ساحة لهذا الصراع الإعلامي.

كما تجدر الإشارة في معرض حديثنا هذا إلى أن الرئيس الروسي "فلاديمير بوتين" قد تبني خلال الفترة من 2008 إلى 2021 ما أسماه "استراتيجية استرداد النفوذ والمكانة" التي تقوم على شن حرب هجينة شاملة على كل الجبهات وقد قامت هذه الاستراتيجية على عدة مستويات أهمها انتهاج حرب سيبرانية هجومية واسعة النطاق حيث كونت روسيا جيش أنترنت وكتائب إلكترونية لبث رسائل ومضامين تتفق والتوجهات الروسية عبر المنصات الاجتماعية وشن حملات إلكترونية سرية وكثيفة ضد بعض الدول الغربية، وهو ما تطلب العمل على تطوير القدرات الروسية في مجالات عمل وتكنولوجيا التنصت والرقابة والاعتراض والاختراق الإلكتروني وغيرها من قطاعات ذات صلة وهو ما يفسر القدرات الروسية في مواجهة الحرب الإعلامية الغربية خلال الحرب الروسية الأوكرانية.

إن تتبع مسارات الحرب الروسية الأوكرانية من خلال منصة "تيك توك" يدفعنا لتقديم جملة من الأهداف التي شكلت الدوافع الروسية والأوكرانية في استخدام منصة تيك توك خلال الحرب بينهما فمن الجانب الأوكراني تعددت الأهداف التي سعى "المؤثرون" المؤيدون لأوكرانيا إلى تحقيقها، حيث يمكن الوقوف على أبرزها فيما يلي:

1. إدانة الحرب: امتلأت منصة "تيك توك" بمقاطع فيديو معارضة للحرب الروسية في أوكرانيا، وقد بدأ نشر تلك الفيديوهات بمجرد عبور القوات الروسية للحدود الأوكرانية، تمت خلالها إدانة الحرب التي وسمت بهجوم الرئيس فلاديمير بوتين على أوكرانيا وقد هدفت تلك الفيديوهات بالأساس إلى مساعدة الأجانب على فهم الشعب الروسي بشكل أكبر والتأكيد على أن جزءاً منه لا يؤيد هذه الحرب.
 2. جمع التبرعات المالية: مع تضايف أعداد المتابعين عبر "تيك توك"، اعتمد بعض المؤثرين إطلاق حملات خاصة بجمع التبرعات تحت عناوين عديدة، كان أبرزها "مساعدة الأوكرانيين المحتاجين والمتأثرين بالحرب"، مع التأكيد على توليهم مسؤولية توزيع التبرعات بمساعدة الحكومات المحلية ومختلف المؤسسات المعنية. واتخذ جمع التبرعات شكلاً آخر وهو العمليات التسويقية الرامية إلى بيع بعض القمصان التي كتبت عليها عبارات مؤيدة لأوكرانيا، مع تخصيص الأرباح للمتضررين من الحرب الروسية، والجدير بالذكر أن مقاطع الفيديو التي نشرها المؤثرون الداعمون لأوكرانيا حاولت دفع المشاهدين إلى التعاطف مع الشعب الأوكراني، واستثارة غضبهم، وصولاً إلى حث بعضهم على الذهاب إلى أوكرانيا للمشاركة في الحرب، إلى جانب التبرع بالأموال.
 3. مشاركة تطورات الحرب: ينشر المستخدمون والمؤثرون الداعمون لأوكرانيا بانتظام فيديوهات يمكن النظر إليها بوصفه نقلاً مباشراً لآخر التطورات والمستجدات عن الحرب الروسية الأوكرانية؛ نظراً لما تقدمه من أخبار وتحديثات ومعلومات يشاهدها ملايين المستخدمين عبر العالم، حيث تمتلئ موجزات "تيك توك" بفيديوهات يسمع فيها صافرات الإنذار ودوي أصوات المدافع، وبالتالي، إلى جانب المرسلين والصحفيين، أصبح المستخدمون والمؤثرون الأوكرانيون مصدراً أساسياً لتطورات الحرب، ويرى هؤلاء المؤثرون أن مقاطع الفيديو هي الوسيلة الأكثر واقعية لاطلاع المشاهدين على ما يحدث في أوكرانيا، فيأخذونهم في جولات حول الملاجئ والمباني المدمرة، والصواريخ التي لم تنفجر، غير أن عملية التثبيت من مصدر الفيديوهات يطرح إشكالية الفيديوهات المفبركة والمظللة التي شهدت انتشاراً واسعاً خلال هذه الحرب.
- يمكن أن نشير هنا إلى أن هناك مجموعة من السمات المشتركة بين المؤثرين في عرض فيديوهاتهم عبر منصة تيك توك والتي يمكن إجمالها فيما يلي:
1. قابلية التكيف: جراء حظر تطبيق "تيك توك" لبعض الفيديوهات، اتجه المستخدمون والمؤثرون الأوكرانيون إلى إنشاء حسابات بديلة لاستخدامها على سبيل الاحتياط؛ ضماناً لاستمرارية نشر تحديثاتهم. كما تجلت قدرة هؤلاء المؤثرين على التكيف بالنظر إلى مساعيهم لتغيير محتوهم المقدم كي يتناسب مع ظروف الحرب وما استتبعها من تغيرات في أوضاعهم المعيشية، من بينها عملية الفرار من أوكرانيا، ورحلات اللاجئين إلى الدول المجاورة، واستمرار المستخدمون والمؤثرون في نشر محتويات تصور نمط حياتهم الجديد، الملاجئ المؤقتة وآليات العمل التطوعي مع المنظمات الإغاثية الإنسانية.
 2. احترافية التصوير: ساهمت خبرة بعض المستخدمين والمؤثرين الأوكرانيين في تصوير فيديوهات احترافية في تحولهم إلى مراسلين حربيين، إذ أدى تصور مقاطع الفيديو بأسلوب "السيلفي" إلى محاكاة المشاعر الدافئة لمكالمات الفيديو على نحو يظهر الواقع الأوكراني، ما وضع المشاهدين في الصورة كما لو كان صانع الفيديو يتحدث مع كل مشاهد منهم على حدى، وحتى عند الحديث عن حظر التجوال والاختباء، يستخدم المؤثرون مقاطع صوتية وعلامات تصنيف وفلاتر شائعة تسهل على الأشخاص العثور على محتواها وتزيد من جاذبيتها.

3. الطابع الفكاهي للحياة الخاصة اتجه المؤثرون والمستخدمون الأوكرانيون إلى بث فيديوهات من منازلهم مشاركة مختلف مظاهر حياتهم، للتأثير على المشاهدين باستخدام طرق عدة، حيث تعد الفكاهة واحدة منها.

4. العرضة للخطر: يواجه المؤثرون والمستخدمون غير منصة "تيك توك" تحديات كثيرة قد ترقى إلى حد القصف الصاروخي في حال وجود الأوكرانيين منهم في مواقع مستهدفة. إذ تواجد الكثير في المدن التي تعرضت للقصف الروسي، وقد ساهم هذا بشكل أو آخر في التدفق المستمر للفيديوهات بشكل مباشر، ليصعب التمييز مع مرور الوقت بين الفيديوهات الصحيحة والمضللة، بالنظر إلى كثرتها من ناحية، وسهولة نشرها من ناحية أخرى،

لعب المؤثرون الروس من جبهتهم أدوارا بارزة في الحرب الروسية الأوكرانية، حيث أكد التقرير الصادر عن معهد الحوار الاستراتيجي (ISD)، ومقره لندن، نجاح حسابات المؤثرين الروس في استخدام تطبيق "تيك توك" للترويج للكرملين ونشر معلومات داعمة للحرب، وهو ما يمكن الاستدلال عليه من خلال ملايين المشاهدات التي حظيت بها الفيديوهات التي صورت أوكرانيا على أنها المعتدي، وشبهت السياسيين الأوكرانيين بـ "النازيين الجدد"، وقد تمكن المؤثرون الروس عبر منصة "تيك توك" من تبرير التدخل العسكري لبلادهم، والتأكيد على أن "روسيا تريد إحلال السلام"، ومنع توسع التمرد الغربي والأمريكي.

من ناحية أخرى، خلص تحقيق أجرته قناة Vice News الأمريكية، إلى أن بعض المؤثرين الروس في "تيك توك" قد عرض عليهم المال مقابل الدعاية المؤيدة لموسكو فيما يشبه "حملة التجنيد المنظمة"، وفي محاولة للسيطرة على الخطاب الذائع عن أوكرانيا، على الرغم من ضبابية من يقدم تلك الأموال وصعوبة الجرم بفاعليتها. وعقب نشر نتائج ذلك التحقيق، لم تعلق شركة "بايت دانس"، المالكة لتطبيق "تيك توك"، وأتنت على التحقيق الذي رصد التهديدات الناشئة والمعلومات المضللة المتصلة بالحرب الروسية - الأوكرانية. وفي سياق متصل، أكدت صحيفة "الجارديان" البريطانية أن الحكومة الروسية دفعت بمؤيديها من المؤثرين عبر منصة "تيك توك" لنشر الرؤية الروسية الرسمية عن الحرب، وتوضيح تطورات الأوضاع في أوكرانيا. وردا على ذلك، أعلنت شركة "بايت دانس" عن إضافة ملصقات إلى مقاطع الفيديو التابعة لوسائل الإعلام التي تسيطر عليها الدولة الروسية.

خاتمة

حول المستخدمون والمؤثرون منصة "تيك توك" إلى أداة إعلامية تغطي الحرب الروسية في أوكرانيا، لتصبح الأولى التي تُنشر وقائعها على التطبيق، ولتقدم على أثر ذلك مجلة "نيويورك" الأمريكية مصطلح "WarTok"؛ في ارتباط واضح بين التطبيق والحرب. كما وصفت صحيفة "تشاتانوغا تايمز فري برس" الأمريكية Chattanooga Times Free Press، الحرب الروسية - الأوكرانية بأنها "حرب تيك توك الأولى"، وهو ما يعد إثباتا للدور الذي يلعبه هذا التطبيق على نطاق عالمي، حيث أصبح سلاحا إعلاميا دوليا بعد أن اتجه المواطنون الأوكرانيون الذين يختبئون في الملاجئ أو الذين فروا من منازلهم إلى مشاركة قصصهم أو شرح أبعاد الحرب لمتابعيهم أو كشف المعلومات الخاطئة عبره.

وبشكل عام، يمكن التحقق من صحة الفيديوهات المتداولة على تطبيق "تيك توك" قبل نشرها وفي أعقابها، عن طريق الإحالة المرجعية للمقاطع والأخبار بين قنوات متعددة. بيد أن ذلك لم يؤد إلى احتواء الانتقادات الموجهة للتطبيق لنشره أحيانا أخبارا مزيفة أو غير محدثة. فمن خلال نشاط المستخدم واهتماماته، يسارع المستخدمون إلى تصديق الفيديوهات المعروضة، ما يسهل إساءة تفسير محتوى المؤثرين الذي لم يتم التحقق منه. وهو ما دفع المحللين إلى التحذير من خلط مقاطع الفيديو الحقيقية بمقاطع تخص

صراعات أخرى أو تدريبات عسكرية في مناطق بعيدة عن أوكرانيا، والتي تنتشر أيضا على الفور جنبا إلى جنب مع اللقطات الميدانية الفعلية أو الحقيقية.

ارتبطت الثورات والحروب بمنصات التواصل الاجتماعي منذ أكثر من عشرة سنوات على خلفية ما شهدته بعض الدول العربية في مطلع سنة 2011، غير أن منصة "تيك توك" بفعل طابعها العفوي، تمكنت من جذب جمهور أصغر سنا مقارنة بمستخدمي "يوتيوب" و"فيس بوك". وقد ساهم في ذلك خوارزمية التطبيق التي تقدم المحتوى بناء على اهتمامات المستخدمين، فإذا أظهر أحد المستخدمين اهتمامه بأوكرانيا، عرض عليه مزيد من المحتويات عنها، وهو ما ساعد البعض على التحول إلى مؤثرين في أقل من يوم واحد بعد أن حظيت فيديوهاتهم بملايين المشاهدات.

ختاما، يمكن القول أن منصة "تيك توك" قد أضحت من الأدوات الرئيسية في الحرب الروسية - الأوكرانية، حيث يوظفها بعض المؤثرين لدعم أوكرانيا، وتتبع تحركات القوات الروسية، والبث الحي لجهات القتال المختلفة، وتوثيق المعاناة الإنسانية، وغير ذلك. وفي المقابل، يستخدمها الجانب الروسي أيضا للترويج لسرديته عن الحرب، والرد على الانتقادات والعقوبات الغربية. إذ تسهل قدرات التحرير والفلتر المدمجة داخل التطبيق عملية التقاط التفاصيل ومشاركتها بالمقارنة بتطبيقات أخرى، وهو ما يسهم في سرعة انتشار المحتوى ويضعف من تأثيره.

الإحالات والمراجع:

1. خليفة إيهاب، (2023) الكتاب الإلكتروني، الملامح العامة لحروب مواقع التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط، دراسة المستقبل، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، تم التصفح يوم 2023/03/14 الساعة 16:30
2. "LikeWar: The Weaponization of Social Media", New (2018). P. W. Singer and Emerson T. Brooking, York, Eamon Dolan/Houghton Mifflin Harcourt.
3. Juan Carlos Medina Serrano and others (2020). Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok, Southampton, 20, P.2.
4. Johannes Ahlse and others (2020), it's time to TikTok Exploring Generation Z's motivations to participate in Challenges, Jonkoping university, p. 6.
5. G K Swathi . Christopher Devakumar (2020), a study to analyze the impact of Tik Tok app on students academics and psychology, Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR), 7(3), p. 139.
6. Hui Zuo, Tongyue Wang (2019), Analysis of Tik Tok User Behavior from the Perspective of Popular Culture, Frontiers in Art Research, 1(3), p.1.
7. Allison Lawrence (2020). A Uses and Gratifications Exploratory Study of TikTok: What Does This Mean for Brands?, Dissertation presented for the Degree of MSc Marketing, The University of Edinburgh, p. 6.
8. Jorge Vázquez-Herrero, María-Cruz Negreira-Rey and Xosé López-García (2020). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok, Journalism, 1(19), p. 5-6.
9. <https://www.statista.com/statistics/1090669/tiktok-mau-worldwide-android/>, 13/03/2023; 14:30.
10. <https://abuomar.ae>, 23/03/2023, 17:30.
11. Su, Y., Baker, B., Doyle, J. & Yan, M. (2020), Fan engagement in fifteen seconds: Athletes' relationship marketing during a pandemic via TikTok. International Journal of Sport Communication, P. 5.
12. Hui Zuo, Tongyue Wang (2019), Analysis of Tik Tok User Behavior from the Perspective of Popular Culture, Frontiers in Art Research, 1(3), p.1-2.
13. Ling, C. (2020). Study on the communication dependence of Tik Tok. The Chinese Newspaper Press, 18 (02), p 45.
14. Ling, C. (2020). Study on the communication dependence of Tik Tok. The Chinese Newspaper Press, 18 (02), p 45.
15. Jiani, W. (2019). Why is music social short video software popular? Take the "Tik Tok" App as an example," New Media Research vol. 3, no. 18, p88.
16. Jorge Vázquez-Herrero, María-Cruz Negreira-Rey and Xosé López-García(2020). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok, Journalism.

- ¹⁷ . Li Xu, Xiaohui Yan, and Zhengwu Zhang (2019). "Research on the Causes of the "Tik Tok" App Becoming Popular and the Existing Problems," Journal of Advanced Management Science, 7(2), pp. 59-63.
- ¹⁸ . Hui Zuo, Tongyue Wang (2019). Analysis of Tik Tok User Behavior from the Perspective of Popular Culture, Frontiers in Art Research, p.1.
- ¹⁹ . Badriya Abdul Jaffar (2019). Living in a Moment: Impact of TicTok on Influencing Younger Generation into Micro-Fame, Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication, Vol. 10, p.190.
- ²⁰ . op.cit , p. 194.
- ²¹ . John J. Mearsheimer, (2019), "Bound To Fail: The Rise and Fall of the Liberal International Order," International Security, Vol. 43, no. 4, 48-49.
- ²² . عصام عبد الشافي، (2022) الحرب الروسية – الأوكرانية ومستقبل النظام الدولي، مركز الجزيرة للدراسات، متاح تم التصفح يوم 2023/03/24، على الساعة: 15:00، على الرابط: <https://studies.aljazeera.net/ar/article/5361>
- ²³ . ناورز خليل، 2023، "شيطنة" روسيا وتضليل "السوشيال ميديا"، على موقع: Sky News عربية، <https://www.skynewsarabia.com/blog/1509145> زيارة يوم 28 مارس 2023، الساعة 14:00.
- ²⁴ . هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً، مشابه تقريبا لموقع التواصل الاجتماعي [فيسبوك](#)، يعد من المواقع الأكثر شعبية في روسيا وأوكرانيا وبيلاروسيا وكازاخستان، وله شعبية بين المستخدمين العرب، تأسس سنة 2006 ويحتوي على الكثير من اللغات ومن بينها اللغة العربية ويسجل به أكثر من 100 مليون مستخدم شهري. حجب الموقع في أوكرانيا بمرسوم رئاسي على خلفية الحرب الروسية الأوكرانية.