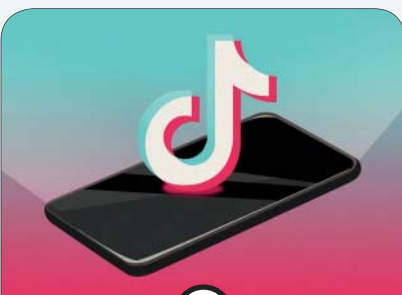




وقتی فیسبوك فید خبری را معرفی کرد، به سرعت متوجه شد که تصاویر، کاربران را بیشتر جذب می کند. این به آن معنا بود که اینستاگرام، شبکه اجتماعی تازه متولد شده که فقط بر اساس عکس بود، تهدید جدی به شمار می رفت و وقتی توسط فیسبوك خریداری شد، يك فرصت فوق العاده بود!



رسوخ به ذهن و قلب میلیون ها کاربر

ماه پیش، پس از آن که ترامپ يك تجمع در شهر تولسا داشت و جمعیتی خیلی کمتر از آنچه انتظار می رفت در آن گرد آمدند، نیویورك تایمز این طور اشاره کرده که ممکن است تیک تاک مسبب آن باشد: «وقتی کمپین ترامپ در حساب رسمی آن در توئیتر از طرفداران خواست که با گوشی هایشان در ۱۱ ژوئن برای دریافت بلیت های رایگان ثبت نام کنند، حساب های طرفداری کی پاپ (پاپ کره ای) [در تیک تاک] شروع کردند به پخش این اطلاعات با دنبال کننده هایشان و تشویق آنها به این که ثبت نام کنند و بعد در تجمع شرکت نکنند!»

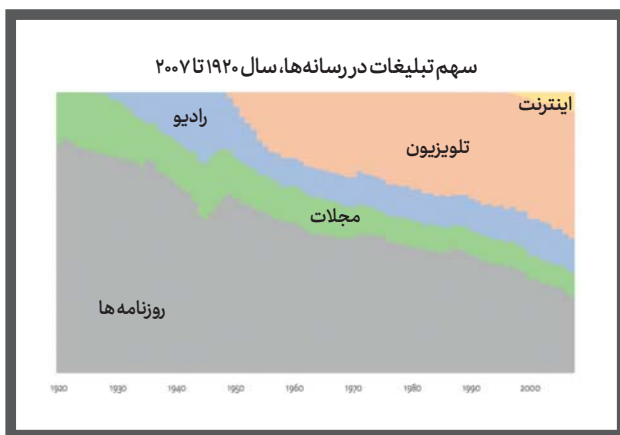
بدون در نظر گرفتن این که آیا واقعا کمپین تیک تاک یا حتی کرونا باعث مشارکت پایین در تجمع ترامپ بوده یا نه، به نظر می رسد این حرکت در سرویس ویدئویی تیک تاک حقیقی بوده است. اما با وجود آن که ما راهی برای دانستن قطعی میزان تأثیر آن نداریم، ولی همین احتمال که تیک تاک واقعا می توانسته روی تجمع و حضور افراد در آن مؤثر باشد، خود مسأله ای ترسناک برای سیاستمداران از هر حزب و گروهی به شمار می رود.

مسأله اینجا سانسور نیست که البته سابقه ای طولانی چه در تیک تاک و چه در فیس بوك و دیگر شبکه های اجتماعی دارد بلکه معکوس آن، یعنی پروپاگانداست. الگوریتم تیک تاک که وابسته به قیود يك شبکه اجتماعی یا تولیدکنندگان حرفه ای محتوا نیست، آزاد است هر ویدئویی را که می خواهد برجسته کند، بدون آن که کسی تفاوتش را بفهمد. تیک تاک می تواند يك کاندیدا یا يك مسأله خاص را در يك جغرافیای خاص برجسته کند، بی آن که کسی (جز احتمالا آنها که در ساختار اصلی اش دخیلند) متوجه شود. شما ممکن است شك داشته باشید که این عملکرد ممکن باشد، ولی چین نشان داده حاضر به سانسور محتوا در يك بستر ممنوع در کشورش است و به نظراتان چقدر سخت است که فکر کنیم این کشور راهی را که به ذهن و قلب میلیون ها کاربر در سراسر جهان یافته، دست نخورده باقی بگذارد؟

موفقیت تیک تاک

بخواهیم خلاصه بگوییم:

- ۱ انسان ها ویدئو را به عکس و متن ترجیح می دهند.
 - ۲ تیک تاک تولید ویدئو را ساده و راه را برای حجم عظیمی از محتوا هموار کرده است (حتی اگر بخش اعظم این حجم کیفیت پایینی داشته باشد).
 - ۳ تیک تاک مبتنی بر الگوریتم هایی است که محتوای جذاب را جلو می آورند و به شبکه اجتماعی شما هم محدود نیست.
- اینها به وضوح مشخص می کند که چرا تیک تاک موفق شده و چرا این موفقیت، آمریکا و کشورهای دیگر را نگران کرده است.



◀ کمیابی در مقابل فراوانی

در اینجا، باید اشاره ای هم داشته باشیم به کوییبی (Quibi)، يك سرویس تماشای ویدئوهای کوتاه که توسط کتسنبرگ (Katzberg)، مدیر سابق دیزنی و دریم ورکس، در سال ۲۰۱۸ در آمریکا ایجاد شد. کوییبی استارت آپ مهمی است، اما آن هم نکته اصلی در مورد تیک تاک را نگرفته است: مهم ترین حقیقت درباره سینما و تلویزیون این است که آنها با «کمیابی» تعریف می شوند.

در سال تعداد محدودی فیلم ساخته می شود که در تعداد معینی سینما و در سکنس های خاصی اکران شود. در مورد تلویزیون هم تنها ۲۴ ساعت در شبانه روز هست! این به آن معناست که ارزش قابل توجهی دارد که کسی باشید که بتواند تشخیص دهد چه چیزی قرار است پرمشتری باشد، حتی پیش از آن که ساخته شده باشد و روی آن سرمایه گذاری شود. این نوع انتخاب و تولید، چیزی است که کتسنبرگ و هالیوود دهه هاست انجام می دهند و قابل درک است که چرا کتسنبرگ فکر می کرد می تواند همین فرمول را در تلفن هوشمند هم پیاده کند. اما تلفن هوشمند با اینترنت تعریف می شود که با «فراوانی» همراه است؛ فراوانی محتوای تولیدی توسط کاربران در تیک تاک یا هر اپ دیگری به این سبک. هدف این نیست که پرمشتری ها را تشخیص دهید، بلکه تا جایی که ممکن است محتوا جذب کنید و بعد به صورت الگوریتمی آنهایی را که خوب هستند، ترقی دهید. واقعیت این است که کتسنبرگ يك نکته مهم را متوجه شد: یوتیوب آسیب پذیری جدی در

مورد محتوای ویدئویی روی تلفن هوشمند دارد، به خاطر آن که این محصول برای دسکتاپ ایجاد شده است. تیک تاک مثل کوییبی بی تردید يك محصول موبایلی است، اما برخلاف کوییبی، تیک تاک بستر برای سرگرمی هم هست که بر مبنای فراوانی محتوا در اینترنت بنا شده است.



چه بایت دنس (ByteDance)، شرکت چینی صاحب تیک تاک بن بایت دنس، يك اپ خبری به نام «توتیاو» (TouTiao) بود. شبکه اجتماعی به يك فید الگوریتمی تکامل پیدا کرد، توتیاو بود. اولین باری که يك کاربر توتیاو را باز می کرد، اخبار احتمالا تأمل روی يك خبر، هر کلیک، به يك حلقه بازخوردی (feedback) بر می دید را پالایش می کرد.

راک پردازش های عظیم یادگیری ماشین (Machine Learning) سون A/B را روزانه روی هر نوع محتوایی انجام داده و با تمام د. خیلی زود این اپ به يك برنامه ضروری برای کاربران تبدیل ی را که برایشان مهم بود بدون نیاز به هیچ ارتباط اجتماعی مثل ن قطعا يك ویژگی اساسی در چین به شمار می رفت، جایی که ول سانسور دولتی هستند که همچنین انتظار خود سانسوری هر چیزی که کاربران می بینند، بدون دردسر درگیری با تیک تاک

نسخه چینی تیک تاک توسط بایت دنس در سال ۲۰۱۶ يك مزیت الگوریتم ها را نمایان کرد؛ با بسط دادن مجموعه ویدئوها از فقط

لید کرده اند به تمام ویدئوهایی که

درست می شود، دووین

عظیم محتوای تولیدی

از محتوای جذاب

بگان حرفه ای

! در این

مک