

جامعة ميداوون

كلية الإعلام والتسويق

بكالوريوس إعلام رقمي



تأثير المحتوى القصير على منصات التواصل الاجتماعي في
تشكيل السلوك المعرفي لدى الشباب دراسة ميدانية على
مستخدمي تيك توك في السعودية

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في إعلام الرقمي

إعداد:

أضواء ماجد فلانة

تحت إشراف

د/علياء قمر

٢٠٢٦

مقدمة الدراسة

يشهد العالم المعاصر تحولات رقمية متسارعة أعادت تشكيل أنماط التواصل الإنساني وأساليب إنتاج المعرفة واستهلاكها، إذ باتت منصات التواصل الاجتماعي تمثل البيئة الإعلامية الأبرز التي يقضي فيها الأفراد - ولا سيما فئة الشباب - ساعات طويلة من يومهم، بما يجعلها فاعلاً مؤثراً في تشكيل وعيهم وبناء تصوراتهم تجاه الذات والمجتمع والعالم. وقد أفرز هذا التحول نمطاً جديداً من المحتوى الإعلامي يُعرف بـ "المحتوى القصير (Short-Form Content)"، الذي يقوم على تقديم رسائل بصرية مكثفة في ثوانٍ معدودة، مدعومة بخوارزميات توصية ذكية تُغذي المستخدم بتدفق لا متناهِ من المقاطع، بما يُحدث تحولاً جوهرياً في طبيعة العلاقة بين المتلقي والمضمون الإعلامي (أحمد وأحمد، ٢٠٢٥).

وتُعدّ منصة تيك توك (TikTok) النموذج الأكثر تعبيراً عن هذا النمط الإعلامي المستحدث، إذ استطاعت في غضون سنوات قليلة أن تتصدر مشهد الاستهلاك الرقمي عالمياً، وأن تستقطب ملايين المستخدمين من الشباب الذين يجدون فيها فضاءً للترفيه والتعبير واكتساب المعرفة وبناء الهوية الرقمية. وتحتل المملكة العربية السعودية موقعاً متقدماً في خريطة استخدام هذه المنصة على المستويين الإقليمي والعالمي، الأمر الذي يُضفي على دراسة انعكاساتها على الشباب السعودي أهمية بالغة في ظل ما تشهده المملكة من تحولات اجتماعية وثقافية متسارعة ضمن إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ (الشطيبي والزهراني، ٢٠٢٥).

ويُمثل المحتوى القصير عبر منصات التواصل الاجتماعي متغيّراً مستقلاً ذا خصائص بنيوية فريدة تميزه عن سائر أنماط المحتوى الإعلامي التقليدي، إذ يجمع بين القصر الزمني، والكثافة البصرية والصوتية، والتدفق المستمر، والتخصيص الخوارزمي، وآلية التمرير اللانهائي (Infinite Scrolling). وقد أسهمت هذه الخصائص في إعادة هندسة طريقة تلقي المعلومات ومعالجتها لدى المستخدمين، حيث لم يعد المتلقي يبحث عن المحتوى بقدر ما يُقدّم إليه المحتوى وفق خوارزميات تستثمر بياناته السلوكية لتعزيز التفاعل والإدمان (قطب وآخرون، ٢٠٢٦).

ولا تقتصر تأثيرات هذا النمط الإعلامي على مجرد تغيير عادات الاستهلاك، بل تمتد لتشمل أبعاداً اقتصادية وتسويقية ونفسية واجتماعية متعددة، فقد كشفت الأدبيات أن المحتوى القصير يؤثر تأثيراً دالاً في نوايا الشراء لدى الجيل Z وسلوكهم الاستهلاكي في التجارة الإلكترونية، كما يُسهم في

تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا السياحية والثقافية، فضلاً عن دوره في توسيع إدراك الذات وإثراء التجارب التمثيلية للمستخدمين (Tsai, 2026)؛ (Yuan et al., 2026).

وفي المقابل، يُعدّ السلوك المعرفي (Cognitive Behavior) من أهم المتغيرات التابعة التي استأثرت باهتمام الباحثين في حقول الإعلام وعلم النفس المعرفي، باعتباره منظومة متكاملة من العمليات الذهنية التي تشمل الانتباه، والإدراك، والتذكر، والتفكير النقدي، والاتجاهات المعرفية، وأنماط معالجة المعلومات. ويتشكل هذا السلوك ويتطور في ضوء البيئة الإعلامية التي يعيش فيها الفرد، ولا سيما في مرحلة الشباب التي تتسم بالمرونة المعرفية والقابلية العالية للتأثر بالمحفزات الخارجية، مما يجعل دراسة العوامل المؤثرة فيه ضرورة علمية ملحة (اليوبي، ٢٠٢٥).

وقد رصدت الدراسات الحديثة جملة من التحولات المعرفية المرتبطة بالاستهلاك المكثف للمحتوى الرقمي، أبرزها ما يتعلق بتشتت الانتباه، وضعف التركيز، وتراجع القدرات التحليلية والنقدية، وظهور ما باتت تُعرف بظاهرة "تغفن الدماغ (Brain Rot) "و"دماغ تيك توك (TikTok)" (Brain)، وهي مفاهيم مستحدثة تعكس قلقاً علمياً متنامياً تجاه الآثار العصبية والمعرفية لأنماط الاستهلاك الرقمي الجديدة (القحطاني ومغربي، ٢٠٢٥).

وفي ضوء ما سبق، يتضح أن ثمة علاقة جدلية بين خصائص المحتوى القصير عبر منصات التواصل الاجتماعي وبنية السلوك المعرفي لدى الشباب، إذ تُسهم السمات البنيوية لهذا المحتوى - من قصر، وكثافة، وتدفق، وخوارزمية - في إعادة تشكيل طرائق الانتباه والإدراك ومعالجة المعلومات لدى المستخدمين، مما يستدعي إجراء دراسة ميدانية معمقة ترصد طبيعة هذا التأثير وأبعاده في السياق السعودي تحديداً، باعتباره سياقاً ثقافياً واجتماعياً يتميز بخصوصية تستوجب الدراسة العلمية المنهجية، خاصة في ظل تنامي أعداد مستخدمي تيك توك من الشباب السعودي وتأثرهم بمضامينه (أحمد وأحمد، ٢٠٢٥).

ومن هذا المنطلق، تأتي الدراسة الحالية لتسد فجوة بحثية مركّبة، عبر تقديم مقارنة تكاملية تربط بين أبعاد المحتوى القصير على تيك توك وبين أبعاد السلوك المعرفي لدى الشباب السعودي، وذلك في إطار نظري متعدد المرجعيات يستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية معالجة المعلومات، ونظريات الإدمان السلوكي، بما يُسهم في إثراء المكتبة العلمية العربية ويُقدم رؤية تطبيقية مفيدة لصُنّاع القرار والمؤسسات التعليمية والإعلامية في المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة

تنبثق مشكلة الدراسة الحالية من إشكالية معرفية مركّبة فرضتها التحولات الجذرية التي طرأت على البيئة الإعلامية الرقمية خلال العقد الأخير، إذ لم يعد المحتوى الإعلامي مجرد رسالة تُنقل من مرسل إلى متلقٍ، بل غدا منظومة تفاعلية معقدة تتشابك فيها الخوارزميات مع البنية النفسية والمعرفية للمستخدم، بما أعاد طرح التساؤلات الكلاسيكية حول علاقة وسائل الإعلام بالجمهور من زاوية جديدة تستلزم أدوات تحليلية مغايرة. وفي قلب هذا التحول، يبرز المحتوى القصير عبر منصة تيك توك بوصفه ظاهرة إعلامية لا تكتفي بتقديم مضامين بصرية مكثفة، بل تُعيد هندسة الزمن الإدراكي للمستخدم، وتُعيد تشكيل خرائطه المعرفية بطرائق لم تكن مألوفة في الأنماط الإعلامية التقليدية.

وتتعمق هذه الإشكالية حين يُلاحظ الباحث أن فئة الشباب السعودي - التي تمثل الشريحة الأكثر استخداماً لهذه المنصة في المملكة - تتعرض يومياً لتدفق هائل من المقاطع القصيرة التي تُقدّم لها عبر خوارزميات توصية ذكية، دون أن تمتلك بالضرورة الأدوات المعرفية والنقدية الكافية لتفكيك خطاب هذا المحتوى أو الوعي بآلياته البنيوية. ومع أن الأدبيات العلمية قد رصدت جملة من الانعكاسات السلبية لهذا الاستخدام - كتشتت الانتباه، وضعف التركيز، والإدمان الرقمي، والتشوهات المعرفية - فإن ثمة قصوراً واضحاً في الدراسات التي تُقدّم مقارنة تكاملية تربط بين الأبعاد البنيوية للمحتوى القصير وبين الأبعاد المتعددة لسلوك المعرفي في إطار نموذج تحليلي واحد متماسك، خاصة في السياق السعودي الذي تظل الدراسات المتعلقة به محدودة قياساً بالدراسات الأجنبية التي أُجريت في معظمها على عينات صينية ذات خصوصية ثقافية مغايرة.

ويزداد إلحاح هذه المشكلة في ضوء ظهور مفاهيم وظواهر معرفية مستحدثة لم تتناولها الدراسات السابقة بشكل كافٍ، كظاهرة "تعفن الدماغ" التي اختارتها جامعة أكسفورد كلمةً للعام ٢٠٢٤، وظاهرة "دماغ تيك توك"، والتميرير اللانهائي بوصفه آلية إدمانية، مما يكشف عن تحولات معرفية عميقة تستوجب الرصد العلمي المنهجي. كما أن غياب التكامل النظري في الدراسات العربية - التي اقتصر معظمها على نظرية الاستخدامات والإشباع - يُمثل فجوة معرفية تحتاج إلى معالجة عبر إطار نظري متعدد المرجعيات يستوعب تعقيد الظاهرة موضع البحث.

ومن ثَمَّ، يمكن صياغة مشكلة الدراسة في تساؤل محوري يتمثل في: **ما طبيعة تأثير المحتوى القصير عبر منصة تيك توك بأبعاده المختلفة (طبيعة المحتوى، خوارزميات التوصية، التمرير**

اللانهائي، الكثافة البصرية والصوتية، مدة المقاطع) في تشكيل السلوك المعرفي لدى الشباب السعودي بأبعاده المتعددة (الانتباه والتركيز، الاكتساب المعرفي، التفكير النقدي، الاتجاهات والقيم المعرفية، أنماط التذكر والاسترجاع)؟

أهمية الدراسة

أولاً: الأهمية العلمية (النظرية)

- تسهم الدراسة في إثراء المكتبة العلمية العربية في حقل الإعلام الرقمي، عبر تقديم مقارنة تكاملية تجمع بين أبعاد المحتوى القصير وأبعاد السلوك المعرفي في نموذج تحليلي واحد.
- تُقدم الدراسة إطاراً نظرياً متعدد المرجعيات يجمع بين نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية معالجة المعلومات، ونظريات الإدمان السلوكي، بما يتجاوز محدودية الأطر النظرية الأحادية السائدة في الدراسات العربية.
- تُسد الدراسة فجوة بحثية تتعلق بندرة الدراسات العربية – والسعودية تحديداً – التي تناولت تأثير المحتوى القصير على السلوك المعرفي للشباب، في ظل هيمنة الدراسات الأجنبية ذات السياقات الثقافية المغايرة.
- تسهم الدراسة في تطوير الأدبيات المتعلقة بالمفاهيم المعرفية المستحدثة، كظاهرة "تعفن الدماغ" و"دماغ تيك توك" والتمير اللانهائي، عبر دمجها في إطار بحثي شامل.
- تفتح الدراسة آفاقاً بحثية جديدة أمام الباحثين في مجالات الإعلام الرقمي وعلم النفس المعرفي والدراسات الإعلامية المقارنة.

ثانياً: الأهمية العملية (التطبيقية)

- تُقدم الدراسة رؤية تطبيقية لصنّاع القرار في وزارة الإعلام والهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع في المملكة العربية السعودية، بما يسهم في تطوير سياسات إعلامية رقمية موجهة للشباب.
- تُفيد الدراسة المؤسسات التعليمية والجامعات السعودية في تطوير برامج التربية الإعلامية الرقمية والثقافة المعلوماتية بما يتوافق مع التحديات المعرفية الراهنة.

- تسهم نتائج الدراسة في توعية الأسر السعودية بطبيعة المحتوى القصير وآلياته وانعكاساته على أبنائها، بما يُعزز دور الأسرة في التوجيه الإعلامي.
- تُقدم الدراسة معطيات مفيدة لصُنّاع المحتوى الرقمي والمؤثرين في تطوير محتوى قصير ذي قيمة معرفية وتعليمية، يخدم الشباب السعودي ويُعزز هويته الثقافية.
- تتسق الدراسة مع توجهات رؤية المملكة ٢٠٣٠ في بناء مجتمع رقمي واعي ومنتج، عبر تقديم توصيات عملية للجهات التشريعية والإعلامية.
- تُفيد الدراسة المتخصصين في مجال الإرشاد النفسي والتربوي في تصميم برامج وقائية وعلاجية تستهدف الشباب الأكثر عرضة للتأثيرات السلبية للاستخدام المفرط للمحتوى القصير.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى دراسة أثر المحتوى القصير على منصات التواصل الاجتماعي بأبعاده (طبيعة المحتوى المعروض، خوارزميات التوصية، التمرير اللانهائي، الكثافة البصرية والصوتية، مدة المقاطع) على السلوك المعرفي لدى الشباب في المملكة العربية السعودية، دراسة ميدانية على مستخدمي تيك توك.

الأهداف الفرعية

- التعرف على دوافع استخدام الشباب السعودي للمحتوى القصير عبر منصة تيك توك، ورصد أنماط هذا الاستخدام من حيث المدة والتكرار وطبيعة المحتوى المُستهلك.
- الكشف عن أثر طبيعة المحتوى القصير المعروض على تيك توك (ترفيهي، تعليمي، تحفيزي، تجاري) في تشكيل الاتجاهات والقيم المعرفية لدى الشباب السعودي.
- تحليل دور خوارزميات التوصية على منصة تيك توك في توجيه استهلاك المحتوى وانعكاس ذلك على الانتقائية المعرفية وتنوع المصادر المعلوماتية لدى المستخدمين.
- قياس أثر آلية التمرير اللانهائي على درجة الانتباه والتركيز لدى الشباب السعودي، ورصد علاقتها بظاهرتي "نعف الدماغ" و"دماغ تيك توك".

- الكشف عن أثر الكثافة البصرية والصوتية في المحتوى القصير على أنماط معالجة المعلومات والتذكر والاسترجاع لدى الشباب السعودي.
- تحليل أثر مدة المقاطع القصيرة في تشكيل قدرات التفكير النقدي والتحليلي لدى المستخدمين، ومدى قدرتهم على التعامل النقدي مع المضامين المُقدَّمة.
- رصد العلاقة بين كثافة استخدام تيك توك ومستوى الاكتساب المعرفي لدى الشباب السعودي، والكشف عن طبيعة هذه العلاقة (طردية، عكسية، منحنية).
- تحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً من بين أبعاد المحتوى القصير في تشكيل السلوك المعرفي للشباب السعودي، عبر نموذج تحليلي إحصائي.
- تقديم تصور علمي مقترح يُسهم في توجيه السياسات الإعلامية والتعليمية في المملكة العربية السعودية بما يخدم تنمية السلوك المعرفي الإيجابي لدى الشباب.

أسئلة الدراسة

ما أثر المحتوى القصير على منصات التواصل الاجتماعي بأبعاده (طبيعة المحتوى، خوارزميات التوصية، التمرير اللانهائي، الكثافة البصرية والصوتية، مدة المقاطع) على السلوك المعرفي لدى الشباب السعودي من مستخدمي تيك توك؟

الأسئلة الفرعية

- ما دوافع استخدام الشباب السعودي للمحتوى القصير عبر منصة تيك توك، وما أنماط هذا الاستخدام من حيث المدة والتكرار؟
- ما أثر طبيعة المحتوى القصير المعروض على تيك توك في تشكيل الاتجاهات والقيم المعرفية لدى الشباب السعودي؟
- ما دور خوارزميات التوصية على منصة تيك توك في توجيه استهلاك المحتوى لدى الشباب السعودي وانعكاسها على الانتقائية المعرفية؟
- ما أثر آلية التمرير اللانهائي على درجة الانتباه والتركيز لدى الشباب السعودي، وما علاقتها بظاهرة "دماغ تيك توك"؟

- ما أثر الكثافة البصرية والصوتية في المحتوى القصير على أنماط معالجة المعلومات والتذكر لدى الشباب السعودي؟
- ما أثر مدة المقاطع القصيرة على قدرات التفكير النقدي والتحليلي لدى الشباب السعودي؟
- ما طبيعة العلاقة بين كثافة استخدام تيك توك ومستوى الاكتساب المعرفي لدى الشباب السعودي؟
- ما الأبعاد الأكثر تأثيراً من بين أبعاد المحتوى القصير في تشكيل السلوك المعرفي للشباب السعودي؟
- ما التصور المقترح لتوجيه استهلاك المحتوى القصير على تيك توك بما يُعزز السلوك المعرفي الإيجابي لدى الشباب السعودي؟

الدراسات السابقة

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة تحولاً جوهرياً في أنماط استهلاك المحتوى الرقمي، إذ أصبحت مقاطع الفيديو القصيرة عبر منصات التواصل الاجتماعي - وفي مقدمتها تطبيق تيك توك - ظاهرة عالمية تستحوذ على وقت الشباب واهتمامهم، وتُشكل جزءاً متنامياً من تجربتهم الإعلامية والمعرفية اليومية. وقد أفرز هذا التحول جملةً من التساؤلات البحثية المتعلقة بانعكاسات هذا النمط من المحتوى على البنية الإدراكية والسلوكية للمستخدمين، خاصةً فئة الشباب الجامعي، نظراً لما يتميز به هذا المحتوى من قصر، وكثافة، وتدفق لا متناهٍ، وما يرتبط به من خوارزميات توصية تُعزز التمرير المستمر وتدفع نحو الاستهلاك المفرط.

وفي ضوء ذلك، اهتم الباحثون بدراسة العلاقة بين استخدام تيك توك ومقاطع الفيديو القصيرة وبين متغيرات متعددة، منها ما يرتبط بالمحتوى القصير ذاته باعتباره متغيراً مستقلاً يؤثر في جوانب نفسية واجتماعية واقتصادية وتسويقية متنوعة، ومنها ما يرتبط بالسلوك المعرفي للشباب باعتباره متغيراً تابعاً يتأثر بعوامل وسائطية وإدمانية وبيئية متعددة. ومن ثم، تأتي مراجعة الأدبيات الراهنة لتُسهّم في رسم خريطة معرفية لما توصلت إليه الدراسات السابقة في هذا المجال، وتحديد الفجوات البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى ملئها.

وتنقسم الدراسات السابقة المعروضة هنا إلى محورين رئيسيين: الأول يتناول المتغير المستقل (المحتوى القصير عبر منصات التواصل الاجتماعي/تيك توك) وعلاقته بمتغيرات متعددة، والثاني يتناول المتغير التابع (السلوك المعرفي والمعرفة) وعلاقته بمتغيرات وسائطية وإدمانية ونفسية. وتم اختيار عشر دراسات لكل محور، تتوزع بين الدراسات العربية والأجنبية، وبين الحديثة والمعاصرة (2021 – 2026).

المحور الأول: المتغير المستقل (مقاطع الفيديو القصيرة و تيك توك) وعلاقته بمتغيرات أخرى

دراسة الشطيري والزهراني (٢٠٢٥) بعنوان: "استخدام طلبة الجامعات السعودية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة: دراسة مسحية على طلبة جامعة الملك عبد العزيز"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات السعودية لتطبيق تيك توك بأبعاده (الدوافع الترفيهية، الدوافع المعرفية، الدوافع الاجتماعية) وأنواع الإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، ورصد إيجابياته وسلبياته على المستخدمين في بيئة جامعة الملك عبد العزيز بجدة. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكونت العينة من طلبة جامعة الملك عبد العزيز. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أبرز الإيجابيات شملت تحسين المزاج بنسبة (٦٥٪)، واكتساب مهارات جديدة (٤٢٪)، وتوسيع شبكة العلاقات الاجتماعية (٣٨٪)، في حين تمثلت أبرز السلبيات في إضاعة الوقت وضعف التركيز والتعرض لمحتوى غير لائق. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز التربية الإعلامية الرقمية لدى طلبة الجامعات، وتشجيع إنتاج محتوى هادف يلبي حاجات المعرفة والإشباع لدى الشباب.

دراسة قطب وآخرون (٢٠٢٦) بعنوان: "تأثير المحتوى المرئي القصير عبر منصة تيك توك في تعزيز المعرفة والابتكار لدى الشباب السعودي"

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير المحتوى المرئي القصير عبر منصة تيك توك بأبعاده (المحتوى التعليمي، المحتوى الترفيهي، المحتوى التحفيزي) في تعزيز المعرفة والابتكار لدى الشباب السعودي، وذلك في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي،

وتكونت العينة من الشباب السعودي مستخدمي منصة تيك توك .وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الشباب السعودي يستفيد فعلياً من المحتوى القصير في اكتساب معارف ومهارات جديدة وفي تنمية الجوانب الابتكارية، وأن دوافع الاستخدام تتنوع بين الترفيه والمعرفة والتفاعل الاجتماعي. وأوصت الدراسة بتطوير محتوى رقمي قصير ذي قيمة معرفية وابتكارية، وتشجيع المنتجين والمؤثرين على إنتاج مواد تعزز التفكير الإبداعي.

دراسة العبد اللطيف (٢٠٢٤) بعنوان: "تأثير الفيديوهات القصيرة عبر المنصات الرقمية على الصحة النفسية للجمهور"

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الفيديوهات القصيرة عبر المنصات الرقمية بأبعادها (كثافة الاستخدام، نوع المحتوى، فترة التعرض) على الصحة النفسية للجمهور والكشف عن الآثار النفسية والاجتماعية المترتبة على استخدام تطبيقات الفيديوهات القصيرة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بالاعتماد على أداة الاستبانة، وتكونت العينة من الجمهور المستخدم للتطبيقات الرقمية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة دالة بين كثافة استخدام الفيديوهات القصيرة وارتفاع مؤشرات القلق والتوتر وانخفاض جودة النوم، فضلاً عن تأثيرها في تشتت الانتباه. وأوصت الدراسة بضرورة نشر الوعي بمخاطر الإفراط في استخدام هذه التطبيقات، وتدريب الجمهور على الاستخدام الواعي والمتوازن.

دراسة سلامة (٢٠٢٣) بعنوان: "تعرض المراهقين لمقاطع الفيديو القصيرة Reels على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالجانب المعرفي والسلوكي لديهم"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض المراهقين لمقاطع الفيديو القصيرة (Reels) بأبعادها (معدل التعرض، الدوافع، نوعية المحتوى) على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، إنستغرام) وأهم دوافع هذا التعرض وعلاقته بالجانب المعرفي والسلوكي لدى المراهقين. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكونت العينة من المراهقين المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من المراهقين يتعرضون بصورة شبه يومية لمقاطع الـ

Reels، وأن هناك ارتباطاً دالاً بين هذا التعرض وتغيرات في الجوانب المعرفية (المعلومات والاتجاهات) والسلوكية (التقليد وأنماط الاستهلاك)، وأوصت الدراسة بتفعيل دور الأسرة والمؤسسات التعليمية في توجيه المراهقين لاستخدام أمثل لهذه المقاطع.

دراسة الشيخ (٢٠٢٥) بعنوان: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق السياحي وأثره على التنمية السياحية في المملكة: دراسة وصفية عبر الأجيال المختلفة"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي بما فيها منصات المحتوى القصير بأبعادها (نوع المحتوى الترويجي، طبيعة المنصة، الفئة العمرية المستهدفة) في التسويق السياحي وأثرها على التنمية السياحية في المملكة العربية السعودية عبر الأجيال المختلفة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت العينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي عبر الأجيال المختلفة Z، Y، X وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المحتوى السياحي القصير عبر تيك توك وإنستغرام يُعدّ من أكثر الصيغ تأثيراً على نوايا السفر لدى الجيل Z، في حين يتأثر جيل X أكثر بمنصات أخرى. وأوصت الدراسة بتطوير محتوى رقمي قصير متنوع يتوافق مع خصائص كل جيل لتعزيز فاعلية التسويق السياحي والإسهام في التنمية السياحية الوطنية.

دراسة Tsai (2026) بعنوان "Digital Content Consumption and Youth Consumers' Purchase Behaviour: How Short-Form Videos Influence Generation Z Consumers in e-Commerce"

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير مقاطع الفيديو القصيرة بأبعادها (الجاذبية البصرية، مصداقية المؤثر، الانغماس العاطفي) على نوايا الشراء وسلوك المستهلكين من الجيل Z في التجارة الإلكترونية. واستخدمت الدراسة المنهج الكمي عبر استبانة موجهة، وتكونت العينة من مستهلكين شباب من جيل Z. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مقاطع الفيديو القصيرة تؤثر بشكل دال إيجابي في نية الشراء، وأن متغيرات الانغماس العاطفي ومصداقية المحتوى ودور المؤثرين تُعدّ من أهم العوامل الوسيطة. وأوصت الدراسة بضرورة استثمار العلامات التجارية لاستراتيجيات المحتوى القصير الموجه للجيل Z مع التركيز على الجانب العاطفي والقصصي للمحتوى.

دراسة Yuan et al., (2026) بعنوان "The Effect of Short-Form Video Usage on Self-Expansion"

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام الفيديو القصير بأبعاده (مدة المشاهدة، نوع المحتوى، التفاعل مع المحتوى) على تعزيز "التوسع الذاتي (Self-Expansion)" لدى المستخدمين من منظور الذات. واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي عبر ثلاث دراسات متتابة، وتكونت العينة من مستخدمي تطبيقات الفيديو القصير من البالغين الشباب، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مشاهدة الفيديوهات القصيرة تسهم في توسيع إدراك الذات وإثراء التجارب التمثيلية والمعرفية، مع وجود أثر معتدل لنوع المحتوى. وأوصت الدراسة بمزيد من البحث التجريبي حول كيفية توظيف المحتوى القصير في تعزيز النمو الذاتي بدلاً من النظر إليه بوصفه مجرد ترفيه سلبي.

دراسة Wu et al., (2021) بعنوان "The Relationship Between Social Short-Form Videos and Youth's Well-Being: It Depends on Usage Types and Content Categories"

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الفيديوهات القصيرة الاجتماعية بأبعاده (الاستخدام النشط، الاستخدام السلبي، فئة المحتوى) وبين الرفاه النفسي لدى الشباب من حيث الرضا عن الحياة والوجدان الإيجابي والسلبي، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وتكونت العينة من الشباب المستخدمين لمنصات الفيديو القصير في الصين.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المشاهدة السلبية (Passive Use) ارتبطت بانخفاض الرضا عن الحياة وانخفاض الوجدان الإيجابي، في حين ارتبط الاستخدام النشط والمحتوى التعليمي والإيجابي بنتائج أفضل في الرفاه. وأوصت الدراسة بضرورة تشجيع أنماط الاستخدام النشطة ومحتوى ذي قيمة معرفية وإيجابية.

دراسة Wang, Zhao & Li (2025) بعنوان "TikTok Use in Relation to Mental Health and Well-Being: A Longitudinal Network Analysis"

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة الديناميكية بين استخدام تيك توك بأبعاده (شدة الاستخدام، طبيعة المحتوى، التفاعل) ومؤشرات الصحة النفسية والرفاه عبر الزمن من خلال تحليل الشبكات

الطولي. واستخدمت الدراسة المنهج الطولي بالاعتماد على تحليل شبكي للبيانات، وتكونت العينة من مستخدمين شباب لمنصة تيك توك تتبعت بياناتهم على فترات زمنية متعددة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقات تبادلية بين شدة استخدام تيك توك وزيادة أعراض القلق وانخفاض جودة النوم، مع وجود أعراض محورية في شبكة العلاقات تشكل نقاط تدخل ممكنة. وأوصت الدراسة بأهمية تصميم تدخلات استهدافية لمستخدمي تيك توك الأكثر عرضة لمخاطر الرفاه النفسي.

دراسة (Jia & Wang (2026 بعنوان "Endless Scrolling: Predictors of Procrastinatory Short-Form Video Use and Its Effects on Stress and Sleep"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مُنبئات الاستخدام التسويقي لمقاطع الفيديو القصيرة بأبعاده (ضبط الذات، الاستخدام المعتاد، التسويق الأكاديمي) وأثره على مستويات التوتر وجودة النوم لدى طلبة الجامعات، واستخدمت الدراسة المنهج الكمي المسحي، وتكونت العينة من طلاب جامعيين بالولايات المتحدة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن انخفاض ضبط الذات وارتفاع الاستخدام الاعتيادي للفيديو القصير يتنبآن بصورة دالة بالاستخدام التسويقي، الذي ارتبط بدوره بارتفاع مستويات التوتر وانخفاض جودة النوم، دون أثر دال على الأداء الأكاديمي. وأوصت الدراسة بضرورة تدخلات تستهدف تعزيز ضبط الذات وتنظيم استهلاك المحتوى القصير، خصوصاً قبل النوم.

المحور الثاني: المتغير التابع (السلوك المعرفي والمعرفة) وعلاقته بمتغيرات أخرى

دراسة أحمد وأحمد (٢٠٢٥) بعنوان: "التأثير المعرفي لمقاطع الفيديو القصيرة على قيم النشء هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثير المعرفي لمقاطع الفيديو القصيرة بأبعادها (المحتوى، خصائص الوسيط، خوارزميات التوصية) على قيم النشء وسلوكياتهم في سياقات المعرفة والحقيقة. واستخدمت الدراسة المنهج الاستمولوجي التحليلي، وتكونت العينة من الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بأثر المنصات الرقمية على الشباب والنشء. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الانتشار الواسع لمقاطع الفيديو القصيرة قد أثر معرفياً بصورة كبيرة على قيم وسلوكيات الأفراد عامةً والنشء خاصةً، عبر تفكيك المنظومة المعرفية التقليدية وتشكيل بنى معرفية سطحية ومجزأة. وأوصت

الدراسة بضرورة تعزيز التربية الإعلامية النقدية، وتطوير سياسات معرفية تحمي القيم الإيجابية للنشء في البيئة الرقمية.

دراسة بندقة (٢٠٢٦) بعنوان: "أنماط استهلاك المحتوى الرقمي منخفض الجودة وأثرها على الوعي المعلوماتي لدى طلاب المرحلة الجامعية الأولى"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط استهلاك المحتوى الرقمي منخفض الجودة بأبعادها (المحتوى الترفيهي السطحي، المعلومات المضللة، المحتوى الانفعالي) وأثرها على الوعي المعلوماتي لدى طلاب المرحلة الجامعية الأولى، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي الميداني، وتكونت العينة من طلاب المرحلة الجامعية الأولى بالجامعات المصرية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة عكسية دالة بين كثافة استهلاك المحتوى منخفض الجودة ومستوى الوعي المعلوماتي للطلاب، مع تأثير سلبي في قدراتهم التحليلية والنقدية تجاه المعلومات. وأوصت الدراسة بضرورة دمج برامج الثقافة المعلوماتية والوعي الرقمي ضمن المناهج الجامعية، وتدريب الطلاب على آليات تقييم المحتوى الرقمي.

دراسة منصور (٢٠٢٣) بعنوان: "تأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الانتباه والتركيز لدى الشباب السعودي"

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير تصفح تطبيق تيك توك بأبعاده (مدة التصفح، تكراره، طبيعة المحتوى) على درجة الانتباه والتركيز لدى الشباب السعودي. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي الوصفي بالاعتماد على الاستبانة، وتكونت العينة من الشباب السعودي مستخدمي تطبيق تيك توك. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن (٦٧.٩٪) من العينة يعتقدون بوجود علاقة بين مشاهدة مقاطع تيك توك وضعف التركيز وتشتت الانتباه، وأن كثافة التعرض ترتبط طردياً بدرجة الإحساس بالتشتت. وأوصت الدراسة بإجراء دراسات تجريبية تكميلية لقياس الأثر الإدراكي عصبياً، وبتوعية الشباب بمخاطر الإفراط في استخدام تيك توك على وظائف الانتباه.

دراسة القحطاني ومغربي (٢٠٢٥) بعنوان: "وعي طلاب الجامعات السعوديين بـ 'تعفن الدماغ' وسلوك التمرير اللانهائي لمقاطع الفيديو القصيرة"

هدفت الدراسة إلى التعرف على وعي طلاب الجامعات السعوديين بمفهوم "تعفن الدماغ" بأبعاده (المعرفة المفاهيمية، الوعي بالأعراض، الوعي بالأسباب الخوارزمية) كأثر محتمل للتمير اللانهائي لمقاطع الفيديو القصيرة، وتحليل انعكاساته الأكاديمية والنفسية. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي التحليلي عبر استبانة إلكترونية، وتكونت العينة من (210) طالباً وطالبة من الجامعات السعودية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى تدني المعرفة المفاهيمية بمصطلح "تعفن الدماغ" مقابل وعي إدراكي مرتفع بأعراضه كالتشتت وضعف التركيز والانفصال عن الواقع، وارتباط التمير اللانهائي بانخفاض الأداء الأكاديمي، مع انتقائية ووعي ذاتي لدى الطلاب أثناء المشاهدة. وأوصت الدراسة بإطلاق حملات توعوية رقمية، وإدراج المفاهيم الرقمية الحديثة في المقررات الجامعية، وتطوير أدوات تقنية لرصد السلوك الرقمي وتعزيز الرفاه الرقمي.

دراسة اليوبي (٢٠٢٥) بعنوان: "الإسهام النسبي لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي في التنبؤ بالتشوهات المعرفية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى إدمان وسائل التواصل الاجتماعي بأبعاده (الاستخدام القهري، الانشغال الذهني، فقدان السيطرة) ومستوى التشوهات المعرفية لدى طلاب المرحلة الجامعية، والكشف عن الإسهام النسبي للإدمان في التنبؤ بهذه التشوهات. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي، وتكونت العينة من طلاب المرحلة الجامعية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة موجبة بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والتشوهات المعرفية، وأن الإدمان يسهم نسبياً وبشكل دال في التنبؤ بظهور التشوهات المعرفية مع وجود فروق تبعاً لبعض المتغيرات الديموغرافية. وأوصت الدراسة بتطوير برامج إرشادية للحد من إدمان وسائل التواصل، وبرامج علاج معرفي سلوكي لتصحيح التشوهات المعرفية لدى الطلاب.

دراسة (2025) Arouch et al بعنوان "The Impact of Short-Form Video Use on Cognitive and Mental Health Outcomes: A Systematic Review"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام الفيديو القصير بأبعاده (تكرار الاستخدام، الإدمان، طبيعة المنصة) على المخرجات المعرفية والنفسية، عبر مراجعة منهجية أولى من نوعها تجمع

بين الآليات المعرفية ومخرجات الصحة النفسية. واستخدمت الدراسة منهج المراجعة المنهجية للدراسات المنشورة، وتكونت العينة من الدراسات العلمية المُحَكَّمة المتعلقة بالموضوع. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الاستخدام المتكرر للفيديو القصير يرتبط باضطراب الانتباه، وانخفاض الوظائف التنفيذية، واضطراب التنظيم الانفعالي، وزيادة أعراض القلق والاكتئاب. وأوصت الدراسة بضرورة إجراء مزيد من الدراسات الطولية والتجريبية، وتطوير سياسات تحدّ من الاستخدام المُفرط خاصة لدى الشباب.

دراسة (Nguyen et al., (2025 بعنوان "Feeds, Feelings, and Focus: A Systematic Review and Meta-Analysis Examining the Cognitive and Mental Health Correlates of Short-Form Video Use"

هدفت الدراسة إلى التعرف على الارتباطات المعرفية والنفسية لاستخدام الفيديو القصير بأبعاده (الاستخدام العام، الاستخدام الإدماني، الاستخدام السلبي) عبر مراجعة منهجية وتحليل بَعدي شامل. واستخدمت الدراسة منهج المراجعة المنهجية والتحليل البَعدي (Meta-Analysis)، وتكونت العينة من عدد كبير من الدراسات المُحَكَّمة الواردة في قواعد البيانات العلمية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود ارتباطات دالة بين الاستخدام الإدماني للفيديو القصير وضعف الانتباه وانخفاض ضبط الذات وزيادة أعراض القلق والاكتئاب، مع تباين في قوة الارتباط بحسب نوع المتغير وطبيعة العينة. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير أدوات قياس موحّدة لاستخدام الفيديو القصير وبتصميم تدخلات وقائية موجهة للفئات الأكثر عرضة.

دراسة (Ye et al (2025 بعنوان "Potential Effect of Short Video Usage Intensity on Short Video Addiction, Perceived Mood Enhancement ('TikTok Brain'), and Attention Control among Chinese Adolescents"

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأثر المحتمل لشدة استخدام الفيديو القصير بأبعاده (مدة الاستخدام اليومي، تكراره، الانغماس) على إدمان الفيديو القصير، وظاهرة "دماغ تيك توك (TikTok Brain)، وضبط الانتباه لدى المراهقين الصينيين. واستخدمت الدراسة المنهج الكمي المسحي، وتكونت العينة من المراهقين الصينيين مستخدمي تطبيقات الفيديو القصير. وتوصلت نتائج الدراسة

إلى أن شدة استخدام الفيديو القصير ترتبط طردياً بإدمان الفيديو القصير وبظاهرة "دماغ تيك توك"، وعكسياً مع ضبط الانتباه، مما يشير إلى تأثير سلبي على القدرات الانتباهية لدى المراهقين. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير برامج توعية للمراهقين وأسرههم حول مخاطر الاستخدام المكثف، وتعزيز مهارات ضبط الذات والانتباه.

دراسة (2023) Xie et al بعنوان "The Effect of Short-Form Video Addiction on Undergraduates' Academic Procrastination: A Moderated Mediation Model"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر إدمان الفيديو القصير بأبعاده (الانغماس، الاستخدام القهري، فقدان السيطرة) على التسويف الأكاديمي لدى طلبة الجامعات، من خلال نموذج وساطة معقدة يتضمن متغيرات وسيطة معرفية. واستخدمت الدراسة المنهج الكمي المسحي بالاعتماد على نموذج إحصائي بسيط، وتكونت العينة من طلاب جامعيين صينيين. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن إدمان الفيديو القصير أثر تأثيراً مباشراً وغير مباشر دالاً على التسويف الأكاديمي عبر متغيرات نفسية ومعرفية وسيطة. وأوصت الدراسة بضرورة تدخل المؤسسات الجامعية لتدريب الطلاب على إدارة الوقت وضبط الذات، وتطوير برامج وقائية تحد من الإدمان الرقمي.

دراسة (2024) Yue et al بعنوان "Linking Negative Cognitive Bias to Short-Form Video Addiction: The Mediating Roles of Social Support and Loneliness"

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين التحيز المعرفي السلبي بأبعاده (تحيز الانتباه، تحيز التفسير، تحيز الذاكرة) وإدمان الفيديو القصير، والكشف عن الدور الوسيط لكلٍ من الدعم الاجتماعي والشعور بالوحدة، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي الكمي، وتكونت العينة من طلاب مدارس وجامعات صينيين.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التحيز المعرفي السلبي ارتبط طردياً بإدمان الفيديو القصير، وأن الدعم الاجتماعي والشعور بالوحدة لعبا دور الوسيط في هذه العلاقة، حيث رفع الدعم الاجتماعي يخفّض احتمالية الإدمان، بينما تزيد الوحدة منها، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير برامج معرفية

سلوكية تستهدف تعديل التحيز المعرفي السلبي وتعزيز شبكات الدعم الاجتماعي للحدّ من إدمان الفيديو القصير.

التعليق على الدراسات السابقة

أولاً: تحليل الباحث وملاحظاته الإجمالية على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت تأثير المحتوى القصير على منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل السلوك المعرفي لدى الشباب، يمكن للباحث استخلاص جملة من الملاحظات والاستنتاجات التحليلية التي تكشف عن طبيعة هذا الحقل البحثي وتوجهاته السائدة وحدوده المعرفية، وذلك على النحو الآتي:

تبين للباحث أن معظم الدراسات السابقة قد انصبَّ اهتمامها على رصد الآثار السلبية لمقاطع الفيديو القصيرة، خاصةً في ما يتعلق بتشتت الانتباه، وضعف التركيز، والإدمان الرقمي، والتسويق الأكاديمي، والتشوهات المعرفية، كما يتضح في دراسات منصور (٢٠٢٣)، والقحطاني ومغربي (٢٠٢٥)، واليوي (٢٠٢٥)، وXie et al. (2023)، وYe et al. (2025) في المقابل، نجد عدداً محدوداً من الدراسات التي تناولت الجوانب الإيجابية للمحتوى القصير ودوره في تعزيز المعرفة والابتكار والتوسع الذاتي، كدراسة قطب والدهاسي وبديوي (2026) وYuan et al. (2026)، مما يكشف عن انحياز نسبي في الأدبيات نحو المقاربة النقدية على حساب المقاربة الوظيفية المتوازنة التي تربط بين الإيجابيات والسلبيات في إطار واحد..

لاحظ الباحث أن نظرية الاستخدامات والإشباع تُعدّ الإطار النظري الأكثر توظيفاً في الدراسات العربية، كما في دراسة الشطيري والزهراني (2025) ودراسة قطب وآخرون (٢٠٢٦)، في حين تنوّعت الأطر النظرية في الدراسات الأجنبية لتشمل نظريات الإدمان السلوكي، ونماذج الوساطة المعدّلة، ونظرية التوسع الذاتي، ونظريات التحيز المعرفي. ويُلاحظ غياب نسبي للأطر النظرية المتعلقة بمعالجة المعلومات والإدراك الاجتماعي في الدراسات العربية، وهو ما قد يُفسر محدودية التعمق في الآليات المعرفية الدقيقة التي يتشكّل من خلالها السلوك المعرفي للمستخدمين.

هيمن المنهج المسحي الوصفي على غالبية الدراسات السابقة، عربيةً كانت أم أجنبية، بالاعتماد على أداة الاستبانة الإلكترونية، كما في دراسات سلامة (2023)، والعبد اللطيف (٢٠٢٤)،

والشطيري والزهراني (٢٠٢٥)، و. (2026) Jia & Wang لويرى الباحث أن هذا الاعتماد المفرط على المنهج الكمي قد أفرز فجوة منهجية تتمثل في ندرة الدراسات التجريبية التي تقيس الأثر المعرفي قياساً موضوعياً (سلوكياً أو عصبياً)، وندرة الدراسات الطولية التي تتبع التحولات المعرفية عبر الزمن، باستثناء دراسة Wang و Zhao (2025). كما تبين أن المراجعات المنهجية والتحليل البعدي، كدراسة Arouch وآخرين (2025) ودراسة Nguyen وآخرين (٢٠٢٥)، قد أسهمت في تجميع الأدلة المتراكمة، إلا أنها كشفت في الوقت نفسه عن تباين كبير في أدوات قياس استخدام الفيديو القصير، مما يصعب مقارنة النتائج.

لاحظ الباحث تركّز الدراسات الأجنبية بشكل لافت على عينات صينية (كما في دراسات Xie وآخرين ٢٠٢٣، و Yue وآخرين ٢٠٢٤، و Ye وآخرين ٢٠٢٥)، وهو ما قد يحدّ من تعميم نتائجها على بيئات ثقافية مختلفة. وفي المقابل، فإن الدراسات العربية التي تناولت السياق السعودي تحديداً تبقى محدودة العدد، إذ اقتصرَت في معظمها على عينات من جامعة الملك عبد العزيز أو عينات عامة من الشباب السعودي، مع تباين في أحجام العينات وتفاوت في تمثيليتها، كما هو الحال في دراسة القحطاني ومغربي (٢٠٢٥) التي اعتمدت على عينة غير احتمالية بلغت (210) طالباً وطالبة.

يتضح أن الدراسات السابقة قد ركّزت على متغيرات جزئية ضمن مفهوم "السلوك المعرفي"، فبعضها اهتم بالانتباه والتركيز كدراسة منصور (٢٠٢٣) ودراسة Ye وآخرين (٢٠٢٥)، وبعضها بالتشوهات المعرفية كدراسة اليوبي (٢٠٢٥)، وبعضها بالقيم والاتجاهات المعرفية كدراسة أحمد وأحمد (٢٠٢٥) ودراسة سلامة (2023)، وبعضها بالوعي المعلوماتي كدراسة بندقة (٢٠٢٦). ويرى الباحث أن هذا التنشيط في معالجة مفهوم السلوك المعرفي قد أفرز صورة مُجزأة تحتاج إلى دراسة تكاملية تجمع بين أبعاده المتعددة (المعرفية، والانتباهية، والقيمية، والاتجاهية) في إطار واحد متماسك.

اتفقت معظم الدراسات السابقة على وجود علاقة ارتباطية دالة بين استخدام مقاطع الفيديو القصيرة وبين تغيرات في السلوك المعرفي للمستخدمين، سواء كانت هذه التغيرات سلبية (تشتت، إدمان، تشوهات معرفية) أو إيجابية (إثراء معرفي، توسع ذاتي، اكتساب مهارات). كما اتفقت على أن خوارزميات التوصية وآلية التمرير اللانهائي تُعدّ من أبرز العوامل الوسيطة التي تُعزز الاستخدام

المُفْرَط. غير أن الدراسات تباينت في تحديد طبيعة العلاقة السببية ودرجة قوتها، وهو ما يدعو إلى مزيد من البحث المعمق.

ثانياً: الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى تغطيتها

في ضوء الملاحظات التحليلية السابقة، يمكن للباحث تحديد جملة من الفجوات البحثية التي تتبع منها أهمية الدراسة الحالية وتميُّزها، وتتمثل هذه الفجوات في الآتي:

على الرغم من تنامي عدد مستخدمي تطبيق تيك توك في المملكة العربية السعودية، وما تكشفه التقارير من أن المملكة تُعدّ من أعلى الدول العربية في معدلات استخدام هذا التطبيق، فإن الدراسات العربية التي تناولت تأثير هذا المحتوى في السلوك المعرفي للشباب السعودي تحديداً ما تزال محدودة، ومعظم الدراسات الأجنبية المعمّقة (كدراسات Yue et al., 2024، و Ye et al., 2025، و Xie et al., 2023) أُجريت على عينات صينية، مما يفتح المجال أمام الدراسة الحالية لتقديم إسهام علمي عبر تطبيق نظرية تأثير المحتوى القصير على عينة سعودية تعكس خصوصية السياق الثقافي والاجتماعي والديني للمملكة.

لاحظ الباحث أن الدراسات السابقة قاربت "السلوك المعرفي" بصورة مُجزأة، إذ ركز كل منها على بُعد واحد أو بُعدين فقط (كالانتباه، أو الإدمان، أو القيم المعرفية، أو التشوهات المعرفية)، في حين تسعى الدراسة الحالية إلى تقديم مقارنة تكاملية تجمع بين أبعاد السلوك المعرفي المختلفة (الاكتساب المعرفي، تنظيم الانتباه، الاتجاهات والقيم المعرفية، التفكير النقدي، أنماط التذكر والاسترجاع) في إطار واحد، مما يُتيح فهماً أعمق لطبيعة التأثير الكلي للمحتوى القصير على البنية المعرفية للشباب السعودي.

على الرغم من وفرة الدراسات التي رصدت تأثيرات المحتوى القصير، فإن قليلاً منها قد ربط أبعاد المحتوى ذاته (طبيعة المحتوى المعروض، خوارزميات التوصية، التمرير اللانهائي، كثافة المحفزات البصرية والصوتية، مدة المقاطع) ربطاً تفصيلياً بأبعاد السلوك المعرفي عبر نموذج تحليلي واضح؛

وهو ما تحاول الدراسة الحالية تجاوزه عبر تقديم نموذج بحثي يربط بين السمات البنيوية لمحتوى تيك توك وبين تحولات السلوك المعرفي لدى المستخدمين السعوديين.

برزت في الفترة الأخيرة مفاهيم وظواهر مستحدثة لم تتناولها أغلب الدراسات السابقة بشكل تكاملي، كظاهرة "تعفن الدماغ (Brain Rot) " التي اختارتها جامعة أكسفورد كلمةً للعام (٢٠٢٤)، وظاهرة "دماغ تيك توك (TikTok Brain) "، والتمرير اللانهائي بوصفه آلية إدمانية، والتسويق الرقمي. وعلى الرغم من أن دراسات محدودة كدراسة القحطاني ومغربي (٢٠٢٥) ودراسة Ye وآخرين (٢٠٢٥) قد أشارت إلى بعض هذه الظواهر، فإن الدراسة الحالية تسعى إلى دمج هذه المفاهيم المعاصرة ضمن إطار بحثي شامل يرصد انعكاساتها على السلوك المعرفي للشباب السعودي في لحظة بحثية راهنة.

اعتمدت معظم الدراسات العربية السابقة على المنهج المسحي ذي الطابع الكمي البحت، في حين تتميز الدراسة الحالية بتوظيف منهج ميداني معمّق على عينة من مستخدمي تيك توك في السعودية، مع مراعاة التنوع الديموغرافي (الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، المنطقة الجغرافية)، مما يُسهم في تقديم نتائج أكثر دقة وقابلية للتعميم في السياق السعودي.

لاحظ الباحث أن قليلاً من الدراسات السابقة قد قدّمت توصيات عملية تطبيقية يمكن لصُناع القرار والمؤسسات التعليمية والإعلامية الاستفادة منها مباشرةً في تطوير سياسات إعلامية ومعرفية موجّهة للشباب. ومن ثمّ، تسعى الدراسة الحالية إلى تجاوز هذا القصور عبر تقديم توصيات عملية موجّهة للأسرة، والمؤسسات التعليمية، والجهات التشريعية والإعلامية في المملكة العربية السعودية، بما يتسق مع توجهات رؤية المملكة (2030) في بناء مجتمع رقمي واعٍ ومنتج.

بينما اقتصر كثير من الدراسات العربية على نظرية الاستخدامات والإشباع، تسعى الدراسة الحالية إلى التأسيس على إطار نظري متعدد المرجعيات يجمع بين نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية معالجة المعلومات، ونظرية الغرس الثقافي، ونظريات الإدمان السلوكي، مما يُتيح تحليلاً أكثر عمقاً للظاهرة موضع البحث.

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: المحتوى القصير على منصات التواصل الاجتماعي

تمهيد

لم يعد الحديث عن المحتوى الإعلامي الرقمي حديثاً عن رسائل تُبث وتُستقبل وفق منطق خطي بسيط، بل غدا حديثاً عن منظومة بيئية متكاملة تُعيد إنتاج ذاتها لحظة بلحظة عبر تدفقات بصرية وصوتية مكثفة تُعرض على المستخدم بلا انقطاع. وفي قلب هذه المنظومة، برز المحتوى القصير (Short-Form Content) بوصفه النمط الأكثر تعبيراً عن روح المرحلة الرقمية الراهنة، إذ استطاع خلال سنوات قليلة أن يُزيح الأنماط التقليدية للمحتوى المرئي من موقع الصدارة، وأن يُعيد رسم خرائط الاستهلاك الإعلامي عالمياً، لا سيما في أوساط الشباب الذين يجدون في قصره ملاءمةً لإيقاع حياتهم المتسارع، وفي كثافته إشباعاً فورياً لحاجاتهم المتنوعة.

ويكتسب هذا النمط الإعلامي أهميته البحثية من كونه لا يُمثل مجرد تحوّل شكلي في مدة العرض أو حجم الملف، بل يُجسّد تحوُّلاً بنيوياً في فلسفة إنتاج المحتوى وتوزيعه واستقباله؛ فهو محتوى مُهندس خوارزمياً، ومُصمَّم نفسياً لاستدامة الانخراط، ومُقدَّم عبر واجهات تفاعلية تُلغي الحدود بين المتلقي والمنصة (قطب وآخرون، ٢٠٢٦).

ومن هنا، تنبع الحاجة إلى تفكيك هذا المفهوم علمياً، ورصد تطوره وأبعاده ومداخله النظرية، تمهيداً لفهم آلياته وأثره في السلوك المعرفي للشباب السعودي مستخدم منصة تيك توك، وهو ما يسعى إليه هذا المبحث.

ويتناول المبحث الحالي المحتوى القصير من زوايا متعددة تبدأ بمفهومه ومداخله التعريفية، مروراً بأهميته وأهدافه وخصائصه البنيوية، ثم أبعاده التحليلية التي اعتُمدت في الدراسة، فاستراتيجيات توظيفه، وصولاً إلى المداخل النظرية المفسِّرة له، والتحديات النقدية التي تكتنف حضوره في الفضاء الرقمي المعاصر.

أولاً: مفهوم المحتوى القصير

يُعدّ مفهوم المحتوى القصير من المفاهيم الحديثة التي فرضتها التحولات التكنولوجية المتسارعة في بيئة الإعلام الرقمي، وقد تعددت مقاربات الباحثين في تعريفه تبعاً لاختلاف زوايا النظر بين من ينظر إليه من الزاوية التقنية البنيوية، ومن يقاربه من الزاوية النفسية الإدراكية، ومن يتناوله من الزاوية الاتصالية-التسويقية.

يذهب أحمد وأحمد (٢٠٢٥) إلى أن المحتوى القصير يُمثل نمطاً إعلامياً بصرياً يقوم على تكثيف الرسالة في مدة زمنية لا تتجاوز في الغالب دقيقة واحدة، ويستند إلى بنية سمعية-بصرية مضغوطة، تُوظف فيها المؤثرات الحركية والموسيقية والنصية لخلق تجربة استقبال سريعة عالية الإيقاع، تنقل المستخدم من مقطع إلى آخر دون فواصل معرفية أو زمنية واضحة، وينسجم مع هذا التوجه ما يطرحه قطب وآخرون (٢٠٢٦) من أن المحتوى المرئي القصير هو صيغة إعلامية رقمية مُهندسة تُقدّم عبر منصات متخصصة كتيك توك وريلز وشورتس، تعتمد على مبدأ "التدفق العمودي" و"التمرير المستمر"، بحيث يُصبح المحتوى ذاته وحدة قائمة بذاتها، لا حلقة ضمن سلسلة أطول.

ويُقدّم سلامة (٢٠٢٣) تصوراً للمحتوى القصير باعتباره صيغة اتصالية قائمة على مبدأ "الإشباع اللحظي"، إذ تُخاطب هذه الصيغة الجهاز الإدراكي للمستخدم عبر جرعات معلوماتية وترفيهية مكثفة تُحدث استجابة انفعالية سريعة، وتُعزز الرغبة في الاستمرار في المشاهدة عبر ما يُعرف بحلقة المكافأة الرقمية، ويُضيف اليوبي (٢٠٢٥) بعداً نفسياً آخر حين يُشير إلى أن المحتوى القصير يمكن فهمه بوصفه مثيراً رقمياً متكرراً يُنتج نمطاً سلوكياً يقترب في خصائصه من أنماط الاستخدام القهري، بحكم اعتماده على مبدأي التلقائية والتوقع.

ويُعرّفه Tsai (2026) بأنه صيغة محتوى رقمي يُنتج ويُستهلك عبر منصات التواصل الاجتماعي في مدة قصيرة، ويعتمد على الجاذبية البصرية والقصصية والانغماس العاطفي، بما يجعله أداة فاعلة في تشكيل نوايا المستهلكين، ولا سيما من الجيل Z. ويوسع Yuan et al.(2026) هذا التعريف حين يطرحون المحتوى القصير باعتباره فضاءً رمزياً يُتيح للمستخدم التوسع في إدراكه لذاته وللآخرين، عبر التعرض لتجارب تمثيلية مكثفة تُثري بنيته المعرفية والانفعالية، ويُضيف Wu et al.(2021) زاوية تفريقية مهمة حين يُميّزون بين المحتوى القصير الاجتماعي بحسب

نمط الاستخدام (نشط/سلبى) وفئة المحتوى (ترفيهي/تعليمي/إخباري)، وهو تمييز يُغني المفهوم بأبعاد وظيفية دقيقة.

يُقدّم Jia & Wang (2026) قراءة للمحتوى القصير بوصفه بنية تفاعلية لا نهائية (Endless Scrolling) تستثمر ضعف ضبط الذات لدى المستخدم، وتُعيد إنتاج نمط استهلاكي تسويقي يتجاوز في تأثيره الحدود التقليدية لوسائل الإعلام. ويُقاربه Ye et al. (2025) من زاوية مماثلة حين يربطون بين شدة استخدامه ونشوء ظاهرة "دماغ تيك توك" التي تُعبّر عن تحوّل في بنية الانتباه لدى المستخدمين المكثفين.

ومن استعراض هذه التعريفات المتعددة، يمكن للباحث أن يخلص إلى أن المحتوى القصير مفهومٌ متعدد الأبعاد لا يمكن اختزاله في مدته الزمنية القصيرة فحسب، بل ينبغي فهمه بوصفه منظومة اتصالية-تقنية-نفسية متكاملة، تجمع بين القصر الزمني، والكثافة السمعية-البصرية، والتخصيص الخوارزمي، والتدفق اللانهائي، وقابلية إنتاج المحتوى من قبل المستخدمين أنفسهم. ويرى الباحث بناءً على ذلك أن المحتوى القصير على منصات التواصل الاجتماعي يمكن تعريفه إجرائيًا بأنه: صيغة إعلامية رقمية بصرية-صوتية مكثفة تتراوح مدتها بين بضع ثوانٍ ودقيقة واحدة في الغالب، تُقدّم عبر منصات متخصصة كتيك توك، تعتمد في توزيعها على خوارزميات توصية ذكية، وفي عرضها على آلية التمرير اللانهائي، وتُخاطب المستخدم عبر جرعات إشباعية سريعة تُحدث أثرًا إدراكيًا وسلوكيًا يتجاوز حدود المشاهدة العابرة إلى إعادة تشكيل أنماط الانتباه والتلقي والمعالجة المعرفية لديه.

ثانيًا: أهمية المحتوى القصير

تتبع أهمية المحتوى القصير على منصات التواصل الاجتماعي من كونه قد أعاد رسم ملامح البيئة الإعلامية الرقمية، وأصبح يُشكّل نقطة تقاطع فريدة بين المصالح التجارية والتسويقية، والحاجات النفسية-الاجتماعية للمستخدمين، والوظائف المعرفية والثقافية للوسائط الرقمية. ولم تعد أهميته مقتصرة على كونه أداة ترفيه، بل امتدت لتشمل أدواره في التسويق، والتوعية، والتعليم، وبناء الهوية الرقمية، وتشكيل الاتجاهات، فضلًا عن كونه مادة بحثية خصبة في حقول الإعلام والاتصال وعلم النفس المعرفي.

ويشير الشطيري والزهراني (٢٠٢٥) إلى أن أهمية المحتوى القصير تتجلى في كونه يُلبى منظومة متكاملة من الإشباع لدى الشباب الجامعي، إذ يجمع بين الإشباع الترفيهي الفوري، والإشباع المعرفي المتعلق باكتساب المهارات والمعلومات، والإشباع الاجتماعي المرتبط بتوسيع شبكة العلاقات والانخراط في المجتمعات الافتراضية، مما يجعله فضاءً وظيفيًا مركبًا يصعب استبداله بصيغ إعلامية أخرى.

ويرى قطب وآخرون (٢٠٢٦) أن أهمية هذا النمط الإعلامي تظهر في قدرته على تحويل الشباب من متلقين سلبيين إلى فاعلين إيجابيين في إنتاج المعرفة ونشر الابتكار، عبر ما تُتيحه منصات المحتوى القصير من أدوات إنتاج ميسرة، تُمكن المستخدم من صناعة محتواه بنفسه بأدوات بسيطة، ومن ثم فإن أهميته تكمن في: أولاً، إضفاء الطابع الديمقراطي على إنتاج المحتوى الرقمي وكسر احتكار المؤسسات الإعلامية التقليدية له؛ وثانياً، توفير فضاء مرّن لاكتساب المعارف والمهارات في زمن قصير عبر مقاطع تعليمية مكثفة؛ وثالثاً، تحفيز الإبداع الفردي والابتكار من خلال قوالب سردية جديدة؛ ورابعاً، تقديم قنوات بديلة للتعبير الذاتي وبناء العلامة الشخصية الرقمية.

ويُضيف Tsai (2026) بُعداً اقتصادياً-تسويقياً لأهمية المحتوى القصير، إذ يُشير إلى أنه باتت ركيزةً من ركائز التجارة الإلكترونية الحديثة الموجهة للجيل Z، بحكم قدرته على دمج القصة التسويقية بالمحتوى الترفيهي في صيغة موجزة تُقلّل من مقاومة المستهلك للرسائل الإعلانية، وتُعزز نية الشراء عبر مسارات الانغماس العاطفي ومصداقية المؤثرين. وينسجم مع هذا الطرح ما ذهب إليه الشيخ (٢٠٢٥) من أن أهمية المحتوى القصير في الفضاء التسويقي السعودي تتجلى في دوره في التسويق السياحي عبر الأجيال، وفي قدرته على تشكيل الصورة الذهنية للوجهات السياحية، وتحفيز التنمية السياحية الوطنية ضمن أهداف رؤية المملكة. (2030)

ويشير Yuan et al. (2026) إلى أن أهمية المحتوى القصير لا تقف عند حدود الوظيفة التسويقية أو الترفيهية، بل تمتد إلى وظيفة نفسية-وجودية تتمثل في توسيع إدراك الذات، وإثراء التجارب التمثيلية، وبناء رأس مال معرفي رمزي يُغذّي شعور المستخدم بالنمو الشخصي والانفتاح على العوالم الجديدة، ومن ثم فإن أهميته تشمل: تنمية الذات، وتوسيع الأفق المعرفي، وبناء التصورات الرمزية عن العالم.

ويرى (Wu et al. (2021 أن أهمية دراسة المحتوى القصير تتبع من ارتباطه المباشر بمنظومة الرفاه النفسي للشباب، فهو محتوى قادر بحسب طبيعة استخدامه (نشط/سلبي) ونوعية مضمونه (تعليمي/سطحي) على التأثير في الرضا عن الحياة والوجدان الإيجابي والسلبي، مما يجعله موضوعًا بحثيًا ذا أولوية في حقول الإعلام وعلم النفس معًا.

يُبين العبد اللطيف (٢٠٢٤) أن أهمية دراسة المحتوى القصير تتبع من كونه أصبح متغيرًا فاعلاً في الصحة النفسية للجمهور، بما يستدعي رصد آثاره المزدوجة (الإيجابية والسلبية)، وبناء وعي جماهيري متوازن حياله، ويضيف (Li et al. (2025 أن أهمية دراسة تيك توك تحديدًا تكمن في طبيعته الديناميكية المتحولة عبر الزمن، بما يستوجب اعتماد مقاربات طولية شبكية لفهم التفاعلات المتبادلة بين استخدامه ومؤشرات الرفاه النفسي.

يرى الباحث أن أهمية المحتوى القصير تتوزع على مستويات ثلاثة متكاملة: مستوى فردي يتصل بالمستخدم في إشباعاته المعرفية والوجدانية والاجتماعية؛ ومستوى مؤسسي يتصل بالمؤسسات التسويقية والإعلامية والتعليمية التي وجدت في هذا النمط أداةً استراتيجية لتحقيق أهدافها؛ ومستوى مجتمعي يتصل بإعادة تشكيل الذوق العام، والاتجاهات القيمية، والبنية المعرفية للأجيال الجديدة، وهو ما يُبرر الاهتمام البحثي المتنامي به.

ثالثًا: أهداف المحتوى القصير

تتنوع الأهداف التي يسعى المحتوى القصير على منصات التواصل الاجتماعي إلى تحقيقها، وتتنوع بين أهداف ظاهرة يُعلنها المنتجون، وأهداف كامنة تتجلى في البنية التقنية والتصميمية للمنصات ذاتها، ويرى الشطيري والزهراني (٢٠٢٥) أن أبرز الأهداف التي يسعى المحتوى القصير إلى تحقيقها لدى فئة الشباب الجامعي تتمثل في:

أولًا: تلبية الحاجات الترفيهية عبر تقديم مضامين خفيفة سريعة تُحقق الاسترخاء وتحسن المزاج.

ثانيًا: تلبية الحاجات المعرفية عبر تقديم معلومات ومهارات في صيغ ميسرة.

ثالثًا: تلبية الحاجات الاجتماعية عبر توفير فضاءات للتفاعل وبناء الشبكات الاجتماعية الرقمية.

رابعًا: تلبية الحاجات النفسية المرتبطة بالتعبير عن الذات والانتماء إلى جماعات افتراضية.

ويرى قطب وآخرون (٢٠٢٦) أن أهداف المحتوى المرئي القصير تتمحور حول: تعزيز المعرفة عبر إتاحة الوصول السريع إلى المعلومات المكثفة؛ وتحفيز الابتكار عبر تقديم قوالب تعبيرية جديدة تلهم المستخدم الإبداع؛ ودعم التعلم غير الرسمي عبر منصات موازية للتعليم التقليدي؛ وتحفيز التفاعل الاجتماعي الإيجابي حول القضايا المشتركة، ويضيف الشيخ (٢٠٢٥) أن ثمة هدفًا تسويقيًا-تتمويًا يتجلى في توظيف هذا المحتوى لأغراض الترويج للجهات السياحية عبر الأجيال المختلفة، وتشكيل الصور الذهنية للمنتجات والخدمات بما يخدم التنمية الاقتصادية.

ويشير Tsai (2026) إلى أن أهداف المحتوى القصير من الزاوية الاستهلاكية-التجارية تتمثل في: التأثير في نية الشراء لدى الجيل Z ، وبناء الجاذبية البصرية للمنتجات، وتعزيز مصداقية العلامة التجارية عبر المؤثرين، وتحقيق الانغماس العاطفي بالمنتج بوصفه بديلًا عن الرسائل الإعلانية المباشرة. ويوسع Yuan et al.(2026) دائرة الأهداف حين يُشيرون إلى أن المحتوى القصير يستهدف تحقيق التوسع الذاتي لدى المستخدم عبر تعريضه لتجارب تمثيلية تُثري بنيته الرمزية والمعرفية، مما يجعل التوسع الذاتي هدفًا نفسيًا كامنًا يتحقق عبر آلية غير مباشرة.

ومن زاوية نقدية، يذهب أحمد وأحمد (٢٠٢٥) إلى أن ثمة أهدافًا كامنة يُحققها المحتوى القصير قد لا تكون في صالح المستخدم، تتصل بإطالة زمن البقاء على المنصة، وتحويل المستخدم إلى منتج للبيانات، وتشكيل قيمه واتجاهاته بما يخدم اقتصاد الانتباه الرقمي. ويضيف Ye et al.(2025) أن هناك أهدافًا تصميمية للمنصات ذاتها تتصل بتعظيم شدة الاستخدام وتحفيز حالة الانغماس التي قد تنزلق إلى الإدمان.

ويرى الباحث في ضوء هذه المقاربات أن أهداف المحتوى القصير يمكن تصنيفها ضمن ثلاث دوائر متداخلة: دائرة الأهداف الوظيفية (الترفيه، المعرفة، التفاعل الاجتماعي)، ودائرة الأهداف الاقتصادية (التسويق، الترويج، البيع)، ودائرة الأهداف السلوكية-التصميمية الكامنة (إطالة زمن الاستخدام، تعظيم الانخراط، جمع البيانات)، وأن التوازن بين هذه الدوائر هو ما يُحدد الطابع النهائي لأثر المحتوى القصير على المستخدم.

رابعًا: أبعاد المحتوى القصير

تم تحديد أبعاد المحتوى القصير في الدراسة الحالية بناءً على المراجعة النظرية للأدبيات ذات الصلة، وبالاستناد بشكل رئيس إلى دراسة قطب وآخرون (٢٠٢٦) التي قاربت المحتوى المرئي القصير من زاوية أبعاده المضمونية، ودراسة العبد اللطيف (٢٠٢٤) التي رصدت أبعاده الاستخدامية والتعرضية، ودراسة القحطاني ومغربي (٢٠٢٥) التي عالجت البُعد الخوارزمي وآلية التمرير اللانهائي، مع الإفادة من الأدبيات الأجنبية ذات الصلة. وقد استقرت الدراسة على خمسة أبعاد رئيسية، هي: طبيعة المحتوى المعروض، وخوارزميات التوصية، والتمرير اللانهائي، والكثافة البصرية والصوتية، ومدة المقاطع.

البُعد الأول: طبيعة المحتوى المعروض، ويُقصد به تصنيف المضامين التي تُقدّم عبر منصات المحتوى القصير من حيث موضوعها ووظيفتها وقالبها السردي، وتتنوع في الغالب بين المحتوى الترفيهي القائم على الفكاهة والموسيقى والرقص، والمحتوى التعليمي القائم على تقديم المعلومات والمهارات، والمحتوى التحفيزي القائم على الرسائل الوجدانية والقيمية، والمحتوى التجاري القائم على الترويج للمنتجات والعلامات. ويرى قطب وآخرون (٢٠٢٦) أن هذا التصنيف الوظيفي للمحتوى يُعدّ محوريًا في فهم أثره على المستخدم، إذ يختلف الأثر المعرفي والوجداني للمقطع باختلاف طبيعته ومقصده، ويُضيف الشيخ (٢٠٢٥) أن طبيعة المحتوى تختلف كذلك باختلاف الجيل المستهدف والقطاع الترويجي، مما يجعل هذا البُعد بُعدًا ديناميكيًا لا يمكن قراءته بمعزل عن السياق.

البُعد الثاني: خوارزميات التوصية، ويُشير إلى المنظومة التقنية الذكية التي تُنظّم عملية تقديم المحتوى للمستخدم، بحيث تعتمد على تحليل بياناته السلوكية (مدة المشاهدة، التفاعل، البحث، الحساب المتتبع) لبناء ملف تعريف دقيق يُغذي المنصة بتوصيات مخصصة تُعزز انخراطه. ويرى أحمد وأحمد (٢٠٢٥) أن هذا البُعد يُمثّل أهم ما يُميّز المحتوى القصير عن الأنماط الإعلامية التقليدية، إذ لم يعد المستخدم يبحث عن المحتوى بل يُقدّم إليه المحتوى وفق ما تحدده الخوارزمية، وهو ما يُنتج ما يُعرف بـ"فقاعات الترشيح" التي تُضيّق نطاق التعرض المعرفي للمستخدم. ويُعزز Yue et al. (2024) هذه المقاربة حين يُشيرون إلى أن الخوارزميات تستثمر التحيزات المعرفية للمستخدم في تقديم مضامين تتوافق مع بنيته النفسية، مما يُعمّق ارتباطه بالمنصة.

البُعد الثالث: التمرير اللانهائي (Endless Scrolling) ، ويُقصد به الآلية التصميمية التي تتيح للمستخدم التنقل بين المقاطع دون توقف ودون حدود زمنية أو معرفية واضحة، عبر حركة تمرير بسيطة تنقله من مقطع إلى آخر. ويرى (Jia & Wang (2026 أن التمرير اللانهائي يُمثل بُعداً سلوكياً-تصميمياً يُنتج نمطاً استهلاكياً تسويقياً يستنزف وقت المستخدم دون وعي منه، ويتقاطع مع ضعف ضبط الذات في إنتاج سلوك رقمي إشكالي. وتضيف القحطاني ومغربي (٢٠٢٥) أن هذه الآلية تُعدّ من أهم مُنبئات ظاهرة "تغفن الدماغ" التي بدأت تُشغل الأوساط الأكاديمية والتربوية عالمياً.

البُعد الرابع: الكثافة البصرية والصوتية، ويُشير إلى مستوى تكثيف المحفزات السمعية-البصرية داخل المقطع الواحد، من ألوان صارخة، وتحولات سريعة، وموسيقى متسارعة، ونصوص متحركة، ومؤثرات صوتية. ويشير سلامة (٢٠٢٣) إلى أن هذه الكثافة تُحدث استثارة إدراكية عالية تُخاطب الدماغ عبر قنوات متعددة في آنٍ واحد، مما يُنتج تجربة مشاهدة انغماسية عالية الشدة. ويعزز (Ye et al.(2025 هذه المقاربة حين يربطون بين شدة المحفزات في المحتوى القصير وبين نشوء ظاهرة "دماغ تيك توك" التي تعكس تكيف الدماغ مع نمط الاستثارة السريعة على حساب قدرته على التركيز المستدام.

البُعد الخامس: مدة المقاطع، ويُقصد بها الحيز الزمني الذي يشغله المقطع الواحد، والذي يتراوح في الغالب بين ثوانٍ معدودة ودقيقة واحدة، وقد يمتد في بعض المنصات إلى ثلاث دقائق. ويرى (Tsai (2026 أن مدة المقطع تُعدّ متغيراً حاسماً في تشكيل تجربة المستخدم؛ فكلما قصرت المدة زادت كثافة الرسالة، وضاق هامش التفكير النقدي، وارتفعت احتمالية الانتقال إلى المقطع التالي. ويضيف (Yuan et al.(2026 أن قصر المدة يفرض على المنتج تكثيف الرسالة بصرياً وسردياً، مما يُعيد هندسة السرد الرقمي في صيغ مضغوطة تختلف جذرياً عن السرد التقليدي.

وإلى جانب هذه الأبعاد الخمسة، ثمة عناصر مكمّلة يمكن استحضارها لإثراء التحليل، من أبرزها: عنصر التفاعلية (الإعجاب، التعليق، المشاركة، إعادة النشر) الذي يجعل من المستخدم شريكاً في نشر المحتوى وتوسيع مداه؛ وعنصر المشاركة الجماهيرية في الإنتاج (User-Generated Content) الذي يلغي الحدود بين المنتج والمستهلك؛ وعنصر التحديات والوسوم الترنديّة التي تُنتج ظواهر جماعية عابرة للحدود الجغرافية.

خامسًا: استراتيجيات توظيف المحتوى القصير

تتنوع استراتيجيات توظيف المحتوى القصير على منصات التواصل الاجتماعي تبعًا لأهداف المنتجين وطبيعة الجمهور المستهدف، وتتوزع بين استراتيجيات إنتاجية-سردية، واستراتيجيات ترويجية-تسويقية، واستراتيجيات معرفية-تعليمية، واستراتيجيات وقائية-توعوية.

في إطار الاستراتيجيات الإنتاجية-السردية، يُشير قطب وآخرون (٢٠٢٦) إلى أن الاستراتيجيات الأكثر فاعلية في إنتاج المحتوى القصير تعتمد على استهلال جاذب في الثواني الأولى، وبنية سردية مضغوطة، ونهاية مفتوحة تُحفّز التفاعل، مع توظيف الموسيقى الرائجة والوسوم الترنديّة لتعظيم فرص الانتشار الخوارزمي. ويُضيف (Yuan et al.(2026 استراتيجيّة "التوسع الذاتي" التي تقوم على تصميم مقاطع تُقدّم للمستخدم تجارب تمثيلية تُوسّع تصوره عن ذاته وعن العالم.

وفي إطار الاستراتيجيات الترويجية-التسويقية، يذهب (Tsai (2026 إلى أن الاستراتيجية الأنجح في مخاطبة الجيل Z تقوم على دمج المحتوى الترفيهي بالمحتوى الترويجي بصيغة تُخفي الطابع الإعلانّي المباشر، مع الاستعانة بالمؤثرين ذوي المصداقية، وتوظيف السرد العاطفي للمنتج. ويعزز الشيخ (٢٠٢٥) هذه المقاربة حين يُشير إلى أهمية تمييز الاستراتيجيات بحسب الفئة الجيلية المستهدفة، بما يضمن ملائمة الرسالة لخصائص كل جيل.

وفي إطار الاستراتيجيات المعرفية-التعليمية، يُبين الشطيبي والزهراني (٢٠٢٥) أن ثمة توجهًا متناميًا لتوظيف المحتوى القصير في التعليم غير الرسمي عبر مقاطع تُقدّم مفاهيم مكثفة في صيغ ميسّرة، بما يُلائم إيقاع الشباب الجامعي وأنماط استهلاكه للمعرفة. ويُضيف (Wu et al.(2021 استراتيجية التمييز بين الاستخدام النشط والسلبي بوصفها استراتيجية توجيهية للمستخدمين تُعزز الفاعلية المعرفية على حساب التلقي السلبي.

يذهب العبد اللطيف (٢٠٢٤) إلى ضرورة تبني استراتيجيات إعلامية توعوية تُبصّر الجمهور بمخاطر الاستخدام المفرط للمحتوى القصير، وتُدرّبه على الاستخدام الواعي المتوازن. وتؤكد القحطاني ومغربي (٢٠٢٥) على أهمية استراتيجية "الرفاه الرقمي" التي تدمج بين التوعية بمفاهيم "تعفن الدماغ" وتطوير أدوات تقنية لرصد السلوك الرقمي.

ومن زاوية سياسية-تشريعية، يُشير Li et al.(2025) إلى أن الاستراتيجيات الحديثة يجب أن تعتمد على البيانات الطولية للكشف عن الأعراض المحورية التي تُشكّل نقاط تدخل ممكنة، بما يُتيح تصميم تدخلات دقيقة موجهة للفئات الأكثر عرضة للمخاطر.

سادسًا: المداخل النظرية المفسّرة للمحتوى القصير

يستند فهم المحتوى القصير إلى مداخل نظرية متعددة تتكامل في تفسير أبعاده وآليات تأثيره. ويأتي في مقدمة هذه المداخل مدخل الاستخدامات والإشباع، الذي وظّفه الشطيري والزهراني (٢٠٢٥) لتفسير دوافع الشباب الجامعي السعودي في استخدام تيك توك، والذي يقوم على افتراض أن المستخدم فاعل نشط يختار من المحتوى ما يُلبّي حاجاته الترفيهية والمعرفية والاجتماعية والنفسية. ويوسّع قطب وآخرون (٢٠٢٦) توظيف هذا المدخل ليشمل تفسير علاقة المحتوى القصير بتعزيز المعرفة والابتكار.

ويأتي مدخل الإدمان السلوكي بوصفه مدخلًا مكملًا يُفسّر الجوانب القهرية للاستخدام، ويوظفه اليوبي (٢٠٢٥) لتحليل التشوهات المعرفية المرتبطة بإدمان وسائل التواصل، فيما يُبنى عليه Xie et al.(2023) في تفسير علاقة إدمان الفيديو القصير بالتسويق الأكاديمي. ويتقاطع مع هذا المدخل مدخل ضبط الذات الذي يُوظّفه Jia & Wang (2026) لتفسير الاستخدام التسويقي وارتباطه بالتوتر والنوم.

ويُقدّم مدخل معالجة المعلومات إطارًا لفهم كيفية تلقي الدماغ للمحتوى القصير ومعالجته، وهو ما يستثمره سلامة (٢٠٢٣) في تحليل أثر الـ Reels على الجانب المعرفي للمراهقين. ويتكامل معه مدخل التحيز المعرفي الذي يُوظّفه Yue et al.(2024) في تفسير آلية ارتباط التحيزات المعرفية السلبية بإدمان الفيديو القصير عبر وساطة الدعم الاجتماعي والوحدة.

ويُقدّم مدخل التوسع الذاتي (Self-Expansion Theory) الذي يوظفه Yuan et al.(2026) قراءة نفسية-وجودية للمحتوى القصير بوصفه فضاءً لتوسيع الذات وإثراء التجارب التمثيلية. فيما يُقدّم المدخل الابدستمولوجي-النقدي الذي يعتمد على أحمد وأحمد (٢٠٢٥) قراءة معرفية تتناول تفكيك المحتوى القصير للمنظومة المعرفية التقليدية وتشكيله بنى معرفية سطحية مجرّاة.

سابعاً: خصائص المحتوى القصير وملاءمته للسياق السعودي

تتفرد صيغة المحتوى القصير بجملة من الخصائص البنيوية التي تُميزها عن سائر أنماط المحتوى الرقمي، وتُعزز حضورها في السياقات الشبابية بوجه عام، وفي السياق السعودي بوجه خاص. ومن أبرز هذه الخصائص: القصر الزمني الذي يُلائم إيقاع الحياة المتسارع؛ والكثافة السمعية-البصرية التي تُخاطب الجهاز الإدراكي عبر قنوات متعددة؛ والتخصيص الخوارزمي الذي يُلبّي الحاجات الفردية للمستخدم؛ والتفاعلية العالية التي تُحوّل المستخدم إلى شريك في الإنتاج؛ والتدفق اللانهائي الذي يُنتج تجربة انغماسية مستدامة؛ والقابلية العالية للانتشار الفيروسي عبر آليات المشاركة والوسوم.

ويرى الشيخ (٢٠٢٥) أن ملاءمة المحتوى القصير للسياق السعودي تنبع من كون المملكة تشهد تحولاً رقمياً متسارعاً ضمن رؤية (٢٠٣٠)، ومن كون شريحة الشباب فيها تُشكّل نسبة كبيرة من السكان، مما يجعلها بيئة خصبة لانتشار هذا النمط الإعلامي. ويعزز ذلك ما تُشير إليه بندقية (٢٠٢٦) من أن أنماط استهلاك المحتوى الرقمي في البيئات الجامعية العربية باتت تُوظف صيغ المحتوى القصير بوصفها الصيغة الأكثر انتشاراً، مما يستوجب دراستها معرفياً وتربوياً.

ثامناً: المحتوى القصير بين الفرص والتحديات

يُقدّم المحتوى القصير حزمة من الفرص المعرفية والاقتصادية والاجتماعية، تتمثل في: إتاحة الوصول السريع إلى المعلومات، وتحفيز الإبداع الفردي، وتوسيع فرص الترويج التجاري، وبناء مجتمعات افتراضية حول اهتمامات مشتركة، وتعزيز التنمية السياحية والاقتصادية كما يُبين الشيخ (٢٠٢٥). غير أن هذه الفرص تُقابلها تحديات جوهرية رصدتها الأدبيات، تتمثل في: تسطيح المعرفة كما يُشير أحمد وأحمد (٢٠٢٥)؛ وتراجع الوعي المعلوماتي كما تُبين بندقية (٢٠٢٦)؛ وتشتت الانتباه والإدمان الرقمي كما يذهب اليوبي (٢٠٢٥)؛ والتأثيرات النفسية السلبية على الصحة النفسية كما يوضح العبد اللطيف (٢٠٢٤)؛ ونشوء ظواهر معرفية مستحدثة كـ"تعفن الدماغ" و"دماغ تيك توك" كما تُشير القحطاني ومغربي (٢٠٢٥) و Ye et al.(2025)

ويرى الباحث أن الموقف الأمثل من المحتوى القصير هو موقف التعامل النقدي الواعي، الذي يستثمر فرصه ويتحاشى تحدياته عبر بناء منظومة تربية إعلامية رقمية تُمكن المستخدم من الوعي

بآليات المحتوى وأبعاده، والتحكم في نمط استهلاكه بما يخدم نموه المعرفي والنفسي دون أن يُهدر وقته أو يُشوّه بنيته الإدراكية.

المبحث الثاني: السلوك المعرفي

تمهيد

يُمثِّل السلوك المعرفي (Cognitive Behavior) أحد أعقد المفاهيم في حقول علم النفس المعرفي والدراسات الإعلامية، إذ يُعبّر عن تلك المنظومة المتشابكة من العمليات الذهنية التي يقوم بها الفرد في تعامله مع المثيرات الواردة إليه من بيئته، بدءًا من استقبالها عبر منافذ الحس، ومرورًا بترميزها وتخزينها واسترجاعها ومعالجتها، وانتهاءً بتوظيفها في اتخاذ القرارات وبناء المواقف والاتجاهات. ولا يمكن فهم هذا السلوك بمعزل عن البيئة التي يعيش فيها الفرد؛ فمنذ ثمانينيات القرن الماضي، ومع تصاعد حضور وسائل الإعلام في الحياة اليومية، بات من المسلّم به أن البيئة الإعلامية تُشكّل مُدخلًا جوهريًا في إعادة هندسة السلوك المعرفي للأفراد، ولا سيما فئة الشباب.

وقد اكتسب هذا المفهوم أهمية متجددة في العقد الأخير مع الانتشار الكاسح لمنصات المحتوى القصير التي أعادت طرح التساؤلات الكلاسيكية حول علاقة الوسائط بالعقل من زاوية جديدة تتصل بطبيعة الاستثارة الإدراكية المكثفة، ومدى قدرة الدماغ على التكيف مع تدفقات المعلومات السريعة، والمآلات المحتملة لهذا التكيف على الوظائف المعرفية العليا كالانتباه والتفكير النقدي والذاكرة (Arouch et al., 2025).

ويسعى المبحث الحالي إلى تفكيك مفهوم السلوك المعرفي بوصفه المتغير التابع للدراسة، عبر استعراض تعريفاته المتعددة، وأهميته، وأهدافه، وأبعاده التحليلية، واستراتيجيات تنميته، والمداخل النظرية المفسّرة له، مع الوقوف على المفاهيم المستحدثة التي أفرزتها البيئة الرقمية المعاصرة، وصولًا إلى ملاءمته للسياق البحثي للدراسة الحالية.

أولاً: مفهوم السلوك المعرفي

يتقاطع مفهوم السلوك المعرفي مع مجموعة من المفاهيم القريبة كالوظائف المعرفية، والعمليات المعرفية، والبنية المعرفية، مما جعل تعريفه يتأثر باختلاف زوايا النظر بين المقاربات النفسية-الإدراكية، والمقاربات الإعلامية-الاتصالية، والمقاربات التربوية-التعليمية.

يُشير اليوبي (٢٠٢٥) إلى أن السلوك المعرفي منظومة من العمليات الذهنية العليا التي تشمل الانتباه والإدراك والذاكرة والتفكير وحل المشكلات، وتتأثر هذه المنظومة بجملة من التشوهات المعرفية التي تتشكل عبر الخبرات والتفاعلات مع البيئة، ومن ضمنها البيئة الرقمية.

وتتقاطع مع هذا التوجه رؤية بندقة (٢٠٢٦) التي تُقارب السلوك المعرفي من زاوية “الوعي المعلوماتي”، بوصفه القدرة على تقييم المعلومات ونقدها وتوظيفها بصورة واعية، وهو ما يجعله سلوكًا مركبًا لا يقتصر على استقبال المعلومة بل يمتد إلى معالجتها معرفيًا.

يُقَدِّم سلامة (٢٠٢٣) تصورًا للسلوك المعرفي بوصفه محصلة تفاعلية بين ما يتعرض له الفرد من مضامين إعلامية وبين بنيته الذهنية القائمة، بحيث تُنتج هذه التفاعلية جملة من التحولات في المعلومات والاتجاهات والقيم التي يحملها الفرد.

وينسجم مع هذا التصور ما يذهب إليه أحمد وأحمد (٢٠٢٥) من أن السلوك المعرفي لا يُختزل في العمليات الذهنية المجردة، بل يشمل كذلك القيم والاتجاهات المعرفية التي تتشكل عبر التعرض المستمر للمضامين الإعلامية، خاصةً في مرحلة النشء التي تتسم بالمرونة المعرفية العالية.

يُقارب منصور (٢٠٢٣) السلوك المعرفي من بوابة وظيفة الانتباه، بوصفها الوظيفة المركزية التي تُمثّل بوابة العمليات المعرفية الأخرى، إذ يُشير إلى أن أي خلل في هذه الوظيفة يُنتج اضطرابات متتالية في سائر الوظائف المعرفية اللاحقة، مما يجعل الانتباه مؤشرًا حساسًا على صحة السلوك المعرفي للفرد.

فيُقَدِّم Arouch et al.(2025) تعريفًا شاملاً للسلوك المعرفي بوصفه مجموع المخرجات المعرفية (Cognitive Outcomes) التي تتصل بالوظائف التنفيذية، والانتباه، والتنظيم الانفعالي، والقدرات الإدراكية العليا، وترتبط هذه المخرجات ارتباطًا وثيقًا بالمخرجات النفسية العامة للفرد. ويوسّع Nguyen et al.(2025) هذا التعريف حين يطرحون السلوك المعرفي بوصفه شبكة معقدة من الارتباطات المعرفية-النفسية التي تتشكل عبر التعرض للوسائط الرقمية، وتتباين قوة ارتباطاتها بحسب طبيعة الاستخدام (عام/إدماي/سليبي).

يُقَدِّم Ye et al.(2025) قراءة للسلوك المعرفي من خلال مفهوم “ضبط الانتباه (Attention Control)، بوصفه القدرة على توجيه الموارد الانتباهية بصورة إرادية نحو المثيرات ذات الصلة،

وكبح الاستجابة للمثيرات المشتتة، ويتكامل مع هذا الطرح ما يقدمه (Yue et al. 2024) حين يُقارِبون السلوك المعرفي عبر مفهوم "التحيز المعرفي السلبي"، بوصفه انحرافات منهجية في معالجة المعلومات تتصل بالانتباه والتفسير والذاكرة، وتؤثر في السلوك الاستهلاكي الرقمي.

يُقدِّم (Xie et al. 2023) قراءة للسلوك المعرفي من زاوية مآلاته الأدائية كالتسويق الأكاديمي، وضبط الذات، وإدارة الوقت، بوصفها مؤشرات على صحة البنية المعرفية أو اختلالها.

ومن استعراض هذه التعريفات، يمكن للباحث أن يستخلص أن السلوك المعرفي مفهوم متعدد الأبعاد يتقاطع فيه الجانب الإدراكي (الانتباه والذاكرة والمعالجة) مع الجانب النقدي (التفكير والتحليل والتقييم) مع الجانب القيمي-الاجتاهي (المواقف والاتجاهات المعرفية) مع الجانب السلوكي-الأدائي (ضبط الذات وإدارة السلوك).

ويرى الباحث بناءً على ذلك أن السلوك المعرفي يمكن تعريفه إجرائياً في هذه الدراسة بأنه: منظومة متكاملة من العمليات الذهنية والاتجاهات المعرفية التي يمارسها الشباب السعودي في تفاعلهم مع المحتوى القصير على منصة تيك توك، وتشمل: الانتباه والتركيز، والاكتساب المعرفي، والتفكير النقدي، والاتجاهات والقيم المعرفية، وأنماط التذكر والاسترجاع، بوصفها منظومة قابلة للقياس والرصد الميداني.

ثانياً: أهمية دراسة السلوك المعرفي

تكتسب دراسة السلوك المعرفي أهميتها من كونها تلامس البنية الجوهرية التي يُبنى عليها الفعل الإنساني ككل؛ فالسلوك المعرفي ليس مجاًلاً معرفياً معزولاً، بل هو المنبع الذي تصدر عنه سائر السلوكيات الفردية والاجتماعية، والأداة التي يتشكّل بها الوعي، وتُبنى بها الشخصية، وتُصاغ بها المواقف تجاه الذات والآخر والعالم.

ويشير أحمد وأحمد (٢٠٢٥) إلى أن أهمية دراسة السلوك المعرفي تتضاعف في السياق الرقمي الراهن، إذ باتت المضامين الإعلامية تتسرّب إلى البنية القيمية والمعرفية للنشء بصورة غير مسبقة، مما يجعل رصد التحولات المعرفية ضرورةً ملحةً لصون المنظومة القيمية للأجيال الجديدة. ويرى بندقة (٢٠٢٦) أن أهمية دراسة السلوك المعرفي تنبع من ارتباطه المباشر بالوعي المعلوماتي،

الذي يُشكّل خط الدفاع الأول أمام موجات المعلومات المضللة والمحتوى منخفض الجودة، بما يعني أن تدهور السلوك المعرفي يُهدد قدرة المجتمع على التمييز بين الحقيقة والزيف.

ويشير منصور (٢٠٢٣) إلى أن أهمية دراسة السلوك المعرفي ولا سيما الانتباه والتركيز في السياق السعودي، تتبع من كون هذه الوظائف تُمثّل الشرط الأولي لأي إنجاز أكاديمي أو مهني، ومن ثم فإن تدهورها يُهدد الإنتاجية العامة للمجتمع، ويُضيف اليوبي (٢٠٢٥) أن أهمية الدراسة تتمثّل في: أولاً، الكشف عن التشوهات المعرفية التي تتشكّل لدى الشباب في ظل الاستخدام المكثف للوسائط الرقمية؛ وثانياً، توفير قاعدة علمية لبرامج الإرشاد النفسي والعلاج المعرفي السلوكي؛ وثالثاً، توجيه الجهات المعنية إلى بناء برامج وقائية موجهة للفئات الأكثر عرضة للمخاطر المعرفية.

ويرى (Arouch et al. (2025) أن أهمية دراسة السلوك المعرفي تتبع من كونه يُمثّل نقطة التقاطع بين الصحة النفسية والأداء الوظيفي؛ فأى خلل في المخرجات المعرفية ينعكس مباشرةً على الرفاه النفسي، وعلى القدرة على الإنجاز، وعلى جودة الحياة عموماً. ويعزز (Nguyen et al. (2025) هذه المقاربة حين يُشيرون إلى أن الارتباطات المعرفية-النفسية التي تُنتجها البيئة الرقمية باتت تُشكّل تحدياً صحياً عاماً يستوجب استجابة علمية منظمة.

ويُبين (Ye et al. (2025) أن أهمية دراسة السلوك المعرفي في سياق المراهقين والشباب تتبع من كون هذه المرحلة العمرية مرحلة تشكّل حرجة تتسم بمرونة عصبية عالية، مما يعني أن أي تأثيرات معرفية سلبية قد تترك أثراً بنيوياً مستداماً، ويضيف (Xie et al. (2023) بُعداً أكاديمياً حين يُشيرون إلى أن دراسة السلوك المعرفي في الوسط الجامعي تُسهم في فهم مآلات كالتسويق الأكاديمي، وضعف الأداء، والانسحاب من الالتزامات الدراسية.

ويرى (Yue et al. (2024) أن أهمية الدراسة تتمثّل في الكشف عن التحيزات المعرفية التي تعمل بوصفها بوابة خفية للسلوك الإدماني الرقمي، بما يُتيح تصميم تدخلات معرفية-سلوكية أكثر دقة. ويستخلص الباحث من ذلك أن أهمية دراسة السلوك المعرفي تتوزع على أربعة مستويات متكاملة: مستوى فردي يتصل بصحة الفرد النفسية والمعرفية وقدرته على الإنجاز؛ ومستوى أسري يتصل بدور الأسرة في التوجيه المعرفي لأبنائها؛ ومستوى تربوي يتصل بتصميم البرامج التعليمية

والإرشادية؛ ومستوى مجتمعي يتصل بالحفاظ على البنية القيمية والمعرفية للأجيال الجديدة، وتعزيز قدرتها على التمييز بين المضامين الرقمية المختلفة.

ثالثاً: أهداف دراسة السلوك المعرفي

تتنوع أهداف دراسة السلوك المعرفي بحسب زاوية النظر التي يعتمدها الباحثون، وتتوزع بين أهداف وصفية، وأهداف تفسيرية، وأهداف تنبؤية، وأهداف تطبيقية.

ويرى اليوبي (٢٠٢٥) أن أبرز أهداف دراسة السلوك المعرفي تتمثل في: أولاً، رصد التشوهات المعرفية السائدة لدى الفئة المستهدفة؛ وثانياً، الكشف عن العوامل المُنبئة بهذه التشوهات؛ وثالثاً، تقدير الإسهام النسبي للمتغيرات المستقلة (كإدمان وسائل التواصل) في التنبؤ بها؛ ورابعاً، بناء قاعدة معرفية علمية توجه برامج التدخل العلاجي.

ويرى منصور (٢٠٢٣) أن أهداف الدراسة في السياق السعودي تتمحور حول: قياس أثر المتغيرات الرقمية على وظائف الانتباه والتركيز، ورصد تصورات الشباب لهذه العلاقة، والكشف عن مؤشرات التشنت المعرفي المرتبطة بالاستخدام المفرط. وتضيف القحطاني ومغربي (٢٠٢٥) أهدافاً تتصل ب: قياس مستوى الوعي بالمفاهيم المعرفية المستحدثة كـ"تغفن الدماغ"، وتحليل انعكاسات التمرير اللانهائي أكاديمياً ونفسياً، والكشف عن مستوى الانتقائية والوعي الذاتي لدى المستخدمين.

ويبين أحمد وأحمد (٢٠٢٥) أن أهداف دراسة التأثير المعرفي للمحتوى الرقمي تتضمن: فهم آليات تشكيل القيم عبر المحتوى، وتفكيك المنظومة المعرفية التي يُنتجها المحتوى القصير، وتقديم قراءة ابستمولوجية للتحويلات المعرفية الجارية. وتوسع بندقة (٢٠٢٦) الأهداف لتشمل: رصد أنماط الاستهلاك، وقياس الوعي المعلوماتي، وتقييم قدرات الطلاب النقدية والتحليلية تجاه المحتوى.

ومن زاوية أجنبية، يُشير Arouch et al.(2025) إلى أن أهداف دراسة السلوك المعرفي في سياق الوسائط الرقمية تتمثل في: تجميع الأدلة المتراكمة حول العلاقة بين الاستخدام والمخرجات المعرفية، والكشف عن الآليات الوسيطة، وتوجيه السياسات العامة المتعلقة بالاستخدام الآمن للوسائط. ويضيف Nguyen et al.(2025) هدفاً موحداً يتصل بتطوير أدوات قياس معيارية للاستخدام والمخرجات المعرفية، بما يُتيح المقارنة العلمية بين الدراسات.

ويرى الباحث أن أهداف دراسة السلوك المعرفي في الدراسة الحالية تتوزع بين هدف وصفي يتصل برصد أبعاد السلوك المعرفي لدى الشباب السعودي، وهدف تحليلي يتصل بتفكيك العلاقة بين أبعاد المحتوى القصير وأبعاد السلوك المعرفي، وهدف تطبيقي يتصل بتقديم توصيات عملية موجهة للأسرة والمؤسسات التعليمية والجهات الإعلامية والتشريعية في المملكة.

رابعاً: أبعاد السلوك المعرفي

تم تحديد أبعاد السلوك المعرفي في الدراسة الحالية بناءً على المراجعة النظرية للأدبيات ذات الصلة، وبالاستناد بشكل رئيس إلى دراسة اليوبي (٢٠٢٥) في معالجتها للتشوهات المعرفية، ودراسة منصور (٢٠٢٣) في معالجتها للانتباه والتركيز، ودراسة سلامة (٢٠٢٣) في مقاربتها للجانب المعرفي والسلوكي، ودراسة بندقة (٢٠٢٦) في تناولها للوعي المعلوماتي والقدرات النقدية، مع الاستفادة من الأدبيات الأجنبية ذات الصلة، وقد استقرت الدراسة على خمسة أبعاد رئيسية، هي: الانتباه والتركيز، والاكتساب المعرفي، والتفكير النقدي، والاتجاهات والقيم المعرفية، وأنماط التذكر والاسترجاع.

البعد الأول: الانتباه والتركيز، ويُقصد به قدرة الفرد على توجيه موارده الإدراكية بصورة إرادية نحو المثيرات ذات الصلة، والحفاظ على هذا التوجيه لفترة زمنية كافية، مع كبح الاستجابة للمثيرات المشتتة. ويبيّن منصور (٢٠٢٣) أن الانتباه يُعدّ الوظيفة الأكثر عرضة للتأثر بالاستخدام المكثف للمحتوى الرقمي القصير، بحكم اعتماد هذا المحتوى على مبدأ الاستثارة المتكررة والانتقال السريع. ويعزز هذا التصور Ye et al.(2025) حين يربطون بين شدة استخدام الفيديو القصير وضعف ضبط الانتباه، وينسجم مع ذلك ما يذهب إليه Arouch et al.(2025) من أن اضطراب الانتباه يُعدّ من أبرز المخرجات المعرفية المرتبطة بالاستخدام المكثف.

البعد الثاني: الاكتساب المعرفي، ويُشير إلى قدرة الفرد على استيعاب المعلومات الجديدة، ودمجها ببنية المعرفة القائمة، وتوظيفها في سياقات لاحقة. ويرى قطب وآخرون (٢٠٢٦) أن هذا البعد يُمثّل الجانب الإيجابي المحتمل للتعرض للمحتوى القصير، حين يُوظّف هذا المحتوى بصورة تعليمية أو تحفيزية أو ابتكارية، بحيث يُصبح رافداً معرفياً للمستخدم لا مجرد وسيلة ترفيهية. ويعزز هذا التصور Yuan et al.(2026) حين يُقارِبون الاكتساب المعرفي من زاوية “التوسع الذاتي”، بوصف المحتوى القصير أداةً لتوسيع البنية الرمزية والمعرفية للفرد.

البُعد الثالث: التفكير النقدي، ويُقصد به قدرة الفرد على تحليل المضامين وتقييمها والتحقق من مصداقيتها، والوصول إلى استنتاجات مستقلة بشأنها، بدلاً من قبولها قبولاً سطحياً. وترى بندقية (٢٠٢٦) أن التفكير النقدي يُمثّل المكوّن المحوري للوعي المعلوماتي، وأن استهلاك المحتوى منخفض الجودة يُقوّض قدرات التحليل والتقييم النقدي لدى الطلاب. ويعزز هذا التصور أحمد وأحمد (٢٠٢٥) حين يُشيرون إلى أن التعرض المكثف للمحتوى القصير يُنتج بنى معرفية سطحية مجزأة تُضعف القدرة على التفكير المنظم المستدام.

البُعد الرابع: الاتجاهات والقيم المعرفية، ويُشير إلى المواقف الفكرية والقيمية التي يحملها الفرد تجاه القضايا المطروحة عليه، وتتشكّل هذه الاتجاهات عبر التعرض المستمر للمضامين الإعلامية. ويُبيّن سلامة (٢٠٢٣) أن التعرض لمقاطع الفيديو القصيرة يرتبط بتحوّلات في الجانب المعرفي (المعلومات والاتجاهات) والسلوكي (التقليد وأنماط الاستهلاك) لدى المراهقين. ويُوسّع أحمد وأحمد (٢٠٢٥) هذا التصور حين يُشيرون إلى أن المحتوى القصير يُعيد تشكيل المنظومة القيمية للنشء بصورة عميقة، ويُنتج قيماً معرفية جديدة تتصل بالاستهلاك والفردانية والإشباع الفوري.

البُعد الخامس: أنماط التذكر والاسترجاع، ويُقصد بها الطرائق التي يُخزّن بها الفرد المعلومات ويستدعيها لاحقاً، وتشمل الذاكرة العاملة، والذاكرة قصيرة المدى، والذاكرة طويلة المدى. ويُبيّن Yue et al.(2024) أن تحييز الذاكرة يُعدّ من أبرز أشكال التحيز المعرفي المرتبطة بإدماج المحتوى القصير، إذ يميل المستخدم إلى تذكّر المضامين المتوافقة مع تحيزات السابقة، وإهمال المضامين المخالفة. ويعزز Arouch et al.(2025) هذا التصور حين يُشيرون إلى أن الاستخدام المكثف يُنتج اضطراباً في الوظائف التنفيذية التي تُشكّل الذاكرة العاملة أحد أبرز مكوّناتها.

وإلى جانب هذه الأبعاد الخمسة، ثمة عناصر مكمّلة يمكن استحضارها لإثراء التحليل، منها: بُعد الوعي الذاتي بالسلوك المعرفي (Metacognitive Awareness) الذي يُشير إلى قدرة الفرد على مراقبة عملياته المعرفية ذاتها؛ وبُعد الانتقائية المعرفية الذي يُشير إلى قدرة الفرد على اختيار المضامين التي يتعرض لها بصورة واعية؛ وبُعد المرونة المعرفية الذي يُشير إلى قدرة الفرد على التنقل بين المهام والأفكار بمرونة١.

خامسًا: استراتيجيات تنمية السلوك المعرفي الإيجابي

تتنوع الاستراتيجيات المقترحة لتنمية السلوك المعرفي الإيجابي لدى الشباب في مواجهة تحديات البيئة الرقمية، وتتوزع بين استراتيجيات تربوية، واستراتيجيات نفسية-علاجية، واستراتيجيات إعلامية-توعوية، واستراتيجيات تقنية-تنظيمية.

في إطار الاستراتيجيات التربوية، تُشير بندقة (٢٠٢٦) إلى أهمية دمج برامج الثقافة المعلوماتية والوعي الرقمي ضمن المناهج الجامعية، وتدريب الطلاب على آليات تقييم المحتوى الرقمي والتمييز بين المضامين الموثوقة والمضللة. وتُعزز القحطاني ومغربي (٢٠٢٥) هذه المقاربة حين تدعوان إلى إدراج المفاهيم الرقمية الحديثة كـ"تعفن الدماغ" والتمرير اللانهائي في المقررات الجامعية، بما يُنشئ وعيًا أكاديميًا بالظواهر المستحدثة.

يُبين اليوبي (٢٠٢٥) ضرورة تطوير برامج إرشادية للحد من إدمان وسائل التواصل، وبرامج علاج معرفي سلوكي لتصحيح التشوهات المعرفية لدى الطلاب، ويُضيف (Yue et al.(2024) استراتيجية معرفية-سلوكية تستهدف تعديل التحيزات المعرفية السلبية، مع تعزيز شبكات الدعم الاجتماعي بوصفها عاملاً وقائيًا من الإدمان الرقمي.

يذهب أحمد وأحمد (٢٠٢٥) إلى ضرورة تعزيز التربية الإعلامية النقدية، وتطوير سياسات معرفية تحمي القيم الإيجابية للنشء في البيئة الرقمية. ويعزز سلامة (٢٠٢٣) هذه المقاربة حين يدعو إلى تفعيل دور الأسرة والمؤسسات التعليمية في توجيه المراهقين لاستخدام أمثل لهذه المقاطع. ويضيف العبد اللطيف (٢٠٢٤) استراتيجية توعوية تستهدف نشر الوعي بمخاطر الإفراط، وتدريب الجمهور على الاستخدام الواعي المتوازن.

وفي إطار الاستراتيجيات التقنية-التنظيمية، تُبين القحطاني ومغربي (٢٠٢٥) أهمية تطوير أدوات تقنية لرصد السلوك الرقمي وتعزيز الرفاه الرقمي، بما يُتيح للمستخدم مراقبة نمط استهلاكه والتحكم فيه. ويعزز Jia & Wang (2026) هذه المقاربة حين يُشيران إلى ضرورة تصميم تدخلات تستهدف تعزيز ضبط الذات وتنظيم استهلاك المحتوى القصير، ولا سيما قبل النوم.

يُبين Li et al.(2025) أهمية اعتماد تحليل شبكي طويل للكشف عن الأعراض المحورية التي تُشكّل نقاط تدخل ممكنة، بما يُتيح تصميم برامج تدخل استهدافية لمستخدمي تيك توك الأكثر

عرضة للمخاطر. ويضيف (Xie et al.(2023) استراتيجية جامعية تتصل بتدريب الطلاب على إدارة الوقت وضبط الذات، وتطوير برامج وقائية تحد من الإدمان الرقمي.

سادسًا: المداخل النظرية المفسّرة للسلوك المعرفي

يستند فهم السلوك المعرفي في سياق البيئة الرقمية إلى جملة من المداخل النظرية المتكاملة. ويأتي في مقدمة هذه المداخل مدخل معالجة المعلومات (Information Processing) الذي يوظفه سلامة (٢٠٢٣) في تفسير الجانب المعرفي والسلوكي لدى المراهقين، ويقوم هذا المدخل على تصور الدماغ بوصفه نظامًا لمعالجة المعلومات يتضمن مراحل الاستقبال والترميز والتخزين والاسترجاع، مما يُتيح تحليل تأثير المحتوى القصير على كل مرحلة من هذه المراحل.

ويأتي مدخل التحيز المعرفي (Cognitive Bias) بوصفه مدخلًا تفسيريًا مكملًا، يوظفه Yue et al.(2024) في تحليل الانحرافات المنهجية في معالجة المعلومات (تحيز الانتباه، وتحيز التفسير، وتحيز الذاكرة)، وارتباطها بالسلوك الإدماني. ويتقاطع مع هذا المدخل مدخل التشوهات المعرفية الذي يوظفه اليوبي (٢٠٢٥) في تفسير الأنماط الفكرية المضطربة التي تتشكل لدى مدمني الوسائط الرقمية.

ويُقَدِّم مدخل ضبط الذات (Self-Control) إطارًا تفسيريًا آخر، يعتمد Jia و Wang (2026) في تفسير الاستخدام التسويقي، و Xie et al.(2023) في تفسير التسويق الأكاديمي، ويقوم على افتراض أن ضعف ضبط الذات يُشكّل عاملاً محوريًا في نشوء أنماط الاستخدام الإشكالية.

ويُقَدِّم أحمد وأحمد (٢٠٢٥) قراءة معرفية-فلسفية للسلوك المعرفي، تتناول تفكيك المنظومة المعرفية التقليدية وإعادة تشكيلها في البيئة الرقمية، بما يُتيح فهمًا عميقًا للتحوّلات الاستمولوجية الجارية. ويتكامل معه المدخل التربوي-المعلوماتي الذي تعتمده بندقة (٢٠٢٦) في مقاربتها للوعي المعلوماتي وقدرات التقييم النقدي.

و يعتمد Li et al.(2025) تحليلًا ديناميكيًا للسلوك المعرفي بوصفه شبكة من العلاقات المتبادلة التي تتحول عبر الزمن، بما يتجاوز التحليلات المقطعية الساكنة. فيما يُقَدِّم مدخل المراجعات المنهجية والتحليل البعدي الذي يعتمد Arouch et al.(2025)

سابعًا: الظواهر المعرفية المستحدثة في البيئة الرقمية

أفرز الاستخدام المكثف للمحتوى القصير جملة من الظواهر المعرفية المستحدثة التي باتت تُشكّل موضوعات بحثية قائمة بذاتها. ومن أبرز هذه الظواهر: ظاهرة "دماغ تيك توك" (TikTok Brain) التي رصدها (Ye et al., 2025) بوصفها حالة من التكيف العصبي مع نمط الاستثارة السريعة على حساب القدرة على التركيز المستدام؛ وظاهرة "تعفن الدماغ" (Brain Rot) التي عالجتها (القحطاني ومغربي، ٢٠٢٥) بوصفها حالة من التدهور المعرفي المرتبط بالتمرير اللانهائي؛ وظاهرة الاستخدام التسويقي (Procrastinatory Use) التي عالجها (Jia & Wang, 2026) بوصفها نمطاً استهلاكياً يستنزف الوقت دون وعي؛ وظاهرة التسويف الأكاديمي (Academic Procrastination) التي عالجها (Xie et al., 2023) بوصفها مآلاً سلوكياً للإدمان الرقمي. ويرى الباحث أن هذه الظواهر تُشكّل معاً خارطة بحثية جديدة تُلقي بظلالها على السلوك المعرفي للشباب في العصر الرقمي، وتستوجب مقاربات علمية متجددة تتجاوز الأطر الكلاسيكية.

ثامناً: ملاءمة دراسة السلوك المعرفي للسياق البحثي الحالي

تلائم دراسة السلوك المعرفي السياق البحثي للدراسة الحالية من زوايا متعددة؛ فمن زاوية جغرافية-ثقافية، تُمثّل المملكة العربية السعودية بيئة خصبة لدراسة هذا المتغير، بحكم موقعها المتقدم عربياً وعالمياً في معدلات استخدام تيك توك، والتحولات السريعة التي تشهدها ضمن رؤية (٢٠٣٠). ومن زاوية عمرية، تُمثّل شريحة الشباب الفئة الأكثر ملاءمة لهذه الدراسة، بحكم مرونتها المعرفية العالية وقابليتها المرتفعة للتأثر بالمتغيرات الرقمية.

تُسهّم الدراسة في سد فجوة بحثية عربية-سعودية، إذ يُلاحظ أن معظم الدراسات المعمّقة في هذا الحقل أُجريت على عينات صينية كما يتضح في دراسات (Ye et al., 2025)؛ (Yue et al., 2024)؛ (Xie et al., 2023)؛ (Wang et al., 2025)، مما يجعل تطبيق الدراسة على عينة سعودية إسهاماً علمياً نوعياً يعكس خصوصية السياق الثقافي والاجتماعي والديني للمملكة.

تاسعًا: التكامل بين أبعاد السلوك المعرفي في الدراسة الحالية

تسعى الدراسة الحالية إلى تقديم مقارنة تكاملية للسلوك المعرفي تتجاوز محدودية المقاربات الجزئية التي اقتصرَت في الأدبيات السابقة على بُعد أو بُعدين. فبينما ركّزت دراسة (منصور، ٢٠٢٣) على الانتباه، وركّزت دراسة (اليوبي، ٢٠٢٥) على التشوهات المعرفية، وركّزت دراسة (بندقة، ٢٠٢٦) على الوعي المعلوماتي، وركّزت دراسة (أحمد وأحمد، ٢٠٢٥) على القيم المعرفية، تدمج الدراسة الحالية هذه الأبعاد في نموذج تحليلي واحد يضم: الانتباه والتركيز، والاكتساب المعرفي، والتفكير النقدي، والاتجاهات والقيم المعرفية، وأنماط التذكر والاسترجاع، بما يُتيح قراءة شاملة لأثر المحتوى القصير على البنية المعرفية للشباب السعودي.

ويرى الباحث أن هذه المقاربة التكاملية تُمثّل الإضافة النوعية الأبرز للدراسة الحالية، إذ تُجاوز التشظي المفاهيمي الذي أشارت إليه المراجعات المنهجية الحديثة كمراجعة (Nguyen et al., 2025) التي كشفت عن تباين في أدوات القياس ومنطلقات التحليل، وتُقدّم إطارًا موحدًا يُمكن الاستناد إليه في الدراسات اللاحقة..

المراجع

- أحمد، رانيا خالد محمد، وأحمد، ماجد سلطان سعيد. (٢٠٢٥). التأثير المعرفي لمقاطع الفيديو القصيرة على قيم النشء (بحث إبستمولوجي). مجلة كليات التربية - جامعة عدن، ١٩ (١). [https://doi.org/10.47372/jef.\(2025\)19.1.142](https://doi.org/10.47372/jef.(2025)19.1.142)
- بندقة، سارة محمود محمود. (٢٠٢٦). أنماط استهلاك المحتوى الرقمي منخفض الجودة وأثرها على الوعي المعلوماتي لدى طلاب المرحلة الجامعية الأولى: دراسة ميدانية. المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات، ٦ (٢)، ١٥-٦٢. <https://doi.org/10.21608/aijtid.2026.451609.1154>
- سلامة، إيمان حلمي علي. (٢٠٢٣). تعرض المراهقين لمقاطع الفيديو القصيرة "Reels" على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالجانب المعرفي والسلوكي لديهم. مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، (٢)، ٤٧٩-٥٢٣. <http://search.mandumah.com/Record/1514692>
- الشطيري، إبراهيم بن أحمد، والزهراني، أحمد بن قران. (٢٠٢٥). استخدام طلبة الجامعات السعودية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة: دراسة مسحية على طلبة جامعة الملك عبد العزيز. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ١٥ (١٥)، ١٧٥-٢١٧. <https://doi.org/10.21608/JCTS.2025.475801>
- الشيخ، آلاء بنت بكر بن علي. (٢٠٢٥). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق السياحي وأثره على التنمية السياحية في المملكة: دراسة وصفية عبر الأجيال المختلفة. المجلة العربية للإعلام والاتصال، (٤٣)، ٥٤-٩٠. <http://search.mandumah.com/Record/1649525>
- العبد اللطيف، خالد إبراهيم عبد العزيز. (٢٠٢٤). تأثير الفيديوهات القصيرة عبر المنصات الرقمية على الصحة النفسية للجمهور: دراسة ميدانية. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (١٠٤)، ١٦٥-١٩٧. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.104.2024.1081>
- القحطاني، اللولو علي، ومغربي، هديل كمال. (٢٠٢٥). وعي طلاب الجامعات السعوديين بـ "تعفن الدماغ" وسلوك التميرر اللانهائي لمقاطع الفيديو القصيرة عبر منصات

التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع،

(١٢٠). <https://doi.org/10.33193/JALHSS.120.2025.1436>

– قطب، أفنان عبدالله بكر، والدهاسي، مها فهد، وبدوي، إسرائء عبدالوهاب. (٢٠٢٦). تأثير

المحتوى المرئي القصير عبر منصة تيك توك في تعزيز المعرفة والابتكار لدى الشباب

السعودي: دراسة مسحية في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع. مجلة اتحاد الجامعات

العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، (١٦)، ٥٦-١.

<http://search.mandumah.com/Record/1672777>

– منصور، حسناء. (٢٠٢٣). تأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الانتباه والتركيز

لدى الشباب السعودي. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ٢٢(١)، ٣٤٥-٣٨١.

<https://doi.org/10.21608/joa.2023.292494>

– اليوبي، زينب محمد عوض. (٢٠٢٥). الإسهام النسبي لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي

في التنبؤ بالتشوهات المعرفية. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (١٢٥)،

<https://doi.org/10.33193/JALHSS.125.2025.1541> .٣٣٩-٣٢٠.

– Arouch, S., da Silva, K., Edgcumbe, D., & Pezaro, S. (2025). The impact of short-form video use on cognitive and mental health outcomes: a systematic review. medRxiv, 2025-08.

– Jia, D. Y., & Wang, Y. (2026). Endless scrolling: predictors of procrastinatory short-form video use and its effects on stress and sleep. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 29(1), 49-56.

– Nguyen, L., Walters, J., Paul, S., Monreal Ijurco, S., Rainey, G. E., Parekh, N., ... & Darrah, M. (2025). Feeds, feelings, and focus: A systematic review and meta-analysis examining the cognitive and mental health correlates of short-form video use. Psychological bulletin, 151(9), 1125.

- Tsai, P. H. (2026). Digital Content Consumption and Youth Consumers' Purchase Behaviour: How Short-Form Videos Influence Generation Z Consumers in e-Commerce. *International Journal of Consumer Studies*, 50(3), e70204.
- Wang, X., Zhao, Y., & Li, J. (2025). TikTok use in relation to mental health and well-being: A longitudinal network analysis. *Computers in Human Behavior Reports*, 18, 100—. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2025.100—>
- Wu, Y., Wang, X., Hong, S., Hong, M., Pei, M., & Su, Y. (2021). The relationship between social short-form videos and youth's well-being: It depends on usage types and content categories. *Psychology of Popular Media*, 10(4), 467.
- Xie, J., Xu, X., Zhang, Y., Tan, Y., Wu, D., Shi, M., & Huang, H. (2023). The effect of short-form video addiction on undergraduates' academic procrastination: a moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, 14, 1298361.
- Ye, J., Wu, Y., Liu, X., & Zhang, H. (2025). Potential effect of short video usage intensity on short video addiction, perceived mood enhancement ("TikTok Brain"), and attention control among Chinese adolescents. *Computers in Human Behavior*, 164, Article 108—. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2025.108—>
- Yuan, J., Cao, Y., Feng, M., & Hou, Y. (2026). The effect of short-form video usage on self-expansion. *Psychology of Popular Media*, 15(2), 240.
- Yue, H., Yang, G., Bao, H., Bao, X., & Zhang, X. (2024). Linking negative cognitive bias to short-form video addiction: The mediating

roles of social support and loneliness. *Psychology in the Schools*,
61(10), 4026-4040.

Midocean University
Faculty of Media and Marketing
Bachelor of Digital Media



**The Impact of Short-Form Content on Social Media
Platforms on Shaping the Cognitive Behavior of Youth
A Field Study on TikTok Users in Saudi Arabia**

Research Proposal Submitted for the Bachelor's Degree in
Digital Marketing

Prepared by:

Adwa Majid Falanah

Supervised by:

Dr. Aliaa Qamar

2026