

كلية الإعلام والتسويق

بكالوريوس الإعلام الرقمي

الزميل الفاضل.....حفظه الله

الزميلة الفاضلة.....حفظها الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تهدف هذه الاستبانة إلى (التعرف على تأثير اقتصاد الانتباه وتحولات القيم الإخبارية في منصات الفيديو القصيرة) دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات حسابي (الجزيرة والعربية) عبر تيك توك.

ويعد هذا العمل جزء من مشروع لنيل درجة البكالوريوس في تخصص الإعلام الرقمي بجامعة ميدأوشن.

وقد قمتُ بتصميم هذه الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات العلمية وتفكيك عينة الدراسة المكونة من (٥٠) مقطع فيديو من حسابي (العربية والجزيرة) ، وذلك بهدف رصد كيفية توظيف استراتيجيات الجذب البصري والسمعي وتحول القيم المهنية للخبر في ظل اقتصاد الانتباه الرقمي.

تتضمن هذه الاستبانة مجموعة من المعايير التي اعتمدها في التحليل، والتي تنقسم إلى عدة محاور تشمل: السمات العامة للفيديو، استراتيجيات جذب الانتباه، والتحولات في المضمون الإخباري.

إعداد: رغد فهمي العاشق

الرقم الأكاديمي: ٢٢٢٠٠٠٣٨٣

أولاً: المعلومات التعريفية للفديو

اسم الحساب الإخباري: () قناة العربية | () قناة الجزيرة.

تاريخ النشر/...../: ٢٠٢٦.

مدة المقطع: () أقل من ٣٠ ثانية | () ٣١ - ٦٠ ثانية | () أكثر من دقيقة.

المجال الإخباري: () سياسي | () اقتصادي | () اجتماعي/إنساني | () منوعات وترند.

ثانياً: استراتيجيات جذب الانتباه (الجانب الشكلي)

عنصر الجذب في أول ٣ ثوانٍ:

() عنوان نصي جاذب/صادم.

() موسيقى تصويرية قوية أو "ترند".

() لقطة بصرية مثيرة أو سريعة.

() طرح سؤال مباشر يثير الفضول.

التقنيات البصرية والسمعية المستخدمة:

() نصوص متحركة سريعة.(Captions)

() انتقالات بصرية سريعة.(Transitions)

() مؤثرات صوتية تفاعلية.

() استخدام "الإيموجي" والرسوم التوضيحية.

ثالثاً: تحويلات القيم الإخبارية (الجانب المضموني)
القيمة الخبرية الطاغية في الفيديو:

() الإثارة والغرابة. (Focus on Viral Content)

() الصراع والتنافس.

() الأنسنة (التركيز على مشاعر الأفراد).

() المعلومة المجردة والفائدة العلمية.

أسلوب معالجة الخبر:

() تجزئة الخبر (تقديم لقطة واحدة مكثفة).

() السرد السريع (الملخص الإخباري).

" () الترفيه الإخباري" (دمج الخبر بالفكاهة أو الموسيقى).

هوية مقدم المحتوى:

() ظهور رسمي لمذيع القناة.

() ظهور بأسلوب "صانع المحتوى. (Casual) "

() فيديو يعتمد على اللقطات والتعليق الصوتي فقط.

رابعاً: التفاعلية (Call to Action)

() دعوة المشاهد للتعليق أو إبداء الرأي.

() استخدام وسوم (Hashtags) رائجة لزيادة الانتشار.

() ربط الخبر بحدث "ترند" عالمي أو محلي.