

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي.
تأثير اقتصاد الانتباه وتحولات القيم الإخبارية في منصات الفيديو القصيرة

إعداد: رغد فهمي العاشق

الرقم الأكاديمي: ٢٢٢٠٠٠٣٨٣

إشراف:

د. توفيق عمري

٢٠٢٦

Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

**Title the study" Attention Economy and the
Transformation of News Values in Short-Form Video"**

Prepared by: Raghad fahmi Al-Ashiq

ID:222000383

Supervised by:

Dr. Tewfik amri

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

١. إشكالية الدراسة:

تعد منصة "تيك توك" (TikTok) اليوم من أبرز ملامح التحول في البيئة الاتصالية الرقمية. ولم يعد الخبر في هذا العصر مجرد مادة معرفية تُنقل للجمهور، بل أصبح سلعة تتنافس المنصات على "وقت" و"انتباه" المستخدم لاستهلاكها. هذا التحول أدى إلى بروز ما يُعرف بـ "اقتصاد الانتباه" (Attention Economy)، حيث تُمنح الأولوية لعناصر الجذب البصري السريع على حساب العمق الإخباري التقليدي. وتكمن خطورة المشكلة في أن سعي الخوارزميات وصناع المحتوى لخطف "أول ٣ ثوانٍ" من انتباه المشاهد قد يؤدي إلى "تسطيح الوعي" واختزال القضايا الكبرى في مقاطع عابرة، مما يهدد الدور التنويري للإعلام.

٢. أسباب اختيار الموضوع:

- **تغير الأنماط:** رصد التحول في عادات الاستهلاك الإعلامي لدى الجمهور، وخاصة الشباب، نحو المحتوى السريع.

- **المنافسة الرقمية:** ضرورة دراسة كيفية تبني المؤسسات الإخبارية الرصينة للغة "تيك توك" للبقاء في دائرة المنافسة.

- **الأهمية العلمية:** الحاجة لدراسة تأثير الخوارزميات في إعادة تشكيل القيم الإخبارية وتغليب الإثارة على الدقة.

٣. أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من حداثة مفهوم "اقتصاد الانتباه" في المكتبة الإعلامية العربية. كما تقدم رؤية تحليلية تفيد صناع القرار في المؤسسات الإعلامية عند تصميم استراتيجياتهم الرقمية بما يضمن التوازن بين الجذب والمحتوى الهادف.

٤. أهداف الدراسة:

- رصد وتحليل تحولات القيم الإخبارية في فيديوهات "تيك توك" الإخبارية.

- الكشف عن الاستراتيجيات البصرية والسمعية المستخدمة لجذب انتباه الجمهور.

- تحديد مدى التوازن بين الإثارة والمصادقية في المحتوى المقدم.

٥. تساؤلات الدراسة:

السؤال الرئيسي: ما هي تحولات القيم الإخبارية في منصات الفيديو القصيرة (تيك توك) في ظل اقتصاد الانتباه؟

- ما هي أبرز الاستراتيجيات البصرية والسمعية التي تعتمد عليها الحسابات الإخبارية (العربية والجزيرة) لجذب الانتباه؟

- ما هي القيم الإخبارية الأكثر تكراراً في عينة الدراسة؟

- كيف تؤثر مدة الفيديو القصيرة على طريقة عرض وتغطية القضايا الإخبارية الجادة؟

٦. فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد علاقة طردية بين استخدام عناصر الإثارة البصرية وزيادة معدلات تفاعل الجمهور.

الفرضية الثانية: تميل الحسابات الإخبارية في تيك توك لإعطاء الأولوية لقيمة (الإثارة والترفيه) تماشياً مع الخوارزميات.

الفرضية الثالثة: يعتمد اقتصاد الانتباه على (تجزئة الخبر) وتحويله إلى لقطات سريعة بدلاً من السرد المتكامل.

٧. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

اقتصاد الانتباه: (Attention Economy)

لغوية: الاقتصاد هو التوسط والتدبير، والانتباه هو صحة الذهن وتركيز الحواس.

اصطلاحية: هو اعتبار انتباه المشاهد مورداً نادراً وثمانياً، تسعى المنصات الرقمية لامتلاكه وتحويله إلى قيمة اقتصادية عبر أدوات تقنية وخوارزمية (سيمون، ٢٠١٩).

القيم الإخبارية: (News Values)

لغوية: القيمة هي قدر الشيء والصفة التي تجعله مرغوباً.

اصطلاحية: هي مجموعة المعايير المهنية التي تحدد مدى صلاحية الحدث للتحويل إلى خبر صحفي، مثل الجودة، القرب، والضخامة (عزمي، ٢٠١٨).

المنصات القصيرة: (Short-form Platforms)

إجرائية: هي تطبيقات إعلامية تعتمد بشكل أساسي على الفيديو الرأسي والمحتوى سريع الاستهلاك الذي لا يتجاوز دقائق معدودة، وتُعد منصة "تيك توك" النموذج الأبرز لها في هذه الدراسة (إسماعيل، ٢٠٢٢).