

" تأثير المحتوى القصير في منصة تيك توك على مستوى الانتباه والتركيز لدى الشباب السعودي "

المشكلة العلمية، وسبب الدراسة:

في ظل التطور الذي نواكبه اليوم، وانتشار منصات التواصل الاجتماعي نلاحظ اقبال شديد على المقاطع القصيرة، والسريعة، والمقاطع التي تسمى (ريلز)، لذلك ظهرت الحاجة الى معرفه مدى تأثيرها على مستوى الانتباه والتركيز لدى الطلاب لان التركيز له اهميه في التعليم وإنجاز المهام اليومية، ونحن من خلال قراءتنا، وبحثنا عن الموضوع تبين لنا أن هناك علاقة وطيدة بينهم.

العلاقة بين المتغيرات:

مشاهدة المقاطع القصيرة، ومدة استخدامها، وعددها. مدى تأثير مستوى الانتباه والتركيز.

ومن هنا نطرح سؤال رئيسي لنتفرع بعده لعدة أسئلة: هل متابعه المقاطع القصيرة بشكل مستمر له تأثير على قدرة الدماغ على الانتباه والتركيز؟

ولكي نجد اجابه على هذا السؤال الرئيسي، يتوجب علينا الإجابة على أسئلة أكثر تعمق: ما أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً لدى الطلاب؟

ما معدل الوقت الذي يقضيه الطلبة يوميا على وسائل التواصل الاجتماعي؟

ما العلاقة بين كثرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتحصيل الدراسي؟

ما هي الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

هذه التساؤلات وهذا الانتشار يجعلنا نهتم بدراسة هذه الحالات بالذات عند الطلاب خصوصا لأنهم الأكثر استخداما لها، والتركيز يعتبر من الأمور المهمة في التعلم وإنجاز المهمات اليومية.

فدراستنا لهذه المشكلة فيها زيادة وعي للمجتمع بطريقه استخدام هذه المقاطع والحد من الافراط فيها.

سبب اختيار الموضوع: وتم اختيار هذه الدراسة، والبحث فيها نظراً لانتشارها في الآونة الأخيرة بشكل كبير، وأصبحت منصة (تيك توك) من أكثر المنصات التي يتابعها فئة الشباب يوميا، كما ان كثرة استخدامها أثارت لدينا تساؤلا حول تأثيرها السلوك، وعلى قدرة الشباب على الانتباه والتركيز في الدراسة والحياة اليومية.

أهمية الدراسة: هذه الدراسة قد تساعد في وعي المجتمع بطريقه استخدام هذه المقاطع، ومعرفة تأثيرها خصوصا لدى الطلاب مما قد يساهم في تحسين أساليب استخدام وسائل التواصل، وتحقيق الاستفادة منها بشكل أفضل.

الأهداف:

التعرف على تأثير المقاطع القصيرة على الانتباه والتركيز.

معرفة العلاقة بين مدة المشاهدة وتشتت الانتباه والتركيز.

توعية الافراد بأهمية الاستخدام المعتدل لمنصة (تيك توك).

الدراسات السابقة:

وبعد أن أطلعنا على الدراسات السابقة تبين لنا أنها اشارة إلى أن الاستخدام الطويل لوسائل التواصل الاجتماعي، والمحتوى الرقمي السريع قد يزيد من التششت، وصعوبة التركيز لفترات طويلة. وهناك دراسات أخرى أوضحت تأثير استخدام الهاتف الذكي، ومنصات التواصل على الأداء الدراسي، والقدرة المعرفية، والتحصيلية.

ونستعرض بعض من هذه الدراسات:

1- دراسة (حسناء منصور 2023): بعنوان تأثير تصفح تطبيق التيك توك، اهتمت الدراسة بتأثير تصفح تطبيق تيك توك على درجة الانتباه، والتركيز لدى الشباب السعودي بالتطبيق على عينة من طالبات كلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز باستخدام أداة الاستقصاء والمنهج التجريبي، وقد توصلت الدراسة إلى أن 27.1 % من عينة الدراسة يتصفح تيك توك أكثر من 3 ساعات يوميا وهناك 25 % يتصفح " من ساعتين إلى أقل من 3 ساعات " وجاءت فئة أقل من ساعة في المركز الأخير بنسبة 19.5 % وبالنسبة لمتوسط زمن تصفح منصة تيك توك جاءت فئة " من 20- 40 دقيقة " في المركز الأول بنسبة 38.2% تليه فئة " أكثر من ساعة " واحتلت فئة " من 40- 60 دقيقة " المركز الأخير بنسبة 13.2% وبالنسبة لمدة الفيديو المفضلة احتلت فئة " أقل من نصف دقيقة " المركز الأول بنسبة 47.6 %، تليه فئة " من نصف دقيقة إلى دقيقة " بنسبة 39.5% واتضح أنه كلما قل زمن الفيديو زاد تفضيل العينة له. أما فيما يتعلق بشكل تفاعل العينة مع مقاطع تيك توك اتضح أن " الإعجاب " يأتي في المرتبة الأولى بوزن نسبي 72.27، ثم حفظ المنشور بوزن نسبي 62.64 %، وجاء النشر في

المرتبة الأخيرة بوزن نسبي 54.91%. تبين أن العينة لا تمتنع عن تصفح تيك توك طوال اليوم؛ فبين المحاضرات هناك 51.73% منهم يتصفح التطبيق، كما أن فترة قبل النوم تعتبر الوقت المفضل لتصفح تيك توك بوزن نسبي 79.36%، كما أقر 60.86% من العينة أنهم يتصفح تيك توك في أثناء المذاكرة. بالنسبة لنتائج الدراسة التجريبية اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة اللائي تصفح تيك توك قبل المحاضرة، وبين اللائي لم يتصفحنه قبل المحاضرة في درجات استيعاب وفهم المحاضرة، كما تأكد وجود علاقة ارتباط متوسطة القوة بين تصفح العينة لموقع تيك توك وشعورهن بعدم القدرة على الاستغناء عن تيك توك حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون 443. عند مستوى الدلالة 0.001، تأكد وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين إدراك العينة لتأثير التيك توك (مجلة العلوم التربوية والنفسية).

2- دراسة براون وزملاؤه (2024) عنوان الدراسة مدى انتباه مستخدمي التيك توك وتقييم تأثير استهلاك الفيديو قصير الشكل على التركيز المعرفي

واهتمت هذه الدراسة بقياس مدى تأثير الاستهلاك المكثف للفيديوهات القصيرة على القدرة على الانتباه المستدام والتركيز الذهني لدى الشباب وكانت عينة الدراسة مكونة من 150 طالب وطالبة من المرحلة الجامعية تم تقسيمهم الى مجموعتين (مجموعه تجريبية ومجموعه ضابطه) واستخدم المنهج شبه التجريبي من خلال اخضاعهما لاختبارات انتباه كمبيوترية معيارية بعد التعرض للمقاطع، والنتيجة هي ان الاستهلاك اليومي المستمر للفيديوهات القصيرة (اكثر من ساعتين) يؤدي الى انخفاض ملحوظ في كفاءه الانتباه المستدام وزياده تشتت الانتباه الارادي نظرا لاعتياد الدماغ على نظام المكافآت السريع . (المصدر مجله علم النفس الوسائط الإعلامية مجلد 36 عدد 2)

3- دراسة (إسراء شاكر زيتون 2021) بعنوان أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الأكاديمي والنفسي، والجسدي للطلاب، وهدفت الدراسة إلى التعرف على آثار مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة نفسياً وجسدياً وكذلك على التحصيل الأكاديمي لديهم. وقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي الارتباطي. ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بإعداد استبانة وقام بإجراء دلالات الصدق والثبات لها. وتكون مجتمع الدراسة من (602) طالباً وطالبة من طلبة المرحلة الأساسية العليا (السابع-العاشر) في مدرستي العاشرة الثانوية المختلطة ومدرسة آيلة للذكور في مدينة العقبة وتم اختيار عينة الدراسة عشوائياً حيث تكونت من (188) طالباً وطالبة منهم (95) من الذكور (93) من الإناث بالطريقة العشوائية. أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية دالة إحصائياً بين المستوى التحصيلي واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما أظهرت النتائج أن هناك علاقة طردية بين شعور الطلبة بالتعب والارهاق، وعدد ساعات استخدامهم لمواقع التواصل كما أظهرت النتائج تأثر الطالب نفسياً بطريقة إيجابية وعدد الساعات التي يقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما أشارت النتائج أن هناك علاقة عكسية دالة إحصائياً بين معرفة أولياء الأمور لكلمة المرور والتعرض لمشاكل اجتماعية. وخلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات كان من بينها: ضرورة دراسة أثر مواقع التواصل على فئات عمرية أخرى، كما أوصت الدراسة بضرورة توعية الاهل في كيفية التواصل مع ابنائهم. (مجلة المعهد العربي للعلوم والنشر).

4- دراسة (Reshaa F. Alruwaili) سنة 2025

بعنوان الانغماس في التمرير واستخدام الفيديوهات القصيرة: مؤشرات على الانتباه، والذاكرة والاجهاد لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في السعودية.

هدفت الدراسة الى معرفه العلاقة بين استخدام الفيديوهات القصيرة والسريعة، وبين بعض الجوانب المعرفية مثل صعوبة الانتباه واضطراب الذاكرة العاملة، والاجهاد الذهني لدى مستخدمين وسائل التواصل في السعودية، وشملت الدراسة 745 مشاركا من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في السعودية، وتوصلت الدراسة الى ان زيادة مدة استخدام المقاطع القصيرة، والانغماس في التمرير ارتبطت بزيادة صعوبات الانتباه والاجهاد المعرفي مما يشير الى وجود علاقة بين طريقه استخدام المحتوى القصير وبعض جوانب التركيز والقدرات المعرفية.

(مجلة acta psychologica)

5- دراسة (يان وآخرون 2024) كان عنوان هذه الدراسة هو تأثير استخدام الفيديوهات القصيرة عبر الهاتف على وظائف الانتباه (دراسة باستخدام تخطيط الدماغ (EEG)

وهدفت الدراسة الى معرفه تأثير استخدام الفيديوهات القصيرة عبر الهاتف على وظائف الانتباه والتحكم التنفيذي لدى المستخدمين وتمت الدراسة على مجموعه من طلاب الجامعة من مستخدمي هذه المقاطع واطهرت نتيجة هذا البحث ان زيادة الميل لاستخدام الفيديوهات القصيرة بشكل مفرط ارتبط بانخفاض بعض جوانب التحكم الانتباهي، وصعوبة في التحكم الذات. (المصدر)

(frontiers in human neuroscience)

6- دراسة اللولو علي القحطاني (2025) وكانت بعنوان وعي طلاب الجامعات السعوديين بمفهوم تعفن الدماغ.

تسعى الدراسة إلى الكشف عن وعي طلاب الجامعات السعوديين بمفهوم "تعفن الدماغ" كأثر محتمل للتمرير اللانهائي لمقاطع الفيديو القصيرة عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتحليل واقع هذا السلوك، لدراسة انعكاساته الأكاديمية والنفسية، وتتبع الدراسة المنهج المسحي التحليلي مستندة إلى استبانة إلكترونية وُزعت على مجموعات طلابية عبر تطبيق واتساب من عينة غير احتمالية بلغت (210) طالبًا وطالبة بتنوع ديموغرافي وأكاديمي، وأسفرت النتائج عن تدني المعرفة المفاهيمية بمصطلح "تعفن الدماغ"، حيث تعرف عليه معظم الطلاب عبر الاستبانة، مقابل وعي إدراكي مرتفع بأعراضه كالتشتت، وضعف التركيز، والانفصال عن الواقع، وتبيّن انغماس الطلاب في التمرير اللانهائي حيث يرتبط بسلوك ترفيهي مدفوع بالرغبة في التسلية وكسر الملل، ويُعزّزه تفضيل منصة تيك توك، وخصائص المحتوى الجذابة، وتأثير الفئة العمرية الأصغر، واتضح أن هذا السلوك يُعدّ عائقًا معرفيًا ونفسيًا، إذ أفاد غالبية الطلاب بتأثر تركيزهم وانتباههم، ووجود علاقة ارتباطية بين التمرير اللانهائي وانخفاض الأداء الأكاديمي، ومع ذلك، اتضح أن الطلاب السعوديين يتسمون بالانتقائية والوعي أثناء المشاهدة، مما عكس إدراكًا ذاتيًا لتشابه الأعراض مع "تعفن الدماغ"، ووعيًا داخليًا متقدمًا بآثار التمرير اللانهائي رغم غموض المفهوم، وإدراك لأسبابه الرقمية المتمثلة في المحتوى التافه والتباين العاطفي وخوارزميات المنصة، وعبر الطلاب عن حاجتهم إلى حلول توعوية وتنظيمية مباشرة، وأوصت الدراسة بإنتاج حملات توعوية رقمية مرئية عبر المنصات الجامعية، وإدراج المفاهيم الرقمية الحديثة في المقررات التعليمية، وتنظيم مبادرات مجتمعية تفاعلية وتطبيق سياسات جامعية تقلل التصفح العشوائي، إلى جانب تطوير أدوات تقنية لرصد السلوك الرقمي، وتحفيز المحتوى الهادف، وبناء مبادرات وطنية مشتركة تعزز

الرفاه الرقمي، مع ضرورة إجراء دراسات تجريبية وتحليلية تكميلية لتوسيع فهم الظاهرة في فئات اجتماعية وبيئات مختلفة داخل المملكة العربية السعودية. (المصدر مجله العلوم الإنسانية والاجتماعية).

7- دراسة خديجة حيدر نوري (2026) بعنوان تأثير مشاهد المقاطع القصيرة على مدى التركيز والانتباه والأداء الأكاديمي.

استهدف البحث الحالي بالتعرف على تأثير مشاهدة مقاطع الفيديو القصيرة على مدى التركيز والانتباه والأداء الأكاديمي لدى طلبة الجامعة. ولتحقيق هذه الأهداف قامت الباحثة ببناء مقياسين أحدهما لقياس مدة تركيز الانتباه والثاني لقياس الأداء الأكاديمي، يتكون كل منهما من (20) فقرة والاجابة عنها وفق مدرج خماسي من البدائل، وقد تم استخراج الخصائص السايكومترية من صدق وثبات للمقياسين. اشارت نتائج البحث ان قضاء وقت (2) ساعة فأكثر له تأثير في تقليل مدة تركيز الانتباه، اما بالنسبة للأداء الأكاديمي فقد اشارت انه كلما زادت مدة الوقت المقضي في متابعة هذه المقاطع كان لها تأثير سلبي على الأداء الأكاديمي للطلبة، وبناء على هذه النتائج خرج البحث بمجموعه من التوصيات والمقترحات وهي:

التوصيات:

تنظيم وقت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
تشجيع الطلاب على استخدام وسائل بديله تساعد على زيادة التركيز مثل القراءة والأنشطة التعليمية.

توعية الطلاب بتقليل الوقت الذي يقضونه في مشاهدة هذه الفيديوهات.

المقترحات:

إجراء دراسات أخرى على فئات عمرية مختلفة مثل طلبة المدارس.

دراسة تأثير أنواع أخرى من المحتوى القصير مثل اليوتيوب والتيك توك (المصدر مجله أداب المستنصرية).

8- دراسة د. احمد حسني محمود (2023) عنوان دراسته ادمان الهواتف الذكية وعلاقته بقصور الانتباه لدى المراهقين واهتمت الدراسة بالكشف عن دور محتوى الفيديوهات القصيرة (تيك توك) كعامل وسيط يزيد من حدة اعراض قصور الانتباه وتشتت الناتج عن ادمان الهواتف ، وتكونت عينه الدراسة من 400 تلميذ وتلميذه من طلاب المرحلة الثانوية واستخدم المنهج الوصفي الارتباطي (باستخدام مقياس ادمان الهواتف ومقياس قصور الانتباه) وكانت نتيجة دراسته بانها اكدت ان المحفزات البصرية والسمعية السريعة جدا في مقاطع التيك توك ترفع من عتبة الملل لدى المراهق مما يجعله عاجزا عن توجيه الانتباه الانتقائي للمثيرات الطبيعية الأقل جاذبيه كالقراءة او الاستماع للمعلم .(المصدر مجله دراسات الطفولة جامعه عين شمس).

9 - دراسة بنغ وتشين (2024) عنوان الدراسة تأثير ادمان الفيديوهات القصيرة على مدى الانتباه والأداء الأكاديمي.

اهتمت هذه الدراسة بقياس مدى ارتباط الاستخدام المكثف لتطبيقات الفيديوهات القصيرة بتراجع القدرة على التركيز المستدام وتشتت الانتباه اثناء الدراسة.

وكانت عينه الدراسة مكونه من 350 طالب وطالبة من المرحلة الجامعية والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي الارتباطي والتحليلي باستخدام بيانات مقننه لقياس مدى الانتباه، اما عن نتيجة الدراسة فقد وصلوا الى وجود علاقة طرديه قوية بين الفيديوهات القصيرة وتشتت الانتباه حيث يقلل المحتوى السريع من قدره الدماغ على الانتباه لفترات طويله. المصدر

10- دراسة يي وزملاؤه

أثر إدمان مقاطع الفيديو القصيرة على التسويق الأكاديمي وتشنت الانتباه لدى طلبة الجامعة.

اهتمت الدراسة بالكشف عن العلاقة بين الاستخدام المفرط لتطبيقات الفيديوها القصيرة، وبين استنزاف الموارد المعرفية للطلاب، وكيف يؤدي هذا الاستنزاف الى تشنت الانتباه وضعف التركيز الذي ينتج عنه تأجيل المهام الدراسية.

عينة الدراسة: شملت عينة واسعة من طلبة المرحلة الجامعية.

المنهج المستخدم: المنهج الوصفي الارتباطي.

النتيجة التي وصلت اليها: أثبتت الدراسة ان الاندماج المستمر في مشاهدة الفيديوها القصيرة يستهلك طاقة الدماغ المعرفية، مما يقلل من القدرة على الانتباه المستدام للمهام التي تتطلب تركيزاً عميقاً (مثل المذاكرة)، ويجعل الطالب أكثر عرضة للتشتت والتسويق الأكاديمي.

المصدر الرسمي: مجلة علم النفس الشهيرة

Frontiers in psychology المجلد 13، اصدار عام 2022

المقاربة النظرية للدراسة:

تعرف نظرية التأثير الإعلامي بانها نظرية تهتم بدراسة تأثير وسائل الاعلام، والرسائل الإعلامية على الأفراد والمجتمع، وتوضح أن التعرض المستمر للمحتوى الإعلامي قد يؤثر على أفكار الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم، وطريقة تفاعلهم مع القضايا المختلفة.

ويختلف هذا التأثير حسب نوع المحتوى، ومدة التعرض وخصائص الجمهور.

تُعد دراسات التأثير الإعلامي أحد المحاور الأساسية في تاريخ بحوث الاتصال، إذ سعت منذ بدايات القرن العشرين إلى فهم الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام في الجماهير، وكيف يمكن للرسائل الإعلامية أن تغيّر المواقف والاتجاهات والسلوكيات. وقد مرت هذه الدراسات بمراحل متعددة، بدأت بنموذج التأثير القوي والمباشر، وتطورت تدريجياً نحو نظريات التأثير المحدود والمشروط، وصولاً إلى دراسات التأثير الطويل المدى والتراكمي.

يُعد هارولد لازويل من أبرز الرواد الأوائل في هذا المجال، حيث أسس في عشرينات وثلاثينات القرن العشرين نموذجاً تحليلياً لفهم الدعاية السياسية والإعلامية في زمن الحرب. وناقش كيف استطاعت الرسائل الدعائية تعبئة الجماهير وتشكيل المواقف السياسية، مما أدى إلى ما سُمي لاحقاً بـ(نظرية الرصاصة السحرية) أو (الإبرة تحت الجلد)، التي تفترض أن الرسالة الإعلامية تصنع أثراً فورياً ومباشراً في المتلقي دون مقاومة.

أما في الأربعينات، فقد جاءت دراسات كارل هوفلاند في جامعة ييل لتقدم رؤية منهجية في دراسة التأثير والإقناع. فقد ركّز هوفلاند على كيفية تغيير الاتجاهات من خلال التعرض لرسائل إعلامية محددة، وأجرى سلسلة من التجارب النفسية لقياس أثر مصدر الرسالة ومضمونها وخصائص المتلقي. وخلص إلى أن عملية الإقناع ليست تلقائية، بل تعتمد على عوامل متعددة مثل: مصداقية المصدر، وفهم الرسالة، واستعداد الجمهور لتغيير مواقفه. وقد ساهمت أبحاثه في الانتقال من الفرضيات العامة عن التأثير المباشر إلى تحليل متى وكيف يتم تغيير الاتجاهات بحسب ظروف وخصائص محددة.

وفي المرحلة نفسها تقريباً، ظهرت دراسات الباحث الأميركي الشهير من أصل نمساوي بول لازرسفيلد الذي أحدث تحولاً جذرياً في فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، من خلال دراسته حول الحملات الانتخابية الأميركية، فقد اكتشف لازرسفيلد أن تأثير وسائل الإعلام لا ينتقل مباشرة إلى الجمهور، بل عبر وسطاء يسمّون (قادة الرأي). وبهذا ظهرت نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين، التي أوضحت أن الأفراد يتأثرون بآراء الناس من حولهم، وبآراء الأفراد الذين يثقون بهم ثقة شخصية، أكثر من تأثرهم بالرسائل الإعلامية المباشرة. وقد مثّل هذا التحول بداية ما يعرف بنظرية التأثير المحدود، التي رأت أن وسائل الإعلام ليست قوية كما كان يُعتقد سابقاً، بل تعمل ضمن شبكة من العوامل الاجتماعية والثقافية.

بعد مرحلة التأثير المحدود التي هيمنت على دراسات الاتصال في الخمسينات والستينات، بدأ الباحثون في السبعينات بإعادة النظر في طبيعة تأثير وسائل الإعلام، حيث تبين أن ضعف التأثير ليس قاعدة مطلقة، بل يعتمد على الظروف النفسية والاجتماعية والسياقات الثقافية والسياسية التي يتحرك فيها الأفراد. وبذلك، ظهرت موجة جديدة من النظريات التي أكدت أن التأثير الإعلامي يمكن أن يكون قوياً ومستمراً على المدى الطويل إذا توفرت ظروف معينة، مثل: التعرض المتكرر للرسائل، وغياب مصادر بديلة للمعلومات، أو وجود حاجة معرفية أو عاطفية لدى المتلقي.

ومن أبرز هذه النظريات نظرية الإدراك الاجتماعي التي طورها ألبرت باندورا، حيث رأى أن الأفراد يتعلمون السلوك من خلال الملاحظة والنمذجة عبر وسائل الإعلام، مما يجعلها عاملاً مؤثراً في تشكيل القيم والاتجاهات. كما برزت نظرية الغرس الثقافي لجورج جربنر، التي أكدت أن التعرض المستمر لمضامين التلفزيون يغرس في أذهان المشاهدين تصوراً معيناً عن الواقع الاجتماعي. ومع هذه التحولات، لم تعد دراسات التأثير تركز على القوة المباشرة للرسالة، بل على العمليات

الإدراكية والتأثيرات الرمزية والتراكمية التي تمارسها وسائل الإعلام
في تشكيل الوعي الاجتماعي على المدى الطويل.

(جريدة الرياض للكاتب خالد الحلوة - الجمعة والسبت 23/24 جمادى الأولى 1447هـ 14/15 نوفمبر 2025م).

وتتعلق نظرية التأثير الإعلامي بموضوع دراستنا بأنها تهتم بمعرفة
تأثير وسائل الإعلام، والمحتوى الذي يتعرض له الأشخاص بشكل
مستمر، وفي بحثنا هذا نركز على المقاطع القصيرة باعتبارها نوع من
المحتوى الإعلامي الذي يستخدمه الكثير من الأشخاص يومياً قد يكون له
تأثير على الانتباه والتركيز.

وتساعدنا هذه النظرية أيضاً في فهم العلاقة بين استخدام المقاطع
القصيرة، وتأثيرها على المستخدمين، ومعرفة هل كثرة التعرض لهذا
النوع من المحتوى قد يؤثر على قدرة الفرد على الانتباه والتركيز
لفترات طويلة.

منهج ونوع الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي لاعتماده على جمع
المعلومات، ووصف الظاهرة كما هي ثم تحليل العلاقة بين استخدام
المقاطع القصيرة، ومستوى الانتباه والتركيز.

عينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من مجموعة من الشباب السعودي في محافظة جدة
من الفئة العمرية من 18 الى 25 سنة. لأنهم هم الفئة الأكثر استخداماً

لمنصات التواصل الاجتماعي والمقاطع القصيرة، وسيتم اختيار الافراد بهدف معرفة العلاقة بين مشاهدة المقاطع القصيرة، ومدى مستوى الانتباه والتركيز لديهم.

أدوات جمع البيانات:

قمنا في هذه الدراسة باستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة، حيث تم إعداد مجموعة من الأسئلة التي تقيس مدى استخدام المقاطع القصيرة، وتأثيرها على مستوى الانتباه والتركيز.

مجالات الدراسة:

أجريت دراستنا الميدانية على عدد من المبحوثين بمحافظة جدة السعودية، في الفترة من شهر يونيو إلى شهر يوليو لعام 2026، وكانت مرسلة إلكترونياً إلى المبحوثين.