

جامعة ميدأوشن
كلية الإعلام والتسويق
قسم الإعلام الرقمي
برنامج ماجستير الإعلام الرقمي

تأثير التكامل الإعلامي بين الإذاعة ومنصات التواصل الاجتماعي على تفاعل الجمهور واستقطاب
المعلنين: دراسة ميدانية.

The integration of media influence between radio and social media platforms
on audience interaction and polarization: a field study.

إعداد

ياسمين بنت محمد محمد

٢٤٣٠٠٠٤٦٤

إشراف

د. مهيتاب الرفاعي

استبيان بحثي

مقدمة:

السيد/ة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

شكراً لمشاركتك في هذا الاستبيان الذي يُعد جزءاً من دراسة ميدانية لرسالة ماجستير في الإعلام الرقمي بعنوان:

تأثير التكامل الإعلامي بين الإذاعة ومنصات التواصل الاجتماعي على تفاعل الجمهور واستقطاب "المعلنين".

يهدف هذا الاستبيان إلى معرفة آرائك وتجربتك في متابعة البرامج الإذاعية عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومدى تفاعلك معها، وأثر ذلك في تقييمك للإذاعة.

مشاركتك ستساهم في تقديم توصيات عملية لتطوير المحتوى الإذاعي بما يتماشى مع اهتمامات الجمهور واحتياجاته.

توضيح بعض المفاهيم

- **التكامل الإعلامي:** يعني التعاون بين الإذاعة ومنصات التواصل الاجتماعي بحيث يتم إنتاج ونشر محتوى مشترك أو متكامل يخدم المستمعين والمتابعين على حد سواء.
- **التفاعل الرقمي:** يقصد به أشكال المشاركة على منصات التواصل مثل الإعجاب، التعليق، إعادة النشر، أو مشاهدة الفيديوهات المتعلقة بالبرامج الإذاعية.
- **الإعلان الإذاعي الرقمي:** هو الإعلان الذي يُبث عبر الإذاعة ويُعاد نشره أو دعمه على المنصات الرقمية

نؤكد أن جميع إجاباتك سرية وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. لن يتم جمع أي بيانات شخصية تحدد هويتك

البيانات العامة للمشاركة

- الجنس

- ذكر -
- أنثى -

- الفئة العمرية

- أقل من 18 سنة -
- سنة 18 - 25 -
- سنة 26 - 35 -
- سنة 36 - 45 -
- سنة فأكثر 46 -

- مستوى التعليم

- ثانوي أو أقل -
- دبلوم -
- بكالوريوس -
- دراسات عليا -

- معدل استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي يوميًا

- أقل من ساعة -
- ساعات 1 - 3 -
- ساعات 4 - 6 -
- أكثر من 6 ساعات -

محاور الاستبيان

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق بشدة	أوافق	أولاً: طبيعة العلاقة بين الإذاعة ومنصات التواصل
					أتابع البرامج الإذاعية عبر حساباتها الرسمية على وسائل التواصل الاجتماعي.
					أرى أن وجود الإذاعة على منصات التواصل يسهل علي الوصول للمحتوى الإذاعي.
					أشعر أن محتوى الإذاعة على المنصات الرقمية يكمل البث التقليدي ولا يكرره فقط

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق بشدة	أوافق	ثانياً: أثر التكامل على تفاعل الجمهور
					التفاعل الرقمي (إعجاب، تعليق، مشاركة) مع محتوى الإذاعة زاد من ارتباطي بالبرامج
					تكامل الإذاعة مع المنصات الاجتماعية يجعلني أكثر حماساً لمتابعة البث الإذاعي المباشر
					كلما زاد التنسيق بين البث الإذاعي والمحتوى الرقمي، زاد اهتمامي بالبرنامج

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق بشدة	أوافق	ثالثاً: الأساليب المستخدمة في التكامل
					يعجبني تحويل الحلقات الإذاعية إلى مقاطع قصيرة تُنشر عبر السوشيال ميديا
					أفضل وجود محتوى بصري (صور، فيديوهات) يشرح ما يحدث في البرنامج الإذاعي
					أجد أن التنويع في طرق العرض بين الإذاعة والمنصات الرقمية يجذب انتباهي

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق بشدة	أوافق	رابعاً: تأثير التكامل على استقطاب المعلنين
					لاحظت زيادة الإعلانات المرتبطة بالبرامج الإذاعية عبر المنصات الرقمية
					أعتقد أن وجود محتوى إذاعي مدمج مع السوشيال ميديا يشجع المعلنين على الاستثمار فيه
					كلما كان التفاعل أكبر على المنصات الرقمية، زادت فرص الإعلان في الإذاعة

خامساً: التحديات في التكامل الرقمي					
أوافق	بشدة أوافق	محايد	لا أوافق	لا بشدة أوافق	
					أشعر أحياناً أن المحتوى الإذاعي على السوشيال ميديا غير منتظم في التوقيت أو النشر.
					بعض الحسابات الإذاعية تفتقر إلى التفاعل مع تعليقات وأسئلة الجمهور.
					أواجه صعوبة أحياناً في متابعة كل المنصات المرتبطة بالإذاعة لعدم وجود تنسيق واضح.

سادساً: رضا الجمهور والمعلنين					
أوافق	بشدة أوافق	محايد	لا أوافق	لا بشدة أوافق	
					أنا راضٍ عن الطريقة التي تقدم بها الإذاعة محتواها عبر المنصات الاجتماعية.
					التكامل بين الإذاعة والسوشيال ميديا جعلني أكثر ولاءً للبرامج التي أتابعها.
					التكامل الإعلامي ساعدني على التعرف على برامج جديدة لم أكن أتابعها عبر البث التقليدي.

مقابلات مع العاملين في إذاعة UFM

مقدمة:

نشكركم على تفضلكم بالمشاركة في هذه المقابلة التي تهدف إلى جمع آراء وخبرات العاملين في إذاعة UFM حول موضوع:

"تأثير التكامل الإعلامي بين الإذاعة ومنصات التواصل الاجتماعي على تفاعل الجمهور واستقطاب المعلنين."

تهدف هذه المعلومات إلى إثراء الدراسة الميدانية وتقديم توصيات عملية تساعد في تطوير الأداء الإعلامي والرقمي للإذاعة. نؤكد أن جميع الإجابات ستكون سرية وتستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

أولاً: طبيعة العلاقة بين الإذاعة ومنصات التواصل الاجتماعي

١. كيف تصفون العلاقة الحالية بين المحتوى الإذاعي والبصمة الرقمية لإذاعة UFM على منصات التواصل الاجتماعي؟
٢. برأيكم، هل التكامل بين الإذاعة والسوشيال ميديا يعكس هوية الإذاعة أم يحتاج إلى تطوير؟
٣. ما مدى انسجام الرسائل الإعلامية بين البث الإذاعي والمحتوى المنشور عبر المنصات الرقمية؟

ثانياً: أثر التكامل على تفاعل الجمهور

٤. كيف لاحظتم تأثير نشر محتوى الإذاعة على السوشيال ميديا في مستوى تفاعل الجمهور؟
٥. هل هناك فروقات في سلوك الجمهور بين مستمعي البث التقليدي والمتابعين على المنصات الرقمية؟
٦. برأيكم، ما أهم أنواع المحتوى (مقاطع صوتية، فيديوهات، صور) التي ترفع مستوى التفاعل؟

ثالثاً: أساليب التكامل الإعلامي المستخدمة

٧. ما أبرز الأساليب الحالية التي تعتمد عليها الإذاعة في الدمج بين البث الإذاعي والمنصات الرقمية؟
 ٨. كيف يتم اختيار نوعية المحتوى الذي يُعاد توظيفه أو تحويله ليناسب المنصات الاجتماعية؟
 ٩. هل يتم قياس أداء هذه الأساليب بشكل دوري؟ وما المعايير المستخدمة لذلك؟
-

رابعاً: تأثير التكامل على استقطاب المعلنين

١٠. من واقع خبرتكم، هل ساعد التكامل الإعلامي على جذب المزيد من المعلنين إلى الإذاعة؟
 ١١. ما أبرز ملاحظات المعلنين تجاه وجود الإذاعة على المنصات الرقمية؟
 ١٢. هل التكامل الرقمي يسهم في زيادة قيمة الحملات الإعلانية من حيث الانتشار أو العائد المالي؟
-

خامساً: التحديات في التكامل الإعلامي

١٣. ما التحديات التقنية أو البشرية أو التنظيمية التي تواجهونها في تطبيق استراتيجيات التكامل الإعلامي؟
١٤. كيف يتم التعامل مع ضغوط الوقت أو الموارد عند إدارة التكامل بين البث والمنصات؟
١٥. ما أبرز الصعوبات التي يواجهها فريق الإذاعة في التفاعل الفوري مع الجمهور على المنصات الرقمية؟

سادساً: تقييم ورضا العاملين

١٦. كيف تقيّمون رضاكم عن نتائج التكامل الإعلامي في تحقيق أهداف الإذاعة الاتصالية والتسويقية؟
١٧. برأيكم، ما المجالات التي تحتاج إلى تطوير لتعزيز فاعلية هذا التكامل في المستقبل؟
١٨. هل لديكم مقترحات محددة لتحسين التنسيق بين فرق البث الإذاعي وفرق السوشيال ميديا في الإذاعة؟