

مقرر مهارات بحثية
إعداد الطالبة: كريمة البلخي
إشراف الدكتورة: سارة محمود



هذه الأسئلة يمكن استخدامها لجمع البيانات من عينة معينة من
الأفراد لدراسة: تأثير وسائل الإعلام الرقمية على سلوك
المستهلكين وتركيزهم.

المتغير الأول: تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الانتباه والتركيز

أسئلة الاستقصاء:

1. إلى أي مدى تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا؟

1. (أ) أقل من ساعة

2. (ب) ساعة إلى ساعتين

3. (ج) أكثر من ساعتين

2. هل تشعر أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر على قدرتك على التركيز أثناء العمل أو الدراسة؟

1. (أ) نعم، يؤثر بشكل كبير

2. (ب) نعم، يؤثر بشكل طفيف

3. (ج) لا، لا يؤثر

3. هل تجد صعوبة في الابتعاد عن وسائل التواصل الاجتماعي أثناء فترات العمل أو الدراسة؟

1. (أ) نعم، بشكل مستمر

2. (ب) أحيانًا

3. (ج) لا، أتمكن من الابتعاد بسهولة

4. كيف تصف مستوى التششت الذي تشعر به بسبب وسائل التواصل الاجتماعي؟

1. (أ) مرتفع جدًا

2. (ب) متوسط

3. (ج) منخفض جدًا

5. هل تجد أن وسائل التواصل الاجتماعي تمنحك شعورًا بزيادة الإنتاجية؟

1. (أ) نعم، بشكل كبير

2. (ب) أحيانًا

3. (ج) لا، إطلاقًا



المتغير الثاني: تأثير المحتوى المرئي مثل: (الفيديوهات القصيرة) على توجهات المستهلكين

1. كم مرة في الأسبوع تشاهد فيديوهات قصيرة على منصات، مثل: تيك توك، أو إنستجرام؟

- (أ) يوميًا
- (ب) عدة مرات في الأسبوع
- (ج) نادرًا أو لا أتابعها

2. هل تجد أن الفيديوهات القصيرة تؤثر على قراراتك الشرائية؟

- (أ) نعم، بشكل كبير
- (ب) نعم، ولكن تأثيرها محدود
- (ج) لا، لا تؤثر علي

3. هل تفضل مشاهدة الفيديوهات القصيرة على منصات، مثل: (تيك توك، أو إنستجرام) أكثر من قراءة مقاطع نصية، أو مدونات؟

- (أ) نعم، بشكل واضح
- (ب) لا، أفضّل النصوص
- (ج) يعتمد على الموضوع

4. هل تعتقد أن الفيديوهات القصيرة تقدم لك معلومات كافية لتساعدك في اتخاذ قرارات شراء؟

- (أ) نعم، دائمًا
- (ب) أحيانًا، ولكنني بحاجة لمزيد من التفاصيل
- (ج) لا، المعلومات غالبًا سطحية

5. كيف تصف تأثير الفيديوهات القصيرة على تعزيز ولائك للعلامات التجارية؟

- (أ) تأثير كبير
- (ب) تأثير طفيف
- (ج) لا يوجد تأثير على الإطلاق



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

