

إدارة المؤسسات الإعلامية

الدكتور: توفيق عمري

DGM411
إدارة المؤسسة الإذاعية

المحاضرة السابعة



المحاضرة السابعة

محتويات :

- 1- مفهوم الإذاعة
- 2- شروط الإنتاج الإذاعي
- خلفية معرفية.
- 3- النظام الأساسي للإذاعة.
- مثال توضيحي
- 4- مراحل الإنتاج الإذاعي.
- 5- طاقم الإنتاج الإذاعي.
- 6- خصائص البنية البرمجية للإذاعة.
- 7- الإذاعة الرقمية.
- 8- خصائص البث الإذاعي الرقمي.
- 9- إدارة إنتاج البودكاست.
- 10- البودكاست كأداة لريادة الأعمال الاعلامية.
- 11- التسويق للبودكاست.
- 12- التسويق للإذاعة.
- خلاصة.



مقدمة

تُعدّ الإذاعة المسموعة وسيلةً إعلاميةً فريدة، إذ تتميز بكونها غير مرئية، لذلك يُطلق عليها أحياناً "الوسيلة العمياء". وقد أظهرت الدراسات أن الراديو قادر على إبداع صورٍ خيالية واسعة في ذهن المستمع، بفضل توظيفه لعناصره الفنية المميّزة مثل الحوار، والمؤثرات الصوتية، والموسيقى، وحتى لحظات الصمت. كما يمنح الراديو الكاتب حريةً كاملة في التنقل بين الأزمنة والأمكنة، مما يتيح له إبتكار أشكال متعدّدة للحركة والتعبير عن مرور الزمن من خلال الإنتقالات أو الجسور الموسيقية. وبالإعتماد على الصوت فقط، يستطيع الكاتب أن يجسّد شخصياته بأبعادها المختلفة، وينقل آمالها ومشاعرها ومواقفها بدقة وعمق.



RADIO



الإذاعة هي وسيلة إعلام مسموعة تعتمد على نقل الكلام والموسيقى وغيرهما عبر موجات كهرومغناطيسية. يُطلق عليها أيضاً "الراديو" وتعتبر من أهم وسائل الاتصال الجماهيري نظراً لقدرتها على تجاوز الحواجز الجغرافية والسياسية والوصول إلى جمهور واسع بشكل مباشر وسريع.

وهي شعاع مغناطيسي يتكون من ترددات أقل من 300 ميغاهرتز وأطوال موجية أطول من متر واحد، يتم إرسال وإستقبال موجات كهرومغناطيسية ضمن نطاق محدد، ويتم تحويل هذه الموجات لأصوات مسموعة للجمهور، كما في الأخبار والبرامج والموسيقى، ويُطلق على الإذاعة إسم الراديو أيضاً.

شروط الإنتاج الإذاعي

أولاً: لغة الإذاعة

لغة الإذاعة هي لغة المشافهة الراقية، أي اللغة التي تُقال لا تُكتب، قريبة من الفصحى لكنها بسيطة وسهلة الفهم لجميع فئات المجتمع. ويجب أن تكون الألفاظ واضحة ومألوفة حتى تصل الرسالة بسرعة إلى أذن المستمع.

مثال: بدل أن يقول المذيع:

"نُهيّبُ بالسادة المواطنين توخي الحذر نظرًا لإضطراب الأحوال الجوية"

يُفضل أن يقول:

"الجو اليوم ممطر ورياح قوية، خذوا حذرکم عند الخروج".
فهنا اللغة فصحى لكنها بسيطة وقريبة من المستمع.



ثانيًا: تحديد الهدف

قبل إنتاج أي برنامج إذاعي، يجب تحديد الغاية منه: هل هو ترفيهي، تثقيفي، توعوي، أو إخباري؟

تحديد الهدف يساعد الكاتب أو المخرج على اختيار المحتوى المناسب وأسلوب التقديم.

مثال:

- . إذا كان الهدف الترفيهي : يكون البرنامج خفيفًا مثل: المسابقات أو الفقرات الموسيقية.
- . إذا كان الهدف التوعوي : مثل: برنامج عن "السلامة المرورية"، تُستخدم لغة جادة ومعلومات دقيقة.

ثالثاً: تحديد الجمهور

من الضروري معرفة من هو المستمع المقصود، لأن اختيار الموضوع وطريقة التقديم ونوع الموسيقى كلها تتأثر بنوع الجمهور.

مثال:

- . برنامج للأطفال :يُستخدم فيه صوت مرح وموسيقى خفيفة وحكايات قصيرة.
- . برنامج للشباب :يُركّز على القضايا اليومية والموسيقى الحديثة.
- . برنامج للنساء :قد يهتم بالأسرة، التغذية، وتربية الأبناء.



شروط الإنتاج الإذاعي

رابعًا: الخضوع لعامل الوقت

الإذاعة تعتمد على تنظيم دقيق للوقت، لأن برامجها تُبث في مواعيد محددة، وأي تأخير يؤثر على بقية الفقرات. كما يجب أن تتناسب مدة البرنامج مع نوعه وإهتمام الجمهور.

مثال:

- . نشرة الأخبار مدتها 10 دقائق فقط.
- . برنامج حوار مسائي مدته نصف ساعة.
- . إذا تأخر برنامج مباشر عن مواعده، قد يُربك جدول البث كله.



خامسًا: الخضوع للذوق والآداب العامة:

الراديو وسيلة تدخل كل بيت، لذلك يجب أن تراعي القيم الاجتماعية والدينية والأخلاقية، وألا تتضمن ألفاظًا أو مواضيع تَخْدِش الحياء أو تسيء إلى الجمهور.

مثال:

لا يجوز بث مشهد حوارى فيه ألفاظ غير لائقة أو سخرية من فئة إجتماعية معينة، لأن الإذاعة تُخاطب الأسرة بأكملها.

النظام الأساسي للإذاعة

□ نبذة عن النظام الأساسي للإذاعة السعودية:

بيان أن الإذاعة هيئة مستقلة مرجعها رئيس مجلس الوزراء، تحديد أغراضها وبيان وسائل تحقيقها، اللغات المستعملة فيها، المحظورات، مهام مدير عام الإذاعة ومنها وضع النظام الداخلي لها ، معاونو المدير العام. ويتضمن 12 مادة .

تاريخ الإصدار 1374/01/01 هـ الموافق : 29/08/1954 م
الحالة: ساري.

• مرسوم ملكي رقم 7 / 3 / 16 / 1007 بتاريخ 17 / 6 / 1374

<https://h1.nu/1j0bQ>

النظام الأساسي للإذاعة: هو مجموعة القواعد والمبادئ التي تنظم عمل المؤسسة الإذاعية، وتحدد أهدافها، ومهامها، وهيكلها التنظيمي، وكيفية تسيرها إداريًا وماليًا ومهنيًا. وفيما يلي عرض مختصر وشامل لأبرز ما يتضمنه النظام الأساسي للإذاعة:

المملكة العربية السعودية

لجنة الخبراء بمجلس الوزراء

Bureau Of Experts At The Council Of Ministers



هو مجموعة الخطوات الأساسية التي تُتبع لإعداد برنامج إذاعي منذ بداية فكرته حتى بثه النهائي للمستمعين.

1- إختيار وتحديد الفكرة:

هي الخطوة الأولى، وفيها يُختار موضوع البرنامج الإذاعي. يجب أن تكون الفكرة واضحة، جديدة، قريبة من اهتمامات الناس، ومطابقة لقيم المجتمع. مثال: بدل إختيار فكرة تقليدية مثل: "فوائد القراءة"، يمكن تناول موضوع جديد مثل: "القراءة عبر الكتب الصوتية وأثرها على الجيل الجديد".

2 - إختيار فريق العمل الإذاعي:

بعد تحديد الفكرة، يتم إختيار الطاقم المناسب من مخرجين، معدّين، مذيعين، وفنيي صوت. ونجاح البرنامج يعتمد على كفاءة الفريق وتعاونهم.

مثال: برنامج حوارى عن البيئة يحتاج إلى مُعدِّ مُلمٍّ بقضايا البيئة، ومذيع لديه أسلوب هادئ قادر على إدارة الحوار.

مراحل الإنتاج الإذاعي

3- التأكد من توفر الأدوات والأجهزة:

يجب التأكد من أن كل المعدات التقنية جاهزة ، مثل الميكروفونات، أجهزة التسجيل، المؤثرات الصوتية، وأستوديو البث، حتى يتم تنفيذ العمل دون مشاكل.

مثال: قبل تسجيل حلقة، يتأكد الفريق من جودة الصوت وتوازن الميكروفونات حتى لا يظهر ضجيج أو تشويش أثناء البث.

4- تحديد الجمهور المستهدف

يُحدّد فريق العمل من هو الجمهور الذي سيستمع إلى البرنامج، لأنّ ذلك يؤثر على اللغة، التوقيت، ونوع الموسيقى.

مثال: إذا كان البرنامج موجهًا للأطفال، فيُبث في فترة الصباح أو المساء المبكر، وتكون لغته بسيطة وأسلوبه مرحًا.



مراحل الإنتاج الإذاعي

5- الإعداد للبرنامج الإذاعي:

تُعتبر من أهم المراحل، وتشمل:

- . وضع خطة للبرنامج.
- . جمع المعلومات والبيانات من مصادر موثوقة.
- . تحديد شكل البرنامج (حواري، وثائقي، تمثيلي...).
- . إختيار الموسيقى والمؤثرات المناسبة.

مثال: برنامج توعوي عن "السلامة الطرقية" قد يتضمن مقابلات مع شرطة المرور، وأصوات سيارات، وموسيقى تنبيه المستمع للخطر.



التجميع النهائي (السكريبت)

في هذه المرحلة، يتم إعداد النص الإذاعي الكامل (السكريبت) الذي يوضح تسلسل الفقرات، ونوع الموسيقى والمؤثرات، ومدة كل جزء. هذا النص يُستخدم كخطة لتسجيل البرنامج.

مثال:

السكريبت قد يحدّد:

- . المقدمة: 30 ثانية موسيقى إفتتاحية.
- . الفقرة الأولى: حوار مع ضيف.
- . الفقرة الثانية: تقرير مسجل.
- . الخاتمة: رسالة موجزة وموسيقى النهاية.



مرحلة التسجيل النهائي

- هي المرحلة الأخيرة، حيث يُسجّل البرنامج ويُعدّ للبث. وتشمل:
- . حجز الاستوديو في الموعد المحدد.
 - . تسجيل الفقرات بأداء المذيعين أو الممثلين.
 - . (الميكساج) دمج الصوت والموسيقى والمؤثرات.
 - . مراجعة النسخة النهائية قبل إرسالها للبث.

مثال:

في برنامج "خواطر"، من إذاعة جدّة يقوم المخرج بدمج صوت المذيع مع مؤثرات تاريخية (كصوت الجماهير أو الأناشيد القديمة) لإضفاء جو واقعي على الحلقة.

هو مجموعة الأشخاص المتخصصين الذين يشتركون في إنتاج البرنامج الإذاعي، بحيث يقوم كل واحد منهم بدور محدد ومتكامل مع الآخرين، لضمان نجاح العمل من الناحية الفكرية والفنية والتقنية.

□ المُعد أو المحرّر.

□ **المعد:** هو العقل المفكر وراء البرنامج، يختار فكرة البرنامج، ويجمع المعلومات والبيانات، ويُعدّ الأسئلة أو النصوص التي سيقدمها المذيع.

مثال: في برنامج حوار، المعد هو من يحدد موضوع الحلقة ويجهز الأسئلة للضيف.

□ المحرّر:

يختص أكثر بتحرير الأخبار والتقارير الإذاعية، أي صياغتها بشكل لغوي وصوتي مناسب للثب.

مثال: محرر الأخبار يقوم بتعديل نص الخبر ليكون واضحًا وسهل الفهم عند قراءته على الهواء.

الدور	التسمية
قارئ نشرات الأخبار	News Caster
المذيع الرئيسي الذي يربط بين فقرات البرنامج ويقودها	Anchorman
المذيع الذي يعلق صوتيًا على البرامج التسجيلية أو الوثائقية	Narrator
المذيع الذي يقدم التعليقات السياسية أو التحليلات الإخبارية	Commentator
مقدم الحوارات والندوات والمناقشات	Interviewer
مقدم الأغاني والبرامج الموسيقية	Disk Jockey (DJ)
مذيع البرامج والتعليقات الرياضية	Sport Caster

□ المذيع أو المحاور:

- هو الشخص الذي يقدم البرنامج أمام الميكروفون، ويتفاعل مع المستمعين أو الضيوف.
 - المحاور يركز أكثر على إجراء الحوارات والنقاشات مع الضيوف.
- وتتعدد أنواع المذيعين حسب نوع البرنامج:

□ مهندس الصوت:

- . هو الفني المتخصص في التعامل مع الصوت.
- . يقوم بضبط مستويات الصوت، وتسجيل الحوارات، وإضافة المؤثرات الصوتية والموسيقى، لضمان جودة البث ونقائه.
- . بمعنى آخر: هو من يجعل البرنامج يبدو "إحترافياً" في أذن المستمع.

□ المخرج المُنَفَّذ

- . هو الشخص الذي يُنفذ عملياً رؤية المخرج في الاستوديو.
- يتابع عملية التسجيل، ويشرف على أداء المذيعين، ويضبط التوقيات والمؤثرات الصوتية أثناء التنفيذ كأنه "المهندس الميداني" للعمل الإذاعي.

□ المخرج:



- . هو قائد الفريق والمسؤول عن الشكل النهائي للبرنامج.
- . يشارك في إختيار الفكرة مع المعد، ويضع الخطة الإخراجية (كيف سيُقدّم البرنامج، وأين تُستخدم الموسيقى أو المؤثرات)، ويشرف على عملية المونتاج.
- . يجب أن يمتلك ثقافة عامة واسعة، وذوقًا فنيًا، ومعرفة تقنية بخصوصيات الإذاعة (مثل توظيف الصوت والموسيقى في غياب الصورة).

خصائص البنية البرمجية للإذاعة

أ. الارتباط العضوي بإستراتيجية المحطة:

- يجب أن تكون البرامج الإذاعية ناتجة عن خطة واضحة وأهداف محددة تضعها إدارة الإذاعة. أي أنّ كل برنامج يُنتج أو يُبث يجب أن يخدم سياسة الإذاعة ويسهم في تحقيق رسالتها وأهدافها (ثقافية، تعليمية، ترفيهية، وطنية...).
- تطبيق هذا المبدأ عملياً ليس سهلاً، لأن المذيعين والمنتجين قد تختلف رؤاؤهم أو إهتماماتهم عن الخط العام للمحطة.

خصائص البنية البرمجية للإذاعة

ب. الإستجابة للشخصية الإعلامية للمحطة:

- يجب أن تعكس البرامج هوية الإذاعة أو طابعها المُميّز (مثلاً: إذاعة شبابية، دينية، ثقافية، رياضية...).
- لا يصح أن تبث المحطة برامج تتناقض مع شخصيتها. مثلاً: إذاعة ثقافية لا تبث برامج سطحية أو ترفيهية بحتة.
- الهدف هو أن يشعر المستمع بالإنسجام والاتساق في محتوى الإذاعة.



خصائص البنية البرمجية للإذاعة

ج. الاستجابة لطبيعة الجمهور ومتطلباته:

- يجب أن تراعي البرامج اهتمامات الجمهور واحتياجاته: (العمر، الجنس، المستوى التعليمي، المنطقة).
- لمعرفة ما يريده الجمهور فعلاً، تعتمد الإذاعات على بحوث ميدانية وإستطلاعات للرأي.
- مثال: جمهور الشباب يحتاج برامج تفاعلية، بينما الكبار يفضلون الأخبار والبرامج الثقافية.

د. التنوع والتكامل

- التنوع: أن تشمل البنية البرمجية موضوعات مختلفة (ثقافة، ترفيه، تعليم، موسيقى...) وتُقدّم بأساليب متعددة (حوارات، تقارير، مسلسلات، نشرات...).
- رغم هذا التنوع، يجب أن تكون جميع البرامج منسجمة مع بعضها وتعمل معاً لتحقيق أهداف الإذاعة الكبرى.
- مثلاً: برنامج سياسي وبرنامج ثقافي وبرنامج موسيقي، كلّها تخدم صورة المحطة كمصدر تثقيفي راقٍ.

هـ. المرونة والتجديد والابتكار

- يجب ألا تبقى البرامج جامدة أو مكررة.
 - على الإذاعة أن تتجدد باستمرار في الأفكار والمضامين وأسلوب التقديم لتواكب التغيرات في المجتمع ووسائل الإعلام.
 - الابتكار يجذب المستمعين ويمنع الملل، مثل: إدخال تفاعل مباشر مع الجمهور أو أساليب سردٍ حديثة.
- إذن ، فالبنية البرمجية الناجحة، هي التي تكون منسجمة مع إستراتيجية المحطة، معبرة عن هويتها، قريبة من جمهورها، متنوعة ومتكاملة، ومتجددة باستمرار.

يُعرّف البث الإذاعي الرقمي في اللغة الإنجليزية Broadcasting Digital Audio، ويختصر بثلاثة أحرف متفق عليها هي "DAB" يعتمد بالأساس التكنولوجيا الحديثة التي تمنح تحسنا و نقاوة في الصوت بدرجة صوت الأقراص المضغوطة ، كما تمنح التقنية الجديدة للبث الإذاعي فرصة نقل وبث النصوص والمعلومات الخدماتية فضلا عن تلك المتعلقة بمضامين البرامج الإذاعية.. وهي الخدمة الإذاعية التي تمنح الفرصة للمستمعين باستثمار الاستماع وفق النمط الرقمي.

فراديو الإنترنت هو : "عبارة عن برامج صوتية يتم بثها عبر توصيلات الأنترنت وهو نظام لا يشبه طريقة البث التقليدية عبر الفضاء بواسطة الإشعاعات الكهرومغناطيسية أو ما يسمى أيضا " موجات الراديو".

يتميّز البث الإذاعي الرقمي عن البث التماثلي بتقنيات حديثة، تُقلّل التشويش وتسمح بنقل صوت عالي الجودة عبر مساحة ترددية صغيرة. ويعتمد على الشبكات الرقمية التي تدمج الإرسال والاستقبال في نظام موحد، ممّا يحسن وضوح الصوت ويزيد من كفاءة الاتصال:

- **جودة عالية وقلة التشويش:** بفضل المعالجة الرقمية وتصحيح الأخطاء ومقاومة التداخل.
- **قوة وفعالية الاتصال:** يسمح بالنقل لمسافات بعيدة باستخدام الألياف البصرية مع الحفاظ على جودة الإشارة.
- **ذكاء النظام:** يراقب القناة باستمرار ويصحّح المسار، ويتحكم في الصدى والتوافق الصوتي.
- **مرونة عالية:** يمكن التحكم فيه عبر الحاسوب لتعديل البرامج والإعدادات بسهولة.
- **شمولية الاستخدام:** ينقل بيانات وصوتًا بدقة عالية ويمكنه بثّ عدة قنوات في وقت واحد.
- **التفاعل مع الإنترنت مثل:** إرسال رسائل، تحميل أو حفظ البرامج، ومشاركتها مع الآخرين.

□ مثال: توقف إذاعة وتحولها إلى المنصات الرقمية

أعلنت هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) عن إغلاق إذاعتها العربية وعدد من الخدمات الإذاعية الأخرى، ضمن خطة لإعادة الهيكلة والتحول إلى المنصات الرقمية بسبب أزمة اقتصادية وإرتفاع التكاليف. تشمل الخطة إلغاء 382 وظيفة لتوفير نحو 28.5 مليون جنيه إسترليني، في إطار تخفيضات أوسع بقيمة 500 مليون جنيه. كما تمّ دمج القناة الإخبارية العالمية مع القناة البريطانية المحلية وإطلاق قناة موحدة عام 2023. يأتي القرار نتيجة تغير عادات الجمهور وإتجاههم المتزايد نحو متابعة الأخبار عبر الإنترنت، ما يجعل التحول الرقمي خيارًا منطقيًا. وأكدت مديرة الخدمة العالمية، ليليان لاندور، أنّ التوجه نحو الرقمنة ضروري لمواكبة التطور وزيادة الوصول إلى الجمهور بمحتوى موثوق وجودة عالية.

□ دراسة علمية: نوال رضا -2012

تهدف الدراسة البحثية بعنوان "واقع إخراج البرامج التفاعلية في الإذاعة الرقمية " إلى معرفة مدى تطبيق الإذاعة لأساليب الإخراج التفاعلي الرقمي، من خلال تحليل مستوى الخدمة التفاعلية ومدى استخدام الوسائط الرقمية الحديثة أثناء إنتاج البرامج الحوارية والمشاركة.

شملت الدراسة عينة من 24 موظفًا من القائمين على إعداد وتقديم وإخراج البرامج التفاعلية في إذاعة جيجل الجزائرية، وإعتمدت على إستمارة مقابلة لجمع البيانات.

أهمُّ النتائج:

1. الخدمة التفاعلية في إذاعة جيجل ما تزال تقليدية وتعتمد أساسًا على الاتصال الهاتفي، رغم أنَّ الإذاعة رقمية بالكامل.
2. ضعف إدراك المخرجين والمعدّين لمزايا الوسائط الشبكية الحديثة مثل: المدونات والمواقع الاجتماعية.
3. أغلب القائمين على البرامج يفضّلون الأساليب التقليدية في التواصل مع الجمهور، بدلًا من التفاعل الرقمي عبر الإنترنت، رغم إنتمائهم لفئة الشباب.

□ تدشين تقنية البث الإذاعي الرقمي "+DAB"



وزارة الإعلام
Ministry of Media

<https://media.gov.sa/ar/video/5496>

□ نموذج ترخيص البث الإذاعي عن طريق الانترنت

تُمكن هذه الخدمة التي أطلقتها الهيئة العامة لتنظيم الإعلام بالمملكة العربية السعودية من تقديم خدمة الراديو التي تتضمن نقل البرامج الصوتية عبر الانترنت (محطات إذاعة الانترنت) من متطلباتها:

- سجل تجاري مضاف به النشاط الإعلامي المطلوب.
- أن يكون لطالب الترخيص عنوان محدد (العنوان الوطني).
- أن تكون هوية مقدم الطلب سارية الصلاحية (الهوية الوطنية – هوية مقيم – جواز سفر).
- تقديم ما يثبت وجود عقد مع مرخص له بمنصة أو محطة إعلامية.

<https://h1.nu/1j0Hr>

الهيئة العامة
لتنظيم الإعلام
GENERAL AUTHORITY
OF MEDIA REGULATION



❖ حقائق لبدایات البودكاست:

iPodderX : هو أول جهاز يستخدم لبث الملفات الصوتية بديلا عن الراديو التقليدي، ويمكن من خلاله الإستماع للتدوين الصوتي على حسب الجدول الزمني للمستمع و ليس خلال وقت معين بظروف معينة كإنتظار محطة راديو و وقت بثها.

تدخل Apple عالم البودكاست في iTunes 9.4 بإنشاء دليل للبودكاست على Music iTunes Store الذي كان أبرز التطورات التي شهدها عام 2005.

صناعة البودكاست حققت 479.1 مليون دولار في عام 2018. زيادة الإيرادات بنسبة 53% خلال عام واحد فقط.



إنتاج البودكاست في منطقة الخليج يتنامى على الدوام و يمثل أحد أشكال التواصل الإبداعي حيث إن بدايات إنتاج البودكاست كان في سلطنة عمان و الكويت والإمارات العربية المتحدة . عندما نأتي لأول بودكاست عربي تم إنتاجه في منطقة الخليج، يأتي في مقدمتها بودكاست "Sciware" الذي أنشأه الدكتور محمد قاسم في عام 2009.

تتمتع السعودية بغزارة الإنتاج للمحتوى الإلكتروني و استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ومن هنا فمن المهم مواكبة تغييرات التوجهات العالمية ومن ضمنها البودكاست، ووفقاً لعبد الرحمن العمران المؤسس المشارك للمنصة الافتراضية بودكاست بالعربي، فقد بدأ إنتاجها في المملكة عام 2008؛ فكانا برنامجي: سعودي كيمر ، و كشكول، هي الأقدم في المملكة، وكليهما يركز على صناعة ألعاب الفيديو.

❖ خطوات لصناعة بودكاست :

- تخطيط البودكاست: تحديد طبيعة و توجه البودكاست و إختيار اسماً له و تنسيق معين للهوية.
- إعداد البودكاست : إختيار المعدات الجيدة و البرامج التقنية المناسبة.
- تسجيل أول حلقة من حلقات البودكاست : تعلم تقنيات كتابة السيناريو و تعلم التسجيل خطوة بخطوة .
- تحرير وإنتاج أول حلقة بودكاست : تعلم دروس التحرير و الإنتاج و إتباعها .
- إختيار استضافة البودكاست الخاصة بك على تطبيقات الاستماع مثل spotify و غيره .
- إطلاق البودكاست و تنميته : بناء خطة إطلاق إستراتيجيات تسويق مستمرة للبودكاست .



دراسة : الباحث حسين الشريف بعنوان : مبادرات البودكاست في العالم العربي

تشكّلت العينة من شبكات وبرامج 18 بودكاست ، تتوزّع في عدد من الدول العربية، وقد تم إجراء مقابلات مع مسؤولين عن هذه المنصات وشبكات البودكاست، بهدف تسليط الضوء على هذه المبادرات التي تقدم صحافة مهنية والتعرف على قدرتها على الإستمرار والإستدامة وتطوير النموذج الصحافي الذي تعمل عليه. وكشفت الدراسة أن منصات البودكاست العربية تعمل وفق ثلاثة نماذج اقتصادية:

نموذج الهبات (ضعيف ولا يضمن الاستقرار)، نموذج الاشتراكات (غير شائع عربيًا)، نموذج الأعمال والإعلانات (الأكثر نجاحًا واستدامة). لكن أغلب المنصات تعتمد على النموذجين الأول والثاني، ممّا يحدّ من تطورها وإستمرارها.

كما تواجه تحديات إجتماعية وسياسية وتشريعية، تحدّ من حرية التعبير والإبداع، إضافة إلى غياب التكوين الأكاديمي في هذا المجال داخل كليات الإعلام.

□ دراسة علمية: الأستاذة : منى هاشم

دراسة بعنوان : "إتجاهات المواقع الاخبارية المصرية والعربية لاستخدام تقنية البودكاست وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري"
وتسعى هذه الدراسة إلى تحليل برامج البودكاست المقدمة في المواقع الإخبارية العربية (المصري اليوم – العربية سكاي نيوز) والتي تتناول القضايا والموضوعات المختلفة، للتعرف على مدى تأثيرها على الجمهور وتوضيح دلائلها وآلية تقديمها وعرضها. وتوصلت الدراسة إلى أن اهتمام موقع المصري اليوم ببرامج البودكاست أقل من العربية سكاي نيوز ، بينما تساوت الموضوعات الثقافية والفنية بالنسبة لبرامج بودكاست المصري اليوم ، و تنوعت برامج البودكاست بموقع العربية سكاي نيوز على التوالي بين إخباري ، بيئي ، رياضي ، اجتماعي ، تجارب حياتية ، إقتصادي ، تكنولوجي ، سياسي ثقافي ، فني ، تعليمي وصحي ؛ ويرجع ذلك إلى إهتمام موقع العربية سكاي نيوز البودكاست كمنصة رقمية جديدة. كما أشارت الدراسة الميدانية، إلى إرتفاع معدلات التعرض لتقنية البودكاست لدي عينة الدراسة.

<https://h1.nu/1j0MT>

البودكاست كأداة لريادة الأعمال الإعلامية

يمثل البودكاست أداة ناشئة لريادة الأعمال الإعلامية، رغم تحديات إنتاج المحتوى الاحترافي والاستدامة كمايلي :

الأهمية الريادية: وسيلة فعالة للوصول إلى جمهور مستهدف في الإقتصاد وريادة الأعمال، تتيح تبادل الخبرات وبناء التضامن المجتمعي.

. نماذج ناجحة: برامج تستضيف رواد الأعمال لمناقشة القضايا الاقتصادية، وهناك برامج موجهة للطلبة.

. المرونة: سهولة الإنتاج والإستهلاك تجعله مثالياً للمهتمين بريادة الأعمال.

. التحديات: تشمل الانتقال من الهواية إلى الاحترافية، والتمويل والربحية، وزيادة التفاعل والإنتشار.

. الآفاق المستقبلية: يتطلب تعزيزه كأداة للريادة تعاوناً بين مختلف الجهات الفاعلة (الحكومة، القطاع الخاص، المؤسسات الأكاديمية) لتحقيق كامل إمكاناته في دفع عجلة الابتكار الاقتصادي.

التسويق للبودكاست

يُعدّ التسويق للبودكاست خطوة أساسية لنجاحه وإنتشاره، إذ لا يكفي إنتاج محتوى جيد دون إيصاله إلى الجمهور المستهدف. ويهدف التسويق إلى زيادة عدد المستمعين، وبناء هوية قوية للبرنامج، وضمان إستمراريته.

فيما يلي أبرز أساليب التسويق للبودكاست:

1. تحديد الفئة المستهدفة:

معرفة من هو الجمهور (العمر، الإهتمامات، اللغة، المنصة المفضلة) يساعد في توجيه الجهود التسويقية بفعالية.

2. العلامة والهوية البصرية:

إختيار اسم جذاب، وشعار وصورة غلاف إحترافية، ووصف واضح للحلقات يعزّز تميّز البودكاست ويجذب المتابعين.



التسويق للبودكاست

3- إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

الترويج للحلقات عبر منصات مثل: إنستغرام، تيك توك، تويتر، YouTube Shorts، من خلال مقاطع قصيرة واقتباسات صوتية مشوّقة.

4- التعاون والتبادل:

إستضافة ضيوف معروفين أو التعاون مع بودكاستات أخرى، يُسهم في توسيع الجمهور المشترك.

5- تحسين محركات البحث: (SEO)

إستخدام كلمات مفتاحية مناسبة في عناوين ووصف الحلقات، ليسهل العثور عليها في المنصات ومحركات البحث.

6- نشرات البريد الإلكتروني والمواقع:

إرسال تنبيهات للحلقات الجديدة أو نشرها في مواقع متخصصة بالبحث الصوتي.

7- الإعلانات والرعاية:

يمكن الترويج للبودكاست عبر إعلانات مدفوعة أو الحصول على رُعاة مقابل ذكرهم أثناء الحلقات.

□ مثال توضيحي : بودكاست سواف بزنس

هو بودكاست من (ثمانية Thmanyah) السعودية يُقدّمه مشهور الديبان.

المحتوى موجّه للمهتمين بريادة الأعمال والأعمال التجارية، حيث تستضيف الحلقات مؤسّسين ورجال أعمال لمشاركة تجاربهم العملية والتحديات بدون تجميل أو تنظير.

حلقاته متوفّرة عبر منصات البودكاست المختلفة ، مثل Apple Podcasts وكذلك عبر الفيديو على يوتيوب.



تركّز إستراتيجيات التسويق الحديثة لمحطات الراديو، على فهم الجمهور بعمق وتصميم محتوى وإعلانات تتناسب مع اهتماماته وسلوكياته، ممّا يعزّز الولاء ويدعم النجاح التجاري. وتشمل أبرز المحاور:

1. فهم الجمهور وتقسيمه حسب الفئة العمرية والاهتمامات والموقع، مع الاعتماد على التحليلات السلوكية والمشاركة التفاعلية.
2. التحوّل الرّقمي عبر دمج المنصات الإلكترونية والتفاعل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات الموجهة، وتعاون المؤثرين.
3. تصميم محتوى جذاب ومتنوّع يراعي الجودة والإبتكار ويشرك الجمهور بالمسابقات والاتصالات المباشرة.

- 4- تحقيق الإيرادات عبر التحالفات الإستراتيجية مع المعلنين، مثل الرعاية والعلامات التجارية المشتركة والمحتوى الدعائي الذكي.
- 5- الإستفادة من المنصات الإلكترونية لتوسيع الوصول، وتحليل البيانات، وتوفير محتوى عند الطلب، وتطوير نماذج جديدة للدخل.
- 6- تعزيز الولاء المجتمعي بالمبادرات المحلية، مثل: رعاية الأحداث، ودعم المواهب، وحملات الخدمة العامة.
- 7- تمييز المحطة في السوق ببناء هوية فريدة ورسالة متسقة، ومراقبة المنافسين، وتبني التقنيات الجديدة.
- 8- قياس الأداء وتطوير الإستراتيجيات عبر التحليلات الدقيقة، وإستطلاعات الجمهور، والتكثيف المستمر مع التغيرات.

□ نموذج توضيحي عن إذاعات رقمية:

□ اطلاق تطبيق راديو السعودية على الموبايل



هي شركة إعلامية سعودية تأسست عام 2016، وتُعد من أبرز الجهات المنتجة للبودكاستات العربية عالية الجودة، مستقلة متخصصة في الإنتاج الصوتي والمرئي والمكتوب.

تنشر قناة إذاعة ثمانية السعودية أشهر برامج البودكاست المرئية التي تنتجها ، منها 800 حلقة بودكاست من الأعلى مشاهدة في العالم العربي، في كافة المجالات، ويمكن مشاهدة هذه القناة من خلال تطبيق راديو ثمانية، بالاستماع على الإنترنت. ولديها 5.03 مليون مشترك عبر قناة اليوتيوب.

ثمانية

خلاصة

تُعد إدارة المؤسسات الإذاعية عملية شاملة تهدف إلى تنظيم الموارد البشرية والمادية لتحقيق أهداف القناة الإعلامية، وضمان تقديم محتوى إذاعي متميز يخدم الجمهور ويحافظ على استمرارية المؤسسة. وتبقى إدارة المؤسسات الإذاعية ، كفنّ الموازنة بين الرسالة الإعلامية والأهداف الإقتصادية، وتسعى إلى تحقيق الجودة، وإستقطاب الجمهور، وضمان الإستمرارية في ظلّ المنافسة الإعلامية المتزايدة.

قائمة المراجع المعتمدة

- 1- البلوشي عبد الله بن مبارك: "إدارة المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي"، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان، 2020.
- 2- الدليمي عبد الرزاق: "إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان، 2014.
- 3- الشكعة سامي: "الإدارة الإعلامية في المؤسسات الصحفية"، دار الفكر العربي، 2010.
- 4- زيد عبد الله: "إدارة الإعلام: الأسس والتطبيقات"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2016.
- 5- عبد العزيز ياسر: "إدارة المؤسسات الإعلامية في ظل الإعلام الجديد"، المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، مصر، 2018.
- 6- سمير الهاشمي: "استراتيجيات التسويق الإلكتروني"، دار صفاء، عمّان، 2020 .
- 7- كفاح الربيعي: "التسويق الرقمي وإدارة الحملات الإعلانية"، دار وائل، الأردن، 2021.



تمنيتي بالنجاح للجميع

المحاضرة السابعة

DGM411

إدارة المؤسسات الإعلامية

Prepared by
Dr. TEWFIK AMRI

