



ملخص النتائج |

استطلاع ثقة المواطن العماني في وسائل الإعلام

مارس ٢٠١٥



نبذة عن الاستطلاع

يهدف استطلاع الرأي حول «ثقة المواطن العماني في وسائل الإعلام» إلى:

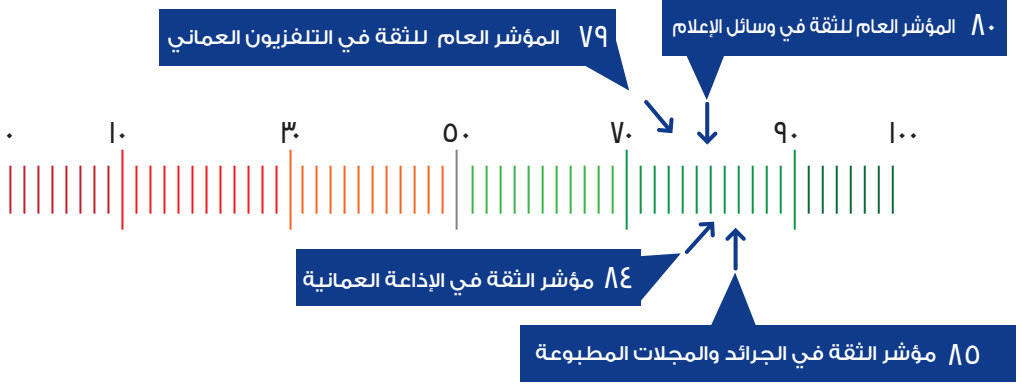
- تطوير مؤشرات لقياس مدى ثقة العمانيين في وسائل الإعلام المختلفة، وبصورة تسمح بإمكانية المقارنة الدولية، مع تحديث قيم تلك المؤشرات بشكل دوري لمتابعة التغييرات التي قد تطرأ على مستوى الثقة.
 - توفير بيانات حول وسائل الإعلام وقنوات الاتصال التي تتمتع بالثقة والمصداقية، والتي يمكن استخدامها لإقامة تواصل ناجح مع الجماهير من مختلف الفئات العمرية والثقافية.
 - التعرف على مدى انتشار وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي الحديثة، ومدى منافستها للوسائل الإعلامية التقليدية، ومدى الثقة فيما يتم تداوله فيها من معلومات وأخبار.
 - التعرف على المصادر الموثوق بها لقنوات الإعلام المختلفة: القنوات التلفزيونية والإذاعية الرئيسية، الصحف المطبوعة الأكثر مصداقية، المواقع الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي الأكثر ثقة على شبكة الإنترنت.
- تم حساب المؤشر العام للثقة في وسائل الإعلام والمؤشرات الفرعية باتباع نفس المنهجية المستخدمة لحساب مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام الأمريكية والتي تم تطويرها بمؤسسة جالوب لاستطلاعات الرأي العام، وتتراوح قيمة المؤشر العام للثقة في وسائل الإعلام (وكذلك قيم المؤشرات الفرعية) بين صفر و 100 نقطة.



١- مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام

١-١ مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام التقليدية

شكل (١): مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام التقليدية
ديسمبر ٢٠١٤



- بلغت قيمة المؤشر العام لثقة المواطن العماني في وسائل الإعلام ٨٠ نقطة، أي أن ثمانية من كل عشرة مواطنين كان تقييمهم لوسائل الإعلام (من حيث تغطية الأخبار بشكل كامل، وبدقة، وحيادية) جيد جداً أو جيد.
- مؤشر الثقة في الجرائد والمجلات المطبوعة هو أعلى المؤشرات الفرعية، وبلغت قيمته ٨٥ نقطة، مما يعكس قدراً عالياً من الثقة في هذا المصدر من وسائل الإعلام، يليه مؤشر الثقة في الإذاعة العمانية (٨٤ نقطة)، ثم مؤشر الثقة في التلفزيون العماني (٧٩ نقطة) وهو أقل المؤشرات الفرعية لوسائل الإعلام التقليدية.

٢-١ التباينات في مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام التقليدية

تزيد مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام التقليدية بين الإناث عن الذكور، ومع التقدم في العمر، وتنخفض مع ارتفاع مستوى التعليم.

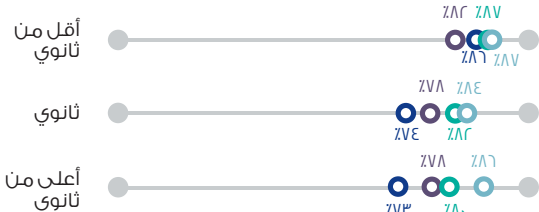
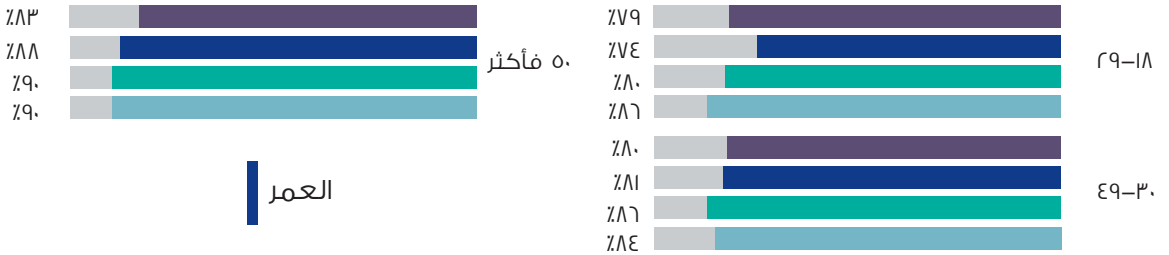
حسب الجنس: تزيد قيم مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام بين الإناث عن الذكور، فعلى سبيل المثال يبلغ المؤشر العام بين الإناث ٨٣ نقطة بزيادة ست نقاط عن الذكور، كذلك يزيد مؤشر الثقة في التلفزيون العماني بمقدار سبع نقاط بين الإناث عن الذكور.

حسب التعليم: بشكل عام، تنخفض قيمة المؤشرات بشكل طفيف مع ارتفاع مستوى التعليم، ويبدو ذلك واضحاً في مؤشر الثقة في الإذاعة العمانية، حيث تصل قيمة المؤشر إلى ٨٠ نقطة بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي بانخفاض سبع نقاط عن الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي.

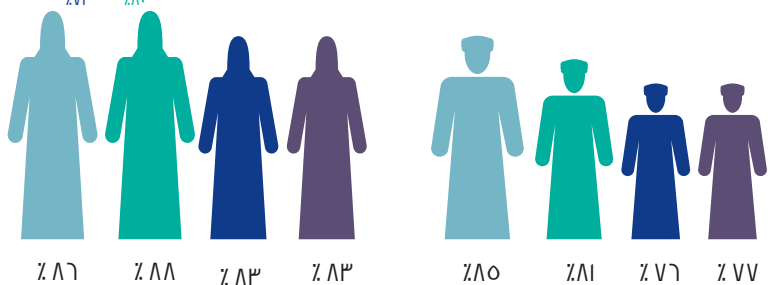
حسب العمر: بشكل عام ترتفع قيم مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام مع التقدم في العمر، فمثلاً تزيد قيمة مؤشر الثقة في التلفزيون العماني بمقدار ١٤ نقطة بين العمانيين في الفئة العمرية ٥٠ سنة فأكثر عن الشباب في الفئة (١٨-٢٩) سنة.

شكل (٢): مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام التقليدية حسب الخصائص الديموغرافية (%)

المؤشر العام للثقة في وسائل الاعلام مؤشر الثقة في التلفزيون العماني مؤشر الثقة في الاذاعة العمانية مؤشر الثقة في الجرائد والمجلات المطبوعة



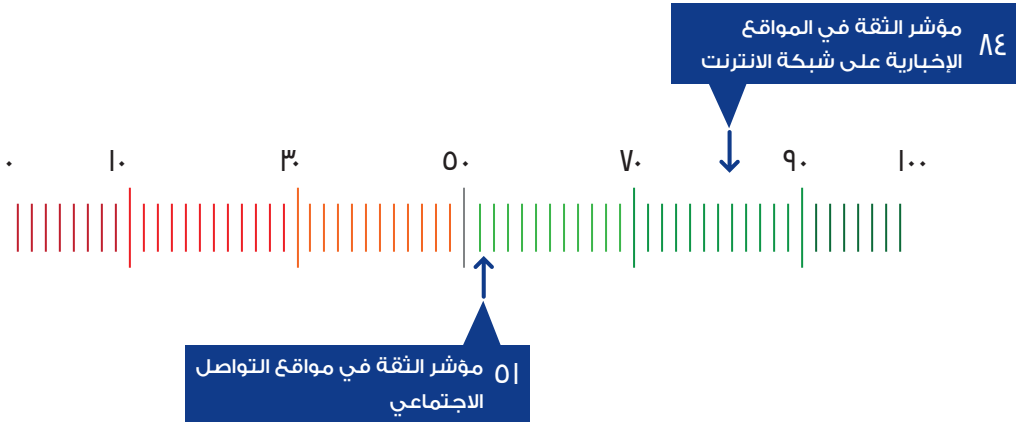
الجنس



٣-١ مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام الإلكتروني

- تعتبر المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت (وتشمل مواقع القنوات الإخبارية، والجرائد الإلكترونية، وغيرها) من المصادر الموثوق بها إلى درجة كبيرة، ويصل مؤشر الثقة لذلك النوع من وسائل الإعلام إلى ٨٤ نقطة.
- حصلت مواقع التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك، وتويتر، وجوجل بلس، والمنتديات وصفحات الرأي الخاصة، وغيرها) على أقل قيمة لمؤشر الثقة بين جميع مصادر الإعلام الأخرى (التقليدية والإلكترونية) من حيث صدق ودقة الأخبار التي يتم تناولها، وقد بلغت قيمة المؤشر لها ٥١ نقطة فقط.

شكل (٣): مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام الإلكتروني
ديسمبر ٢٠١٤



٤-١ التباينات في مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام الإلكتروني

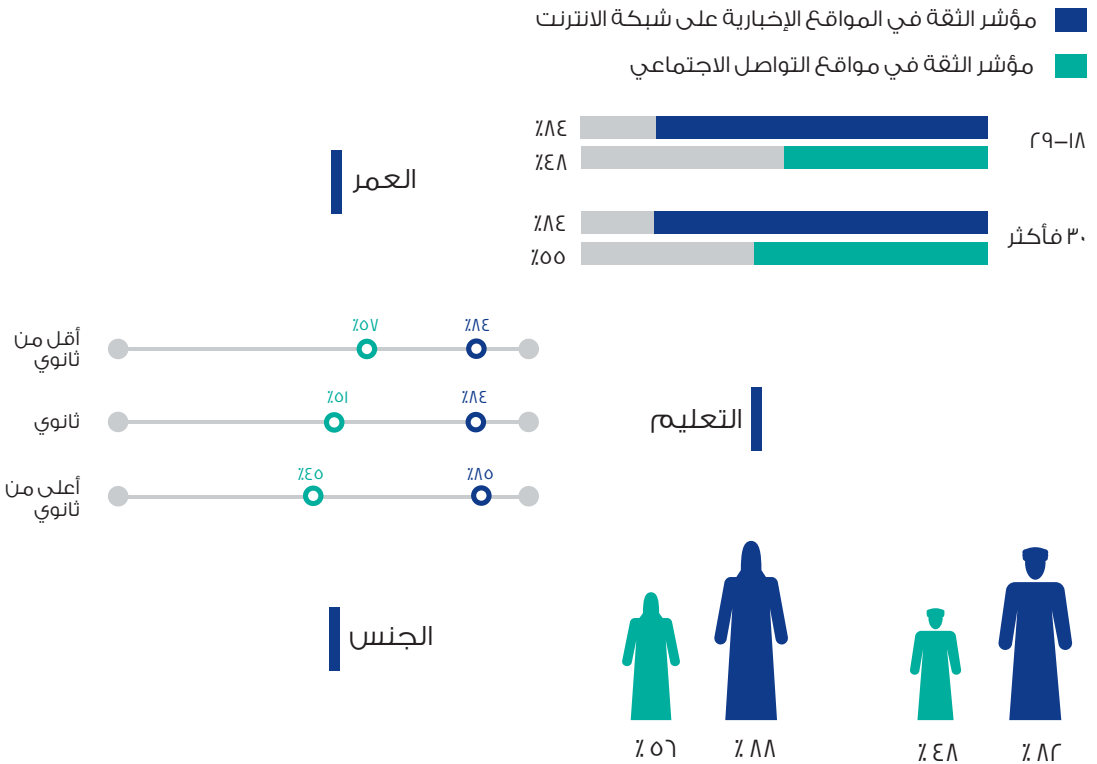
يزيد مؤشر الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي بين الإناث عن الذكور، ومع التقدم في العمر، وينخفض مع ارتفاع مستوى التعليم.

حسب الجنس: بشكل عام تزيد الثقة في وسائل الإعلام الإلكتروني بين الإناث عن الذكور، حيث يبلغ المؤشر العام للثقة في المواقع الإخبارية على الانترنت ٨٨ نقطة بين الإناث، وزيادة ست نقاط عن الذكور، كذلك يزيد مؤشر الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي بمقدار ثماني نقاط بين الإناث عن الذكور (٥٦ مقابل ٤٨ نقطة على الترتيب).

حسب التعليم: لا يوجد تفاوت كبير في مؤشر الثقة في المواقع الإخبارية بين مستويات التعليم المختلفة، بينما ينخفض مؤشر الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي ليصل إلى ٤٥ نقطة، بانخفاض ١٢ نقطة عن الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي.

حسب العمر: ترتفع قيمة مؤشر الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي بمقدار ٧ نقاط بين المواطنين العمانيين في الفئة العمرية ٣٠ سنة فأكثر عن الشباب في الفئة (١٨-٢٩) سنة، ولا يوجد اختلاف في مؤشر الثقة في المواقع الإخبارية بين الفئتين العمريتين.

شكل (٤): مؤشرات الثقة في وسائل الإعلام الإلكتروني حسب الخصائص الديموغرافية (%)



٢- التلفزيون

٢-١ تكرار مشاهدة التلفزيون

ثلثا العمانيين يشاهدون التلفزيون بشكل يومي، وبمعدل ساعة وخمسين دقيقة يوميا.

يشاهد ما يقارب ثلثي العمانيين (٦٤٪) التلفزيون (العماني وغير العماني) يوميا، بينما يشاهده ١٩٪ مرة أو مرتين في الأسبوع، و٩٠٪ يشاهده أقل من ذلك، وفي المقابل نجد أن نسبة بسيطة (٧٪) لا تشاهد التلفزيون على الإطلاق، وبلغ متوسط الوقت الذي يقضيه المواطن العماني في مشاهدة التلفزيون حوالي ساعة وخمسين دقيقة يوميا.

حسب الجنس: الإناث يشاهدن التلفزيون أكثر قليلاً من الذكور، ٦٧٪ من الإناث يشاهدن التلفزيون يوميا مقابل ٦٢٪ للذكور، وقد بلغ متوسط وقت المشاهدة اليومي للإناث ١١٥ دقيقة مقابل ٩٢ دقيقة للذكور.

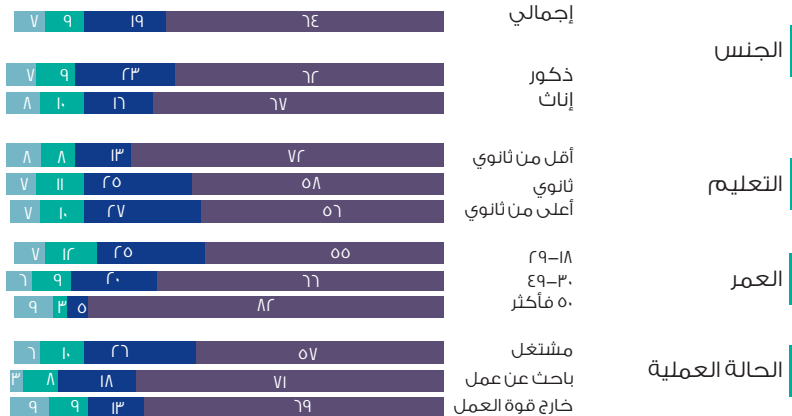
حسب التعليم: ينخفض تكرار مشاهدة التلفزيون مع ارتفاع مستوى التعليم، حيث تصل نسبة من يشاهدون التلفزيون يوميا إلى ٧٢٪ بين الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي (بمتوسط ١١٦ دقيقة يوميا) مقابل ٥٦٪ فقط لأصحاب التعليم أعلى من الثانوي (بمتوسط ٨٤ دقيقة يوميا).

حسب العمر: ترتفع نسبة من يشاهدون التلفزيون يوميا بشكل كبير مع التقدم في العمر، حيث تبلغ النسبة ٨٢٪ (بمتوسط ١٣٣ دقيقة يوميا) بين الأفراد في فئة العمر (٥٠ سنة فأكثر) بزيادة ٢٧ نقطة مئوية عن الشباب في الفئة (١٨-٢٩) سنة (بمتوسط ٩٣ دقيقة يوميا).

حسب الحالة العملية: كانت أكبر نسبة لمشاهدة التلفزيون يوميا بين الباحثين عن عمل (٧١٪) (بمتوسط ١٣٧ دقيقة يوميا)، تليها النسبة بين الأفراد خارج قوة العمل (٦٩٪) (بمتوسط ١١١ دقيقة يوميا)، ثم المشتغلين (٥٧٪) (بمتوسط ٨٤ دقيقة يوميا).

شكل (٥): تكرار مشاهدة التلفزيون (%)

متوسط وقت المشاهدة = ١٠٣ دقيقة يوميا



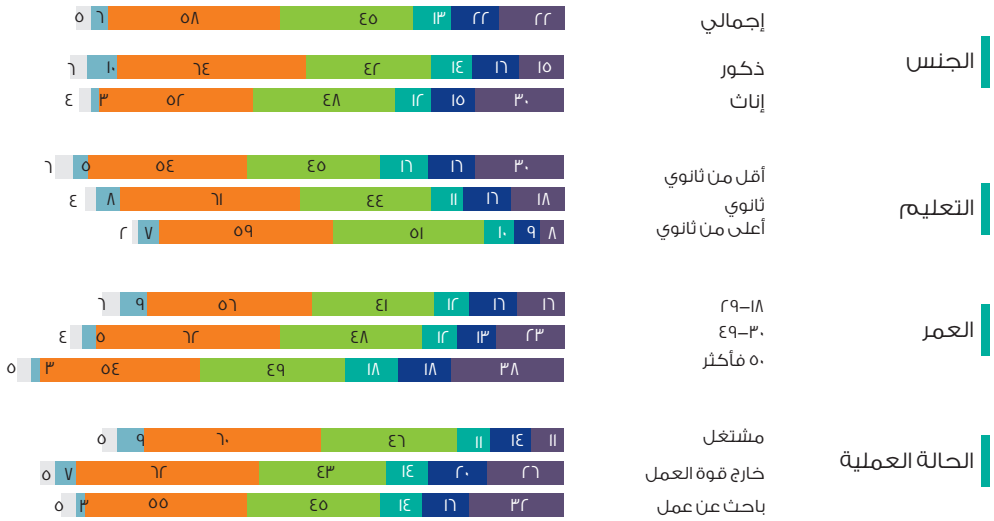
يومية تقريبا / مرة / مرتين في الأسبوع / أقل من ذلك / لا أشاهد التلفزيون

٢- تشمل هذه الفئة ربات البيوت والطلبة المتفرغين والمتقاعدین والعاجزين عن العمل أو الزاهدين وغير الراغبين فيه. * قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠٪ نتيجة التقريب.

٢-٢ أوقات مشاهدة التلفزيون

- أكثر أوقات مشاهدة للتلفزيون هي الفترة ٩-١٢ مساءً (٥٨٪)، تليها الفترة ٦-٩ مساءً (٤٥٪)، ثم الفترة الصباحية قبل ١٢ ظهراً (٢٢٪).
- تزيد نسبة مشاهدة التلفزيون في الفترة الصباحية بين الإناث عن الذكور (٣٠٪ مقابل ١٥٪)، وبين الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي عن أصحاب التعليم أعلى من ثانوي (٣٠٪ مقابل ٨٪)، وبين فئات العمر الأكبر (٣٨٪ لفتة العمر ٥٠ فأكثر، مقابل ١٦٪ لفتة العمر ١٨-٢٩ سنة)، وبين الأفراد الباحثين عن عمل وخارج قوة العمل عن المشتغلين (٢٦٪، ٣٢٪، ١١٪ على الترتيب).
- في المقابل تزيد نسبة المشاهدة في الفترات المتأخرة (بعد ٩ مساءً) بين الذكور عن الإناث، وبين الحاصلين على مستوى ثانوي أو أعلى، وبين فئات العمر الأقل من ٥٠ سنة، وبين الأفراد الباحثين عن عمل.

شكل (٦): أوقات مشاهدة التلفزيون (%)



قبل ١٢ ظهراً ٣-١٢ عصراً ٦-٩ مساءً ٩-١٢ مساءً
 لا توجد أوقات محددة بعد ١٢ مساءً

يسمح بتعدد الإجابات في هذا السؤال ولذلك يمكن أن يزيد المجموع عن ١٠٠٪

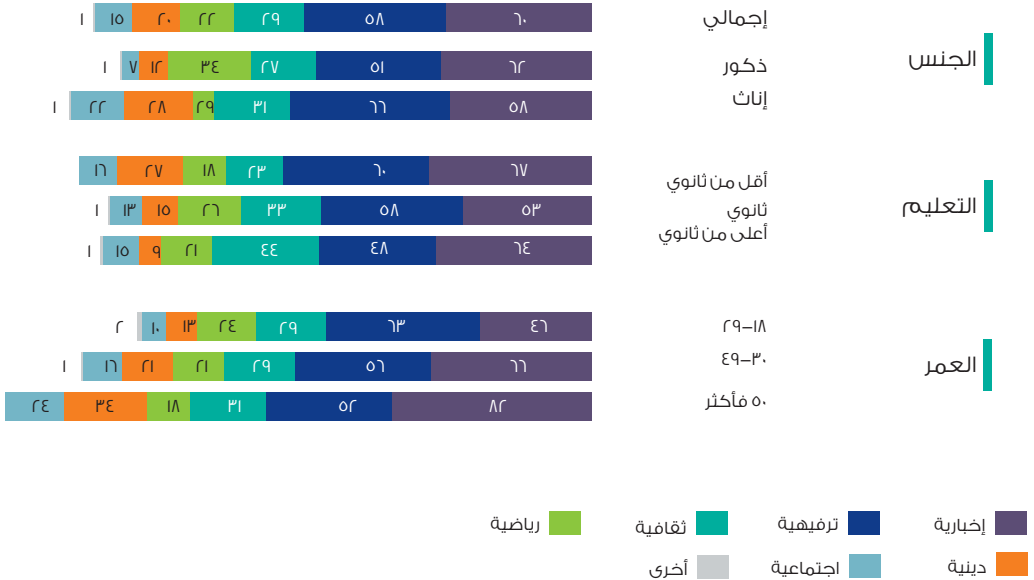
٣-٢ أنواع البرامج التلفزيونية المفضلة

أكثر البرامج التلفزيونية المفضلة هي البرامج الإخبارية، تليها البرامج الترفيهية، والبرامج الثقافية، والرياضية، والدينية، وأخيراً البرامج الاجتماعية.

البرامج الإخبارية هي أكثر أنواع البرامج التلفزيونية التي يفضلها العمانيون (٦٠٪)، وتناقش هذه البرامج الموضوعات السياسية والاقتصادية، تليها البرامج الترفيهية (٥٨٪) وتشمل الأفلام والمسلسلات والبرامج الكوميديّة وغيرها، ثم البرامج الثقافية (٢٩٪)، والرياضية (٢٢٪)، والدينية (٢٠٪)، وأخيراً البرامج الاجتماعية (١٥٪).

- **حسب الجنس:** يزيد تفضيل البرامج الإخبارية والرياضية بين الذكور عن الإناث، بينما تفضل الإناث البرامج الترفيهية والثقافية والدينية والاجتماعية بدرجة أكبر من الذكور.
- **حسب التعليم:** ينخفض تفضيل البرامج الترفيهية والدينية مع ارتفاع مستوى التعليم، بينما يزيد الاهتمام بالبرامج الثقافية بشكل كبير حيث تبلغ نسبة تفضيلها ٤٤٪ بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي وهي تقريبا ضعف النسبة للحاصلين على تعليم أقل من الثانوي.
- **حسب العمر:** يزيد تفضيل البرامج الإخبارية والدينية والاجتماعية بشكل كبير مع التقدم في العمر، بينما يقل الاهتمام بالبرامج الترفيهية والرياضية.

شكل (٧): البرامج المفضلة في التلفزيون (%)

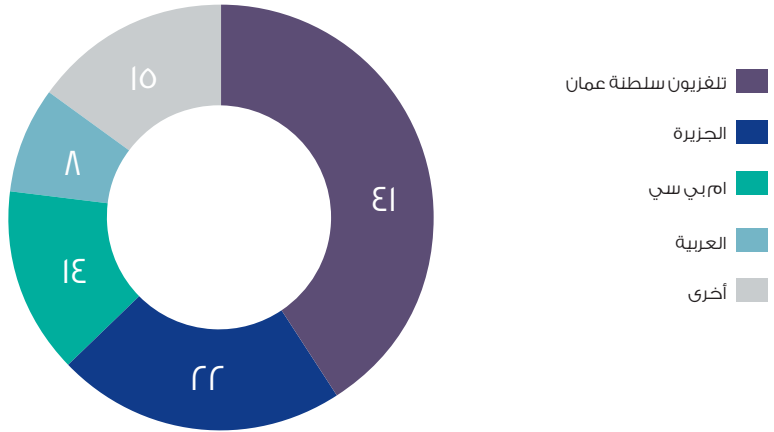


يسمح بتعدد الإجابات في هذا السؤال ولذلك يمكن أن يزيد المجموع عن ١٠٠٪

٢-٤ أفضل القنوات التلفزيونية

- تم سؤال المواطنين العمانيين في العينة عن أفضل القنوات التلفزيونية (العمانية أو غير العمانية) التي تغطي الأخبار بشكل كامل، وبدقة، وحيادية. ويعرض شكل (٨) أفضل القنوات من وجهة نظر المواطنين بالعينة.
- جاء تلفزيون سلطنة عمان (القناة العامة) في المركز الأول، حيث ذكر اثنان من كل خمسة من العمانيين بالعينة (٤١%) أنه أفضل القنوات من حيث تغطية الأخبار بشكل كامل، وبدقة وحيادية.
- جاءت قنوات الجزيرة الإخبارية في المركز الثاني (٢٢%)، وبفارق كبير بعد التلفزيون العماني، تليها قنوات ام بي سي (١٤%)، ثم العربية (٨%)، ثم عدد من القنوات الأخرى (١٥%) والتي حظيت كل منها بنسبة ضئيلة.

شكل (٨): أفضل قناة تلفزيونية لتغطية الأخبار بشكل كامل وبدقة وحيادية (%)



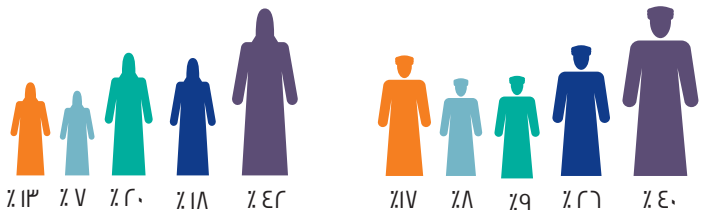
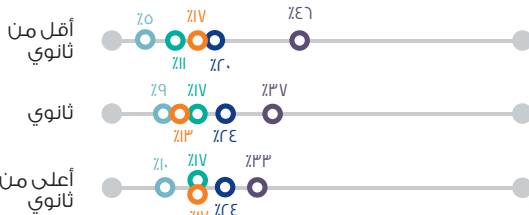
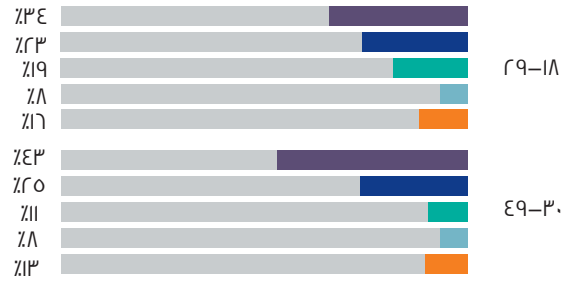
* قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠% نتيجة التقريب.

٢-٥ أفضل القنوات التلفزيونية حسب الخصائص الديموغرافية

- جاء تلفزيون سلطنة عمان في المركز الأول كأفضل القنوات الإخبارية حسب رأي المواطنين بالعينة: الذكور والإناث، و بكل المستويات التعليمية والفئات العمرية، كذلك جاءت قناة العربية في المركز الرابع، بينما تبادلت قنوات الجزيرة وإم بي سي المركزين الثاني والثالث.
- **حسب الجنس:** جاءت قنوات الجزيرة في المركز الثاني كأفضل القنوات الإخبارية (٢٦٪) بالنسبة للذكور، وتلتها إم بي سي في المركز الثالث (٩٪)، أما بالنسبة للإناث فكان المركز الثاني من نصيب قنوات إم بي سي (٢٠٪) ثم قنوات الجزيرة في المركز الثالث (١٨٪).
- **حسب التعليم:** يلاحظ انخفاض نسبة تفضيل التلفزيون العماني (وزيادة تفضيل القنوات الأخرى) قليلاً مع ارتفاع مستوى التعليم، حيث جاء التلفزيون العماني في المركز الأول بنسبة ٤٦٪ بين الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي، بزيادة ١٣ نقطة مئوية عن الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي.
- **حسب العمر:** بشكل عام، ترتفع نسبة تفضيل التلفزيون العماني (وانخفاض تفضيل القنوات الأخرى) مع التقدم في العمر، حيث تبلغ النسبة ٥٢٪ بين الأفراد في فئة العمر ٥٠ سنة فأكثر مقابل ٣٤٪ للشباب الأصغر في العمر (١٨-٢٩) سنة.

شكل (٩): أفضل قناة تلفزيونية إخبارية حسب الخصائص الديموغرافية (%)

تلفزيون سلطنة عمان | الجزيرة | إم بي سي | العربية | أخرى



٣- الإذاعة

٣-١ تكرار الاستماع للإذاعة

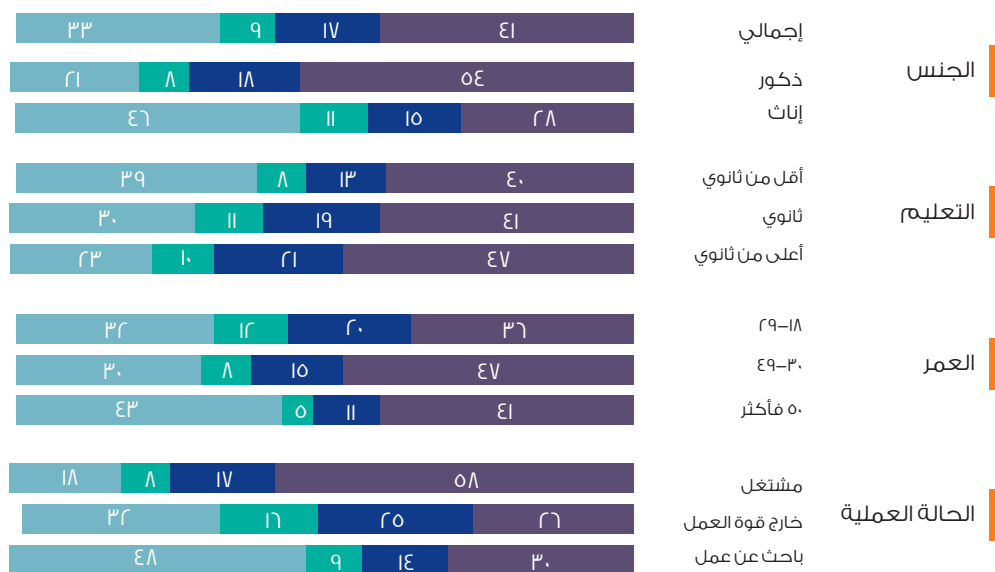
- يستمع اثنان من كل خمسة من العمانيين (٤١٪) إلى الإذاعة يومياً، بينما يستمع ١٧٪ مرة أو مرتين في الأسبوع، و٩٪ أقل من ذلك، في المقابل نجد أن ثلث العمانيين لا يستمعون إلى الإذاعة على الإطلاق، وقد بلغ متوسط وقت الاستماع إلى الإذاعة ساعة وعشرين دقيقة يومياً.
- **حسب الجنس:** الذكور يستمعون للإذاعة أكثر من الإناث، فحوالي ٥٤٪ من الذكور يستمعون للإذاعة يومياً وهي تقريباً ضعف النسبة بين الإناث، وبلغ متوسط وقت الاستماع اليومي للذكور ٩٤ دقيقة مقابل ٦١ دقيقة للإناث.
- **حسب التعليم:** يزيد تكرار سماع الإذاعة بشكل طفيف (ولكن يقل متوسط وقت الاستماع اليومي) مع ارتفاع مستوى التعليم، حيث تصل نسبة من يستمعون للإذاعة يومياً إلى ٤٧٪ بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي (بمتوسط ٥١ دقيقة يومياً) مقابل ٤٠٪ فقط لأصحاب التعليم الأقل من الثانوي (بمتوسط ٩٩ دقيقة يومياً).
- **حسب العمر:** بشكل عام، ترتفع نسبة من يستمعون للإذاعة يومياً قليلاً مع التقدم في العمر، حيث تبلغ النسبة ٣٦٪ بين الشباب في الفئة العمرية (١٨-٢٩) سنة (بمتوسط ٦٣ دقيقة يومياً)، بينما تزيد إلى ٤٧٪ في الفئة العمرية (٣٠-٤٩) سنة (بمتوسط ٨٨ دقيقة يومياً)، و٤١٪ في فئة العمر الأكبر (بمتوسط ١١٤ دقيقة يومياً).
- **حسب الحالة العملية:** تزيد نسبة الاستماع إلى الإذاعة بشكل كبير بين المشتغلين عن الباحثين عن عمل أو خارج قوة العمل، حيث نجد أن اثنين تقريباً من كل خمسة من المشتغلين يستمعون للإذاعة يومياً (بمتوسط ٩٧ دقيقة)، وهي ضعف النسبة بين الباحثين عن عمل (بمتوسط ٥٠ دقيقة يومياً)، وقد يكون السبب في ذلك هو تفضيل الكثيرين لسماع الإذاعة أثناء الذهاب إلى العمل أو الرجوع منه.

اثنان من كل خمسة من العمانيين يستمعون للإذاعة بشكل يومي، وبمعدل ساعة وعشرين دقيقة يومياً.

٣-١ تابع تكرار الاستماع للإذاعة

شكل (١٠): تكرار مشاهدة التلفزيون (%)

متوسط وقت الاستماع = ٨٠ دقيقة يوميا



يوميا تقريبا / مرة / مرتين في الأسبوع أقل من ذلك لا أسمع الإذاعة

* قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠% نتيجة التقريب.

٣-٢ أوقات الاستماع للإذاعة

- أعلى فترات الاستماع للإذاعة هي الفترة الصباحية قبل ١٢ ظهراً، فتقريباً ثلاثة أرباع العمانيين يسمعون الإذاعة في هذه الفترة (ربما أثناء الذهاب إلى العمل) ثم تنخفض نسب الاستماع تدريجياً خلال الفترات التالية بشكل كبير لتصل إلى (٨٪) خلال الفترة ٩-١٢ مساءً، بينما لا تتعدى النسبة ١٪ بعد ١٢ مساءً.
- لا يوجد تفاوت كبير في نسب الاستماع في الفترات المختلفة حسب الجنس أو مستوى التعليم، ولكننا نلاحظ زيادة نسب الاستماع في كل الفترات مع التقدم في العمر، نلاحظ كذلك زيادة نسب الاستماع في الفترات الصباحية (قبل ١٢ ظهراً و ١٢-٣ عصرًا) قليلاً بين المشغولين.

شكل (١١): أوقات الاستماع للإذاعة (%)



قبل ١٢ ظهراً ١٢-٣ عصرًا ٣-٦ مساءً ٦-٩ مساءً ٩-١٢ مساءً

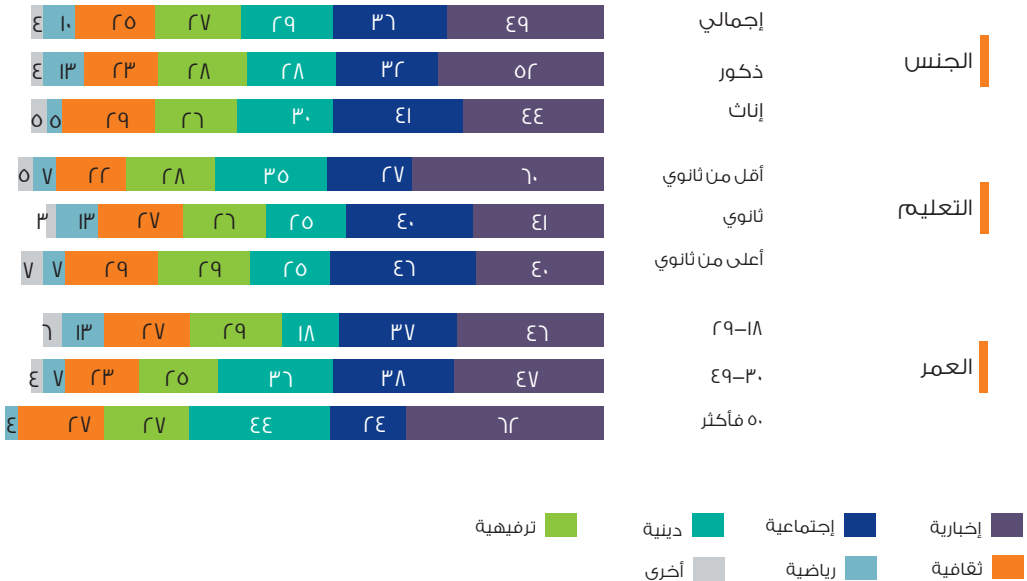
لا توجد أوقات محددة بعد ١٢ مساءً

يسمح بتعدد الإجابات في هذا السؤال ولذلك يمكن أن يزيد المجموع عن ١٠٠٪

٣-٣ البرامج الإذاعية المفضلة

- أكثر أنواع البرامج الإذاعية المفضلة لدى العمانيين هي البرامج الإخبارية (٤٩٪)، تليها البرامج الاجتماعية (٣٦٪)، ثم البرامج الدينية (٢٩٪)، والترفيهية (٢٧٪)، والثقافية (٢٥٪)، وأخيراً البرامج الرياضية (١٠٪).
- **حسب الجنس:** يزيد تفضيل البرامج الإخبارية والترفيهية والرياضية بشكل ملحوظ بين الذكور عن الإناث، بينما تفضل الإناث البرامج الاجتماعية والدينية والثقافية بدرجة أكبر من الذكور.
- **حسب التعليم:** يقل تفضيل البرامج الإخبارية والدينية مع ارتفاع مستوى التعليم بشكل ملحوظ، فمثلاً تبلغ نسبة تفضيل هذين النوعين من البرامج ٦٠٪ و ٣٥٪ على الترتيب بين الحاصلين على تعليم أقل من ثانوي مقابل ٤٠٪ و ٢٥٪ على الترتيب بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي، في المقابل يزيد الاهتمام بالبرامج الاجتماعية والثقافية مع ارتفاع مستوى التعليم.
- **حسب العمر:** يزيد تفضيل البرامج الإخبارية والدينية بشكل كبير مع التقدم في العمر، بينما يقل الاهتمام بالبرامج الاجتماعية والترفيهية والرياضية.

شكل (١٢): البرامج المفضلة في الإذاعة (%)

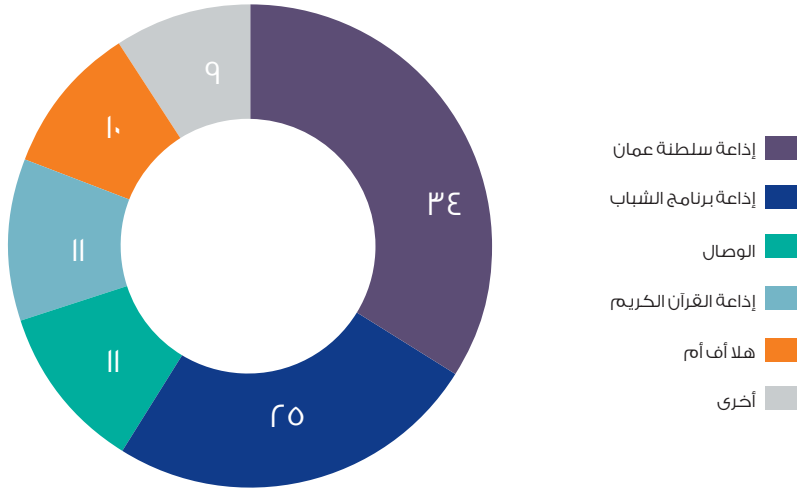


يُسمح بتعدد الإجابات في هذا السؤال ولذلك يمكن أن يزيد المجموع عن ١٠٠٪

٣-٤ أفضل القنوات الإذاعية

- تم سؤال المواطنين العمانيين في العينة عن أفضل القنوات الإذاعية (العمانية أو غير العمانية) التي تغطي الأخبار بشكل كامل، وبدقة، وحيادية، ويعرض شكل (١٣) أفضل القنوات من وجهة نظر العمانيين.
- جاءت إذاعة سلطنة عمان (الإذاعة العامة) في المركز الأول، حيث ذكر ما يقارب ثلث المواطنين بالعينة (٣٤٪) أنها أفضل القنوات الإذاعية من حيث تغطية الأخبار بشكل كامل، وبدقة وحيادية.
- جاءت إذاعة برنامج الشباب في المركز الثاني (٢٥٪)، وتقاسم المركز الثالث قناة الوصال مع إذاعة القرآن الكريم (١١٪ لكل منهما)، ثم هلا أف أم (١٠٪)، ثم عدد من القنوات الأخرى (٩٪) والتي حظيت كل منها بنسبة ضئيلة.

شكل (١٣): أفضل قناة إذاعية (%)

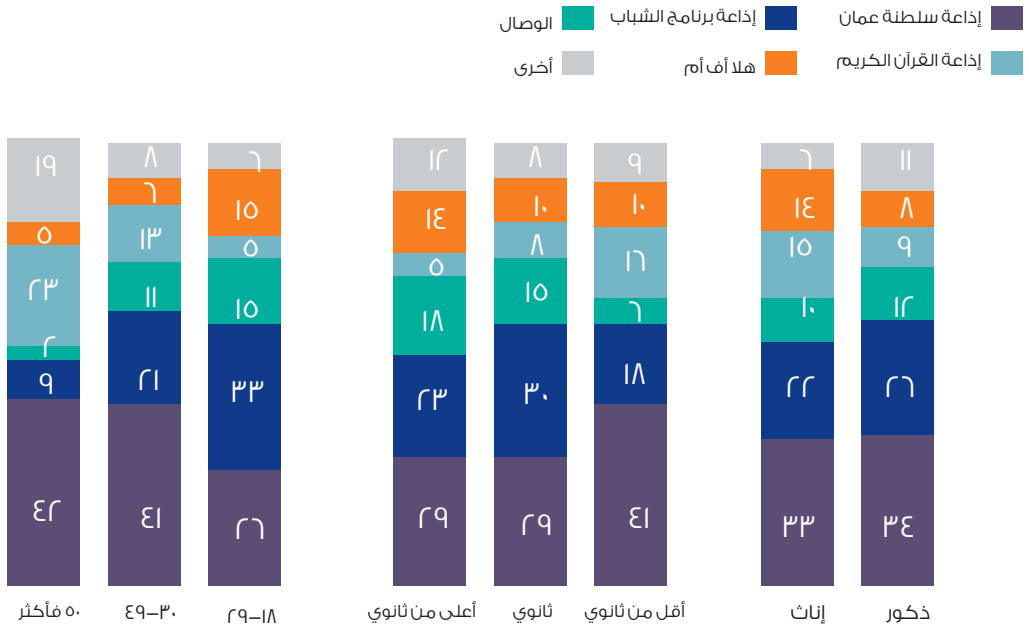


* قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠٪ نتيجة التقريب.

٥-٣ أفضل القنوات الإذاعية حسب الخصائص الديموغرافية

- تبادلت إذاعة سلطنة عمان وبرنامج الشباب المركزيين الأول والثاني للمواطنين في أغلب الخصائص الديموغرافية. جاءت إذاعة سلطنة عمان في المركز الأول بين الذكور والإناث، وبين الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي أو أعلى من الثانوي، وبين فئات العمر ٣٠ سنة فأكثر. في المقابل، جاءت إذاعة برنامج الشباب في المركز الأول بين الحاصلين على تعليم ثانوي، وبين الشباب الأصغر من ٣٠ سنة.
- حسب الجنس:** احتلت إذاعة سلطنة عمان وبرنامج الشباب المركزيين الأول والثاني على الترتيب بالنسبة للذكور والإناث، وجاءت الوصال، وإذاعة القرآن الكريم، وهلا اف ام في المراكز الثلاثة التالية على الترتيب بالنسبة للذكور، بينما كان ترتيب تلك المراكز بالنسبة للإناث هو: إذاعة القرآن الكريم، ثم هلا اف ام، ثم الوصال.
- حسب التعليم:** نلاحظ انخفاض نسبة تفضيل إذاعة سلطنة عمان وإذاعة القرآن الكريم مع ارتفاع مستوى التعليم بينما يزيد تفضيل القنوات الأخرى وخصوصاً الوصال وبرنامج الشباب.
- حسب العمر:** ترتفع نسبة تفضيل الإذاعة العمانية وإذاعة القرآن الكريم (مع انخفاض تفضيل القنوات الأخرى) مع التقدم في العمر.

شكل (١٤): أفضل قناة إذاعية حسب الخصائص الديموغرافية (%)



• قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠٪ نتيجة التقريب.

٤- الجرائد والمجلات المطبوعة

٤-١ تكرار قراءة الجرائد والمجلات المطبوعة

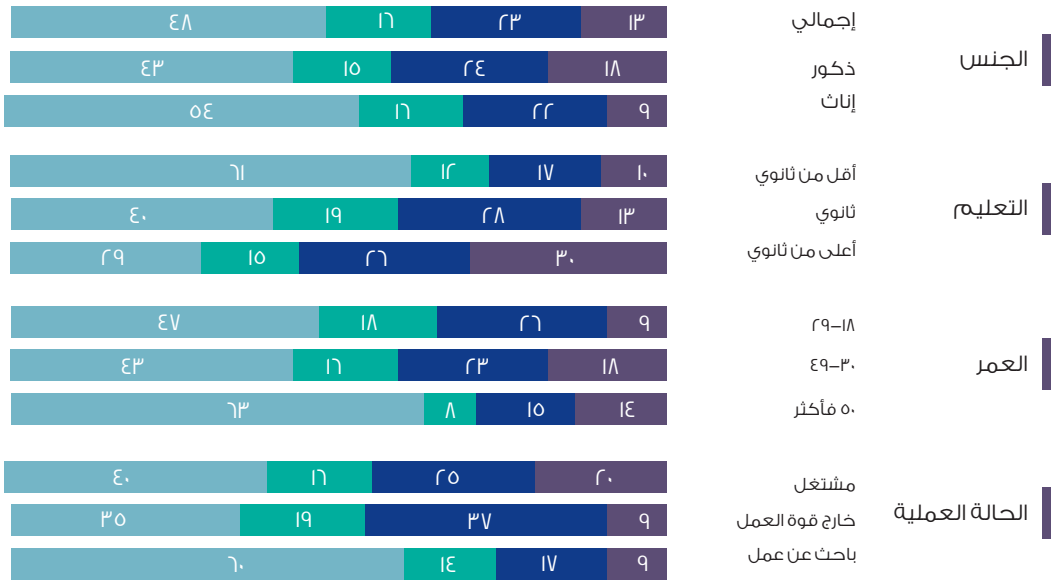
- نصف العمانيين تقريباً (٤٨٪) لا يقرؤون جرائد أو مجلات مطبوعة، بينما يقرأها يومياً ١٣٪، و٢٣٪ يقرؤونها مرة أو مرتين في الأسبوع، و١٦٪ أقل من ذلك، وبلغ متوسط وقت قراءة الجرائد والمجلات أقل من ربع ساعة يومياً.
- **حسب الجنس:** الذكور يقرؤون الجرائد والمجلات المطبوعة بشكل ملحوظ أكثر من الإناث (٥٧٪ مقابل ٤٧٪ على الترتيب)، كذلك نلاحظ أن ١٨٪ من الذكور يقرؤون الجرائد والمجلات يومياً (بمتوسط ١٦ دقيقة) وهي ضعف النسبة بين الإناث (بمتوسط ١٠ دقائق يومياً).
- **حسب التعليم:** يزيد تكرار قراءة الجرائد والمجلات المطبوعة بشكل كبير مع ارتفاع مستوى التعليم، حيث تصل نسبة من يقرؤون الجرائد والمجلات المطبوعة يومياً إلى ٣٠٪ بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي (بمتوسط ١٩ دقيقة)، وهي ثلاثة أضعاف النسبة بين أصحاب التعليم الأقل من الثانوي (بمتوسط ١٠ دقائق يومياً).
- **حسب العمر:** بشكل عام، تنخفض نسبة من يقرؤون الجرائد والمجلات المطبوعة مع التقدم في العمر فتصل إلى ٥٣٪ بين الشباب في الفئة العمرية (٢٩-١٨) سنة، مقابل ٣٧٪ فقط بين الأفراد في فئة العمر ٥٠ سنة فأكثر. كذلك نلاحظ أن أعلى نسب القراءة اليومية توجد في فئة العمر الوسطى (٣٠-٤٩) سنة (بمتوسط ١٥ دقيقة يومياً) وأدناها في الفئة الأصغر (٢٩-١٨) سنة (بمتوسط ١١ دقيقة يومياً).
- **حسب الحالة العملية:** أعلى نسب قراءة الجرائد والمجلات المطبوعة كانت بين الباحثين عن عمل (٦٥٪)، يليهم المشتغلون (٦١٪)، ثم الأفراد خارج قوة العمل (٤٠٪). ولكن بالنظر إلى المواظبة اليومية على القراءة نجد أن واحداً من كل خمسة من المشتغلين يقرأ الجرائد والمجلات المطبوعة يومياً (بمتوسط ١٦ دقيقة)، وهي أكبر من ضعف النسبة بين الفئتين الأخريين (٩٪) (بمتوسط ١١ دقيقة يومياً).

نصف العمانيين لا يقرؤون الجرائد أو المجلات المطبوعة، ويبلغ معدل القراءة أقل من ربع ساعة يومياً.

تابع ٤-١ تكرار قراءة الجرائد والمجلات المطبوعة

شكل (١٥): تكرار قراءة الجرائد والمجلات المطبوعة (%)

متوسط وقت القراءة = ١٣ دقيقة يوميا



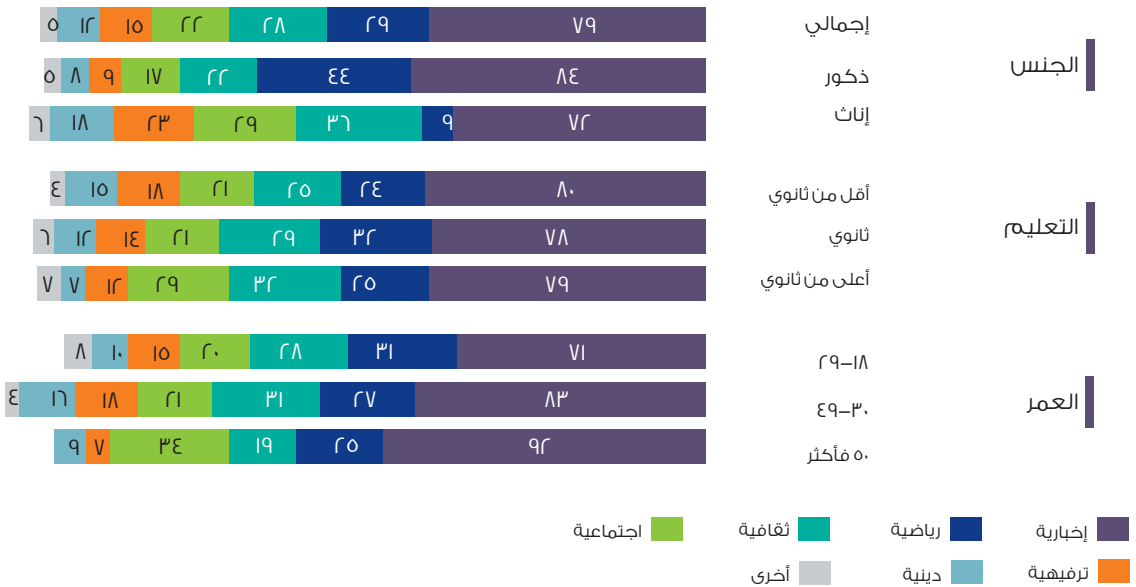
يومية تقريبا / مرة / مرتين في الأسبوع / أقل من ذلك / لا أقرأ الجرائد والمجلات المطبوعة

* قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠ نتيجة التقريب.

٤-٢ الموضوعات المفضلة في الجرائد والمجلات المطبوعة

- أكثر الموضوعات المفضلة في الجرائد والمجلات المطبوعة هي الموضوعات الإخبارية (٧٩٪)، تليها الموضوعات الرياضية (٢٩٪)، ثم الثقافية (٢٨٪)، والترفيهية (١٥٪)، ثم الدينية (١٢٪).
- **حسب الجنس:** يزيد تفضيل الموضوعات الإخبارية والرياضية بشكل كبير بين الذكور عن الإناث، بينما تفضل الإناث باقي الموضوعات الثقافية والاجتماعية والترفيهية والدينية بدرجة أكبر من الذكور.
- **حسب التعليم:** يزيد تفضيل الموضوعات الثقافية والاجتماعية مع ارتفاع مستوى التعليم، فمثلاً تبلغ نسبة تفضيل هذين النوعين من الموضوعات ٣٢٪ و ٢٩٪ (على الترتيب) بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي مقابل ٢٥٪ و ٢١٪ (على الترتيب) بين الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي، في المقابل يقل الاهتمام بالموضوعات الترفيهية والدينية مع ارتفاع مستوى التعليم.
- **حسب العمر:** يزيد تفضيل الموضوعات الإخبارية والاجتماعية بشكل كبير مع التقدم في العمر، بينما يقل الاهتمام بالبرامج الرياضية والثقافية والترفيهية.

شكل (١٦): الموضوعات المفضلة في الجرائد والمجلات المطبوعة (%)



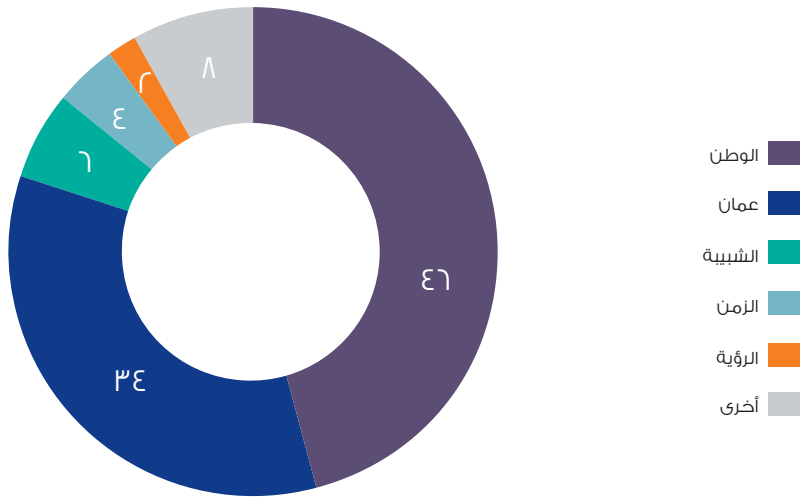
يسمح بتعدد الإجابات في هذا السؤال ولذلك يمكن أن يزيد المجموع عن 100٪

٤-٣ أفضل الجرائد والمطبوعات

جريدة الوطن هي أفضل الجرائد والمجلات، تليها جريدة عمان، ثم الشبيبة، ثم الزمن، والرؤية.

- تم سؤال المواطنين في عينة الاستطلاع عن أفضل الجرائد والمجلات المطبوعة التي تغطي الأخبار بشكل كامل، وبدقة، وحيادية. ويعرض شكل (١٧) أفضل الجرائد والمجلات المطبوعة من وجهة نظر العمانيين بالعينة.
- جاءت جريدة الوطن في المركز الأول، وبفارق كبير عن من يليها، حيث ذكر ما يقارب نصف المواطنين المستطلعة آراءهم (٤٦٪) أنها أفضل مصدر للصحافة المطبوعة من حيث تغطية الأخبار بشكل كامل، وبدقة وحيادية.
- في المركز الثاني جاءت جريدة عمان (٣٤٪)، ثم يليها بفارق كبير جريدة الشبيبة (٦٪)، ثم الزمن (٤٪)، والرؤية (٢٪)، ثم عدد من الجرائد والمجلات الأخرى (٨٪) والتي حصلت كل منها على نسبة قليلة.

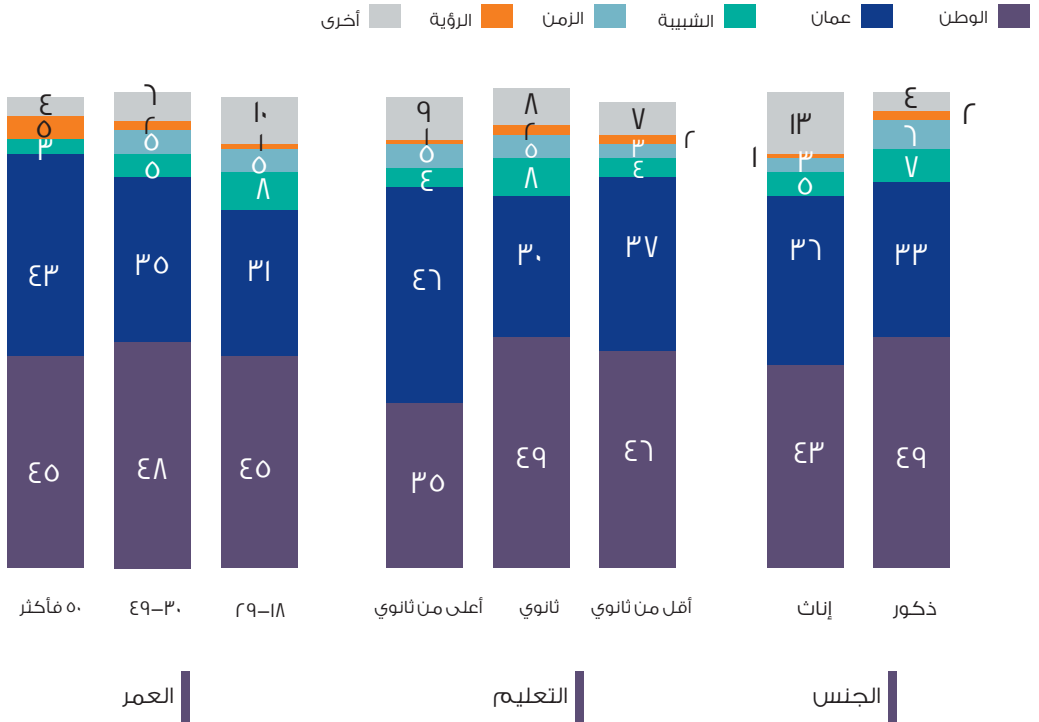
شكل (١٧): أفضل الجرائد والمجلات المطبوعة (%)



٤-٤ أفضل الجرائد والمجلات المطبوعة حسب الخصائص الديموغرافية

- لم يختلف ترتيب أفضل الجرائد والمجلات المطبوعة كثيراً حسب الخصائص الديموغرافية للمواطنين بعينة الاستطلاع، فقد جاءت جريدتا الوطن وعمان في المركزين الأول والثاني على الترتيب في أغلب الخصائص الديموغرافية، وتلاههما بفارق كبير وعلى الترتيب جريدة الشبيبة، ثم الزمن، ثم الرؤية.
- **حسب التعليم:** توجد بعض الاستثناءات البسيطة عن هذا النمط العام، فعلى سبيل المثال احتلت جريدة عمان المركز الأول (٤٦٪) بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي وجاءت الوطن في المركز الثاني (٣٥٪)، بينما جاءت الزمن في المركز الثالث (٥٪) والشبيبة في المركز الرابع (٤٪).
- **حسب الجنس:** على الرغم من عدم اختلاف ترتيب الجرائد المفضلة بين الذكور والإناث، إلا أن الإناث يفضلن جريدة عمان بشكل أكبر قليلاً من الذكور (٣٦٪ مقابل ٣٣٪ على الترتيب)، بينما يفضل الذكور جرائد الوطن والشبيبة والزمن والرؤية أكثر قليلاً من الإناث.
- **حسب العمر:** ترتفع نسبة تفضيل جريدتي عمان والرؤية (٤٣٪ و ٥٪ على الترتيب) قليلاً بين الأفراد الأكبر سنًا (٥٠ سنة فأكثر) عن الأفراد الأصغر، مقابل انخفاض بسيط في نسبة تفضيل جريدة الشبيبة وعدم ذكر جريدة الزمن كتفضيل أول على الإطلاق.

شكل (١٨): الجرائد والمجلات المطبوعة المفضلة حسب الخصائص الديموغرافية (%)



• قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠٪ نتيجة التقريب.

٥- المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت

٥-١ تكرار زيارة المواقع الإخبارية

ثلث العمانيين تقريباً يتابعون المواقع الإخبارية على الانترنت بدرجات متفاوتة، وبمعدل ٤٨ دقيقة تقريباً.

- ٣ أفراد من كل ١٠ من العمانيين تقريباً يتابعون المواقع الإخبارية على الانترنت، حيث يتابعها ١٣٪ يومياً، و١١٪ مرة أو مرتين في الأسبوع، و ٧٪ أقل من ذلك، في المقابل نجد أن ٦٩٪ من العمانيين لا يتابعون تلك المواقع الإخبارية على الإطلاق، وقد بلغ متوسط وقت متابعة المواقع الإخبارية ٤٨ دقيقة يومياً.
- **حسب الجنس:** الذكور أكثر تردداً على المواقع الإخبارية من الإناث، فحوالي ٣٦٪ من الذكور يتابعون تلك المواقع مقابل ٢٥٪ للإناث، كذلك نجد أن ١٧٪ من الذكور يتابعون المواقع الإخبارية يومياً (بمتوسط ٥٩ دقيقة) وهي تقريباً ضعف النسبة بين الإناث (بمتوسط ٣٢ دقيقة يومياً).
- **حسب التعليم:** يزيد تكرار متابعة المواقع الإخبارية بشكل كبير مع ارتفاع مستوى التعليم، حيث تصل نسبة من يزورون تلك المواقع يومياً إلى ٢٦٪ بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي (بمتوسط ٦٠ دقيقة يومياً) وهي تقترب من أربعة أضعاف النسبة بين أصحاب التعليم الأقل من الثانوي (٧٪) (بمتوسط ٣١ دقيقة يومياً).
- **حسب العمر:** بشكل عام، تنخفض نسبة من يزورون المواقع الإخبارية مع التقدم في العمر، فتصل النسبة إلى ١٤٪ بين الأفراد في فئة العمر ٥٠ سنة فأكثر (بمتوسط ٣٥ دقيقة يومياً) مقابل ٣٧٪ بين الشباب أقل من ٣٠ سنة (بمتوسط ٥٣ دقيقة يومياً).

شكل (١٩): تكرار زيارة المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت (%)

متوسط وقت متابعة المواقع الاخبارية = ٤٨ دقيقة يومياً



يوميًا تقريباً مرة / مرتين في الأسبوع أقل من ذلك لا أتابع المواقع الاخبارية

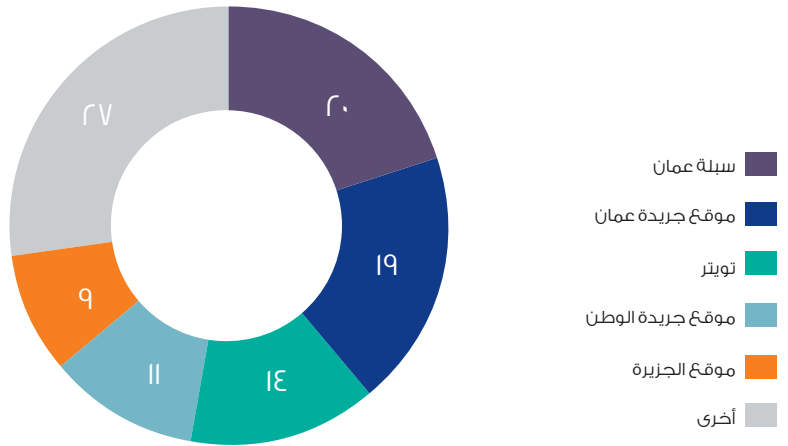
قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠٪ نتيجة التقريب.

٢-٥ أفضل المواقع الإخبارية

سبلة عمان هو أفضل المواقع الإخبارية، يليه موقع جريدة عمان، ثم تويتر، ثم موقع الوطن، والجزيرة.

- جاء موقع سبلة عمان في المركز الأول كأفضل المواقع الإخبارية من وجهة نظر المواطنين في عينة الاستطلاع، حيث ذكر ٢٠٪ من المواطنين أنه الموقع الأفضل في تغطية الأخبار بشكل كامل، وبدقة وحيادية.
- في المركز الثاني، وبفارق ضئيل عن الأول، جاء موقع جريدة عمان (١٩٪)، ثم يليه موقع التواصل الاجتماعي تويتر (١٤٪) والذي يستخدمه البعض كموقع إخباري، ثم موقع جريدة الوطن (١١٪)، وموقع الجزيرة (٩٪)، ثم عدد كبير من المواقع الأخرى (٢٧٪) والذي حصل كل منهم على نسبة قليلة.

شكل (٢٠): أفضل المواقع الإخبارية (%)

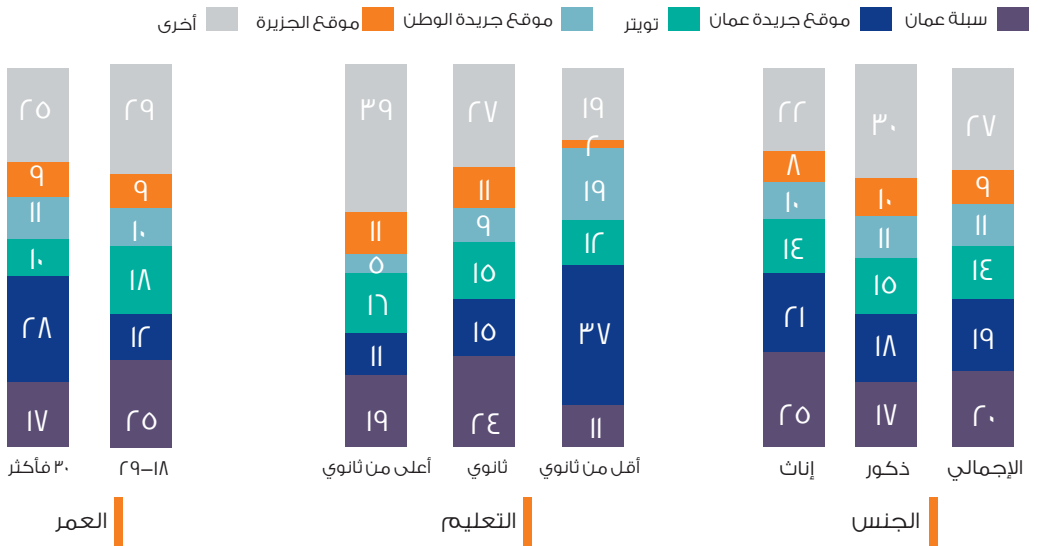


• قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠٪ نتيجة التقريب.

٣-٥ أفضل المواقع الإخبارية حسب الخصائص الديموغرافية

- اختلف ترتيب أفضل المواقع الإخبارية إلى حد كبير بين الشرائح الديموغرافية والاجتماعية للمواطنين بعينة الاستطلاع، وتبادل موقع سبلة عمان المركزين الأول والثاني مع موقع جريدة عمان في أغلب الشرائح.
- **حسب الجنس:** كان موقع جريدة عمان هو الأفضل بين الذكور (١٨٪) بينما جاءت سبلة عمان في المركز الثاني بفارق ضئيل (١٧٪)، وفي المراكز التالية جاء تويتر، ثم موقع جريدة الوطن، والجزيرة. أما بالنسبة للإناث، فقد جاءت السبلة في المركز الأول (٢٥٪) ثم موقع جريدة عمان (٢١٪) في المركز الثاني، ثم باقي المواقع بنفس الترتيب للذكور.
- **حسب التعليم:** حصل موقع جريدة عمان على المركز الأول بين الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي (٣٧٪) وبفارق كبير عن موقع جريدة الوطن (١٩٪) الذي جاء في المركز الثاني (وهو أفضل مركز يحققه)، وجاء تويتر في المركز الثالث، بينما تراجعت سبلة عمان إلى المركز الرابع (وهو أسوأ مركز يحققه)، وخامساً جاء موقع الجزيرة. تغيرت التفضيلات مع ارتفاع مستوى التعليم، حيث عادت سبلة عمان إلى المركز الأول بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي، ثم تويتر في المركز الثاني، ثم تقاسم موقع جريدة عمان المركز الثالث مع الجزيرة، وموقع جريدة الوطن في المركز الخامس.
- **حسب العمر:** جاء موقع جريدة عمان في المركز الأول (٢٨٪) بين الأفراد الأكبر في فئة العمر ٣٠ سنة فأكثر، يليه سبلة عمان (١٧٪)، ثم جريدة الوطن (١١٪)، ثم تويتر، والجزيرة، في المقابل حصلت السبلة على المركز الأول (٢٣٪) بين الأفراد في العمر (١٨-٢٩) سنة، وجاء تويتر في المركز الثاني (١٨٪)، ثم موقع جريدة عمان، ثم موقع جريدة الوطن، ثم موقع الجزيرة.

شكل (٢١): المواقع الإخبارية المفضلة حسب الخصائص الديموغرافية (%)



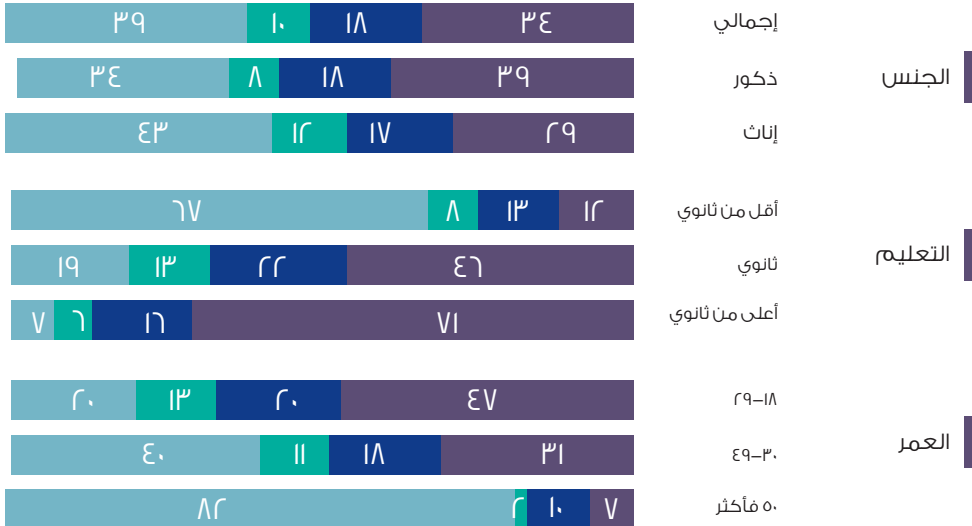
• قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠٪ نتيجة التقريب.

٦- الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي

٦-١ تكرار استخدام الانترنت

- ٣ أفراد من كل ٥ من العمانيين تقريباً يستخدمون شبكة الانترنت للتصفح، حيث يستخدمها ٣٤٪ يومياً، و١٨٪ مرة أو مرتين في الأسبوع، و١٠٪ أقل من ذلك، في المقابل نجد أن ٣٩٪ من العمانيين لا يستخدمون الانترنت على الإطلاق.
- **حسب الجنس:** يستخدم الذكور الانترنت أكثر من الإناث، فحوالي ٦٥٪ من الذكور يستخدمون الانترنت مقابل ٥٨٪ للإناث، كذلك نجد أن ٣٩٪ من الذكور يستخدمون الانترنت يومياً مقابل ٢٩٪ للإناث.
- **حسب التعليم:** يزيد استخدام الانترنت بشكل كبير مع ارتفاع مستوى التعليم، حيث تصل نسبة من يستخدمون الانترنت يومياً إلى ٧١٪ بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي وهي تقريباً ستة أضعاف النسبة بين أصحاب التعليم الأقل من الثانوي.
- **حسب العمر:** تزيد نسبة استخدام الانترنت بشكل كبير بين الشباب الأصغر سناً وتقل تدريجياً مع التقدم في العمر، فتصل نسبة استخدام الانترنت يومياً إلى ٤٧٪ بين الشباب في الفئة العمرية (١٨-٢٩) سنة، وهي تقريباً سبعة أمثال النسبة بين الأفراد في فئة العمر ٥٠ سنة فأكثر.

شكل (٢٢): تكرار استخدام الانترنت (%)



■ يوميًا تقريباً ■ مرة / مرتين في الأسبوع ■ أقل من ذلك ■ لا أستخدم الانترنت

• قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠٪ نتيجة التقريب.

٢-٦ تكرار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

نصف العمانيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، ويبلغ معدل الاستخدام ساعتين يومياً.

• نصف العمانيين تقريباً (٤٨٪) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مثل: يوتيوب، انستجرام، المنديات، فيسبوك، تويتر، جوجل بلس، صفحات الرأي الخاصة (بلوجز)، لينكد إن، وغيرها، حيث يتابعها ٢٩٪ يومياً، و١١٪ مرة أو مرتين في الأسبوع، و ٨٪ أقل من ذلك، في المقابل نجد أن ٥٢٪ من العمانيين لا يتابعون تلك المواقع على الإطلاق، وقد بلغ متوسط وقت متابعة مواقع التواصل الاجتماعي حوالي ساعتين دقيقة يومياً.

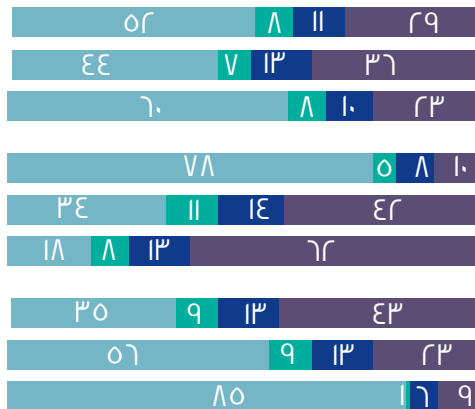
• **حسب الجنس:** الذكور أكثر تردداً على مواقع التواصل الاجتماعي من الإناث، فحوالي ٥٦٪ من الذكور يتابعون تلك المواقع مقابل ٤١٪ للإناث، كذلك نجد أن ٣٦٪ من الذكور يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي يومياً (بمتوسط ١٣٦ دقيقة) مقابل ٢٣٪ من الإناث (بمتوسط ٩٢ دقيقة يومياً).

• **حسب التعليم:** يزيد تكرار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير مع ارتفاع مستوى التعليم، حيث تصل نسبة من يتابعونها يومياً إلى ٦٢٪ بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي (بمتوسط ١٤٥ دقيقة يومياً)، وهي أكثر من ستة أضعاف النسبة بين الحاصلين على تعليم أقل من ثانوي (بمتوسط ٥٧ دقيقة يومياً).

• **حسب العمر:** تنخفض نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير مع التقدم في العمر، فتصل النسبة إلى ٦٥٪ بين الشباب أقل من ٣٠ سنة، وهي أكثر من أربعة أضعاف النسبة بين الأفراد في فئة العمر ٥٠ سنة فأكثر، ويبلغ متوسط وقت المتابعة اليومية لمواقع التواصل الاجتماعي ١٤٠ دقيقة بين الشباب أقل من ٣٠ سنة، مقابل ٩٠ دقيقة للأفراد في منتصف العمر (٣٠-٤٩ سنة)، و٤٦٠ دقيقة للأكبر سناً (٥٠ سنة فأكثر).

شكل (٢٣): تكرار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (%)

متوسط وقت الاستخدام = ١١٨ دقيقة يومياً



يومياً تقريباً / مرة / مرتين في الأسبوع / أقل من ذلك / لا أستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

* قد يختلف مجموع النسب في بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠٪ نتيجة التقريب.

٦-٣ أوقات متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

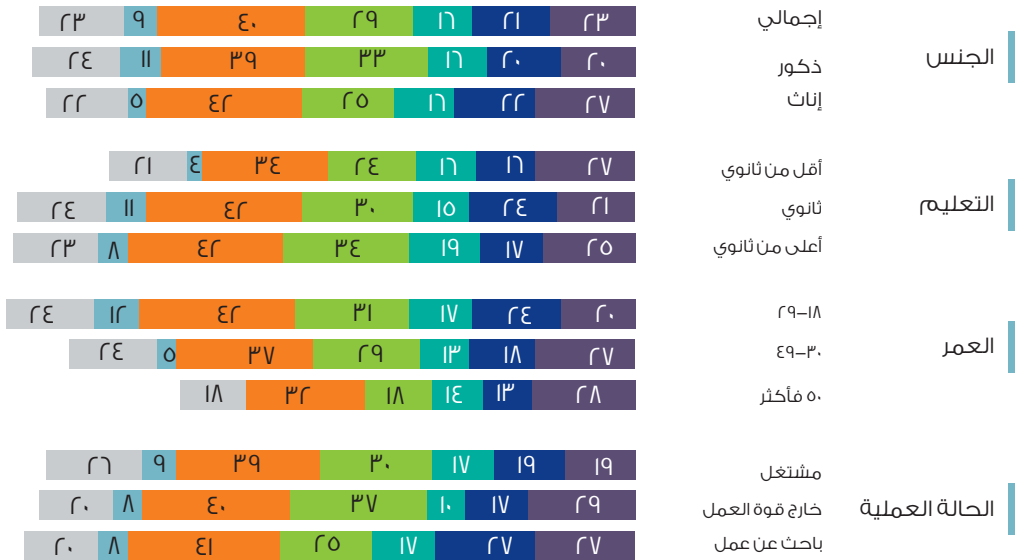
أعلى فترات متابعة مواقع التواصل الاجتماعي هي ٩-١٢ مساءً، تليها الفترة ٦-٩ مساءً.

تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في كل فترات اليوم، وأعلى فترة لمتابعة تلك المواقع هي ٩-١٢ مساءً (٤٠٪)، تليها الفترة ٦-٩ مساءً (٢٩٪)، ثم الفترة الصباحية قبل ١٢ ظهراً (٢٣٪)، كما أن هناك نسبة كبيرة من المواطنين (٢٣٪) ذكروا أنه لا توجد أوقات معينة للمتابعة.

تزيد نسبة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الصباحية بين الإناث عن الذكور (٢٧٪ مقابل ٢٠٪)، وبين الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي عن أصحاب التعليم الثانوي أو أعلى من ثانوي (٢٧٪ مقابل ٢١٪ و ٢٥٪ على الترتيب)، وبين فئات العمر الأكبر عن الأصغر (٢٨٪ لفئة العمر ٥٠ فأكثر، مقابل ٢٠٪ لفئة العمر ١٨-٢٩ سنة)، وبين الأفراد الباحثين عن عمل وخارج قوة العمل عن المشتغلين (٢٧٪، ٢٧٪، ١٩٪ على الترتيب).

في المقابل تزيد نسبة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في الفترات المسائية (بعد ٦ مساءً) بين الذكور عن الإناث، وبين الحاصلين على مستوى ثانوي أو أعلى، وبين فئات العمر الأقل من ٥٠ سنة، وبين الأفراد الباحثين عن عمل.

شكل (٢٤): أوقات متابعة مواقع التواصل الاجتماعي (%)



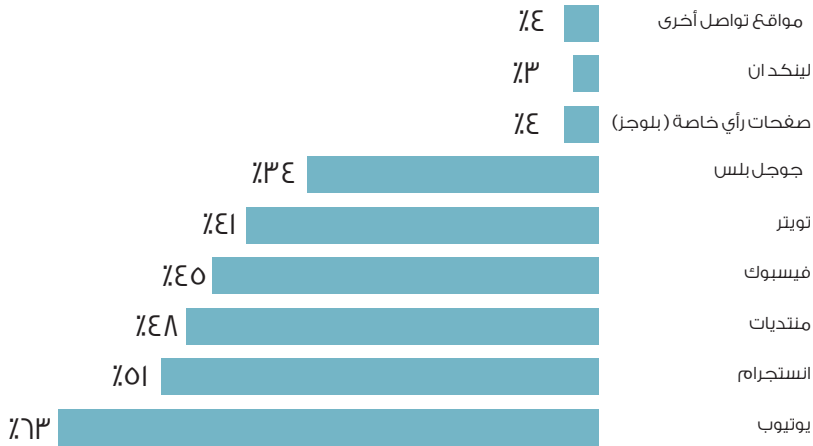
قبل ١٢ ظهراً ١٢-٣ عصرًا ٣-٦ مساءً ٦-٩ مساءً ٩-١٢ مساءً
لا توجد أوقات محددة بعد ١٢ مساءً

يسمح بتعدد الإجابات في هذا السؤال ولذلك يمكن أن يزيد المجموع عن ١٠٠٪

٦-٤ مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة

- جاء موقع يوتيوب في المركز الأول لمواقع التواصل الاجتماعي المفضلة، حيث ذكر ما يقارب ثلثي المواطنين في العينة (٦٣٪) أنهم يستخدمونه.
- في المركز الثاني جاء موقع انستجرام (٥١٪)، ثم يليه المنتديات الإلكترونية (مثل سبلة عمان، ومجلس عمان، وغيرها) (٤٨٪)، ثم فيسبوك (٤٥٪)، ثم تويتر (٤١٪)، ثم جوجل بلس (٣٤٪)، ويأتي بعدها بنسب قليلة صفحات الرأي الخاصة (بلوجز) (٤٪)، ثم لينكد إن (٣٪)، ثم عدد من المواقع الأخرى (٤٪) والتي حصلت كل منها على نسبة ضئيلة جداً.

شكل (٢٥): مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة (%)

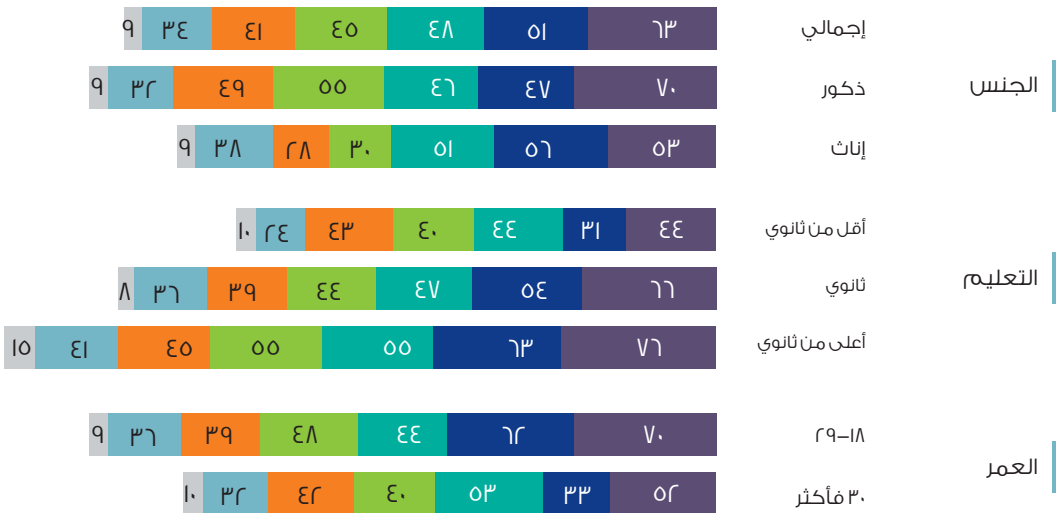


* يسمح بتعدد الإجابات في هذا السؤال ولذلك يمكن أن يزيد المجموع عن ١٠٠٪.

٦-٥ مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة حسب الخصائص الديموغرافية

- يختلف ترتيب أفضل مواقع التواصل الاجتماعي كثيراً حسب الخصائص الديموغرافية للمواطنين بعينة الاستطلاع.
- **حسب الجنس:** كان موقع يوتيوب هو الأفضل بين الذكور (٧٠٪) بينما جاء فيسبوك في المركز الثاني بفارق كبير (٥٥٪)، وتويتر في المركز الثالث (٤٩٪). أما بالنسبة للإناث، فقد جاء انستجرام في المركز الأول (٥٦٪)، ثم يوتيوب في المركز الثاني (٥٣٪)، والمنتديات في المركز الثالث (٥١٪).
- **حسب التعليم:** تقاسم موقع يوتيوب والمنتديات المركز الأول بين الحاصلين على تعليم أقل من الثانوي (٤٤٪ لكل منهما)، ثم جاء تويتر في المركز الثالث (٤٣٪)، ثم فيسبوك (٤٠٪). تغيرت التفضيلات مع ارتفاع مستوى التعليم، حيث عاد يوتيوب إلى المركز الأول بين الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي (٧٦٪)، ثم انستجرام في المركز الثاني (٦٣٪)، ثم تقاسم فيسبوك مع المنتديات المركز الثالث (٥٥٪ لكل منهما).
- **حسب العمر:** جاءت المنتديات في المركز الأول (٥٣٪) بين الأفراد في فئة العمر ٣٠ سنة فأكثر، يليها يوتيوب (٥٢٪)، ثم تويتر (٤٢٪)، ثم فيسبوك (٤٠٪)، في المقابل حصل يوتيوب على المركز الأول (٧٠٪) بين الأفراد في العمر (١٨-٢٩) سنة، وجاء انستجرام في المركز الثاني (٦٢٪)، ثم فيسبوك (٤٨٪)، ثم المنتديات (٤٤٪).

شكل (٦٦): مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة حسب الخصائص الديموغرافية (%)



يوتيوب انستجرام منتديات فيسبوك
تويتر جوجل بلس مواقع تواصل أخرى

يسمح بتعدد الإجابات في هذا السؤال ولذلك يمكن أن يزيد المجموع عن ١٠٠٪

٦-٦ استخدام تطبيق واتس آب

- أصبح تطبيق واتس اب (WhatsApp) أحد وسائل التواصل الهامة، ولذلك كان من الضروري السؤال عن انتشار استخدامه بين العمانيين.
- ٨ أفراد من كل ١٠ من العمانيين تقريباً (٨٢٪) يستخدمون تطبيق واتس اب، حيث يستخدمه ٧٧٪ يومياً، و٣٪ مرة أو مرتين في الأسبوع، و٢٪ أقل من ذلك، في المقابل نجد أن ١٨٪ من العمانيين لا يستخدمون التطبيق على الإطلاق.
- **حسب الجنس:** يستخدم الذكور تطبيق واتس اب أكثر قليلاً من الإناث (٨٥٪ مقابل ٧٩٪ على الترتيب)، كذلك نجد أن ٨٠٪ من الذكور يستخدمونه يومياً مقابل ٧٤٪ للإناث.
- **حسب التعليم:** يزيد استخدام تطبيق واتس اب بشكل كبير مع ارتفاع مستوى التعليم، حيث تصل نسبة من يستخدمون التطبيق يومياً إلى ٩٧٪ من الحاصلين على تعليم أعلى من الثانوي وهي أعلى كثيراً من النسبة بين أصحاب التعليم الأقل من الثانوي (٥٦٪).
- **حسب العمر:** تزيد نسبة استخدام تطبيق واتس اب بشكل كبير بين الشباب الأصغر سناً وتقل تدريجياً مع التقدم في العمر، فتصل نسبة استخدام التطبيق يومياً إلى ٩٤٪ بين الشباب في الفئة العمرية (١٨-٢٩) سنة، أي أقل قليلاً من ثلاثة أمثال النسبة بين الأفراد في فئة العمر ٥٠ سنة فأكثر (٣٤٪).

شكل (٢٧): تكرار استخدام تطبيق واتس آب (%)



يومية تقريباً / مرة / مرتين في الأسبوع أقل من ذلك لا أستخدمه مواقع التواصل الاجتماعي

* قد يختلف مجموع النسب فمثلاً بعض الأشكال التوضيحية عن ١٠٠٪ نتيجة التقريب.

الملحق الفني: المنهجية

- تم جمع بيانات الاستطلاع خلال الفترة من ١٥ حتى ٢١ ديسمبر ٢٠١٤م عن طريق المقابلات عبر الهاتف (الثابت والمحمول)، ووفق استبيان إلكتروني (Computer Assisted Telephone Interviewing, CATI)
- بلغ حجم العينة ١٤٠٥ مواطناً عمانياً في فئة العمر ١٨ سنة فأكثر، شملت جميع محافظات السلطنة، ومختلف المستويات التعليمية والفئات العمرية والذكور والإناث.
- تم حساب الأوزان الترجيحية للعينة بحيث تماثل توزيعات المتغيرات الديموغرافية والاجتماعية الأساسية: المحافظة، الجنس، المستوى التعليمي (أقل من الثانوي – ثانوي – أعلى من الثانوي)، العمر (١٨ – ٢٩ سنة، ٣٠ – ٤٩ سنة، ٥٠ سنة فأكثر) على مستوى السلطنة بناءً على نتائج تعداد ٢٠١٠.

صياغة الأسئلة الخاصة بالمؤشرات:

- تم صياغة الأسئلة التي تمكن من حساب المؤشرات المختلفة (بحيث كانت الإجابات المحتملة هي: جيد جداً – جيد – متوسط – ضعيف – ضعيف جداً – لا أعرف) كما يلي:
- **المؤشر العام للثقة في وسائل الإعلام:** بشكل عام، ما هو تقييمك لوسائل الإعلام – مثل التلفزيون والراديو والصحف – من حيث تغطية الأخبار بشكل كامل، وبدقة، وحيادية؟
- **مؤشر الثقة في التلفزيون العماني:** بشكل عام، ما هو تقييمك للتلفزيون العماني من حيث تغطية الأخبار بشكل كامل، وبدقة، وحيادية؟
- **مؤشر الثقة في الإذاعة العمانية:** بشكل عام، ما هو تقييمك للقنوات الإذاعية العمانية من حيث تغطية الأخبار بشكل كامل، وبدقة، وحيادية؟
- **مؤشر الثقة في الجرائد والمجلات المطبوعة:** بشكل عام، ما هو تقييمك للجرائد والمجلات المطبوعة من حيث تغطية الأخبار بشكل كامل، وبدقة، وحيادية؟
- **مؤشر الثقة في المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت:** بشكل عام، ما هو تقييمك للمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت من حيث تغطية الأخبار بشكل كامل، وبدقة، وحيادية؟
- **مؤشر الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي:** ما هو تقييمك لصدق ودقة الأخبار التي تقرأها في مواقع التواصل الاجتماعي؟

حساب المؤشرات:

- تم حساب المؤشر العام للثقة في وسائل الإعلام وباقي المؤشرات الفرعية على أنه نسبة الذين أجابوا (جيد جداً) أو (جيد) بعد استبعاد الإجابات غير المحددة، وبذلك تتراوح قيم جميع المؤشرات بين الصفر و١٠٠.



INFO@NCSI.GOV.OM
WWW.NCSI.GOV.OM

NATIONAL CENTRE FOR STATISTICS & INFORMATION
P.O. BOX 848, MUSCAT 133 | SULTANATE OF OMAN
T. +968 24210903
FAX: +968 24210902

المركز الوطني للإحصاء والمعلومات
ص.ب ٨٤٨ | مسقط رب ١٣٣، سلطنة عُمان
هاتف: ٢٤٢١٠٩٠٣ (+٩٦٨)
فاكس: ٢٤٢١٠٩٠٢ (+٩٦٨)



(+٩٦٨) ٩١٤٥٩١٤٥