



D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



تحليل الجمهور دور الصحافة وشبكات التواصل الاجتماعي في إستهلاك الأخبار في العراق

دراسة إعلامية خاصة بالعراق للعام 2011

تشرين ثاني / نوفمبر 2011

هدف البحث

آيركس IREX (مجلس البحث والتبادل الدولي) في واشنطن العاصمة، قامت بتوظيف دي.ثري. سيستمز D3 Systems، والعاملة في مدينة مكليين في ولاية فرجينيا، لإجراء بحث بين المواطنين العراقيين بُغية الحصول على المعلومات عن كيفية إستخدامهم للإعلام وبناءً على متغيرات ديمغرافية وسايكوغرافية. ومن الممكن أن يتم إستخدام هذا البحث من قِبل وسائل الإعلام من أجل تحسين تجاوبهم مع الجمهور العراقي وتعزيز إستراتيجاتهم في مجال المبيعات والتسويق. بالإضافة لذلك، فمن الممكن للمعلنين أن يستخدموا البحث من أجل تعزيز إستراتيجيتهم في شراء الإعلانات. ومن الممكن للبحث أيضاً أن يُستخدم من قِبل المهنيين العاملين في حقل تطوير الإعلام في العراق.

تم تنفيذ هذا البحث بموجب منحة من آيركس.

منهجية البحث

دراسة أيركس لإستبيان الجمهور للعام 2011 في العراق كانت دراسة كمية بحثية لكافة أنحاء البلاد عن إستخدامات وسائل الإعلام، وعادات وتوجهات الناس التي تزيد أعمارهم عن 15 عام وفي كافة أرجاء العراق، وحيث بلغ حجم عيّنة البحث 3,000 شخص. العيّنة كاملة تتألف من عيّنة مُمثلة عددها 2,600 شخص، بالإضافة إلى عيّنة موازية عددها 400 شاب عراقي يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة. هامش الخطأ هو $\pm 1.79\%$.

يتألف الإستبيان من 96 سؤال رئيسي و 19 سؤال ديموغرافي، و 28 سؤال للسيطرة على إدارة وجودة البحث.

العمل الميداني تم تنفيذه في الفترة ما بين 2-13 أيار / مايو 2011. معدل الفترة الزمنية التي إستغرقتها مقابلة ناجحة كان 83 دقيقة. وتفاوت وقت المقابلة من 51 دقيقة إلى 131 دقيقة. 1,412 من أصل 4,412 من الأشخاص الذين تم الإتصال بهم رفضوا المشاركة في الدراسة، اي بنتيجة رفض قدرها 32%.

شركة كي.أي. المحدودة للأبحاث KA Research Limited ذات الشهرة العالمية ومقرها تركيا قامت بتنفيذ العمل الميداني في العراق كشريك إستراتيجي لـ دي.ثري. سيستمز.

شركة كي.أي. تمارس أعمالها في العراق على مدى الأعوام التسعة الماضية ومعروفة بأنها من أولى شركات البحث العاملة في العراق.

لدى مؤسسة كي.أي. 28 مكتباً في المحافظات العراقية وتقوم بتشغيل أكثر من 800 موظف عراقي بدوام كامل من ذوي الخبرة في مجال البحث وموظفو العمل الميداني.

قامت الشركة بتنفيذ مئات الآلاف من مقابلات ذات الجودة لمؤسسة دي.ثري. وشركات عالمية ومحلية أخرى في العراق منذ العام 2003.

لمحة عامة

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة أقسام:

1. تم توفير تعريف ديمغرافي وسيكوغرافي عن سكان العراق.
2. تم توفير تعريف مناطقي / إقليمي فيما يتعلق بالسلوك تجاه وسائل الإعلام.
3. تم تحليل عادات استخدام وسائل الإعلام عبر خمسة وسائل إتصالات رئيسية: التلفاز، الراديو، الإعلام المطبوع، الإنترنت والهواتف النقالة.

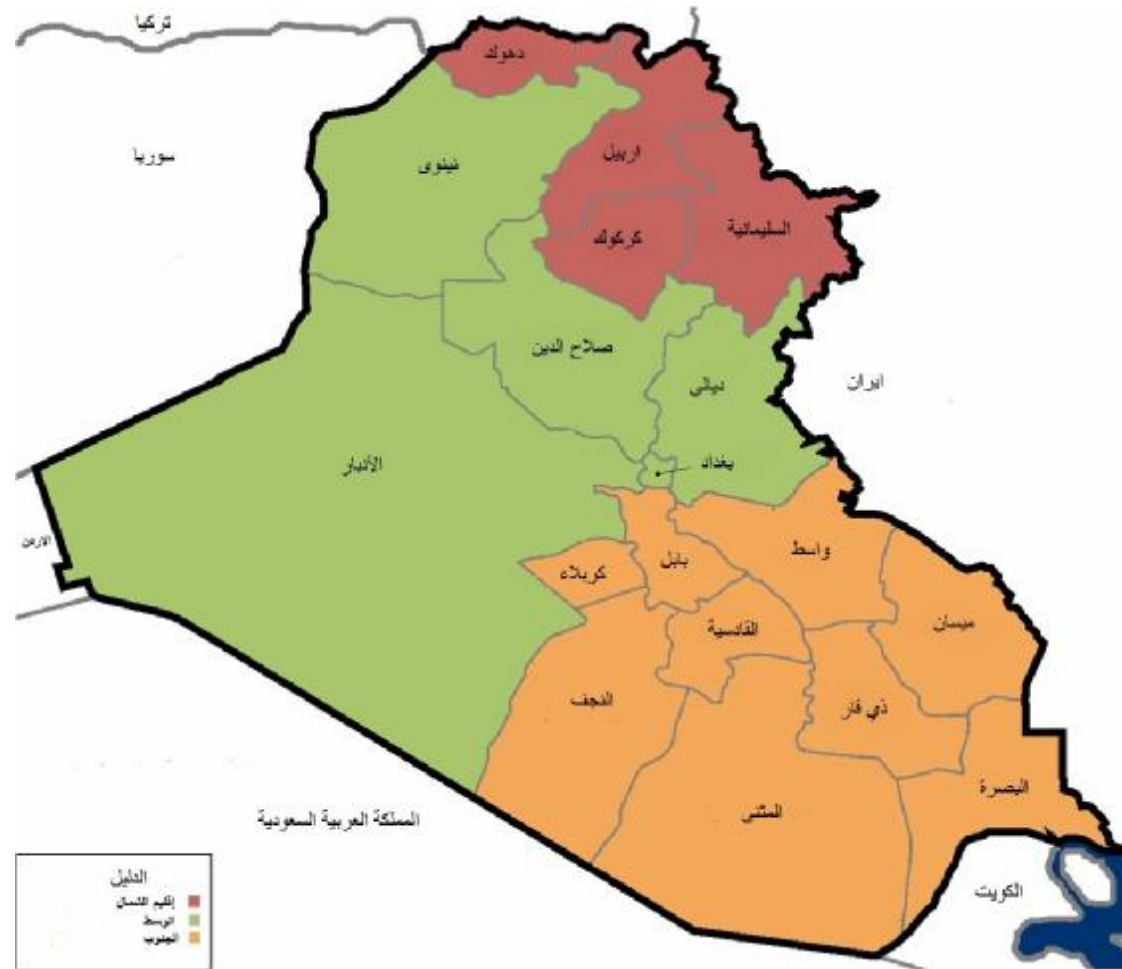
التحليل في هذا التقرير تم موازنته بطريقة تجعله يمثل كافة سكان العراق. الدراسة في الثمانية عشرة محافظة وتحليل البيانات مبني على التقسيم المناطقي / الإقليمي بين شمال العراق، وسط العراق، وجنوب العراق.

السكان حسب الأقاليم والمناطق

الجنوب	الوسط	الشمال
كربلاء (3%)	الأنبار (5%)	دهوك (2%)
بابل (6%)	بغداد (24%)	أربيل (5%)
واسط (4%)	ديالى (5%)	سليمانية (6%)
القادسية (3%)	صلاح الدين (4%)	كركوك (3%)
النجف (4%)	نينوى (10%)	
المثنى (2%)		
البصرة (7%)		
ميسان (3%)		
ذي قار (5%)		



تم إجراء الدراسة في 18 محافظة – تم تحليل ثلاثة مناطق / إقليم





ديمغرافية السكان (حسب المناطق)

الجنوب 	الوسط 	الشمال 	كافة البلاد 	
%36 10.9 مليون	%48 14.5 مليون	%16 4.9 مليون	%100 30.4 مليون	نسبة العينة (عدد سكان تخميني)
%100 عرب	%89 عرب %4 أكراد %4 تركمان %2 اشوريين	%86 أكراد %8 عرب %5 تركمان %1 اشوريين	%79 عرب %16 أكراد %3 تركمان %1 اشوريين	الإثنية
%83 مسلمين شيعة %16 مسلمين سنة %1 مسلمين	%54 مسلمين سنة %40 مسلمين شيعة %2 مسلمين %3 مسيحيين	%94 مسلمين سنة %2 مسلمين شيعة %2 مسلمين %2 مسيحيين	%49 مسلمين شيعة %47 مسلمين سنة %2 مسلمين %2 مسيحيين	الديانة
%60 حضري	%70 حضري	%73 حضري	%67 حضري	المنطقة
%51 ذكور	%50 ذكور	%49 ذكور	%50 ذكور	النوع (ذكر / أنثى)
%42 %34 %13 %11	%30 %35 %15 %20	%35 %38 %12 %16	%36 %30 %16 %18	الأعمار 15 – 20 25 – 39 40 – 49 50 – 55
%64	%46	%49	%53	التعليم *
%46	%45	%42	%45	البطالة **

•التعليم يشمل "بعض التعليم الثانوي"
* البطالة لا تشمل الطلبة



D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



المحتويات

العادات العامة للإستهلاك الإعلامي في العراق
الأخبار والمعلومات في العراق
حالة الصحافة والإعلام في العراق
مشاهدوا التلفاز ومدى ثقتهم بالقناة التلفزيونية
مستمعوا الراديو ومدى ثقتهم بالقناة الإذاعية
الإعلام المطبوع في العراق
إستخدام الإنترنت في العراق
الإعلام عبر الهاتف النقال في العراق
شبيبة وسائل الإعلام الجديدة في العراق



D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



العادات العامة للإستهلاك الإعلامي في العراق

التلفاز هو المصدر الرئيسي للأخبار والمعلومات، ولكن سُدُبُل التواصل الاجتماعي يُنظر إليها أيضاً على أنه مصادر، من خلال التفاعل المباشر وجهاً لوجه، الإنترنت، والهواتف النقالة.

الإستخدام الأسبوعي لمصادر الإعلام التقليدية للأخبار والمعلومات

الجنوب 	الوسط 	الشمال 	كافة البلاد 	
%74	%98	%100	%90	قناة العراقية
%74	%47	%74	%61	قنوات دولية (عربية)
%25	%6	%21	%15	قنوات دولية (غير عربية)
%35	%30	%60	%37	راديو العراق
%34	%23	%28	%28	راديو دولي (غير عراقي)
%24	%20	%12	%20	الصحف العراقية (عربية)
%25	%3	%19	%14	الصحف الدولية (غير العراقية)
%25	%3	%19	%14	المجلات
%62	%37	%55	%49	الأصدقاء والعائلة
%35	%11	%29	%22	المساجد / رجال الدين

وفي حين أن الأصدقاء والعائلة ليسوا "وسائل إعلام"، فمن الضروري الإشارة بأن 49% من العراقيين يعتبرونهم مصادر للأخبار والمعلومات.

الإستخدام الأسبوعي لمصادر وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للأخبار والمعلومات

الجنوب 	الوسط 	الشمال 	كافة البلاد 	
%32	%27	%24	%28	الإنترنت (الشبكات الإجتماعية)
%30	%24	%24	%26	الإنترنت (مواقع الأخبار الرسمية)
%28	%6	%24	%17	المدونات
%50	%22	%34	%33	الهواتف النقالة (الرسائل النصية من الأصدقاء والعائلة)
%36	%22	%19	%26	الهواتف النقالة (الرسائل النصية من مصادر رسمية)

من الضروري ملاحظة الإنتشار الواسع لإستخدامات الرسائل النصية SMS في مجال إستهلاك الأخبار والمعلومات، والتي يتم تبادلها بين المعارف والأصدقاء

التلفاز مصدر أساسي في إيصال الأخبار للعراقيين



في كافة البلاد، فإن 90% من العراقيين يشاهدون التلفاز للحصول على الأخبار، وأكثر من أي مصدر إعلامي آخر.



نسبة الأشخاص الذين استخدموا الوسيلة الإعلامية للحصول على الأخبار في الأسبوع الماضي	90%	37%	33%	28%	20%
نسبة الأشخاص الذين أمضوا 45 دقيقة على الأقل في إستهلاكهم للأخبار مقسمة حسب الوسيلة الإعلامية	47%	46%	---	21%	41%
نسبة الأشخاص الذين أمضوا 45 دقيقة على الأقل في إستهلاكهم للمواد الترفيهية مقسمة حسب الوسيلة الإعلامية	25%	46%	---	14%	38%

الهواتف النقالة تشكل مصدر للأخبار والمعلومات بالنسبة لـ 33% من العراقيين

شمال العراق: 100% من السكان يشاهدون التلفاز للحصول على الأخبار وبشكل أسبوعي – والراديو كمصدر للحصول على المعلومات هو الأعلى في تلك المحافظات



نسبة الأشخاص الذين إستخدموا الوسيلة الإعلامية للحصول على الأخبار في الأسبوع الماضي	%100	%60	%34	%24	%12
نسبة الأشخاص الذين أمضوا 45 دقيقة في اليوم على الأقل في إستهلاكهم للأخبار مقسمة حسب الوسيلة الإعلامية	%14	%57	---	%20	%47
نسبة الأشخاص الذين أمضوا 45 دقيقة في اليوم على الأقل في إستهلاكهم للمواد الترفيهية مقسمة حسب الوسيلة الإعلامية	%38	%59	---	%16	%35

86% من السكان يشاهدون التلفاز أكثر من 45 دقيقة في اليوم

وسط العراق: 98% يشاهدون التلفاز للحصول على الأخبار



					نسبة الأشخاص الذين إستخدموا الوسيلة الإعلامية للحصول على الأخبار في الأسبوع الماضي
%20	%27	%22	%30	%98	
%36	%18	---	%41	%52	نسبة الأشخاص الذين أمضوا 45 دقيقة في اليوم على الأقل في إستهلاكهم للأخبار مقسمة حسب الوسيلة الإعلامية
%42	%12	---	%49	%18	نسبة الأشخاص الذين أمضوا 45 دقيقة في اليوم على الأقل في إستهلاكهم للمواد الترفيهية مقسمة حسب الوسيلة الإعلامية

بينما أن الأخبار مهمة بالنسبة للعراقيين في محافظات الوسط، فإن 81% يمشون أكثر من 45 دقيقة في اليوم يشاهدون التلفاز لأغراض الترفيه

جنوب العراق: 74% يتابعون الأخبار على التلفاز



						
	%24	%32	%50	%35	%74	نسبة الأشخاص الذين إستخدموا الوسيلة الإعلامية للحصول على الأخبار في الأسبوع الماضي
	%45	%26	---	%48	%53	نسبة الأشخاص الذين أمضوا 45 دقيقة في اليوم على الأقل في إستهلاكهم للأخبار مقسمة حسب الوسيلة الإعلامية
	%34	%15	---	%40	%30	نسبة الأشخاص الذين أمضوا 45 دقيقة في اليوم على الأقل في إستهلاكهم للمواد الترفيهية مقسمة حسب الوسيلة الإعلامية

50% أشاروا بانهم يستخدمون هواتفهم النقالة كمصدر للأخبار



D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



الأخبار والمعلومات في العراق

بينما أن التحدي في بناء العراق لا يزال قائماً، فإن العراقيين بشكل عام مهتمون بالأخبار والمعلومات التي تؤثر عليهم بشكل مباشر (أو محلياً) وهو يعيرون إهتماماً أقل للأخبار كلما زاد بعد المنطقة التي يتناولها الخبر عن محافظتهم.



D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



العراقيون يستخدمون المعارف والأصدقاء عن طريق العلاقات الشخصية، الإنترنت، والرسائل النصية على هواتفهم النقالة للتشارك في المعلومات التي حصلوا عليها من وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفاز والراديو.

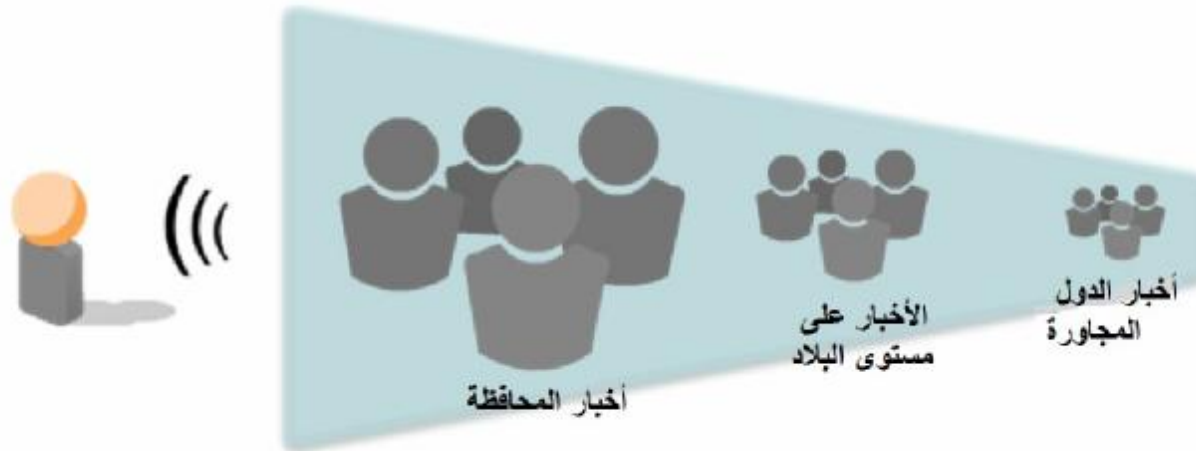




D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



العراقيون بشكل أساسي مهتمون بالأخبار المحلية وإهتمامهم بالمعلومات يقل كلما كانت المعلومات تتناول مسائل لا تؤثر عليهم بشكل مباشر

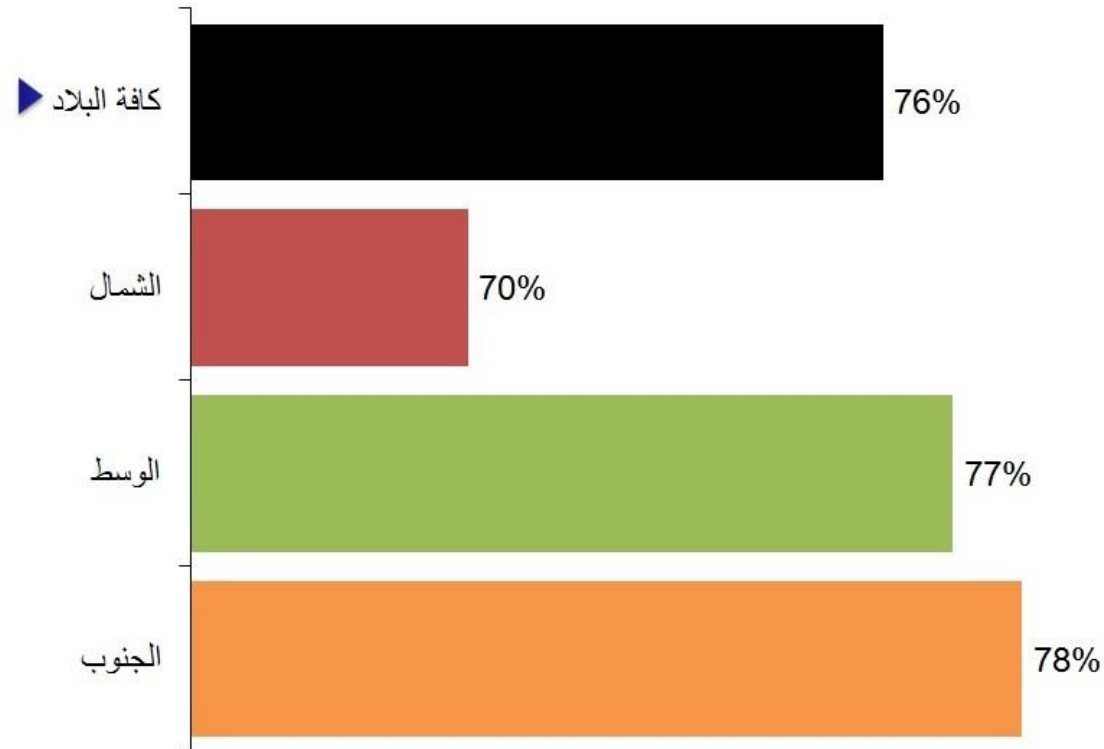




في كافة البلاد، فإن 76% من السكان يشعرون بأنه من المهم أن يبقوا ملّمين بالأخبار المحلية والأحداث
الراهنة ا



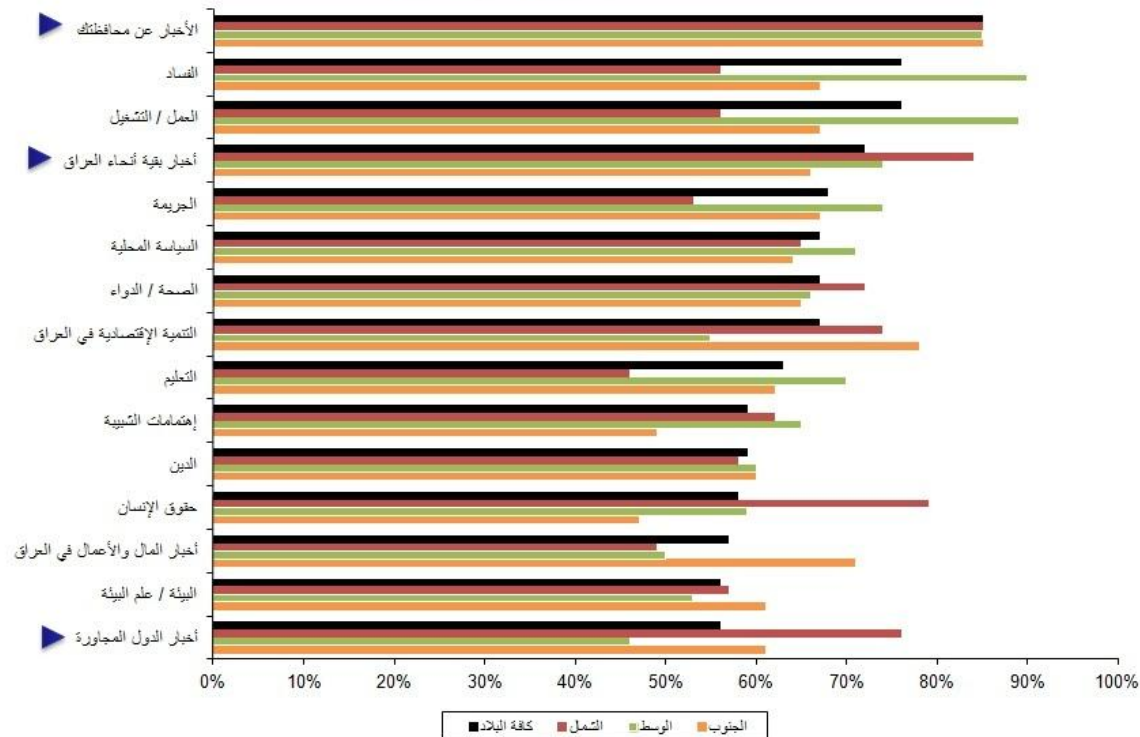
أهمية البقاء على إطلاع على الأخبار والأحداث الراهنة



85% من السكان يرون بأن الأخبار التي تتعلق بالمحافظة هي ذات أهمية أكبر من الأخبار التي تأتي من خارج العراق، وبغض النظر عن الإقليم



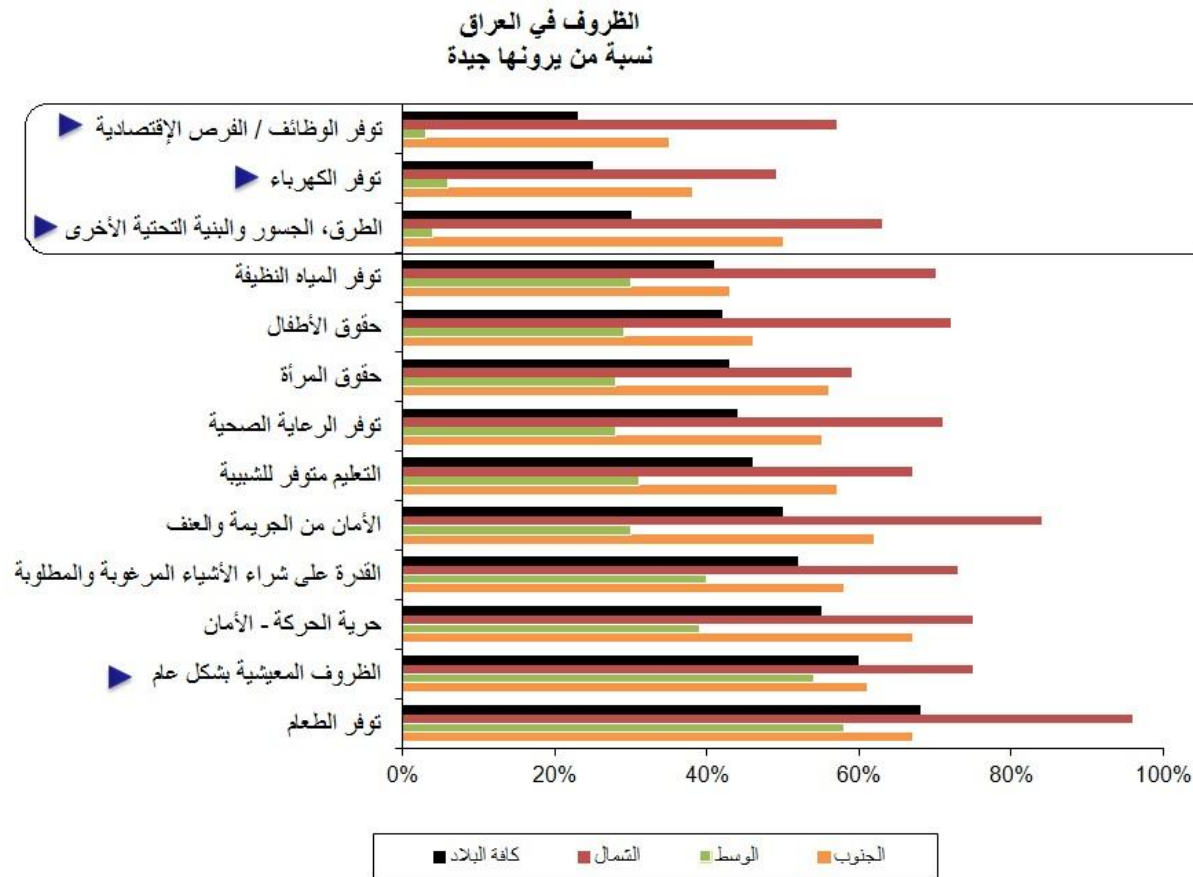
أهم الأخبار والأحداث الراهنة
مستوى الإهتمام بالمحتوى



حجم العينة

في كافة البلاد = 3000 | الشمال = 494 | الوسط = 1426 | الجنوب = 1080

الظروف المعيشية بشكل عام يُنظر إليها على أنها "جيدة" من قبل 60% من العراقيين. المسائل ذات الأهمية بالنسبة للعراقيين ترتبط بالتشغيل / التوظيف، الكهرباء وظروف البنية التحتية للدولة في محافظات الوسط.





D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



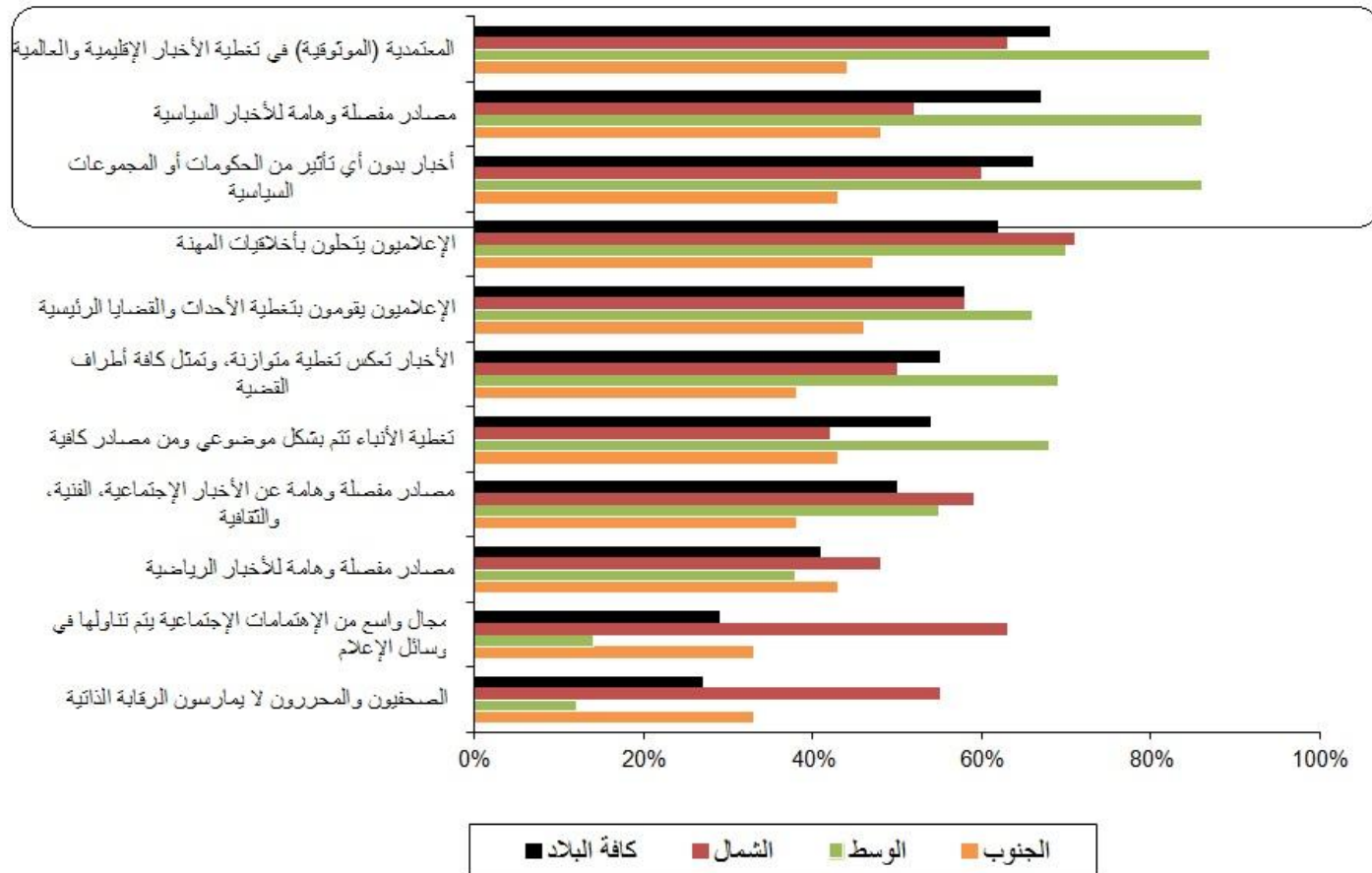
حالة الصحافة والإعلام في العراق

أكثر من نصف العراقيين يشعرون بأن الرقابة هي مشكلة في بلادهم لكل من
الإعلاميين المحليين والأجانب

من المهم أن تكون الأخبار مصدر يمكن الإعتماد عليه للحصول على الأخبار السياسية وبدون التأثير من الحكومات والجماعات السياسية



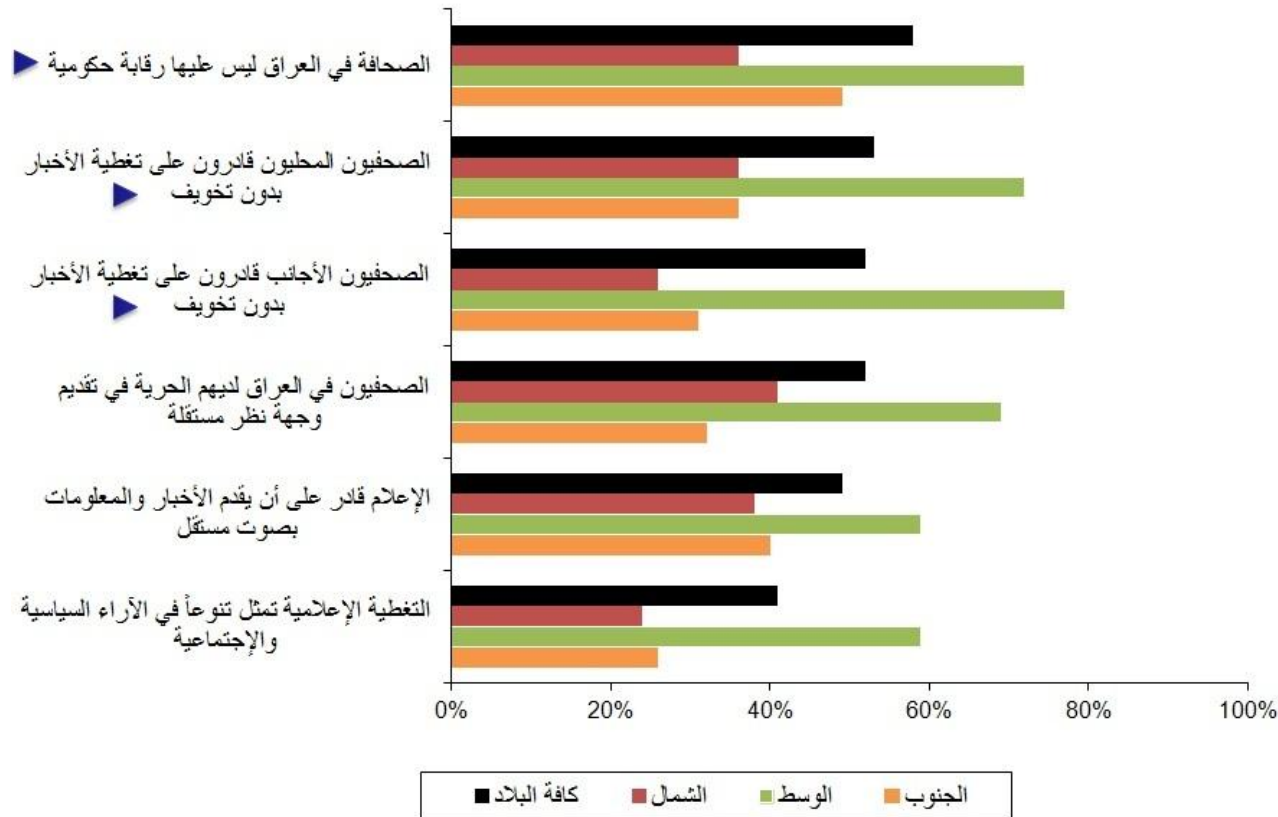
أهمية جوانب الجودة الإعلامية في العراق
(الأهمية مبنية على أربع أو خمس نقاط من ميزان نقاط مكون من خمسة)



حرية الصحافة والإعلام مهمة في العراق – العراقيون في محافظات الوسط يرون بأن الظروف هي أسوأ مما هي عليه في مناطق أخرى في العراق



ظروف الصحافة في العراق
سينة بعض الشيء، وسينة جداً



حجم العينة

في كافة البلاد = 3000 | الشمال = 494 | الوسط = 1426 | الجنوب = 1080



D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985

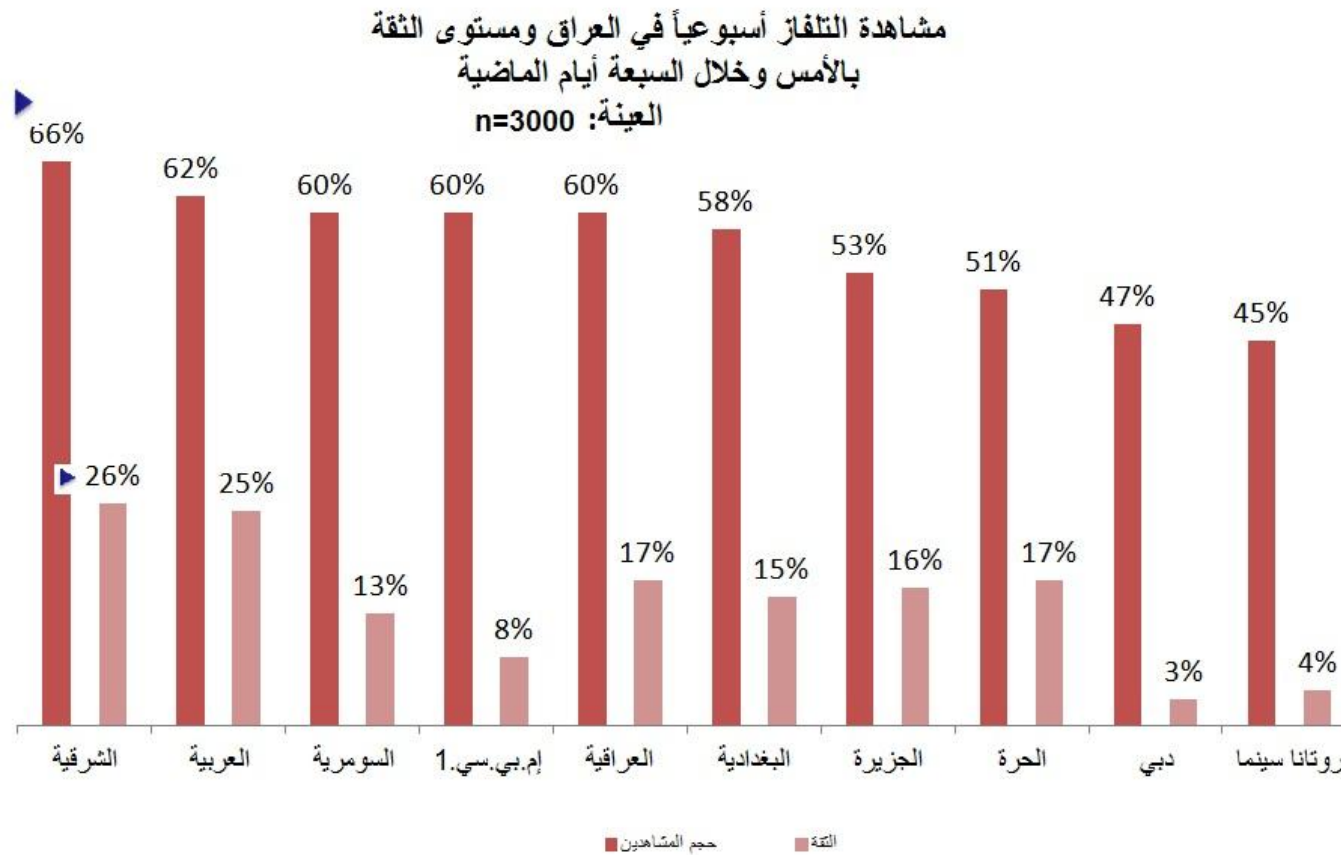


مشاهدوا التلفاز ومدى ثقتهم بالقناة التلفزيونية

التغيرات في سلوك المشاهدة لم تتغير بشكل كبير منذ دراسة عام 2009،
الميول في مصادر الأخبار والمعلومات متجانسة



هناك فجوة كبيرة بين حجم المشاهدة ومستوى الثقة

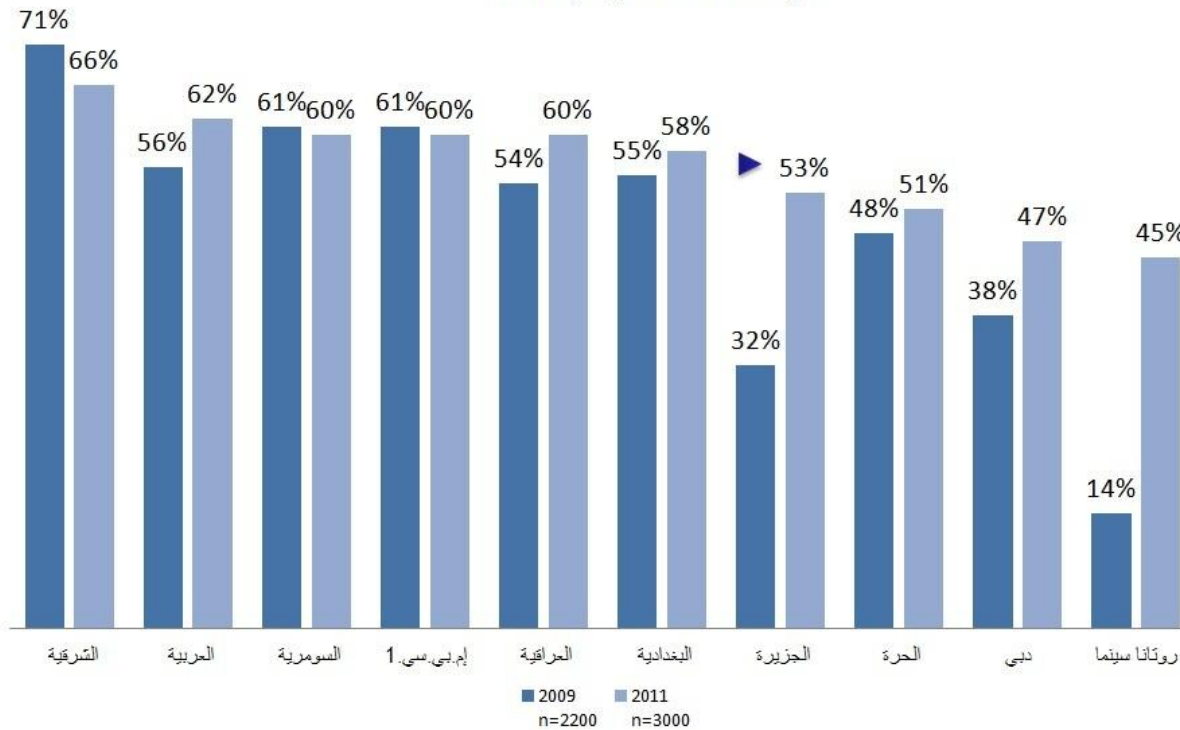




حجم المشاهدة للتلفاز كانت مشابهة لما كانت عليه في العام 2009 – حجم مشاهدة قناة الجزيرة إرتفع بنسبة 66% عما كان عليه في 2009



حجم المشاهدة الأسبوعية للتلفاز في العراق
دراسة 2009 مقارنة بـ 2011



شمال العراق: كردستان الفضائية (68%) هي محطة التلفاز الأكثر شعبية كمصدر للأخبار والمعلومات



حجم مشاهدة التلفاز أسبوعياً في شمال العراق ومستوى الثقة
بالأمس وخلال السبعة أيام الماضية
العينة: n=494





وسط العراق: الشرقية هي أكثر محطات التلفاز شعبية كمصدر للأخبار والمعلومات



حجم مشاهدة التلفاز إسبوعياً في وسط العراق ومستوى الثقة
بالأمس وخلال السبعة أيام الماضية
العينة: n=1426

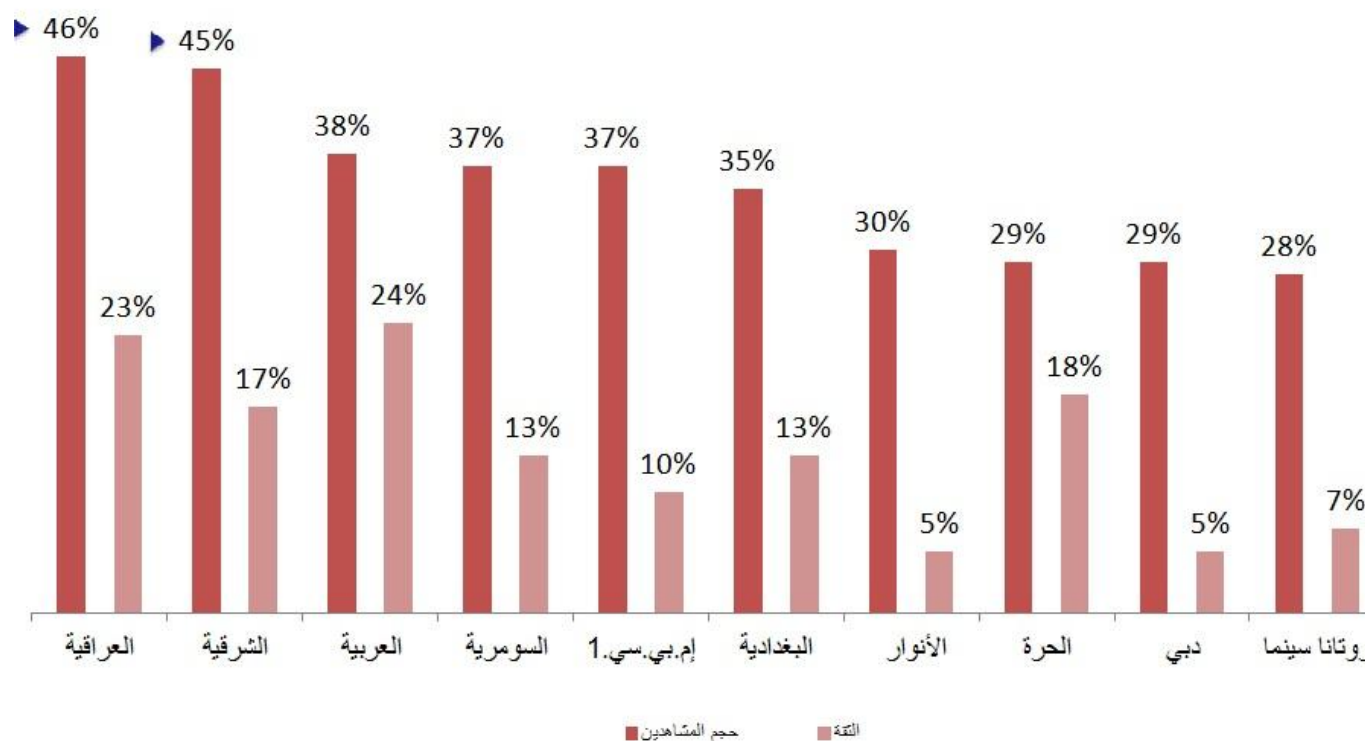




جنوب العراق: العراقية والشرقية هما أكثر محطتين شعبية كمصدر للأخبار والمعلومات



حجم مشاهدة التلفاز أسبوعياً في جنوب العراق ومستوى الثقة
بالأمس وخلال السبعة أيام الماضية
العينة: n-1080





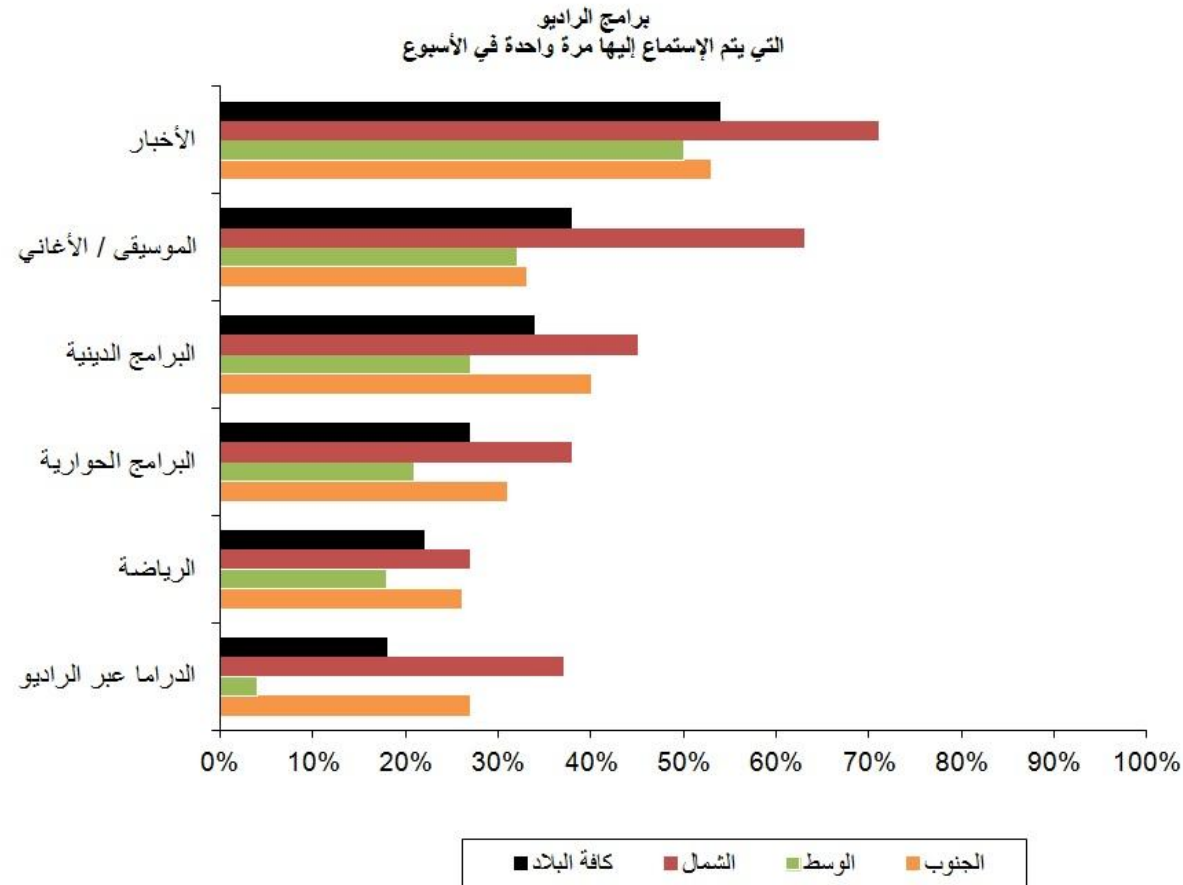
D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



مستمعوا الراديو ومدى ثقتهم بالقناة الإذاعية

حجم المستمعين للراديو منخفض نسبياً مقارنة بالتلفاز، ولكن أهمية الراديو في إيصال الأخبار هو أمر واضح – وكما هو الأمر بالنسبة للتلفاز، فإن مستويات الثقة المنخفضة جليّة أيضاً

العراقيون في الشمال يستمعون للراديو لأسباب مختلفة – وتجدر الإشارة بالأهمية المنخفضة التي يعيرونها للبقاء على إطلاع بمجريات الأمور ولكن إستماع أكبر للأخبار (وهو نفس ما رأيناه في حجم المشاهدة للتلفزيون)

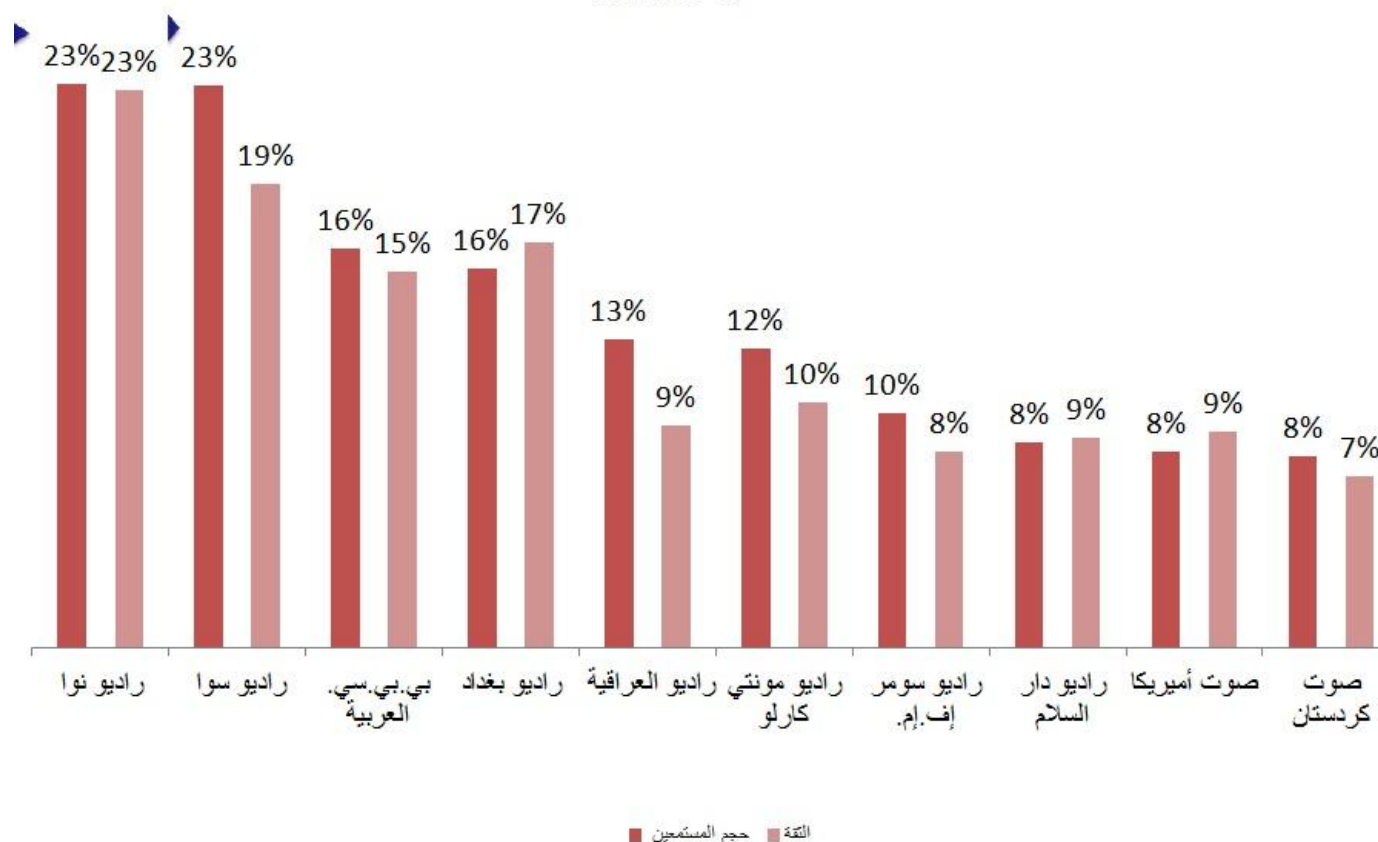




في كافة البلاد، فإن راديو نوا وراديو سوا هما أكثر محطات الراديو شعبية في العراق



حجم الإستماع الأسبوعي للراديو في العراق ومستوى الثقة
بالأمس وخلال السبعة أيام الماضية
العينة: n=3000





حجم المستمعين لراديو نوا و راديو سوا إرتفع بينما إنخفاض حجم المستمعين لراديو بغداد

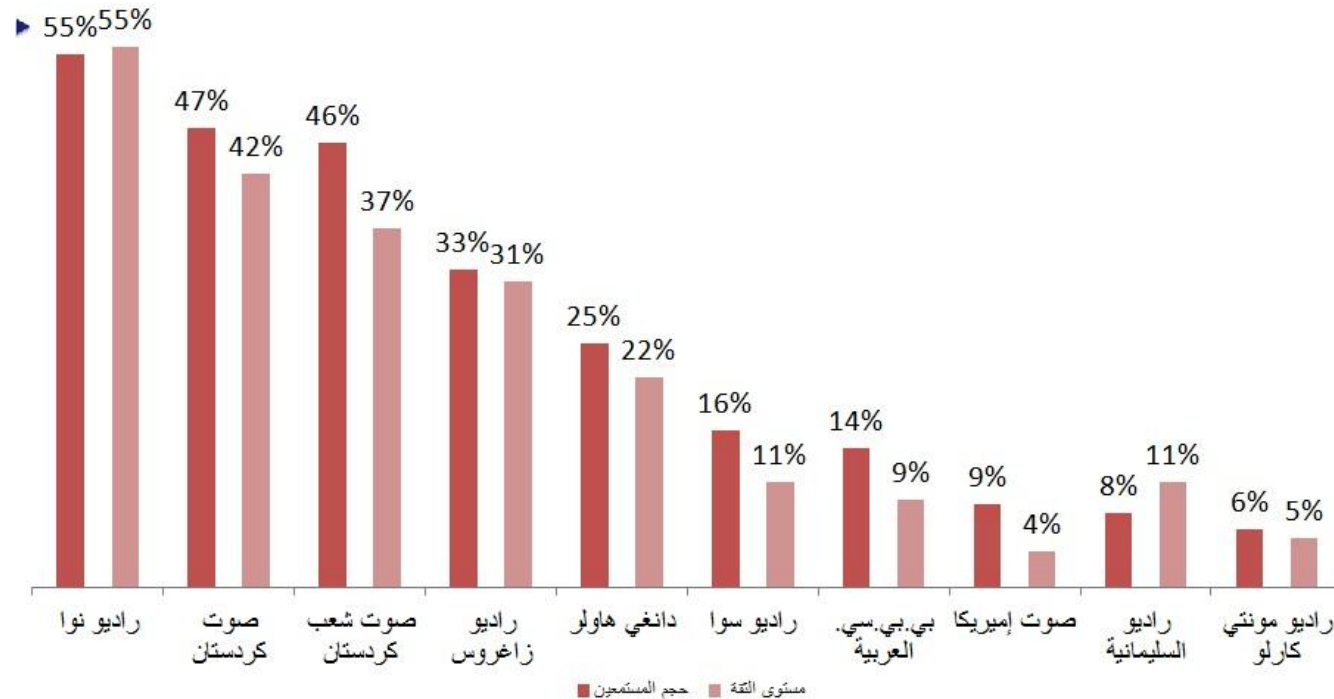




شمال العراق: راديو نوا هو الأكثر شعبية من بين محطات الإذاعة – ويتبعه مباشرة صوت كردستان وصوت شعب كردستان



حجم المستمعين الأسبوعي للراديو في شمال العراق ومستوى الثقة
بالأمس وخلال السبعة أيام الماضية
العينة: n=494

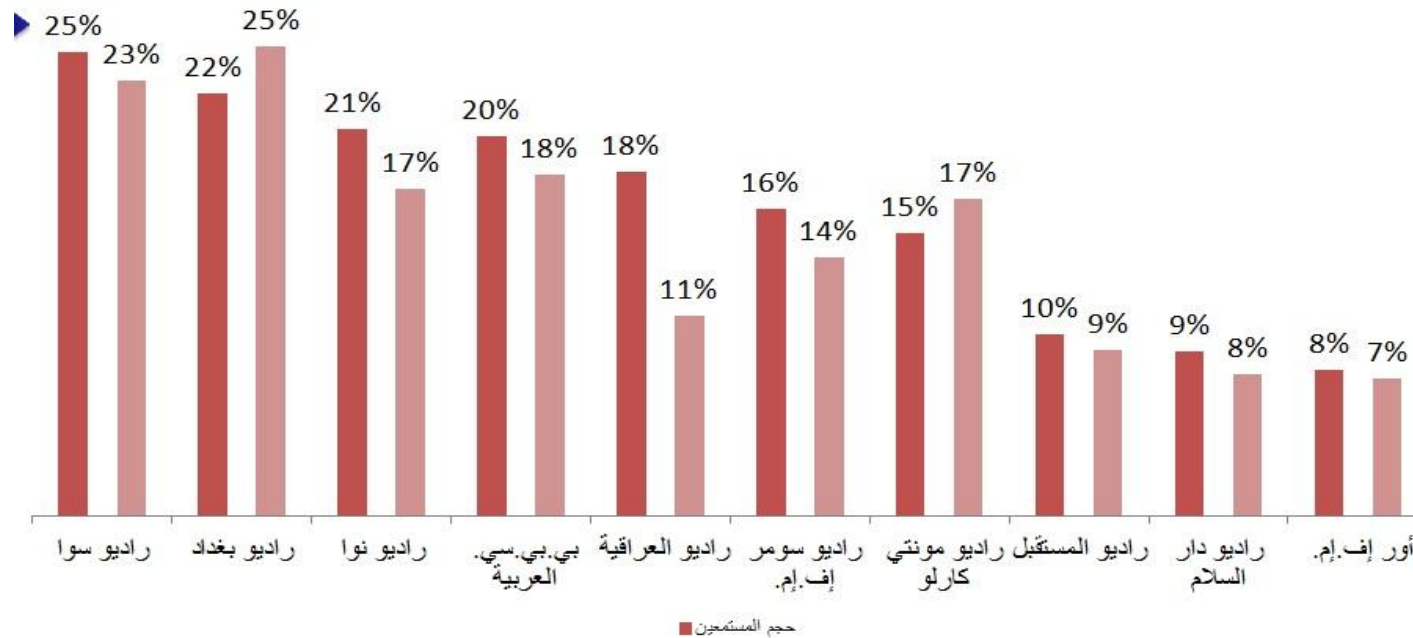




وسط العراق: يعكس الإهتمام المنخفض بشكل عام للراديو في تلك المحافظات – ما نسبته 25% يستمعون
لراديو سوا و 22% يستمعون لراديو بغداد



حجم المستمعين الأسبوعي للراديو في وسط العراق ومستوى الثقة
بالأمس وخلال السبعة أيام الماضية
العينة: n=1426





جنوب العراق: راديو سوا (24%) لديه ضعف المستمعين أكثر من أي إذاعة في المنطقة



حجم المستمعين الأسبوعي في جنوب العراق ومستوى الثقة
بالأمس وخلال السبعة أيام الماضية
العينة: n=1080





D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



الإعلام المطبوع في العراق

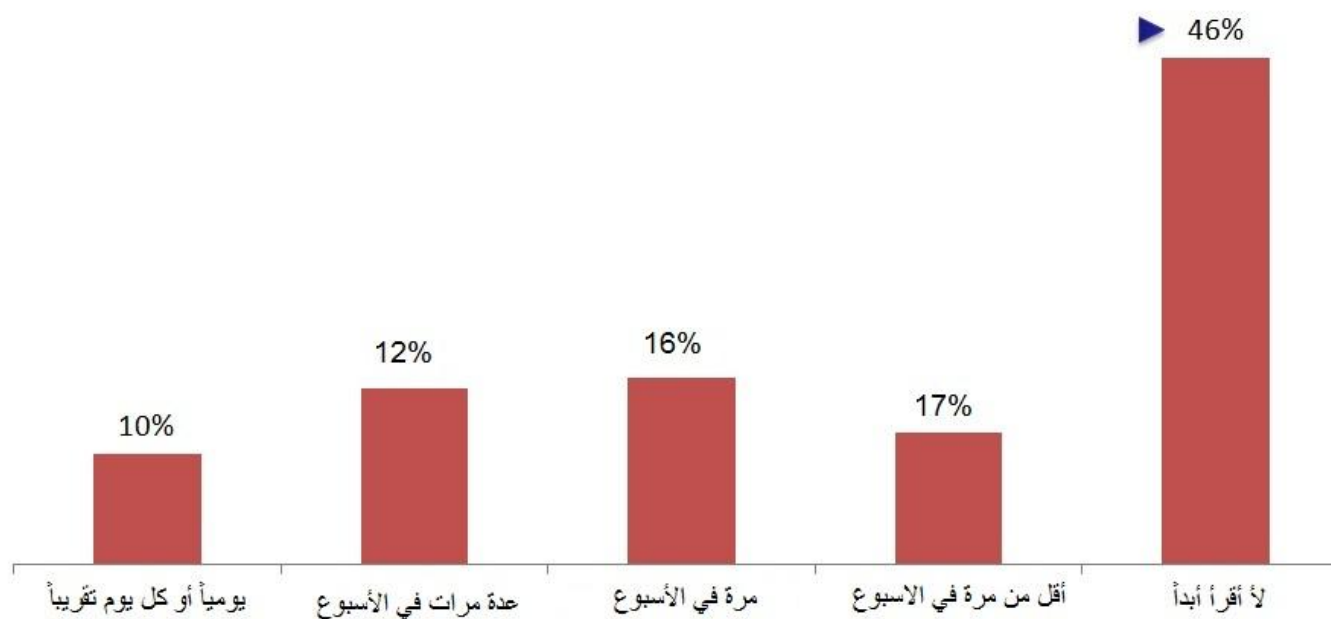
قراءة الصحف هي الأقل بين وسائل الإعلام الأخرى التي تم دراستها



حوالي نصف العراقيين تقريباً لا يقرأون الصحف



كم مرة يقرأ العراقيون الصحف
n=3,000

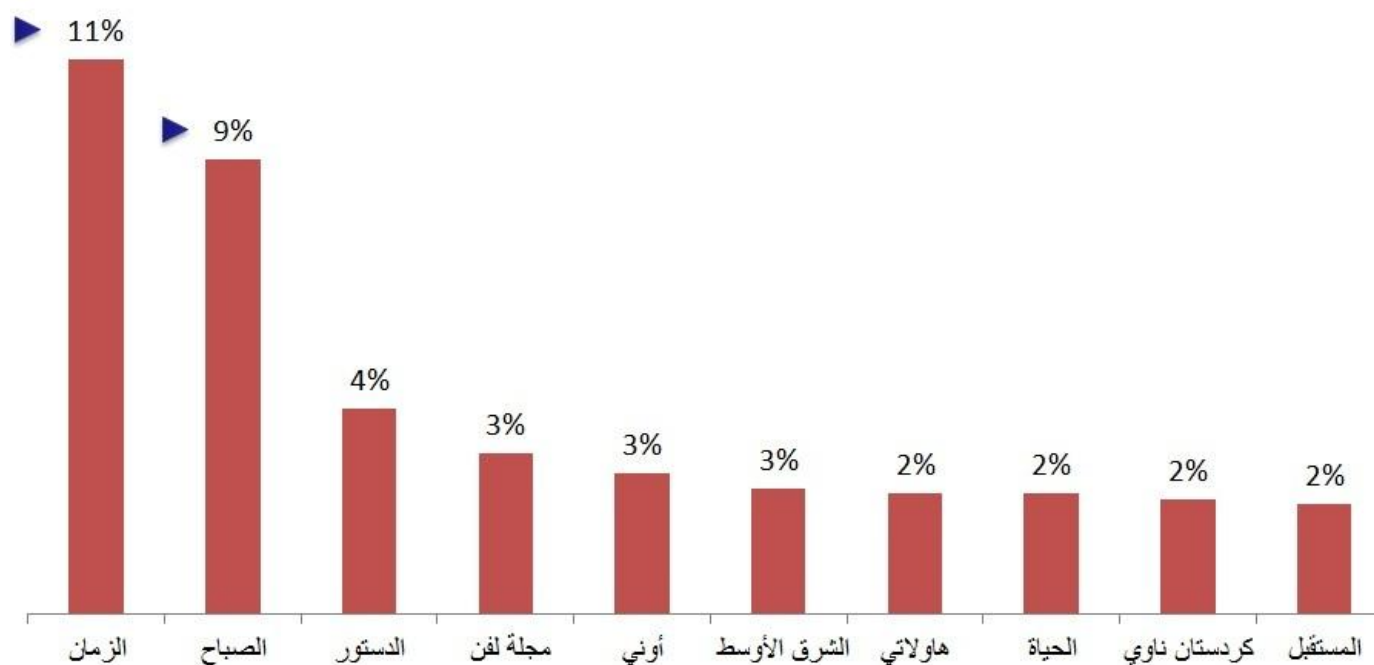




أكثر صحيفتين شعبية هما الزمان والصباح والتي يتم قرائها بما لا يزيد عن 15% من العراقيين



حجم قراءة الصحف الأسبوعي في العراق
بالأمس وخلال السبعة أيام الماضية
العينة: n-3000





D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



إستخدام الإنترنت في العراق

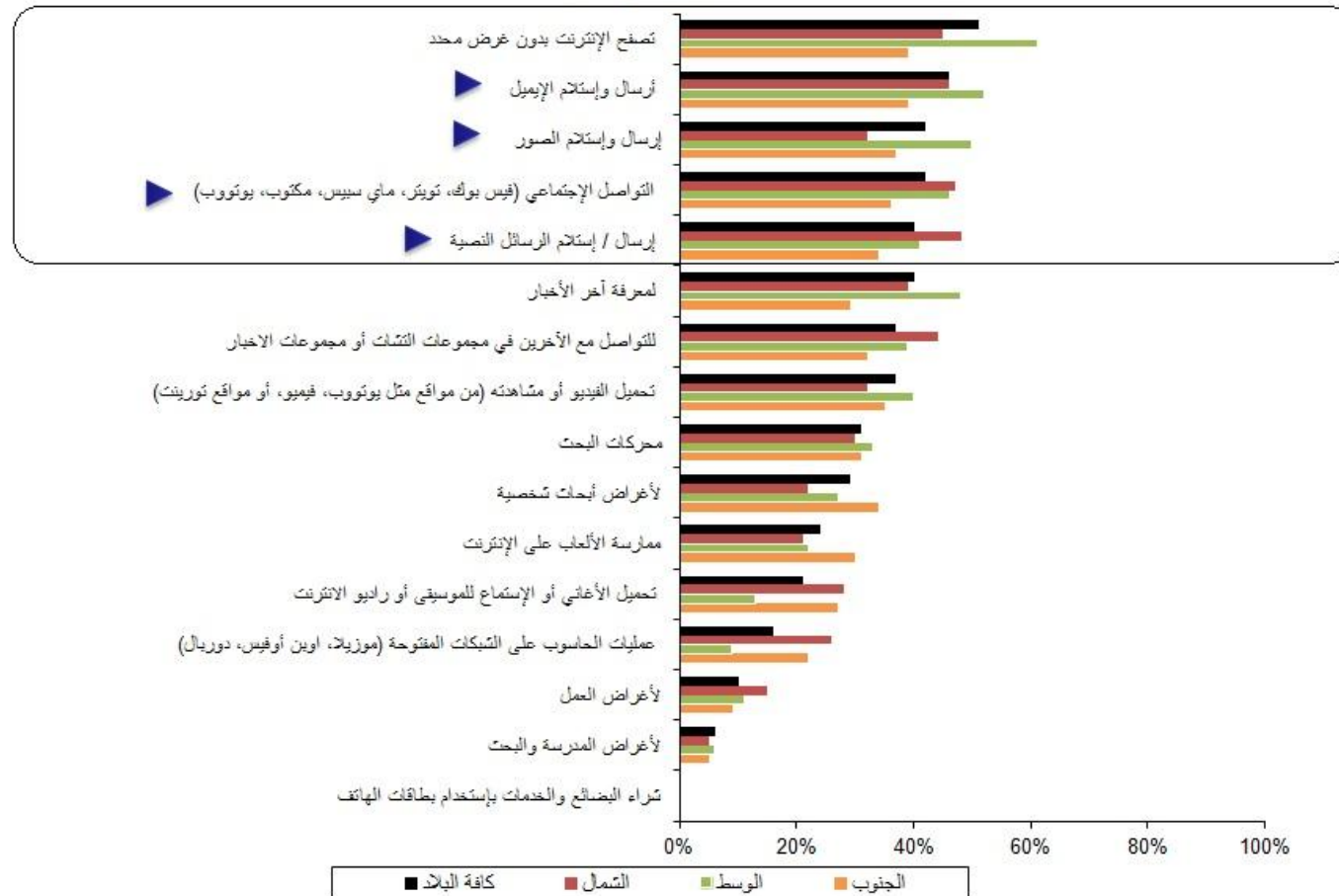
الإنترنت هي مصدر غني للأخبار والمعلومات، وليس فقط من الجهات الرسمية
فحسب وإنما إجتماعياً أيضاً بين الاصدقاء وأفراد العائلة



أربعة من أصل خمسة إستخدامات تنصدر قائمة أنشطة الحاسوب هي ذات طبيعة "إجتماعية"



أنشطة الحاسوب (الكمبيوتر) - على الأقل مرة في الأسبوع
العينة: n = 3000



حجم العينة

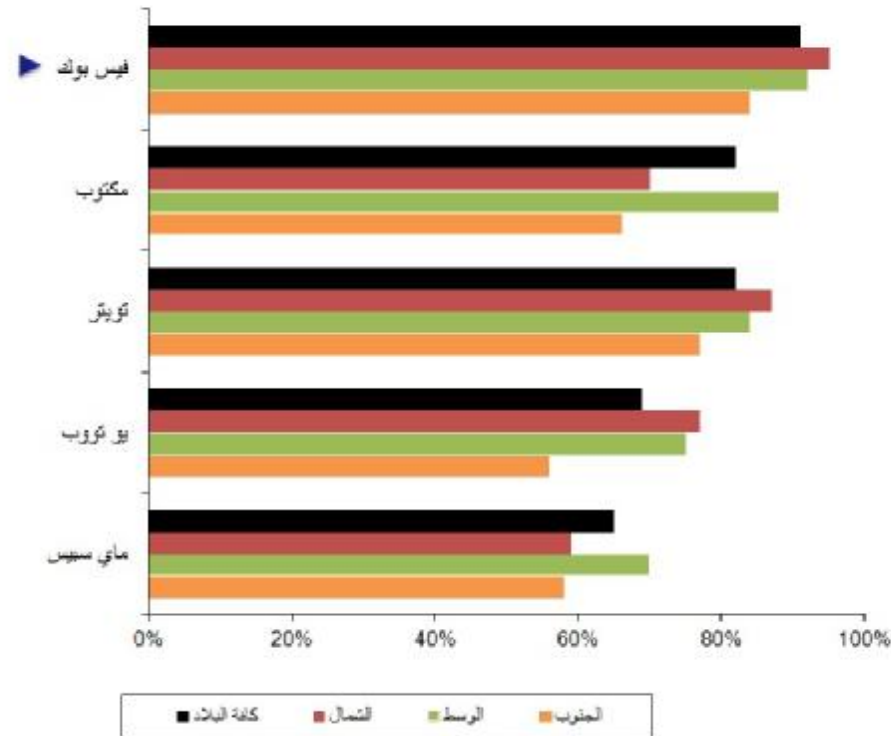
كافة البلاد = 3000 | الشمال = 494 | الوسط = 1426 | الجنوب = 1080



فيس بوك هو موقع التواصل الإجتماعي الأول في العراق – يتبعه موقع مكتوب وتويتر



امتلاك حساب للتواصل الاجتماعي في العراق
n=705

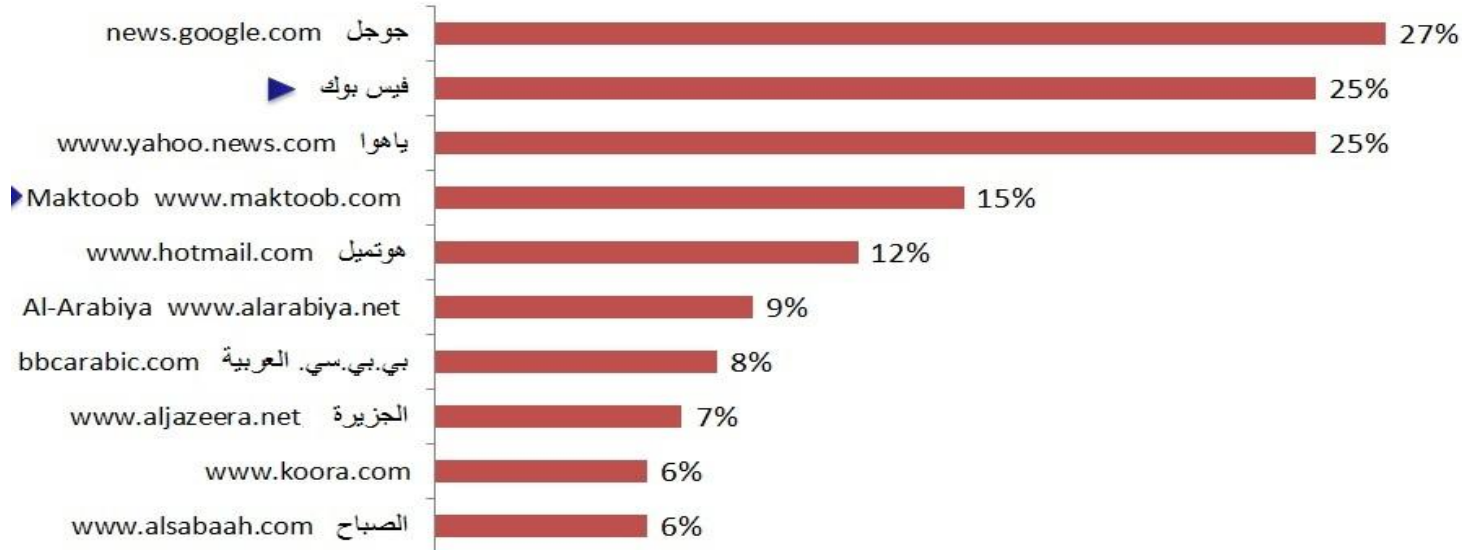


عندما تم طرح السؤال: مع كم شخص ترتبط عبر وسائل التواصل الاجتماعي – 82% أجابوا بأن لديهم أقل من خمسين شخص على شبكة التواصل الاجتماعي الخاصة بهم

وبينما أن جوجل وياهو بشكل عام هي مواقع ذات شعبية على صفحة الإنترنت، إلا أن فيس بوك ومكتوب (مواقع للتواصل الاجتماعي) تحتل موقعا متقدما كمصدر للأخبار والمعلومات في العراق



العشرة مواقع الأولى للأخبار والمعلومات
كافة البلاد
n=3,000



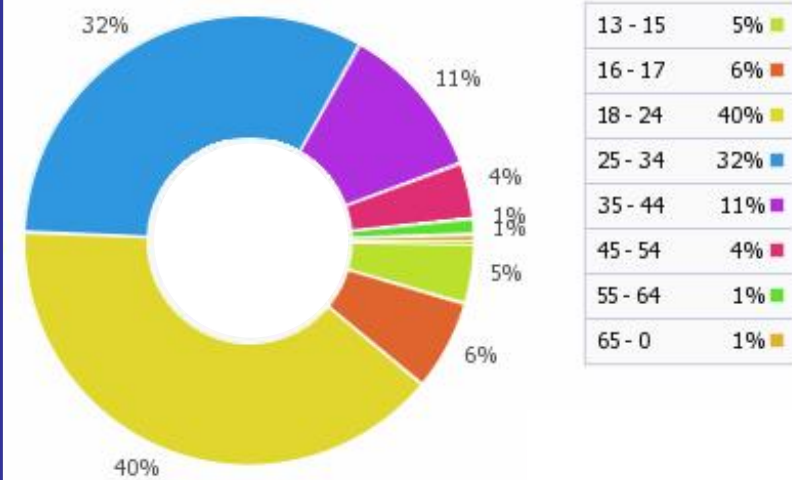
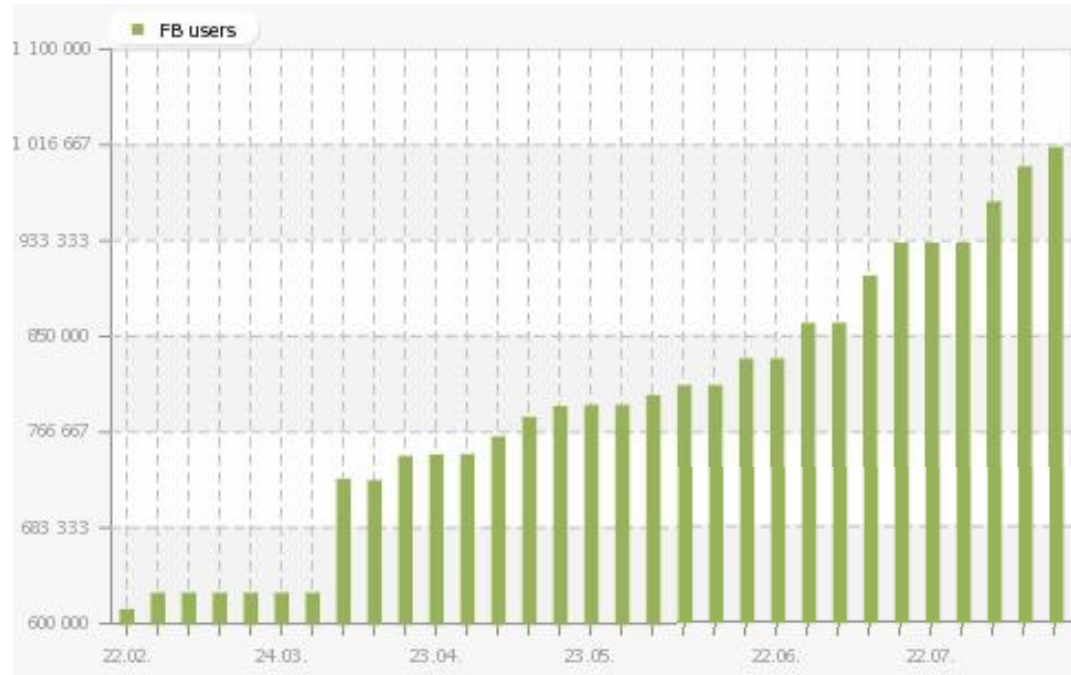


D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



هناك أكثر من مليون مستخدم لفيس بوك في العراق – فتح حسابات من قبل العراقيين قد إرتفع بشكل كبير في الستة أشهر الأخيرة

72% من العراقيين الذين يستخدمون فيس بوك هم في الأعمار ما بين 18 - 34 عام.



Source: August 2011



D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



الإعلام عبر الهاتف النقال في العراق

تكنولوجيا الهاتف النقال في العراق متطورة ونسبة إمتلاك الهواتف مرتفع –
إرسال وإستلام المعلومات بإستخدام الهواتف النقالة هو في نمو، بينما يزداد
إعتماد الجيل الجديد على هواتفهم لأكثر من مجرد إجراء المكالمات الهاتفية

خمسة من أصل عشرة من الإستخدامات التي تنصدر القائمة هي ذات طبيعة "إجتماعية" – بجانب إجراء المكالمات الهاتفية، 63% يقومون بالإتصال عن طريق الرسائل النصية إس.إم.إس.

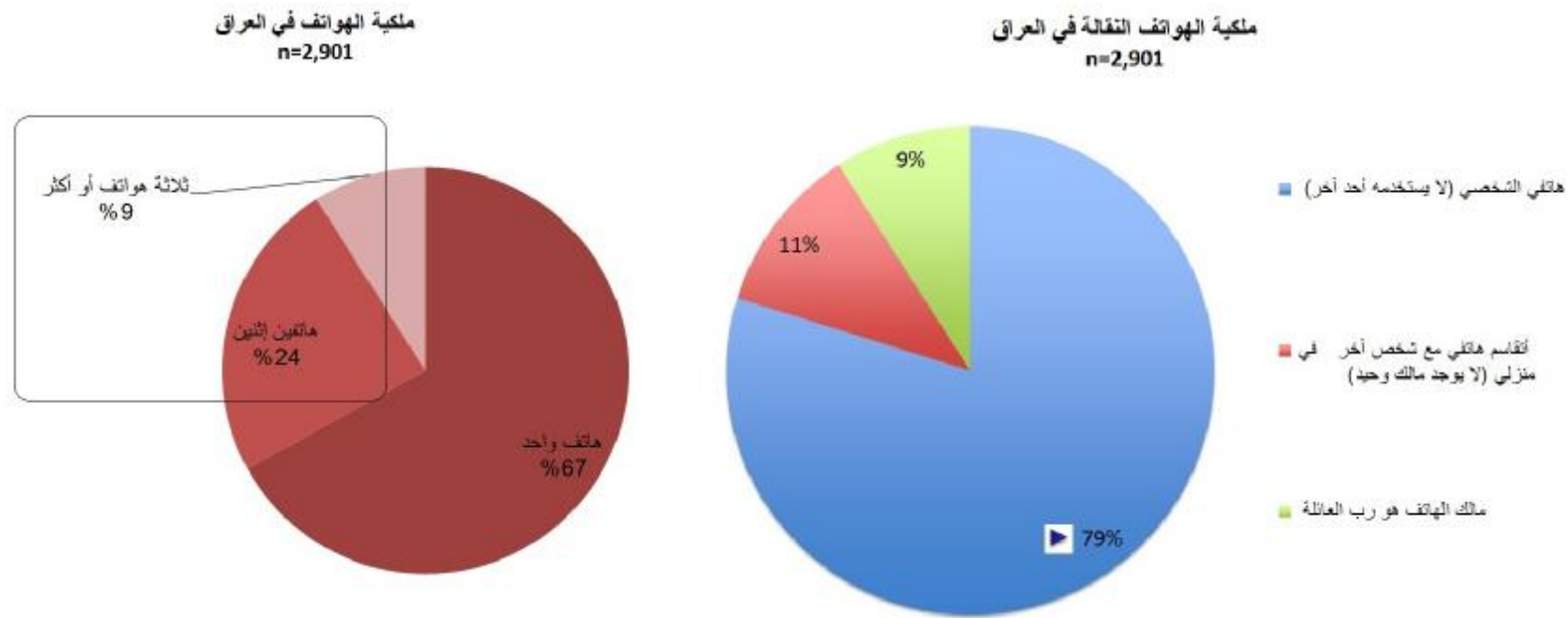


إستخدام الهواتف النقالة
n=2901





أكثر من ثلث العراقيين يمتلكون أكثر من هاتف نقال – وهاتفهم عادة يعتبر ملكهم الشخصي، بدلاً من مشاركة الآخرين به

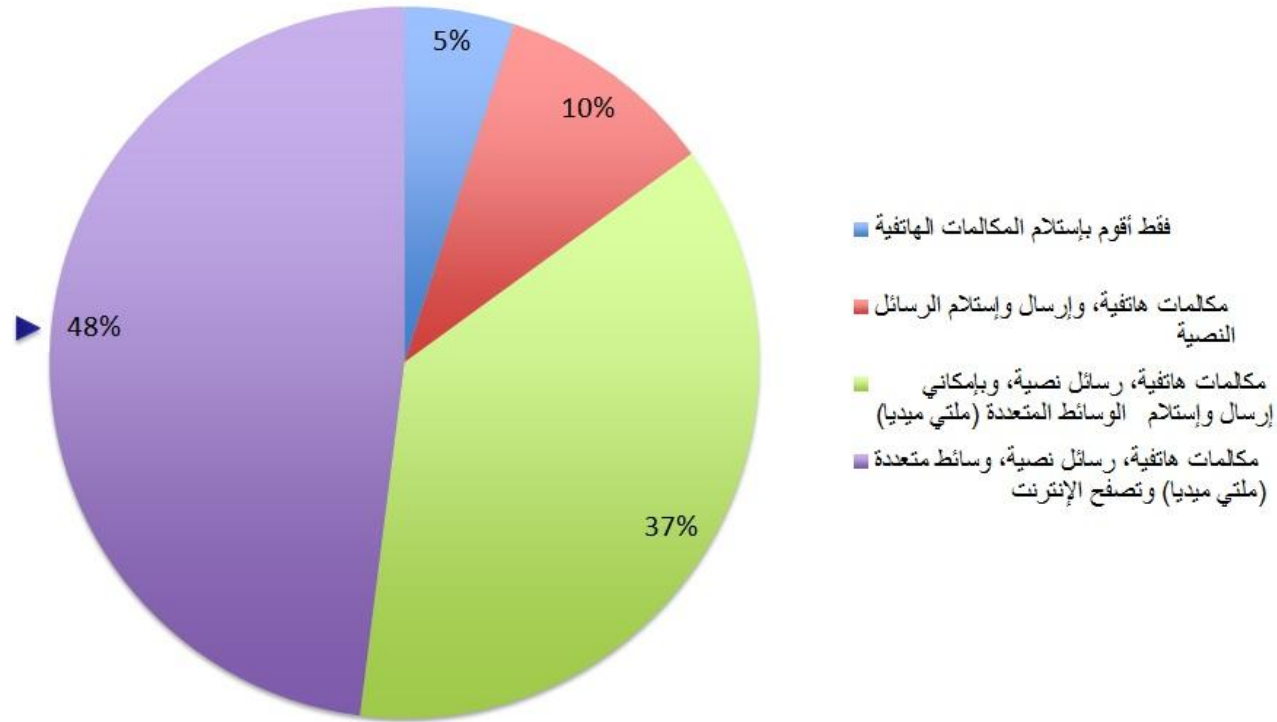




حوالي نصف مستخدمي الهواتف النقالة في العراق لديهم القدرة على تصفح الإنترنت



قدرات الهواتف النقالة في العراق
n=2,901





D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



شبيبة وسائل الإعلام الجديدة في العراق

العراقيون في سن الخامسة عشر وحتى الرابعة والعشرين يشكلون أكثر من ثلث حجم السكان – وهذا الجيل الأصغر يقوم بإستخدام الإنترنت للحصول على الأخبار والمعلومات والتفاعل الإجتماعي وهو جزء مهم من عملية البقاء على إطلاع



شبيبة وسائل الإعلام الجديدة في العراق

في هذه الدراسة نقوم بتوصيف شبيبة وسائل الإعلام الجديدة على أنهم عراقيين في سن الخامسة عشر وحتى الرابعة والعشرين يستخدمون على الأقل واحدة مما يلي بشكل أسبوعي:

- مدونات الإنترنت
- المؤسسات الإعلامية عبر الإنترنت (كافة البلاد / دوليا – الجزيرة، بي.بي.سي، إلخ.)
- شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت (فيس بوك، مكتوب، تويتر، إلخ.)
- الهواتف النقالة / المعاون الشخصي الإلكتروني، الرسائل النصية من مؤسسات إعلامية رسمية
- الهواتف النقالة / المعاون الشخصي الإلكتروني، الرسائل النصية من مصادر معلومات (الأصدقاء والعائلة)

783 من أصل 3000 ممن تم دراستهم يطابقون توصيف “شبيبة وسائل الإعلام الجديدة”

شبيبة وسائل الإعلام الجديدة يستخدموا وسائل إعلام إخبارية تقليدية ومما يتشابه مع سكان البلاد – ولكن احتمال إستخدامهم لوسائل الإعلام الإجتماعية والإنترنت هو الضعف.



شبيبة وسائل الإعلام الجديدة	كافة البلاد	
العراقية	90%	85%
تلفاز دولي (عربي)	61%	65%
تلفاز دولي (غير عربي)	15%	21%
راديو العراق	37%	35%
راديو دولي (غير عراقي)	28%	27%
صحف عراقية (عربية)	20%	29%
صحف دولية (غير عراقية)	11%	15%
مجلات	14%	23%
الأصدقاء والعائلة	49%	57%
المساجد / القادة الدينيين	22%	26%
الإنترنت (شبكات التواصل الإجتماعي)	28%	71%
الإنترنت (مواقع الأخبار الرسمية)	26%	62%
المدونات	17%	37%
الهواتف النقالة (الرسائل النصية مع الأصدقاء، العائلة)	33%	76%
الهواتف النقالة (الرسائل النصية من مواقع الأخبار الرسمية)	26%	65%

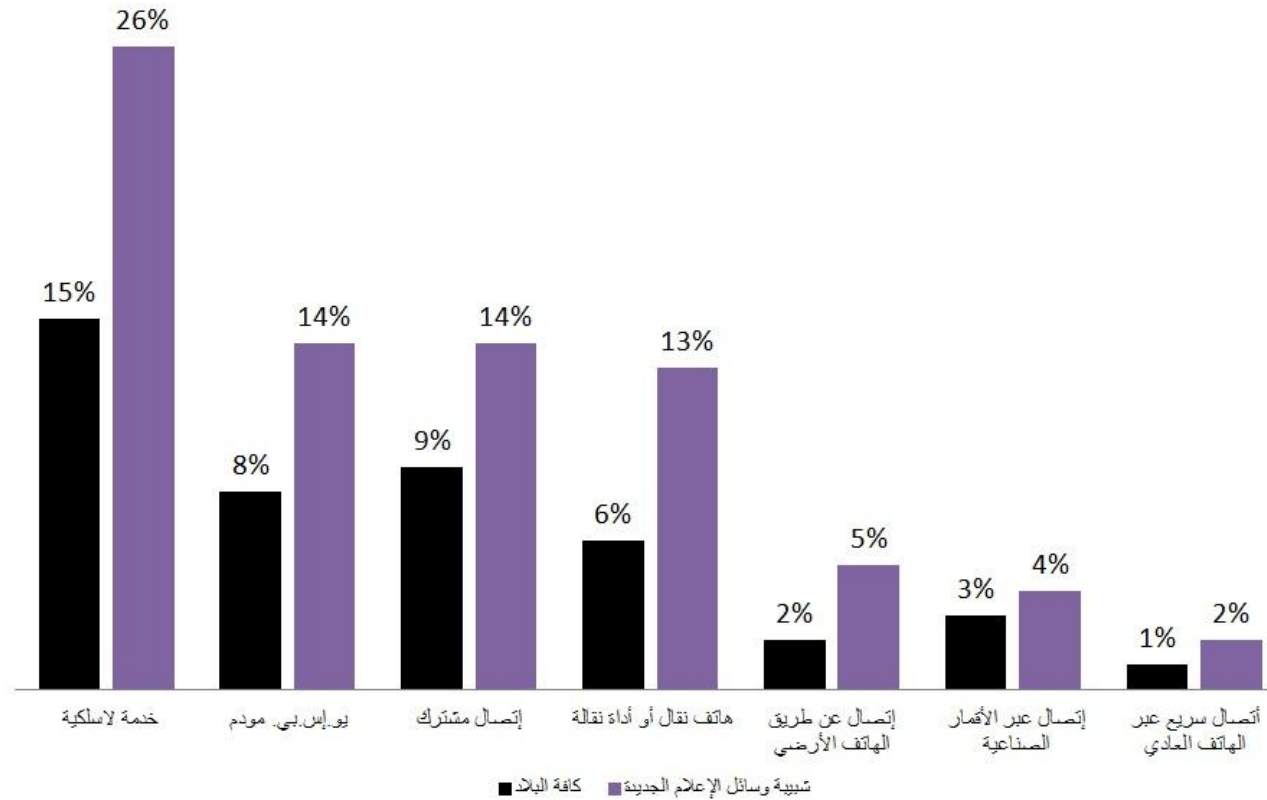
حجم العينة

كافة البلاد = 3000 | شبيبة وسائل الإعلام الجديدة = 782

شبكية وسائل الإعلام الجديد هم على الأرجح أقدر على الوصول إلى الإنترنت عبر أجهزة تعتمد على وسائل البث اللاسلكية



أنواع طرق الإتصال بالإنترنت



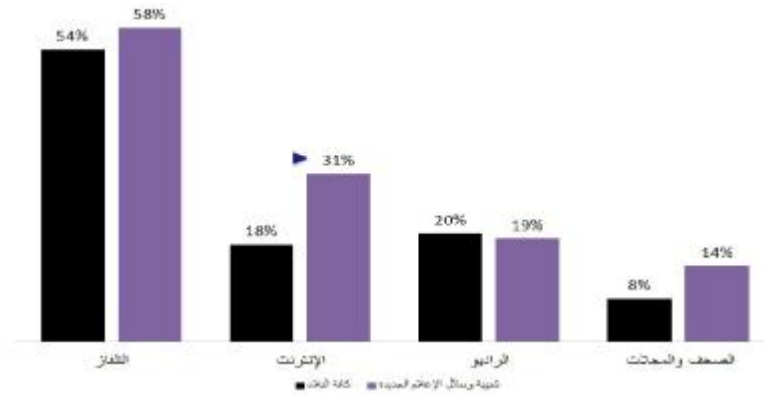
حجم العينة

كافة البلاد = 3000 | شبكية وسائل الإعلام الجديدة = 783

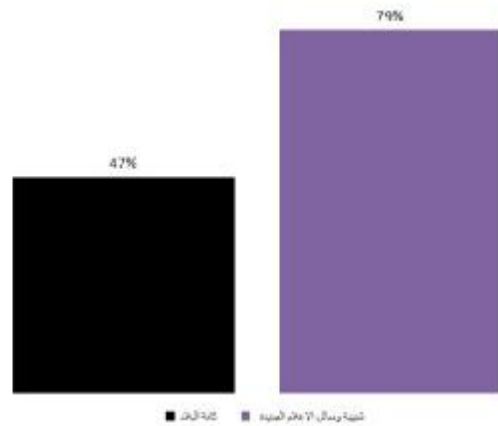


إحتمال أن يمضي شببية وسائل الإعلام الجديدة أكثر من 45 دقيقة في اليوم في إستهلاك الأخبار على الإنترنت هو ضعفي ما هو الحال بالنسبة للوسائل الأخرى، وفي الغالب وبشكل عام فهم على الأغلب يستخدمون جهاز حاسوبهم المنزلي.

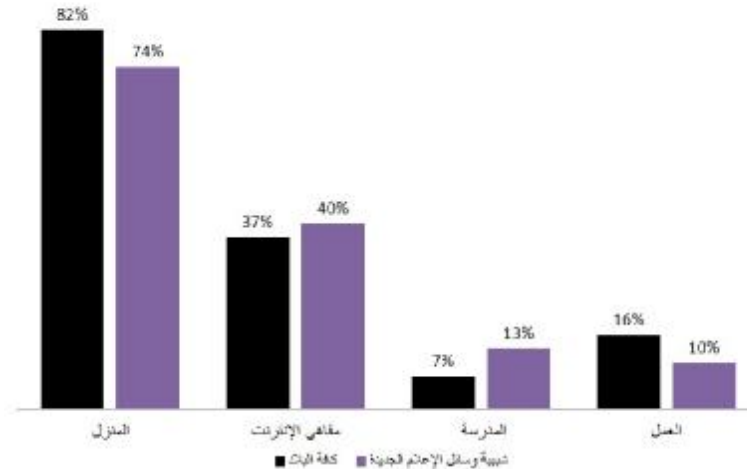
نسبة من يمضون أكثر من 45 دقيقة في اليوم باستخدام وسائل الأخبار التالية



نسبة من لديهم القدرة على الوصول للإنترنت



نسبة من يستخدمون الحاسوب (الكمبيوتر) في المواقع التالي (على مدى الأسبوع)



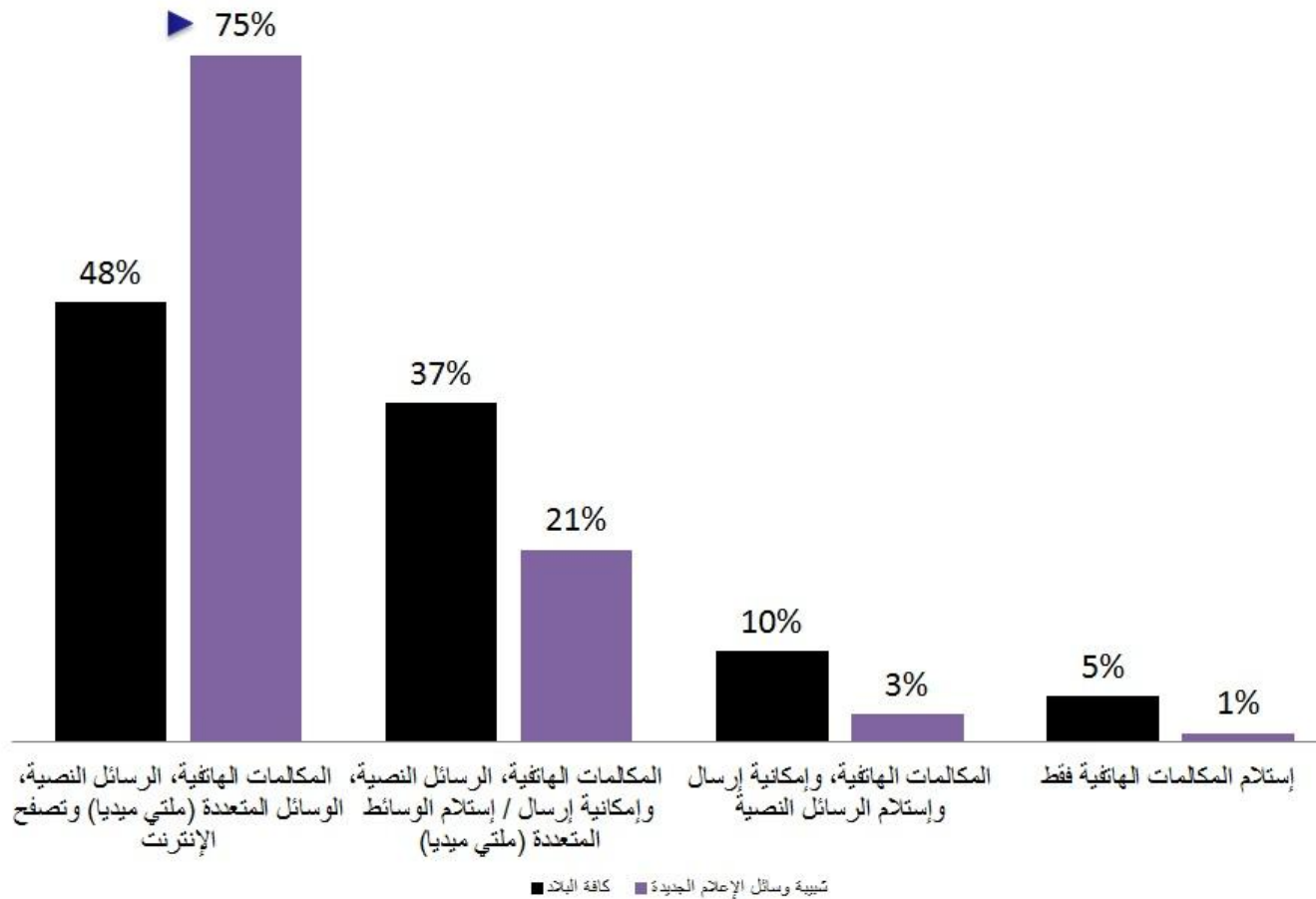
حجم العينة

كافة البلاد = 3000 | شببية وسائل الإعلام الجديدة = 783

شبيبة وسائل الإعلام الجديدة هم على الأغلب يمتلكون هاتف لديه القدرة على الوصول إلى الإنترنت



قدرات الهاتف النقال



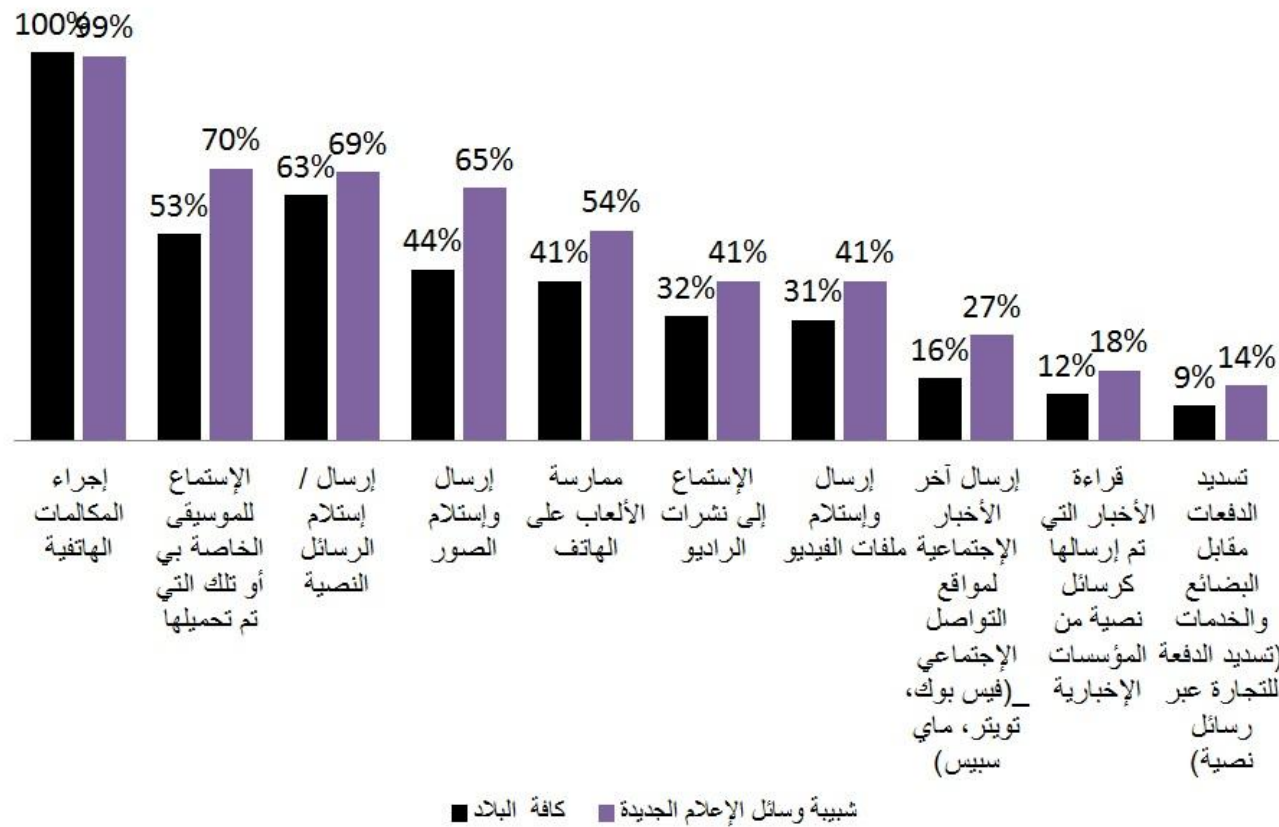
حجم العينة

كافة البلاد = 3000 | شبيبة وسائل الإعلام الجديدة = 783

شبيبة وسائل الإعلام الجديدة يستخدمون هواتفهم كأداة للترفيه بنفس حجم استخدامهم لها كأداة اتصال



إستخدام الهاتف النقال



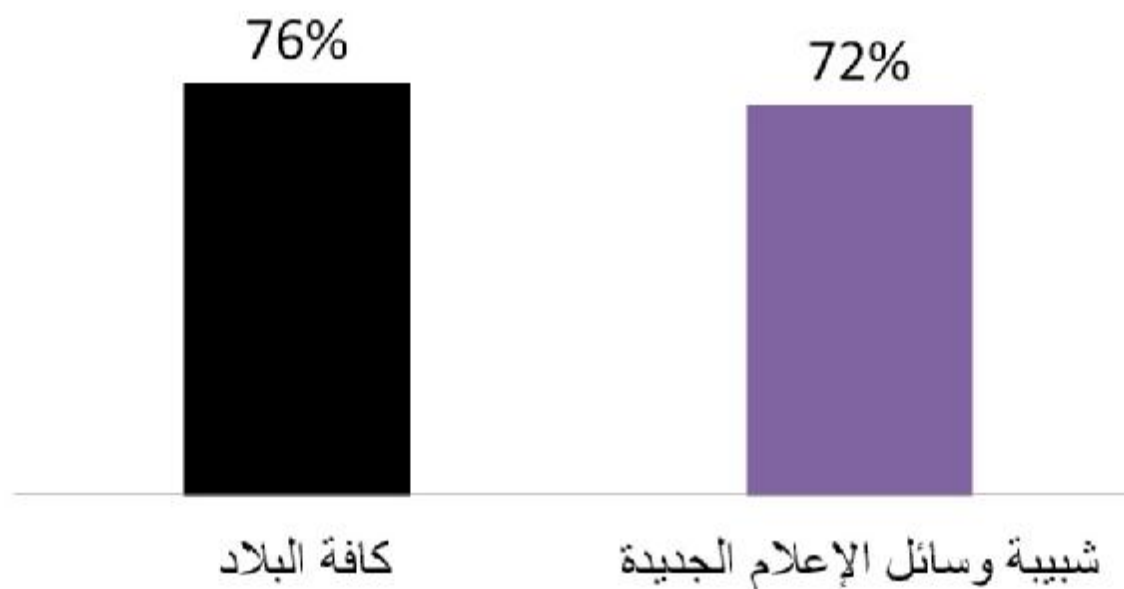
حجم العينة

كافة البلاد = 3000 | شبيبة وسائل الإعلام الجديدة = 783

شبيبة وسائل الإعلام الجديدة لديهم نفس الاهتمام بالبقاء على إطلاع على الأخبار والاحداث الراهنة كما لدى العينة التي تمثل بقية أرجاء العراق



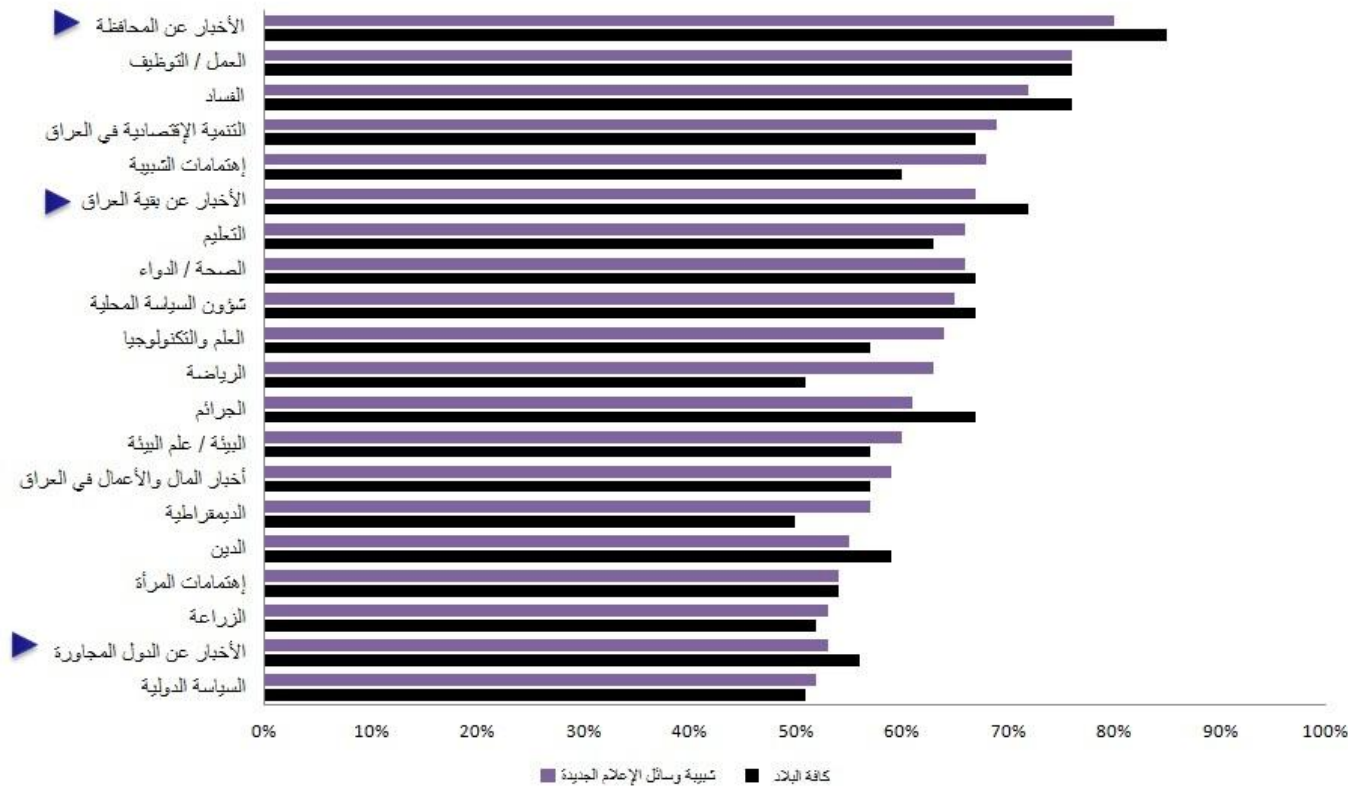
أهمية البقاء على إطلاع على الأخبار والأحداث الراهنة



شبيبة وسائل الإعلام الجديدة مهتمة أكثر بشؤون الأخبار التي تتناول القضايا المحلية أو التي لها أثر مباشر عليهم



أهم الأخبار والأحداث الراهنة مستوى الاهتمام بالمحتوى



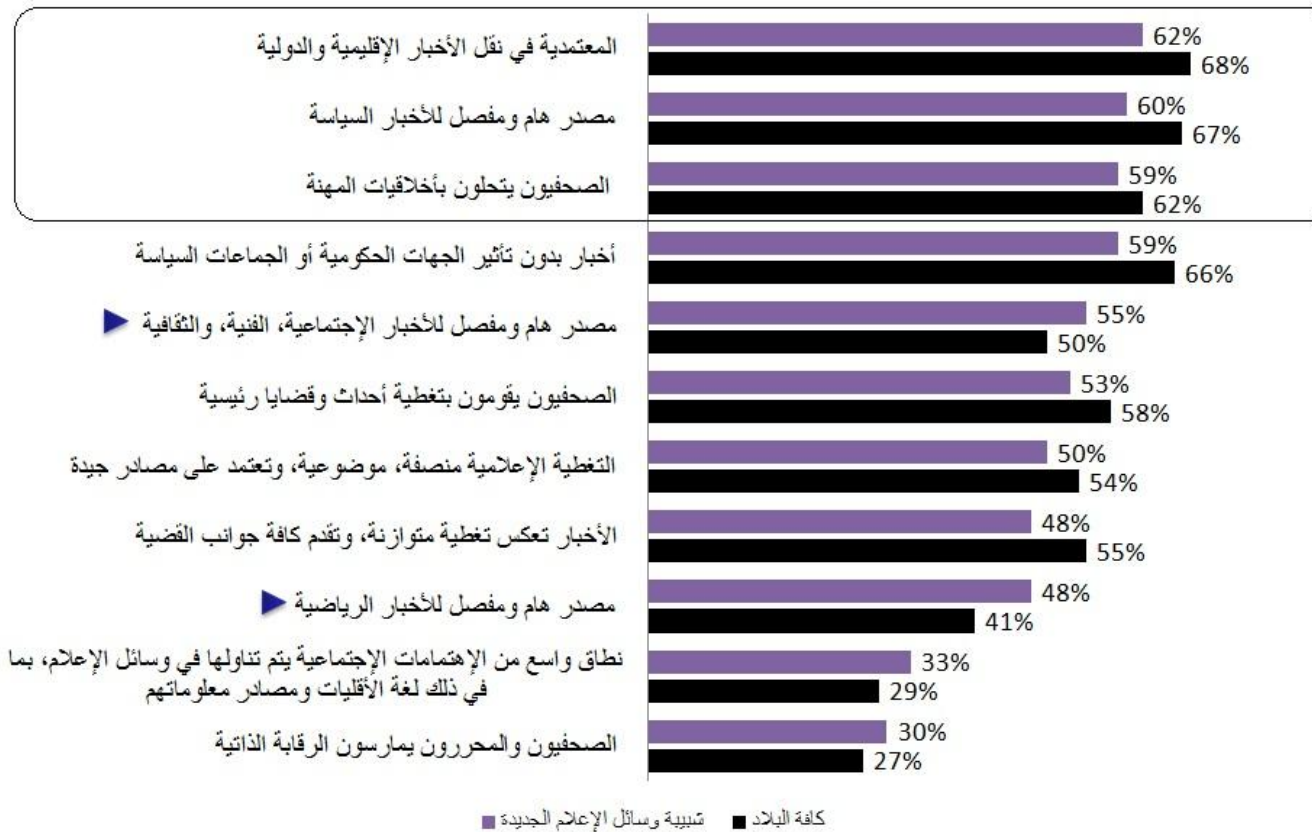
حجم العينة

كافة البلاد = 3000 | شبيبة وسائل الإعلام الجديدة = 783

بينما أن أهمية جوانب الجودة في الإعلام متشابهة – فإن شببية وسائل الإعلام الجديدة يهتمون بالاخبار الثقافية والرياضية أكثر من بقية السكان



أهمية جوانب الجودة الإعلامية في العراق (بناء على أربع أو خمس نقاط من أصل ميزان مكون من خمسة نقاط)

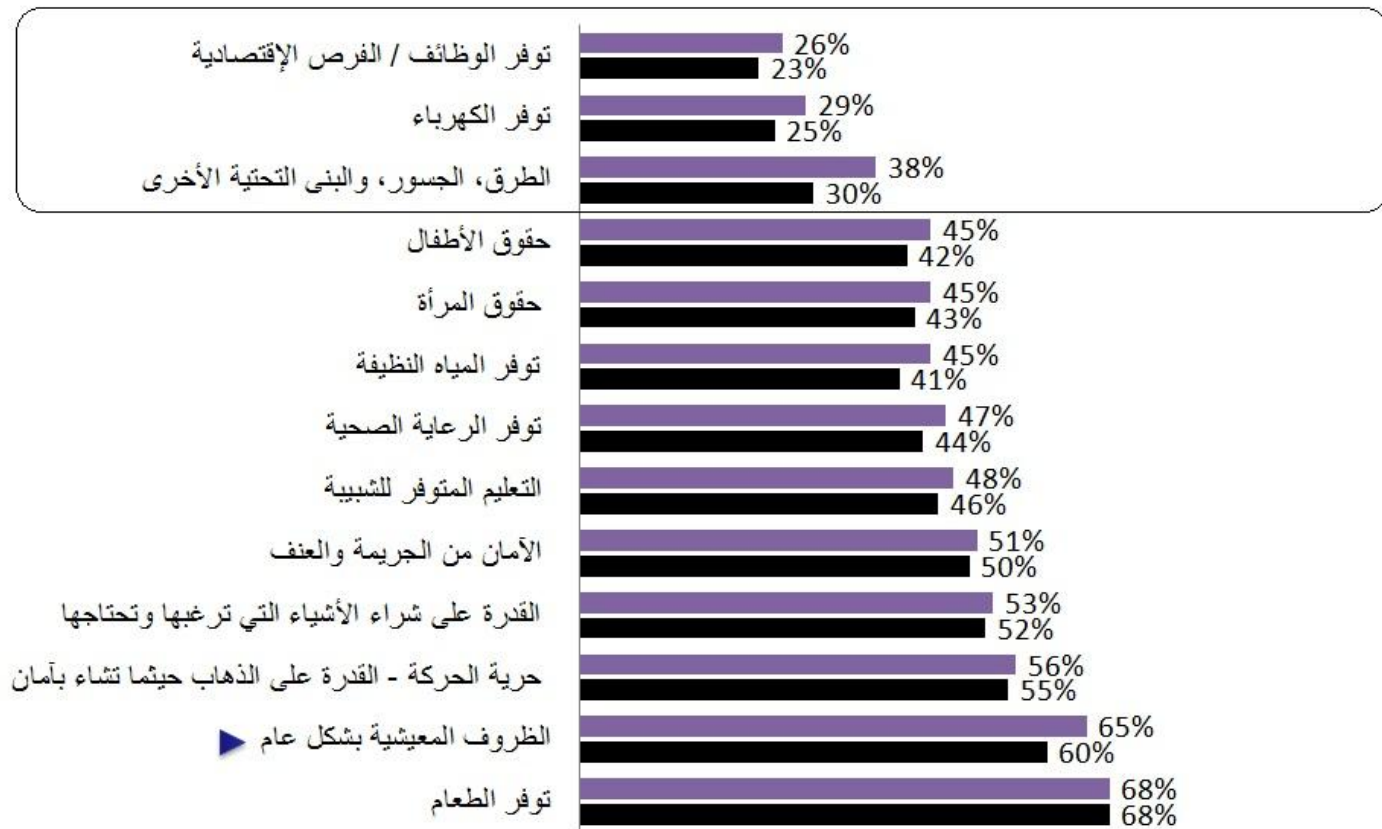




شبيبة وسائل الإعلام الجديدة يرون بأن الظروف هي أحسن مما يراها بقية السكان (65% مقابل 60%)
- ولكن المسائل الرئيسية في العراق هي ذاتها



الظروف في العراق
نسبة من يرون بأنها جيدة



■ شبيبة وسائل الإعلام الجديدة ■ كافة البلاد



D³ Systems
designs • data • decisions
GLOBAL RESEARCH SINCE 1985



للمزيد من المعلومات
بالنسبة للنتائج الواردة في هذا التقرير، إتصلوا بـ:

مارك وايتهاوس
آريكس

202.628.8188

mwhitehouse@irex.org

www.irex.org

روب جونستون
دي. ثري. سيستمز

703.388.2450

Robert.Johnston@d3systems.com

www.D3systems.com

