

# مشروع شبكات شباب البحر الأبيض المتوسط الإعلام والشباب

استطلاع للرأي العام حول الإعلام الشباب  
للفئات العمرية ١٨ - ٢٩ عاماً



من الشباب في كليات المجتمع والجامعات  
والأسر

تم تنفيذ الدراسة ضمن إطار مشروع شبكات شباب البحر المتوسط  
بتمويل من الإتحاد الأوروبي

عمان - الأردن

إن التسميات المستخدمة وطريقة عرض المواد في ورقة العمل هذه لا تعبر عن أي رأي من جانب اليونسكو بشأن الوضع القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة أو أي من سلطاتها، أو بشأن حدودها . الأفكار والآراء الواردة في ورقة العمل هذه هي آراء المؤلفين؛ فهي ليست بالضرورة التزامات اليونسكو وغير ملزمة للمنظمة.

وقد أعدت ورقة العمل هذه بدعم من الاتحاد الأوروبي. ومحتويات ورقة العمل هذه هي مسؤولية «Strategies for research» وحدها ولا يمكن بأي حال من الأحوال أن تعبر عن آراء الاتحاد الأوروبي. وقد صممت ورقة العمل هذه كوثيقة لتشجيع النقاش بين الشباب ووسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني المتخصصة والأكاديميين وغيرهم من أصحاب المصلحة المعنيين. نرحب بردود الفعل من القراء حول النتائج التي توصل إليها هذا العمل ، ويمكن إرسالها إلى الانسة دارين أبو ليل، مسؤولة مشروع « شبكات الشباب المتوسطي» في مكتب اليونسكو عمان.

للاتصال: [d.abulail@unesco.org](mailto:d.abulail@unesco.org)

بتكليف من مشروع شبكات الشباب المتوسطي (NET-MED Youth) الذي تنفذه اليونسكو و الممول من طرف الاتحاد الأوروبي .

© اليونسكو / الاتحاد الأوروبي - مشروع شبكات الشباب المتوسطي



يتوفر هذا التقرير و باتاحة تامة بموجب ترخيص إسناد-مشاركة على غرار 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo>) وباستخدام محتوى هذا التقرير. يوافق المستخدمون على الالتزام بشروط استخدام مستودع اليونسكو للولوج المفتوح (<http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>).

# مشروع شبكات شباب البحر الأبيض المتوسط الإعلام والشباب

استطلاع للرأي العام حول الإعلام الشباب  
للفئات العمرية ١٨ - ٢٩ عاماً





# قائمة المحتويات

٦	المقدمة
٨	المنهجية والعينة
٩	ملخص النتائج
١٢	النتائج
١٢	التواصل ووسائل الإعلام الجديدة
١٦	العلاقات الاجتماعية التقليدية
١٧	التسلية وقضاء أوقات الفراغ ومصادر المعلومات
٢٢	الانطباعات: وسائل الإعلام وحرية التعبير
٢٦	الانطباعات: وسائل الإعلام وقضايا الشباب
٢٧	قياس الطموحات المهنية والتطلعات المستقبلية
٢٨	قياس مستوى الرفاه والرضا عن النفس
٣١	المشاركة السياسية
٣١	ادارة المشروع وتصميم الدراسة

تم تنفيذ هذا الاستطلاع في اطار مشروع شبكات شباب البحر الابيض المتوسط **Networks of Mediterranean Youth Project (NET-MED Youth Project)** حيث يهدف هذا المشروع والذي يتم تنفيذه من قبل منظمة اليونسكو وبتمويل من الاتحاد الاوروبي في ١٠ بلدان في ضفتي حوض البحر الابيض المتوسط الشرقية والغربية (بما فيها الاردن) الى خلق بيئة تمكينيه للشابات والشباب لتطوير قدراتهم، وممارسة حقوقهم والانخراط بطريقة مجدية بصفتهم مواطنين ناشطين في صنع القرار في ما يخص السياسات الاجتماعية، الاقتصادية، التعليمية والثقافية والتخطيط لهذه السياسات.

# المقدمة

ويتضمن المشروع مكون خاص بوسائل الإعلام كعامل مساعد للأهداف الموضوعية الأخرى بمعنى أنه من أجل ان يستمر الشباب في لعب دور محوري في عملة التحول السياسي والاجتماعي، وجب على وسائل الإعلام ليصبحوا أكثر دعماً لهؤلاء الشباب ويجاد مساحة عامة لإيصال صوتهم وتعزيز الوعي بحقوقهم. ومن هنا يصبح لزاماً دعم كافة الخطوات الرامية الى تعزيز التغطية الإعلامية لأخبار الشباب وعلى نحو من العدالة والموضوعية، ولحقوقهم وانجازاتهم بالإضافة الى إبراز وجهات نظرهم وآرائهم تجاه القضايا والسياسات الوطنية خاصة ذات الشأن في وسائل الإعلام.

ولتحقيق الاهداف اعلاه، تم تنفيذ استطلاع لقياس انطباعات الشباب في الاردن عن وسائل الإعلام في الاردن والمنطقة وذلك لتحقيق فهم افضل لكيفية ارتباط الشباب بوسائل الإعلام وكيفية التعاطي مع وسائل الإعلام المختلفة وادواتها.

وتتمثل أهداف الاستطلاع:

- أولاً: في تقديم تحليل كمي حول الشباب الاردني ووسائل الإعلام وأمطاً استخدام الشباب للتكنولوجيا الحديثة، وتسجيل انطباعاتهم حول وسائل الإعلام في الاردن والمنطقة العربية وعلاقة ذلك بحرية التعبير والتمكين وصورة الشباب التي تنقلها هذه الوسائل.
- وثانياً: في تقديم تحليل نوعي وتحليل محتوى الاخبار في التلفزيون، الراديو، الجرائد لدراسة ما اذا كانت هذه الوسائل تغطي قضايا الشباب بشكل كافي مع التركيز على التوظيف والنوع، بالإضافة الى تحليل الطريقة التي يتم فيها تقديم الشباب والشابات والحيز التي توفره وسائل الإعلام هذه لصوت الشباب، ودور الإعلام الحديث والإعلام الاجتماعي في تسهيل تمثيل الشباب في المشهد الإعلامي.
- ثالثاً: توفير معلومات عن رأي الشباب بمدى استقلالية، مصداقية، عدالة وموضوعية محتوى الاخبار بالإضافة الى مدى الثقة في وسائل الإعلام من بين أمور أخرى هامة ذات علاقة.
- رابعاً: المساهمة في تطوير وصياغة استراتيجية تواصل شبابية تهدف الوصول الى وسائل الإعلام بشكل يبرز الثغرات في الوسائل المحلية من حيث تغطية قضايا الشباب وتمثيل الإناث والذكور منهم إضافة الى تصميم حملة إعلامية تتركز حول قضايا الشباب وخطوات أخرى ذات علاقة بتحقيق مساحة أكبر لتمثيل قضاياهم. ويهدف كل ذلك الى الوقوف بشكل أوسع على قضايا التوظيف وعمالة الشباب والمساواة بين الجنسين.

# المنهجية والعينة

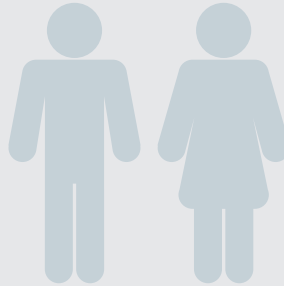
تم تنفيذ العمل الميداني ما بين ١-١٦/٦/٢٠١٥.

تم عمل مقابلات وجاهية مع الشباب ضمن عمر ١٨-١٩ عام، ٢٠-٢٤ عام، ٢٥-٢٩ عام، في كليات المجتمع وجامعات القطاع العام والخاص بالإضافة الى عينة من الأسر، حيث بلغ حجم العينة ١٠١٨ مقسمة ما بين ٤٥,٨% ذكور و٥٤,٢% اناث.

وتمثلت فئات الاعمار المستجوبة في النسب التالية : ١٨ عام (٥,٤%)، ١٩-٢٤ عام (٧٦,٩%)، و٢٥-٢٩ عام (١٧,٨%).

بلغ هامش الخطأ  $\pm 2,5\%$  بمستوى ثقة ٩٥%

العينة	اسلوب اختيار العينة	حجم العينة ومواصفاتها	اسلوب المقابلة																																							
عينة اسر	العينة الطبقيه المنتظمة	٣٣٩ مشارك ذكور ٥٠,٧% & اناث ٤٩,٣%	مقابلات وجاهية في ١٢ محافظة																																							
		<ul style="list-style-type: none"> <li>٦٨ مشارك ضمن ١٨-١٩ عام</li> <li>١٣٦ مشارك ضمن ٢٠-٢٤ عام</li> <li>١٣٥ مشارك ضمن ٢٥-٢٩ عام</li> </ul>	<table border="1"> <tr> <td>عمان</td> <td>١١٩</td> <td>٣٥,١%</td> </tr> <tr> <td>البلقاء</td> <td>٢٠</td> <td>٥,٩%</td> </tr> <tr> <td>الزرقاء</td> <td>٥٠</td> <td>١٤,٧%</td> </tr> <tr> <td>مادبا</td> <td>١٠</td> <td>٢,٩%</td> </tr> <tr> <td>اربند</td> <td>٦٠</td> <td>١٧,٧%</td> </tr> <tr> <td>المفرق</td> <td>٢٠</td> <td>٥,٩%</td> </tr> <tr> <td>جرش</td> <td>١٠</td> <td>٢,٩%</td> </tr> <tr> <td>عجلون</td> <td>١٠</td> <td>٢,٩%</td> </tr> <tr> <td>الكرك</td> <td>١٠</td> <td>٢,٩%</td> </tr> <tr> <td>الطفيلة</td> <td>١٠</td> <td>٢,٩%</td> </tr> <tr> <td>معان</td> <td>١٠</td> <td>٢,٩%</td> </tr> <tr> <td>العقبة</td> <td>١٠</td> <td>٢,٩%</td> </tr> <tr> <td>المجموع</td> <td>٣٣٩</td> <td>١٠٠%</td> </tr> </table>	عمان	١١٩	٣٥,١%	البلقاء	٢٠	٥,٩%	الزرقاء	٥٠	١٤,٧%	مادبا	١٠	٢,٩%	اربند	٦٠	١٧,٧%	المفرق	٢٠	٥,٩%	جرش	١٠	٢,٩%	عجلون	١٠	٢,٩%	الكرك	١٠	٢,٩%	الطفيلة	١٠	٢,٩%	معان	١٠	٢,٩%	العقبة	١٠	٢,٩%	المجموع	٣٣٩	١٠٠%
عمان	١١٩	٣٥,١%																																								
البلقاء	٢٠	٥,٩%																																								
الزرقاء	٥٠	١٤,٧%																																								
مادبا	١٠	٢,٩%																																								
اربند	٦٠	١٧,٧%																																								
المفرق	٢٠	٥,٩%																																								
جرش	١٠	٢,٩%																																								
عجلون	١٠	٢,٩%																																								
الكرك	١٠	٢,٩%																																								
الطفيلة	١٠	٢,٩%																																								
معان	١٠	٢,٩%																																								
العقبة	١٠	٢,٩%																																								
المجموع	٣٣٩	١٠٠%																																								
طلاب كليات المجتمع	العينة الطبقيه المنتظمة	٣٤٠ طالب ذكور ٣٨,٥% & اناث ٦١,٥%	مقابلات وجاهية في كليات المجتمع																																							
		<ul style="list-style-type: none"> <li>١٧٠ طالب في السنة الاولى</li> <li>١٧٠ طالب في السنة الثانية</li> </ul>																																								
طلاب الجامعات	العينة الطبقيه المنتظمة	٣٣٩ طالب ذكور ٤٩,٦% & اناث ٥٠,٤%	مقابلات وجاهية في الجامعات																																							
		<ul style="list-style-type: none"> <li>٨٥ طالب في السنة الاولى</li> <li>٨٠ طالب في السنة الثانية</li> <li>٨٥ طالب في السنة الثالثة</li> <li>٨٠ طالب في السنة الرابعة</li> <li>٩ طالب في السنة الخامسة</li> </ul>																																								





# ملخص النتائج

## التواصل ووسائل الإعلام الجديدة

ما بين الكمبيوتر الشخصي الثابت في البيت، و الكمبيوتر المحمول (Laptop)، والكمبيوتر اللوحي (Tablet) والهاتف الذي تعتبر الأغلبية الساحقة للشباب الاردني المشاركين في هذه الدراسة من المتزودين بأجهزة التكنولوجيا الحديثة ومستخدمي الإنترنت بشكل يومي من البيت أو الجامعة وبشكل جزئي من خلال الجهاز الخلوي.

وتنقسم نشاطات استخدام الإنترنت بشكل رئيسي ما بين تحميل ملفات الصوت/الفيديو الترفيهية - وبشكل رئيسي كليات الأغاني والموسيقى- ولكن بشكل أكبر الدردشة والبحث والتصفح عبر شبكة الإنترنت. ويأتي المحتوى الديني في المرتبة الثالثة.

وتعتبر قنوات التواصل الاجتماعي الفيس بوك وجوجل وتطبيقات الدردشة الوسائل الأكثر استخداماً لأغلبية الشباب موضوع الدراسة.

والشباب الاردني على دراية كبيرة باستخدام التكنولوجيا وتواصل جيد بوسائل الإعلام الجديدة. اما بالنسبة الى للمحتوى وأماط الاستهلاك فيبدو انهم غير مختلفين عن الاتجاهات العالمية.

## العلاقات الاجتماعية التقليدية

يقضي الشباب موضوع الدراسة وقت قصير بالتحدث مع الآباء بالمقارنة مع الاصدقاء أو الأمهات والأشقاء، حيث يقضي ثلثا الشباب أقل من ٣٠ دقيقة بالتحدث مع آبائهم في اليوم العادي. وهذا التفاعل الضعيف يعكس انقطاعاً معيناً في التواصل (disconnect) في علاقاتهم مع آبائهم.

فهناك تحاور قليل نسبياً بين الذكور والاناث الشباب مع الآباء فيما يخص الامور العاطفية، وأقل من ذلك ما بين الأخوة والأخوات. بالمقابل تبدو الأمهات على موضع أكبر من الثقة فيما يخص الامور العاطفية بين البنات وأمهاتهن. وحتى بالنسبة الى الأمور الدينية يبدو أن هناك تفاعلاً أكثر مع الامهات مقارنة مع الآباء. اما الامور السياسية فلا يتم مناقشتها مع الأمهات، الأخوة والأخوات.

## التسلية وقضاء أوقات الفراغ ومصادر المعلومات

أصبح من الواضح ان الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعي قد اكتسبت أهمية متزايدة كمصدر للمعلومات بالنسبة للشباب وذلك على حساب وسائل الإعلام التقليدية: المطبوعة والراديو أو التلفزيون. أما المصادر الشخصية كالعائلة والاصدقاء فلها أهميتها كنظام دعم معنوي واخلاقي بالأخص فيما يتعلق بتأمين فرص العمل والتسلية والعلاقات. ويبدو ان وسائل الإعلام التقليدية وبالأخص المطبوعة منها قد فقدت قراءها الشباب وقد يعزى ذلك الى عدم استهدافها للشباب، وإبراز القضايا التي تهمهم.

## الانطباعات: وسائل الإعلام وحرية التعبير

من الواضح ان هناك إجماع على ان الإنترنت يقدم منبراً للمشاركة العامة وحرية التعبير. ولكن الشباب منقسم في الرأي فيما إذا كان هذا المنبر يوفر الحرية الكافية في التعليق على أداء الحكومة والبرلمان أو انتقاد الحكومة. وهناك أقلية كبيرة تقارب حوالي الثلث او أكثر تعتقد بأن هذا المنبر غير متوفر في المقام الأول.

كما ينقسم الشباب في الرأي بين مؤيد ومعارض فيما يخص مدى الرقابة التي تمارسها الحكومة ومزودي خدمة الإنترنت لمحتوى الإنترنت. ويبدو من الواضح أن هناك قلق سائد فيما يتعلق باحتمال انتهاك خصوصياتهم من قبل أشخاص آخرين من خلال الإنترنت. كما أن هناك أغلبية كبيرة تعتقد بوجود اتخاذ الحذر لدى التعبير عن النفس بحرية. ولكن في نفس الوقت تتفق الأغلبية بان الإنترنت هو المكان الأكثر اماناً للتعبير عن النفس بحرية.

## الانطباعات: وسائل الإعلام وقضايا الشباب

هناك ثقة قليلة فيما يخص استقلالية ومصداقية وسائل الإعلام في الاردن. ويهتم الشباب في الأغلب بالأخبار الخاصة بالأردن، ويتابعون بشكل أقل الأخبار التي تخص الاقليم والعالم.

وللإطلاع على الأخبار وقضايا الساعة يلجأ الشباب موضوع الدراسة الى المواقع الاخبارية الالكترونية يليها التلفزيون. وهناك نسبة قليلة منهم يتابعونها على الراديو ( ربما يعود ذلك الى ان محطات إذاعية قليلة تقدم الأخبار السياسية) ونسبة أقل من ذلك بكثير تلجأ الى وسائل الإعلام المطبوعة.

وتنقسم آراء الشباب كذلك حول دور وسائل الإعلام في الأردن والى أي مدى تساهم هذه الوسائل في طرح قضايا الشباب، وصورة الشباب التي تقدمها هذه الوسائل، والمساحة التي يتم توفيرها لإبراز هموم وحقوق وتطلعات الشباب من مختلف قطاعات المجتمع. وفي الواقع فإن الشباب غير راضين عن هذا الدور. وفي هذا السياق فإن الشباب منقسم حول مدى تغطية وسائل الإعلام وبشكل جامع لقضايا الشباب من كافة الخلفيات والشرائح الاجتماعية ولكن يسود هناك انطباع أكثر إيجابية بقليل حول المساحة التي يوفرها الإعلام لقضايا الفئات الشبابية المهمشة.

## قياس الطموحات المهنية والتطلعات المستقبلية

في حال فشل الشباب في إيجاد وظيفة في نفس مجال تخصصهم بعد فترة معينة من تخرجهم، فقد أفاد أكثر من نصف الشاب بأنه يقبل باي فرصة عمل ريثما تتاح له فرصة عمل في مجال تخصصه. بينما أفاد اثنين من اربعة من المستطلعين بانهم قد يرضون بفرصة عمل في غير مجال تخصصهم ضمن راتب ومزايا وظيفية معينة فقط أو يفضلون البقاء بلا عمل.

أما الطريقة المفضلة للبحث عن فرصة عمل فكانت من خلال الإتصال المباشر بالشركات والمصانع أو مديريات وزارة العمل والاعلانات المبنية في الصحف والإنترنت وأقرب مركز تدريب مهني من مكان السكن.

وكانت تعتبر درجة المعرفة بالبوابات الإلكترونية المتخصصة بالتوظيف (مثل أخطبوط.كوم، خريج.كوم، بيت.كوم) منخفضة نسبياً. بالمقابل سجل النظام الوطني للتشغيل الالكتروني (NEES) - وزارة العمل - نسبة معرفة مرتفعة نسبياً

بين المستجيبين. كما أن إنشاء الملفات الشخصية (بروفائل) يعتبر متدنياً جداً الأمر الذي يعزى ربما إلى أن ثلثي الشباب المستطلع لا يزال على مقاعد الدراسة.

## قياس مستوى الرفاه والرضا عن النفس

تعتبر غالبية الشباب الذين شملهم الاستطلاع أنفسهم «سعيد جداً» أو «سعيد». ولكن بالمقابل لم يتمكن ثلث الشباب تقريبا من تحديد ما إذا كان كل شيء في حياتهم هو على ما ينبغي أن يكون أم لا، فهم في حالة «لا سعيد ولا تعيس». وهناك أقلية صغيرة أفادت بأنهم «غير سعداء». وتحتل العائلة والاصدقاء مساحة كبيرة في حياة الشباب الذين أفادوا بأنهم سعداء. وجاء التدين في مرتبة منخفضة كأحد أسباب السعادة.

أما بالنسبة إلى أسباب التعاسة فتمثلت بالوضع الاقتصادي السيئ، وعدم الرضا بشكل عام ومشاكل الدراسة/البيئة الدراسية وصعوبة العلاقات الاجتماعية والمشاكل مع العائلة، المواصلات والوضع السياسي.

وبالنسبة للضغوطات اليومية التي يتعرض لها الشباب المستطلع فهي تشبه إلى حد كبير نفس أسباب التعاسة من الوضع الاقتصادي السيئ إلى المواصلات (مصدر انزعاج مستمر ودائم لسنين طويلة حتى الآن في كافة الاستطلاعات) عدا عن مشاكل الدراسة/بيئة الدراسة التي تبدو سائدة بين إجابات أخرى .

في حين يتمتع غالبية الشباب بشعور معين من الأمان والوثام مع أنفسهم ومحيطهم إلا أن هناك شريحة كبيرة لا تتمتع بالشعور ذاته. فهناك شعور بالانقطاع والإنقطاع مع محيطهم ومع أسرهم وأبائهم وكذلك المجتمع والوطن (alienation and disconnect) الأمر الذي يلقي بظلاله على انعدام الشعور بالأمان وعدم الثقة بالنفس على بعض المستطلعين من الشباب. فهناك حوالي الثلث يتأرجح ما بين «دائماً واحياناً أشعر بالضيق والضرر». وعلى الرغم من ذلك فإن واحد من بين اثنين من الشباب لديه رأي في قضايا عديدة ويستطيع أن يدافع عن رأيه. وهناك فئة تعلموا بأن يفكروا بشكل منطقي بعيداً عن التقليد الأعمى. أما النصف الآخر فلديه القدرة والشجاعة بالاعتراف بأن لديه محدوديات وسمات شخصية سلبية.

## المشاركة السياسية

وينعكس الشعور بالإغتراب هذا بطبيعة الحال على انخفاض نسبة المشاركة في الإنتخابات المحلية والوطنية كما يستخلص من النتائج.

# النتائج

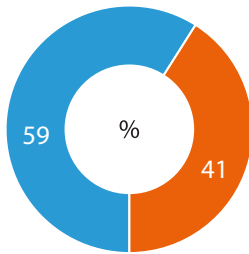
## قياس استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة

### ملكية الأجهزة التكنولوجية

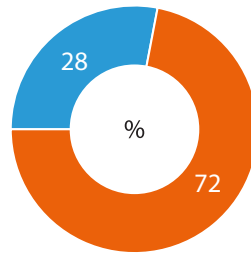
أفاد خمسون بالمئة من الشباب المستطلع بأنهم يملكون جهاز كمبيوتر ثابت في المنزل وأن ٨٠% منهم أفادوا بأنه يتم استخدامه من قبل أي فرد من أفراد الأسرة مقابل ١٥% فقط للاستخدام الشخصي.

بالمقابل فإن ٧٢% لديه جهاز كمبيوتر محمول في البيت، أفاد ٤٧% منهم بأنه يتم استخدامه من قبل أي فرد من أفراد الأسرة و٥٣% للاستخدام الشخصي. ويملك ٤١% كمبيوتر لوحي (Tablet/Ipad)، منهم ٦٠% أفادوا بأنه يتم استخدامه من قبل أي فرد من أفراد الأسرة و٤٠% للاستخدام الشخصي. (رسم بياني ١-٦)

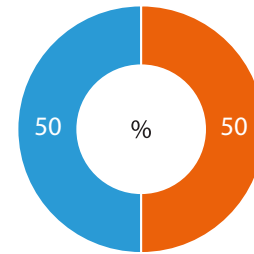
رسم بياني رقم ٥  
ملكية كمبيوتر لوحي



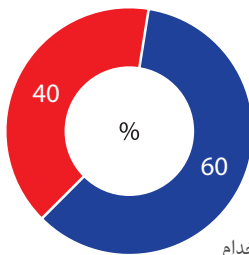
رسم بياني رقم ٣  
ملكية الجهاز المحمول



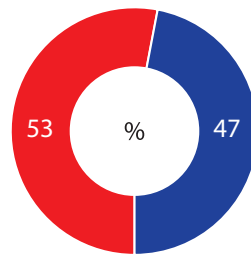
رسم بياني رقم ١  
ملكية الجهاز الثابت



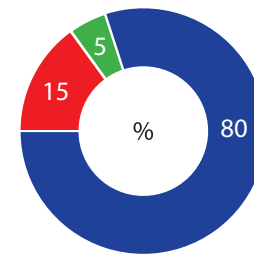
رسم بياني رقم ٦  
استخدام الجهاز اللوحي



رسم بياني رقم ٤  
استخدام الجهاز المحمول



رسم بياني رقم ٢  
استخدام الجهاز الثابت



## رسم بياني رقم ٧ - أماكن استخدام الإنترنت

### استخدام الإنترنت

إثنان وتسعون بالمئة من المستجيبين يستخدمون الإنترنت بشكل يومي مقابل ٣٪ لا يستخدمونه على الإطلاق. أما بالنسبة إلى أماكن استخدام الإنترنت أفاد ٩٨٪ أنهم يستخدمونه بالمنزل، ٧١٪ بالجامعات، ٤٧٪ بالأماكن العامة، ٣٠٪ في مقاهي الإنترنت ثم ١٦٪ في أماكن العمل (مجملة العينة ما زالوا على مقاعد الدراسة). (رسم بياني رقم ٧)

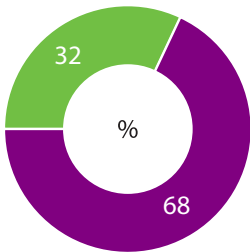
وقد يعود سبب انخفاض استخدام مقاهي الإنترنت إلى تكلفة استخدام هذه المقاهي والتي لا يستطيع الشباب تحملها بشكل مستمر بالإضافة إلى وجود خيارات أخرى.

وبينما أفاد ٩٦٪ من الشباب المستطلع بأنهم يملكون أجهزة خلوية ذكية، يشارك ١٩٪ منهم فقط بخدمة الإنترنت من خلال هذه الأجهزة.

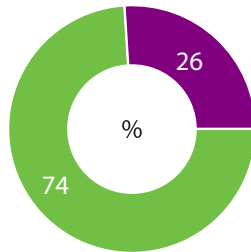
### خط الإنترنت في المنزل

إن ما نسبته ٢٦٪ من المستجيبين فقط يملكون خط ADSL في المنزل، بينما ٦٦٪ يستخدمون خط الإنترنت العادي Dial Up. غالبية الشباب مشتركين بالإنترنت من خلال خط لاسلكي سمارة فون أو تابلت أو آي فون (Wireless). وأي اشتراك من خلال الفايبر أو بتكس أو ADSL يكون بالاشتراك مع الجيران. (رسم بياني رقم ٨)

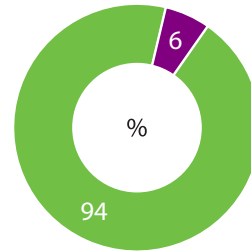
## رسم بياني رقم ٨ - خط الإنترنت في المنزل



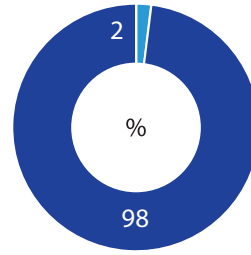
خط لاسلكي  
WIRELESS



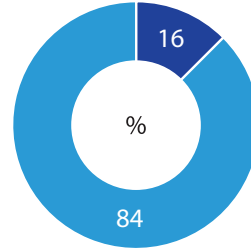
خط  
ADSL



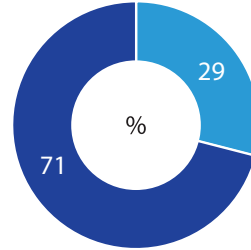
خط  
إنترنت  
عادي



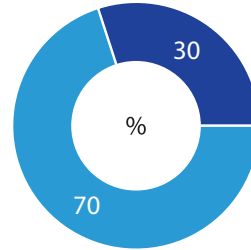
المنزل



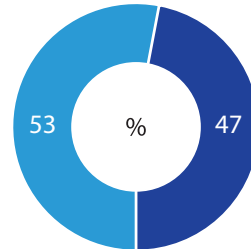
مكان  
العملاء



الجامعة  
الأماكن



مقاهي  
الإنترنت



الأماكن

ويستخدم خمسة وسبعون بالمائة اللغة العربية في تصفح الإنترنت مقابل ما نسبته ٢٢% يستخدم اللغة الانجليزية و٤% يستخدم اللغتين.

## استخدام الإنترنت

- يستخدم خمسة وتسعون بالمائة الإنترنت للتصفح، بينما أفاد ٥% بأنهم لا يستخدموا الإنترنت لهذا الغرض
- يستخدم خمسة وثمانون بالمائة الإنترنت للبحث عن البيانات وجمعها بالمقارنة مع ١٥% لا يقومون بذلك.
- يستخدم ستة وسبعون بالمائة من الشباب الإنترنت لمشاهدة/ سماع الملفات الصوتية وملفات الفيديو بدون تحميل
- بالمقابل يستخدم ٧٨% الإنترنت لتحميل الملفات الصوتية/ملفات الفيديو
- ويستخدم ثلاثة وثمانون بالمائة الإنترنت للدراسة/ تشات مقابل ١٧%
- يستخدم تسعة واربعون بالمائة الإنترنت للألعاب (Video Games) مقابل ٥١%
- يستخدم ثمانية وثلاثون بالمائة الإنترنت للاستماع للراديو مقابل ٦٢%
- يستخدم واحد وعشرون بالمائة الإنترنت للمشاركة في المنتديات وغرف التشات مقابل ٧٩%

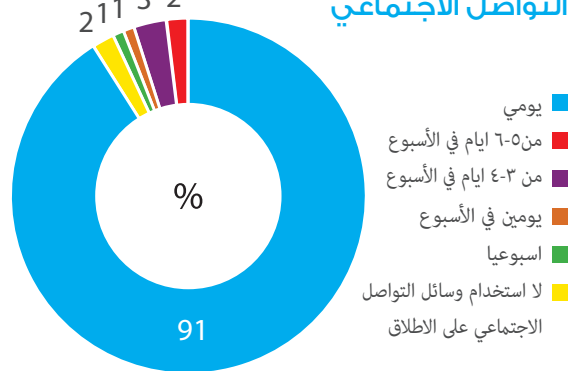
## مشاهدة الملفات الصوتية وملفات الفيديو (بدون تحميل)

- ستة وثمانون بالمائة من الشباب الذي يستخدم الإنترنت لسماع/مشاهدة الملفات الصوتية/الفيديو بدون تحميل يشاهدون فيديو كليب (موسيقي)
- سبعة وسبعون بالمائة يشاهدون ملفات كوميدية
- اثنان وستون بالمائة يشاهدون برامج دينية
- اربعة واربعون بالمائة يشاهدون مسلسلات
- ثلاثة واربعون بالمائة يشاهدون الاخبار
- ثلاثة واربعون بالمائة يشاهدون البرامج الرياضية
- سبعة وثلاثون بالمائة يشاهدون البرامج الوثائقية
- واحد وثلاثون بالمائة يشاهدون البرامج الحوارية
- اربعة وعشرون يشاهدون البرامج التاريخية

## معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

- واحد وتسعون بالمائة من الشباب المستطلع يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي مقابل ٢% فقط لا يستخدمون هذه الوسائل. البقية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ما بين يومين الى خمسة ايام بالأسبوع. (رسم بياني رقم ١١)

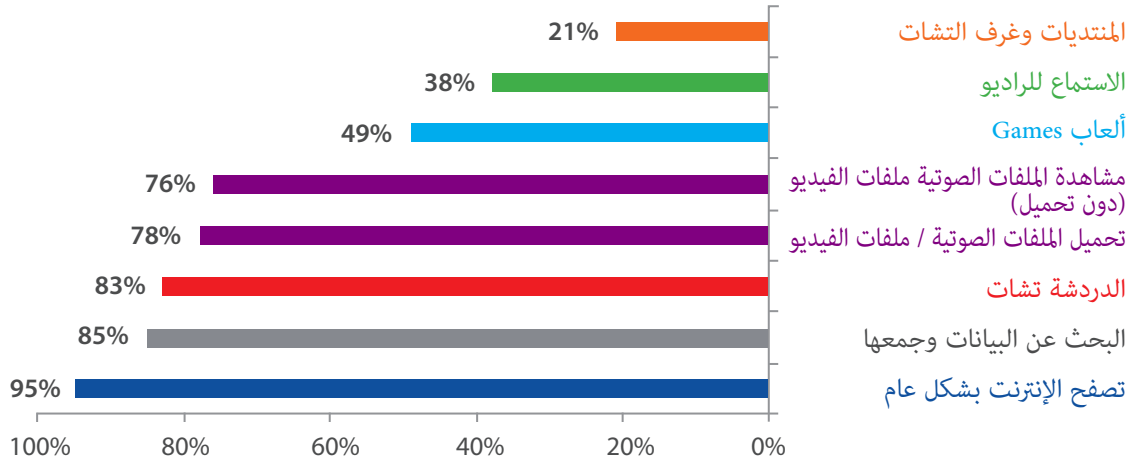
### رسم بياني رقم ١١- استخدام الانترنت-استخدام وسائل التواصل الاجتماعي



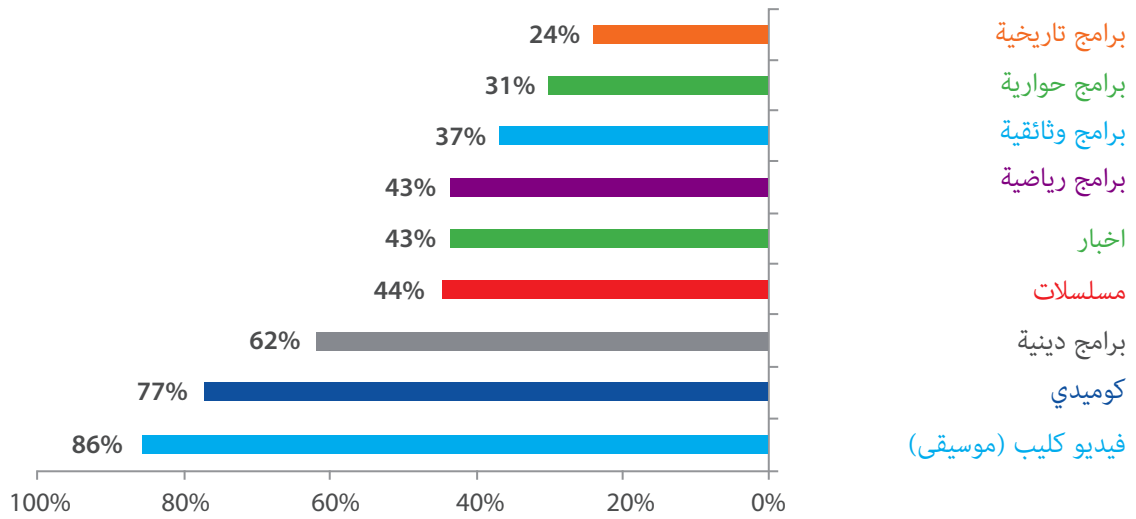
## أنماط استخدام الإنترنت-استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- اربعة وتسعون بالمائة يستخدم فيسبوك
- ثمانية وثمانون بالمائة يستخدم جوجل
- خمسة وثمانون بالمائة يستخدم مواقع الدردشة
- ستة وخمسون بالمائة يستخدم ياهو
- خمسة وخمسون بالمائة يستخدم Instagram
- ثمانية وثلاثون بالمائة يستخدم تويتر
- ثمانية عشرة بالمائة يستصفح المنتديات الاجتماعية
- خمسة عشرة بالمائة يستصفح المنتديات الاسلامية
- ثلاثة عشرة بالمائة يستصفح المدونات الشخصية

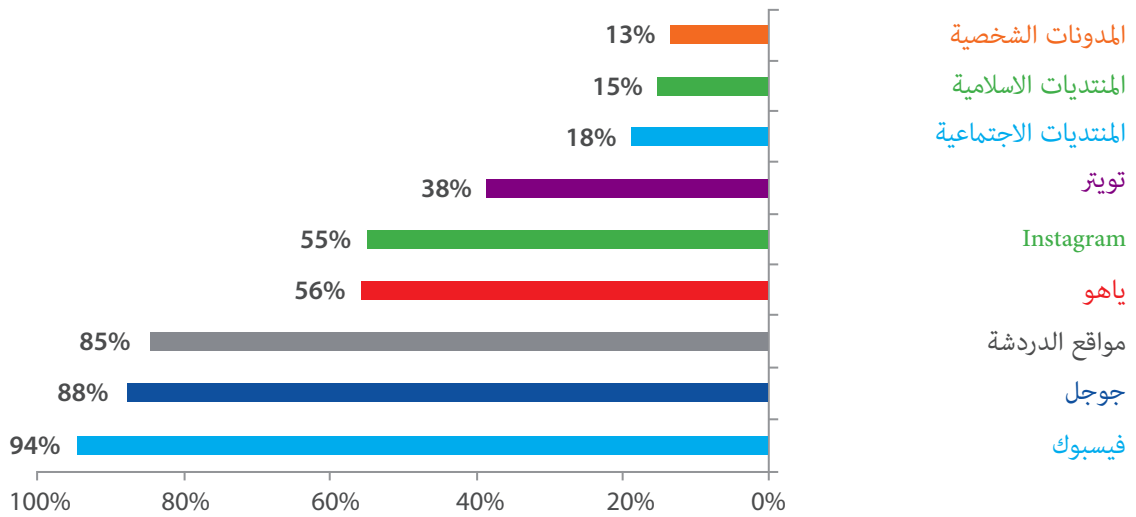
## رسم بياني رقم ٩ - استخدام الإنترنت



## رسم بياني رقم ١٠ - استخدام الانترنت-مشاهدة ملفات الفيديو



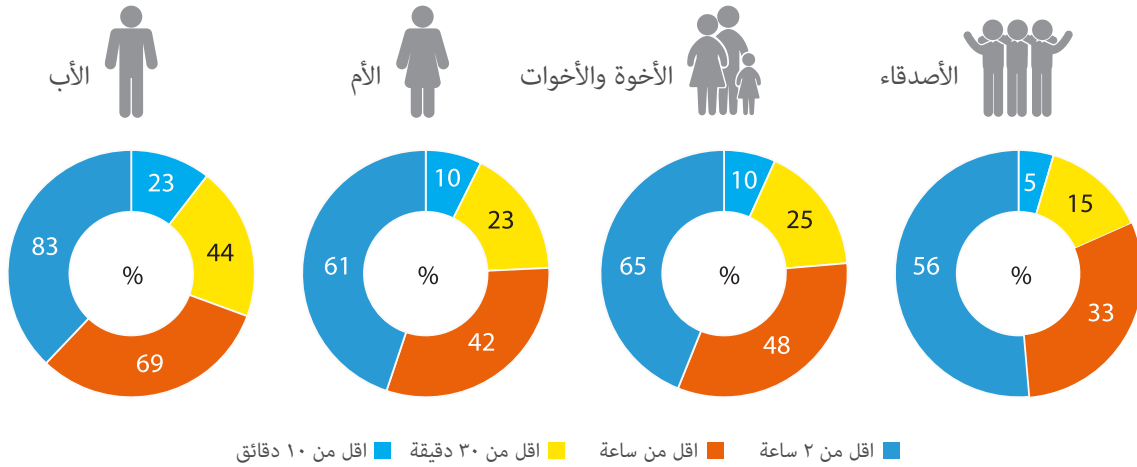
## رسم بياني رقم ١٢ - استخدام الانترنت-استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



## العلاقات الاجتماعية التقليدية

في سعينا الى ايجاد انماط الاتصال التكنولوجي واستخدامات الإنترنت وجدنا أنه لا بد من التحقق من وسائل تواصل الشباب التقليدية (offline) واذا ما كانت هذه الوسائل قد تأثرت بالتكنولوجيا والتقدم وإلى أي مدى.

### رسم بياني رقم ١٣ - المدة التي يتم قضاها بالتواصل وجهاً لوجه



يقضي أقل من ٣٠ دقيقة في الحديث مع أمهاتهم، و٣٥% يقضي أقل من ٣٠ دقيقة في الحديث مع الأخوة والأخوات، مما يدل على ضعف التواصل مع الآباء وارتفاع التواصل مع الأخوة، الأخوات، الأمهات والأصدقاء.

تم سؤال الشباب اذا ما يقوموا بمناقشة أمور الدراسة، العلاقات العاطفية، الأمور السياسية، الوضع الاقتصادي للأسرة وأمور الدين مع افراد الاسرة

يقوم الشباب من الذكور والاناث بمناقشة الامور العاطفية مع الآباء في أقل حد مقارنة مع الأمهات حيث ان ١٨% من الاولاد و١٢% من البنات يتناقشوا مع ابائهم في الامور العاطفية، وترتفع هذ النسب الى ٤٤% بالنسبة للأولاد و٥٥% بالنسبة للبنات عند المناقشة مع الأمهات. وحتى عند مناقشة الأمور الدينية يبدو أن هناك تفاعلاً أكبر مع الأمهات (٧٩%) مقارنة بالآباء (٦٧%) حيث يناقش ٧٥% من الأولاد و٨٤% من البنات الأمهات في أمور الدين مقارنة بي ٦٥% للأولاد و٧٠% للبنات عند مناقشة الآباء.

### التواصل مع الاصدقاء والعائلة

في يوم عادي، ثلاثة وثلثون بالمائة من الشباب المستطلع يقضي على الأقل ساعة بالتواصل وجها لوجه مع الاصدقاء، و٥٦% يقضي من ساعة الى ساعتين.

بالمقارنة، يقضي ٢٣% أقل من ١٠ دقائق بالتواصل مع الأب، ٤٤% أقل من ٣٠ دقيقة و٦٩% أقل من ساعة.

بالمقابل يقضي ١٠% أقل من ١٠ دقائق بالتواصل مع الأم، و٢٣% أقل من ٣٠ دقيقة و٤٣% أقل من ساعة.

وبالمثل، يقضي ١٠% أقل من ١٠ دقائق بالتواصل مع الأخوة والأخوات، و٢٥% أقل من ٣٠ دقيقة و٤٨% أقل من ساعة.

وبينما يقضي ثلثي الشباب الذين شملهم الاستطلاع أقل من ٣٠ دقيقة في الحديث مع آبائهم في يوم عادي، يقضي فقط ٢٠% أقل من ٣٠ دقيقة في الحديث مع اصدقائهم، و٣٣%



## جدول ١

أقوم بالتحدث مع.....	الأب	الأم	الأخ	الأخت
أمور الدراسة	٪٤٩	٪٦٤	٪٤٢	٪٥٠
العلاقات العاطفية	٪١٥	٪٥٠	٪٢٥	٪٤٦
الأمر السياسي	٪٤٣	٪٣١	٪٣١	٪٢٦
الوضع الاقتصادي للأسرة	٪٦٦	٪٧٤	٪٤٩	٪٤٨
الدين	٪٦٧	٪٧٩	٪٥٧	٪٦٣

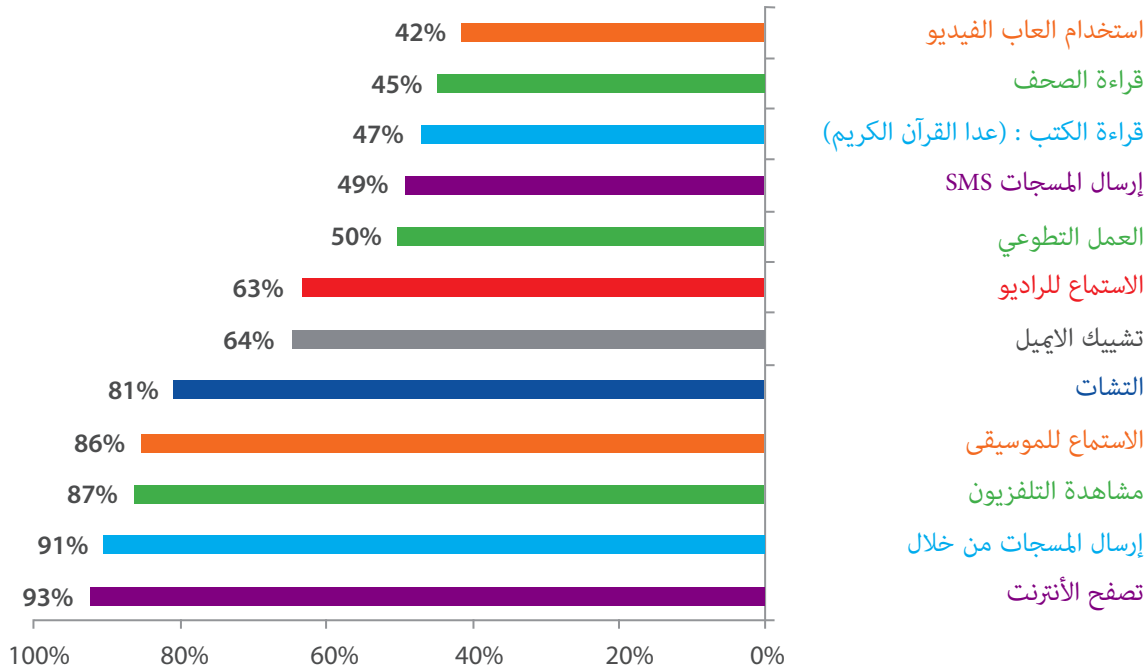
ويتضح هنا مجددا مدى أهمية علاقات «الأمان» التي تربط العائلة رغم أن بعض هذه النتائج قد تشير الى نسبة من «التفكك وانقطاعا معينا في التواصل» في كثير من الأوجه.

وإجمالا وبصورة مبطية تتجنب الأخوات أيضا مناقشة الأخوة الذكور الدخول في أي حديث يتعلق بالأمور العاطفية. وهناك اتجاه أيضا على عدم مناقشة الأمور السياسية مع الأم، الأخوة والأخوات.

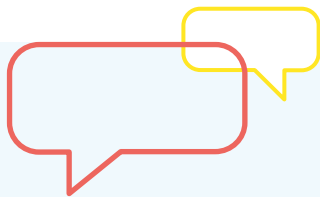
## التسلية وقضاء أوقات الفراغ ومصادر المعلومات

يقضي الشباب المستطلع وقت فراغه في يوم عادي من خلال القيام بعدد من الأنشطة التي تم الاستفسار عنها والتي تضم مشاهدة التلفزيون، الاستماع الى الراديو، القيام بأعمال تطوعية، استخدام ألعاب الفيديو، الاستماع الى الموسيقى، قراءة الكتب (عدا القرآن الكريم)، الدردشة (وسائل الاتصال الاجتماعي)، قراءة الصحف، تصفح الإنترنت، إرسال الرسائل SMS، وإرسال الرسائل من خلال WhatsApp وتشييك الإيميل. (رسم بياني رقم ١٤)

### رسم بياني رقم ١٤ - التسلية وملء وقت الفراغ



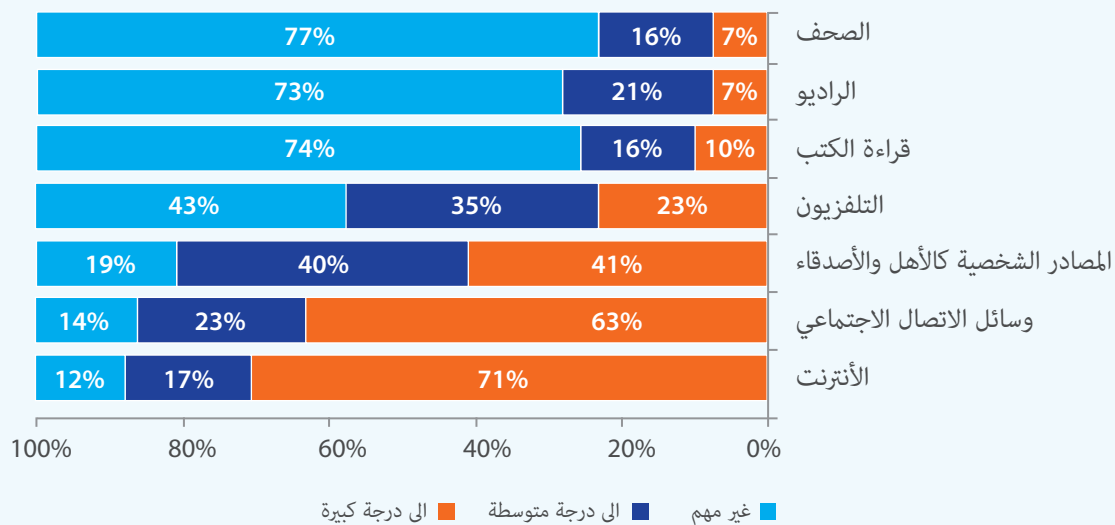
- يقضي ثمانية وثلاثون بالمائة لغاية ساعة واحدة في تصفح الإنترنت في يوم عادي مقابل ٢٣٪ يقضون من ٢-١ ساعة و٧٪ لا يذكر.
- ويقضي ثمانية وعشرون بالمائة لغاية ساعة واحدة في استخدام WhatsApp في يوم عادي مقابل ٢٢٪ من ٢-١ ساعة و٢١٪ من ٤-٢ ساعة و٨٪ لا يستخدموا WhatsApp.
- يقضي اثنان واربعون بالمائة من الشباب المستطلع في يوم عادي لغاية ساعة واحدة في مشاهدة التلفزيون، ٢٥٪ من ٢-١ ساعة، ١٥٪ من ٤-٣ ساعة.
- ويستمتع اربعون بالمائة لغاية ساعة واحدة في الاستماع للموسيقى في يوم عادي، بينما لا يستمع ١٤٪ الى الموسيقى.
- ويقضي اربعة وخمسون بالمائة لغاية ساعة واحدة في الاستماع الى الراديو في يوم عادي، بينما لا يستمع ٣٥٪ الى الراديو.
- ويقضي اثنان وعشرون بالمائة لغاية ساعة واحدة في التشات في يوم عادي و٢٣٪ يقضي من ٢-١ ساعة بينما لا يقوم ١٩٪ بعمل التشات.
- ويمضي خمسون بالمائة لغاية ساعة واحدة في تبادل الايميلات في يوم عادي ولا يستخدم ٣٤٪ الايميل.
- ويمضي ثلاثة وثلاثون بالمائة ما بين ١٠-٣٠ دقيقة في العمل التطوعي في يوم عادي، ٨٪ من ٣٠ دقيقة لغاية ساعة واحدة و٤٧٪ لا يقوموا بأية أعمال تطوعية.
- ويقضي ستة وثلاثون بالمائة في يوم عادي لغاية ٣٠ دقيقة في ارسال الرسائل SMS بينما ٥٠٪ لا يقوموا بذلك.
- ويقضي سبعة وعشرون بالمائة لغاية ساعة واحدة في قراءة الكتب في يوم عادي مقابل ٥٢٪ لا يقرأ أية كتب.
- ويقضي اربعة وعشرون بالمائة من ١٠-١٥ دقيقة في قراءة الصحف في يوم عادي، ١٢٪ يقضوا ٣٠ دقيقة و٥٤٪ لا يقرأ الصحف.
- ويمضي اربعة وعشرون بالمائة لغاية ساعة واحدة في استخدام العاب الفيديو في يوم عادي، ١١٪ يقضي ٢-١ ساعة، بينما ٥٦٪ لا يلعبوا العاب الفيديو.



## أهمية مصادر الإعلام المختلفة كمصدر للمعلومات

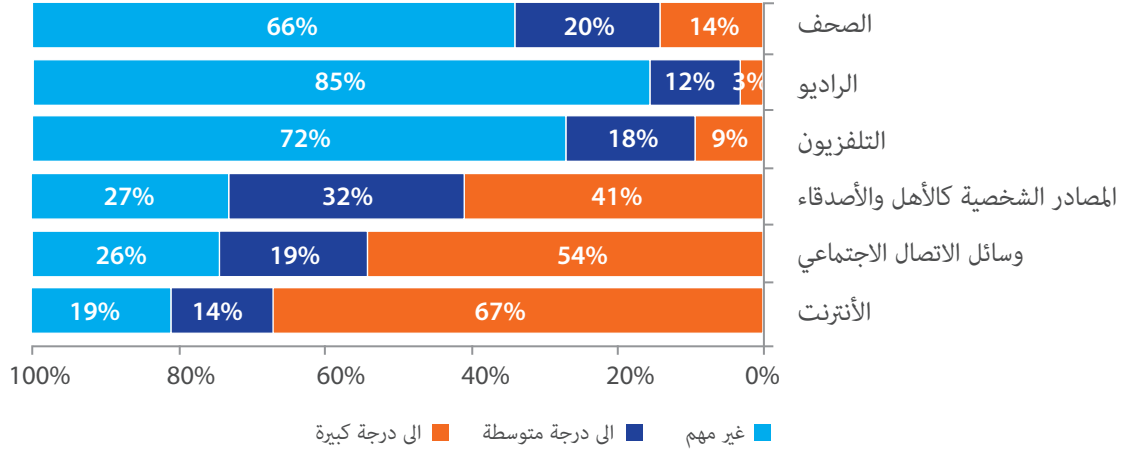
إن أهم مصدر للمعلومات من وسائل الإعلام فيما يخص الأخبار وقضايا الساعة هو الإنترنت ووسائل الاتصال الاجتماعي.

### رسم بياني رقم ١٥ - الأهمية كمصدر للأخبار وقضايا الساعة

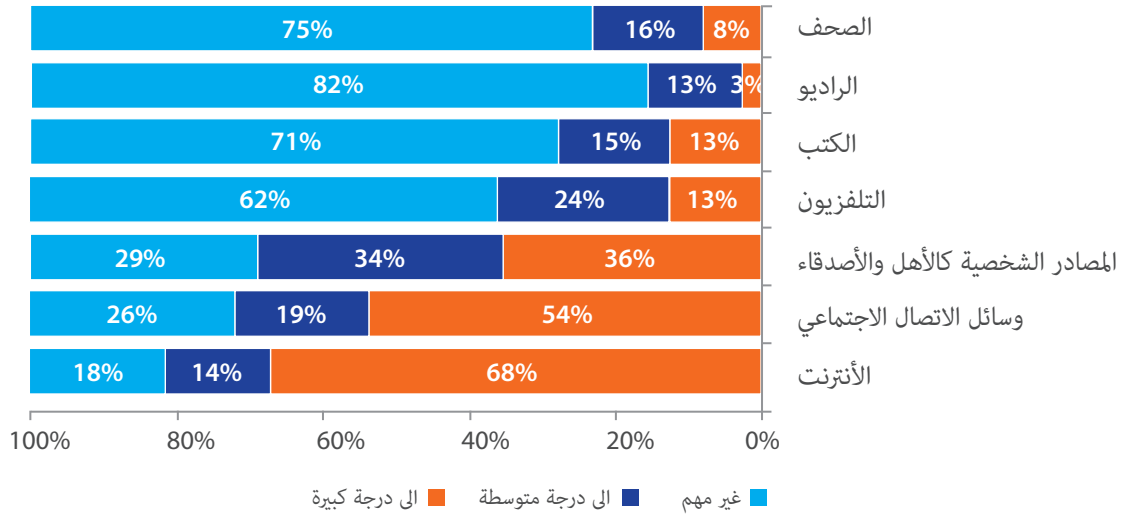


مرة اخرى، اهم مصدر معلومات للبحث عن وظيفة وفرص تعليمية هو الإنترنت ووسائل الاتصال الاجتماعي. رسم بياني رقم ١٦ و ١٧.

## رسم بياني رقم ١٦ - الاهمية كمصدر للبحث عن وظيفة



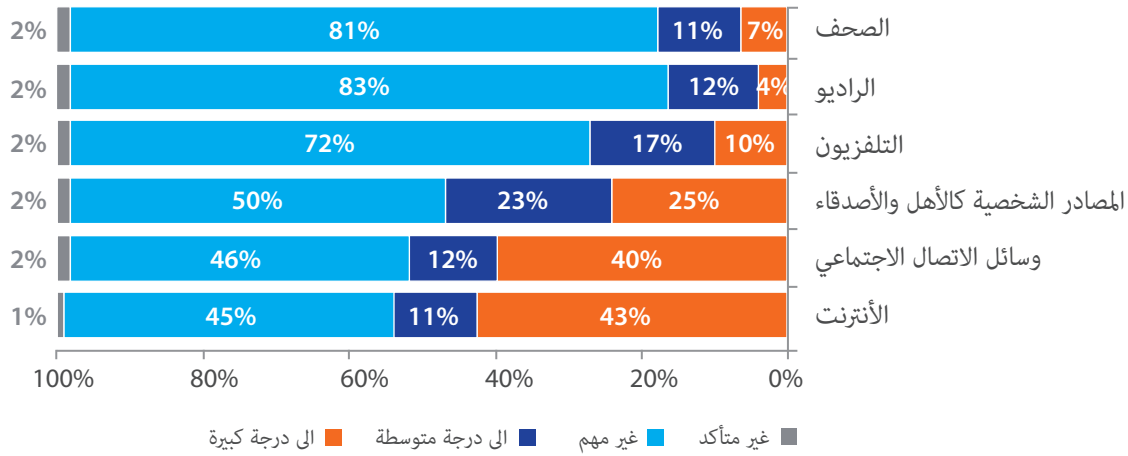
## رسم بياني رقم ١٧ - الاهمية كمصدر للبحث عن فرص تعليمية



وللبحث عن فرص التطوع تظهر أهمية الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للبحث عن فرص التطوع. هذا يعكس في نفس الوقت واقع التطوع على الجانب الرسمي ومنظمات المجتمع المدني.

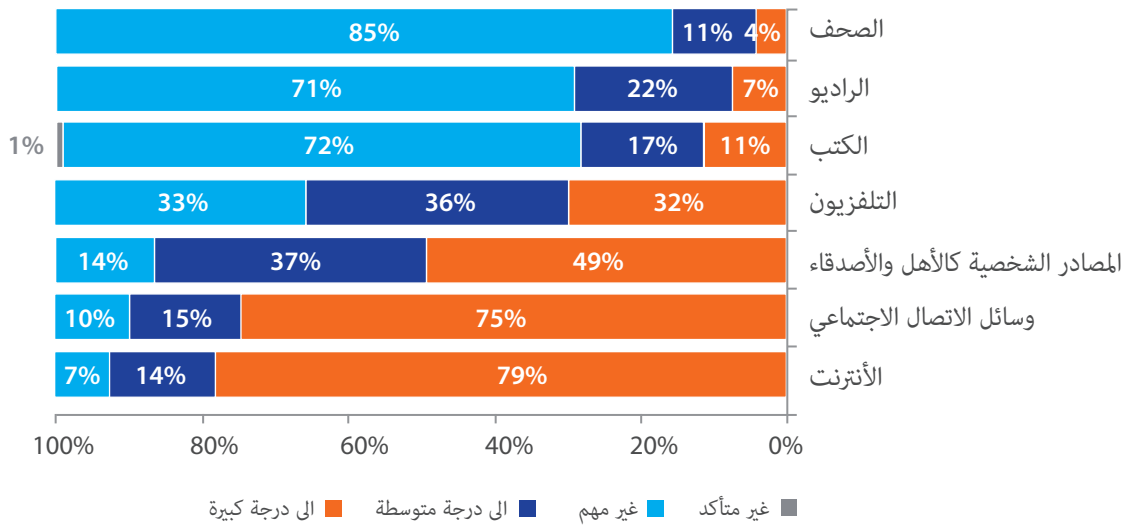
وللبحث عن فرص التطوع تظهر أهمية الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كما وتظهر أهميتها مقارنة بالوسائل الأخرى. كما تظهر النتائج ان هناك فرصة لتطوير دور

### رسم بياني رقم ١٨- الأهمية كمصدر للبحث عن فرص التطوع



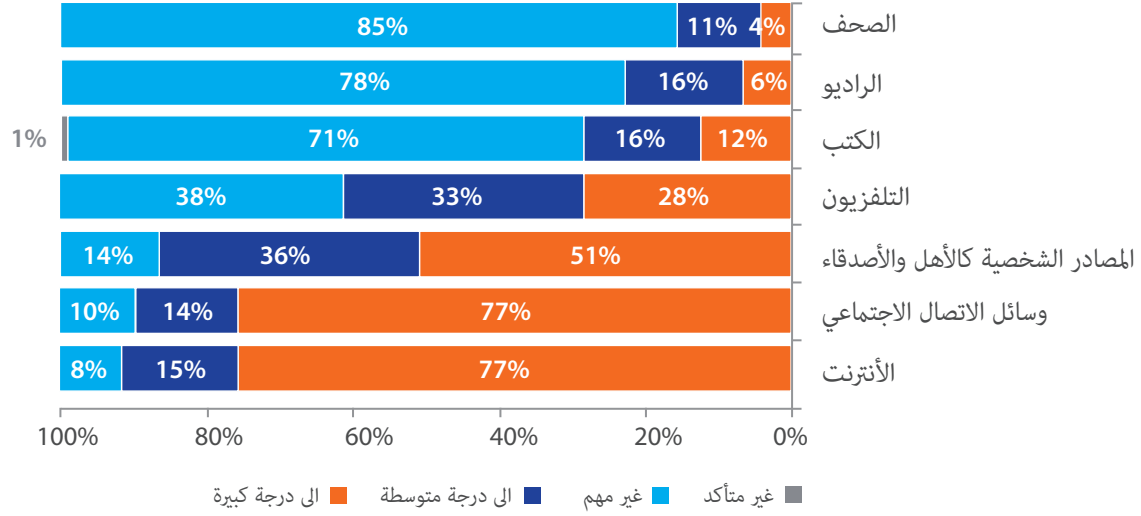
وحتى للتسلية والترفيه يبدو ان التلفزيون يفقد متابعيه حيث يلجأ الشباب بشكل متزايد الى الإنترنت ووسائل الاتصال الاجتماعي كأهم مصدر للتسلية. (رسم بياني رقم ١٩)

### رسم بياني رقم ١٩- الأهمية كمصدر للبحث عن التسلية والترفيه



كما أصبح الإنترنت ووسائل الاتصال الاجتماعي بديلاً أساسياً يلجأ إليه الشباب في قضاء وقت الفراغ والترفيه، وحتى بالمقارنة مع المصادر الشخصية كالأهل والأصدقاء. (رسم بياني رقم ٢٠)

## رسم بياني رقم ٢٠ - الأهمية كمصدر للبحث عن قضاء وقت الفراغ



إن هذا التراجع في أهمية مصادر المعلومات التقليدية ما بين الشباب يدل على انخفاض درجة الاهتمام بالشباب وقضاياهم، همومهم وتطلعاتهم مع الأخذ بعين الاعتبار بأن الصحافة المطبوعة قد شهدت تراجعاً في العقود الماضية بالترافق مع انخفاض نسبة قراءة الصحف وظهور وسائل الإعلام الجديدة.

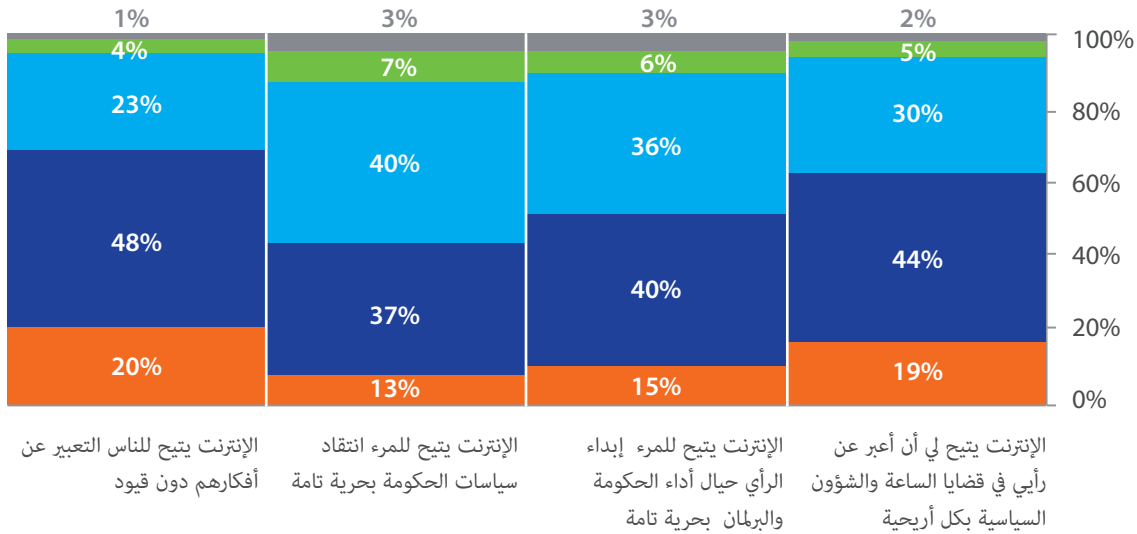
(هذا وسيتم هذه القضايا بتوسع في ملحق الدراسة).

لقد أصبح من الواضح أن الوسائل التقليدية كمصدر للمعلومات وعلى وجه التحديد المطبوعة منها وكذلك الراديو والتلفزيون قد فقدت جمهورها بين الشباب المتجه إلى التكنولوجيا والذين يتحولون إلى الإنترنت ووسائل الاتصال الاجتماعي. ومع ذلك ما زالت المصادر الشخصية كالأهل والأصدقاء مهمة كنظام دعم معنوي وعاطفي وخصوصاً عند البحث عن عمل والتسليّة أو قضاء وقت الفراغ والعلاقات الاجتماعية.

## وسائل الإعلام والانطباعات المتعلقة بحرية التعبير

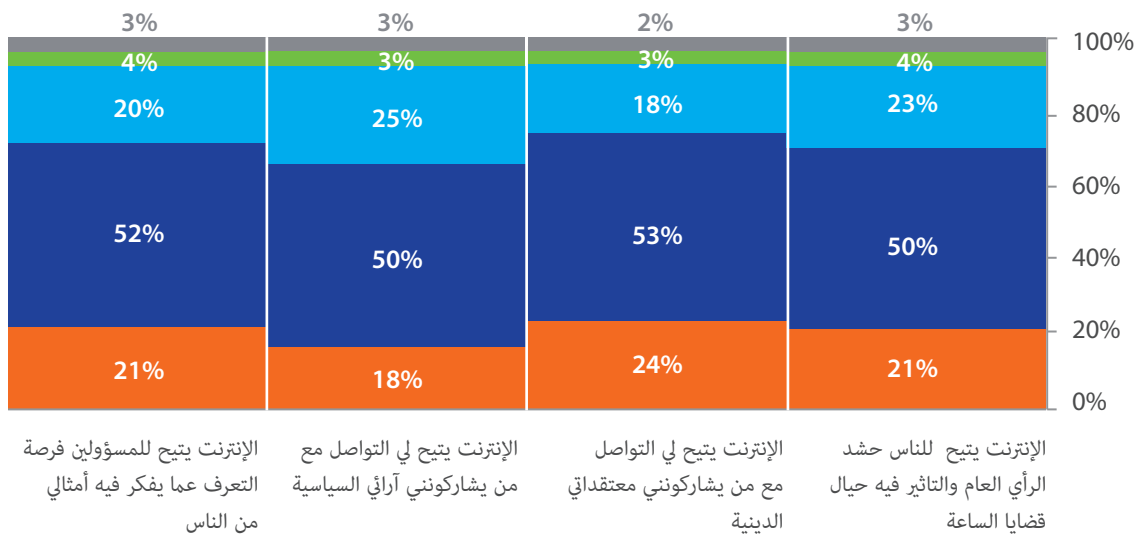
### الأنترنت

#### رسم بياني رقم ٢١ - الانطباعات المتعلقة بحرية التعبير على شبكة الانترنت



موافق بشدة  
موافق  
غير موافق على الإطلاق  
غير متأكد/لا أعرف

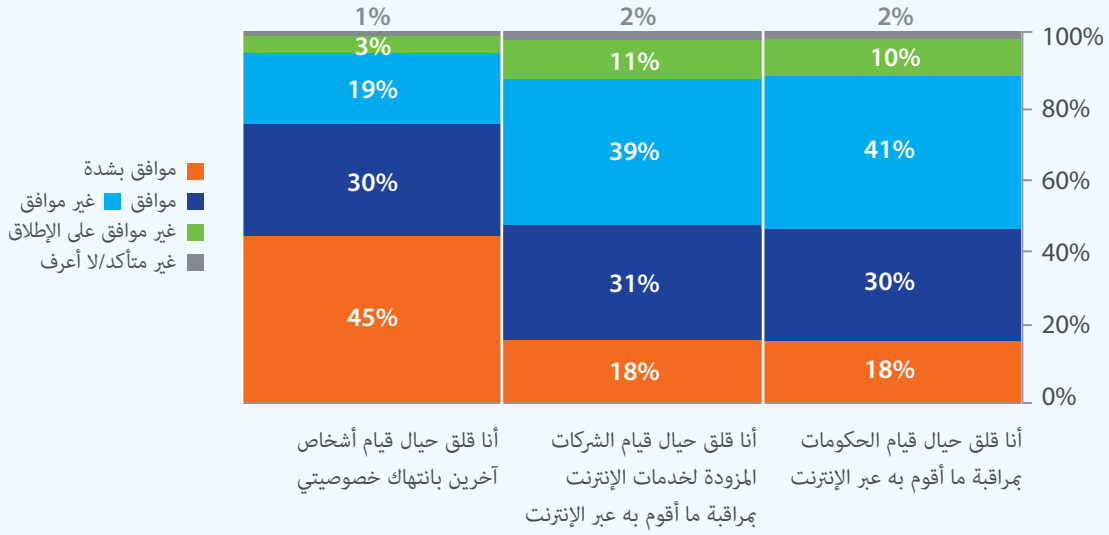
#### رسم بياني رقم ٢٢ - الانطباعات المتعلقة بحرية التعبير على شبكة الانترنت



حتى انتقاد الحكومة. وهناك أقلية كبيرة تقارب حوالي الثلث أو أكثر تعتقد بأن هذا المنبر غير متوفر في المقام الأول.

الرسم البيانية رقم ٢١ و٢٢ تبين بوضوح أن هناك إجماع على ان الإنترنت يوفر منبرا للنقاش العام وحرية التعبير. ولكن الشباب منقسم في الرأي فيما إذا كان هذا المنبر يوفر الحرية الكافية في التعليق على أداء الحكومة والبرلمان أو

## رسم بياني رقم ٢٢ - المراقبة والخصوصية



يتعلق باحتمال انتهاك خصوصياتهم من قبل أشخاص آخرين من خلال الإنترنت. كما أن هناك أغلبية كبيرة تعتقد بوجود اتخاذ الحذر لدى التعبير عن النفس بحرية. ولكن في نفس الوقت تتفق الأغلبية بان الإنترنت هو المكان الأكثر امانا للتعبير عن النفس بحرية. . ويبدو ان بعض الحوادث المتعلقة بالشباب في الجامعات وبالأخص الاناث قد ساهم في الشكوك.

## القلق من الرقابة وانتهاك حقوق الخصوصية

كما ينقسم الشباب في الرأي بين مؤيد ومعارض فيما يخص مدى الرقابة التي تمارسها الحكومة ومزودي خدمة الإنترنت لمحتوى الإنترنت. ويبدو من الواضح أن هناك قلق سائد فيما

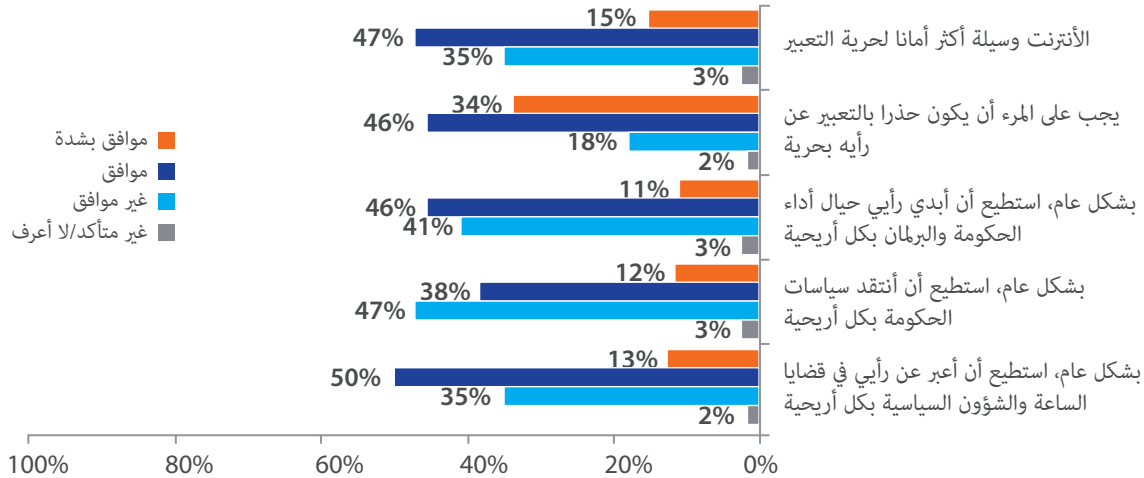
ومع ذلك تعتقد الأغلبية ان الإنترنت أكثر وسيلة آمنة لحرية التعبير.

## الانطباعات العامة حول حرية التعبير

بالمقابل هناك إجماع كبير على وجوب أخذ الحيطة الحذر بالتعبير عن الرأي بحرية (٨٠% ما بين موافق بشدة/موافق) مما يؤكد صحة الانطباعات التي وردت سابقاً ضمن هذا السياق.

- هناك اجماع (٦٣% موافق بشدة/موافق) انه بشكل عام يستطيع الناس التعبير عن رأيهم فيما يخص الامور السياسية بكل اريحية مقابل الثلث لا يوافقون على ذلك.
- هناك انقسام حاد في الآراء حول مدى حرية المواطنين بانتقاد سياسات الحكومة بكل اريحية.
- وهناك انقسام مشابه حول مدى حرية المواطنين بانتقاد اداء الحكومة والبرلمان بكل اريحية.

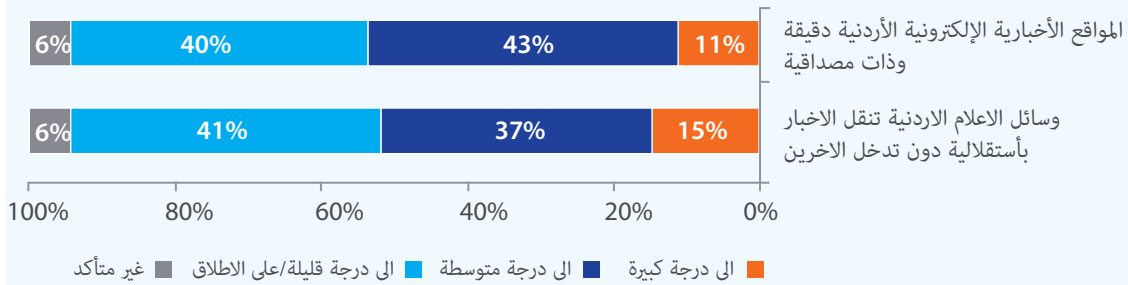
## رسم بياني رقم ٢٣ - الانطباعات العامة حول حرية التعبير



هناك ثقة قليلة فيما يتعلق باستقلالية وسائل الإعلام الأردنية. وهذا ينطبق أيضا على المواقع الاخبارية عند الحديث عن دقتها ومصداقيتها في نقل الاخبار. (رسم بياني رقم ٢٤)

## الإنطباعات المتعلقة بوسائل الإعلام الأردنية

## رسم بياني رقم ٢٤ - الانطباعات المتعلقة بوسائل الاعلام الاردنية



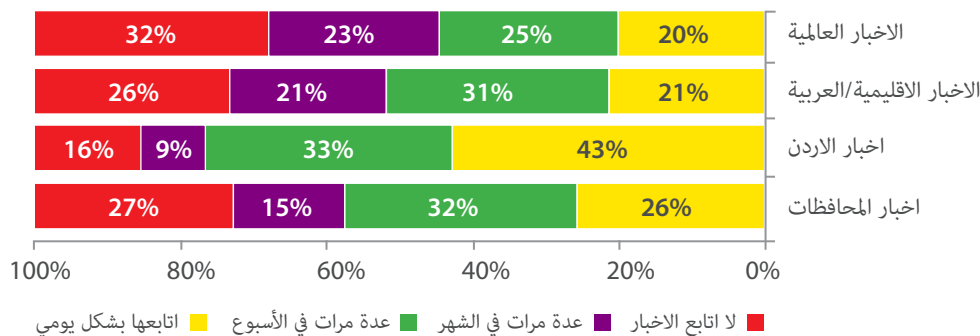
## الشباب الاردني

بأخبار الاردن المحلية حيث أفاد ٤٣% من الشباب المستطلع بأنه يتابع هذه الاخبار بشكل يومي. (رسم بياني رقم ٢٥)

وهناك أقلية لا بأس بها لا تتابع أي من الأخبار العالمية، أو الاقليمية/العربية أو حتى اخبار المحافظات.

ربع الشباب المستطلع يتابع أخبار المحافظات بشكل يومي، أما بالنسبة للأخبار الاقليمية أو العالمية فلا يتجاوز من يتابعها بشكل يومي خمس الشباب. وهناك اهتمام أكبر

## رسم بياني رقم ٢٥ - متابعة الاخبار



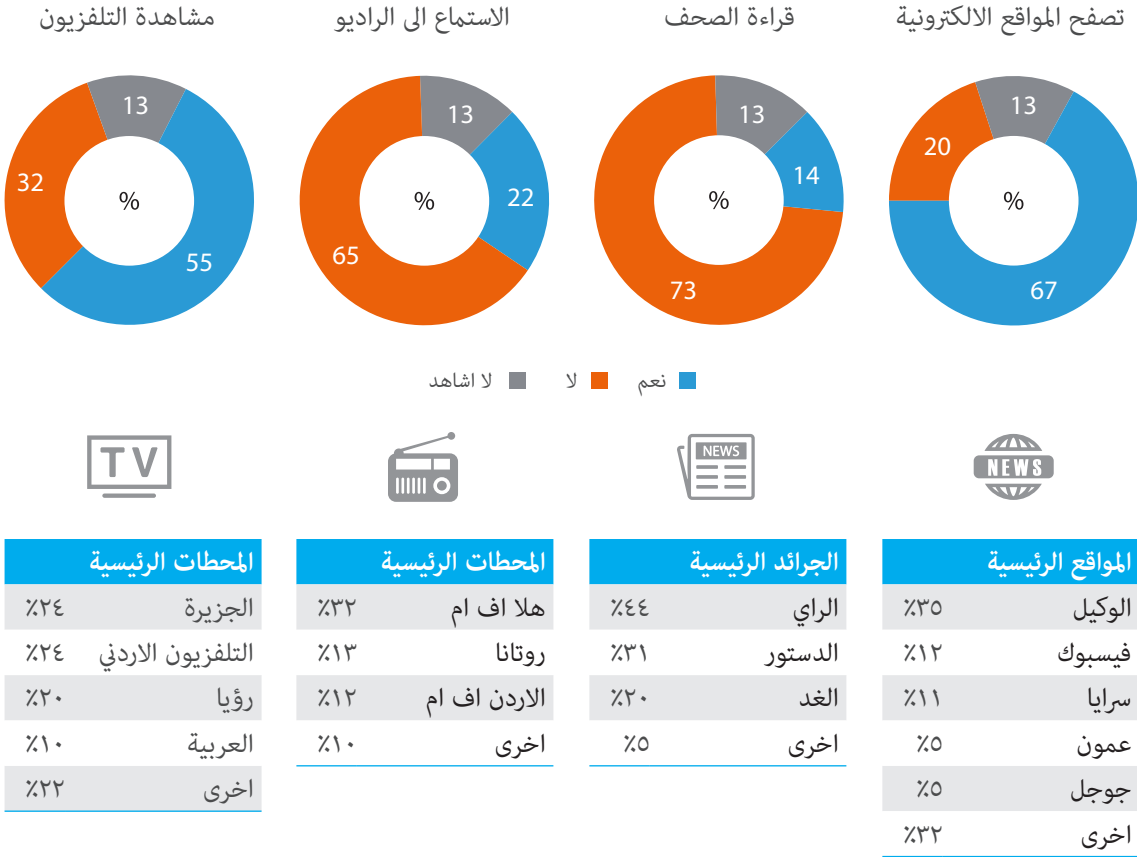


أنهم يشاهدون التلفزيون و٢٢٪ يستمعون الى الراديو، ١٤٪ قراءة الصحف و٦٧٪ تصفح المواقع الالكترونية. ١٣٪ لا يتابع أي مصدر. كما تم الطلب بتسمية الوسيلة المفضلة أو البرنامج المفضل.

## الشباب وسائل الإعلام المفضلة بين الشباب الاردني

لدى السؤال حول ما يفضلونه من مصدر اعلامي متابعة الاخبار وقضايا الساعة أجاب ٥٥٪ من الشباب المستطلع

### رسم بياني رقم ٢٦ - تفضيلات وسائل الاعلام

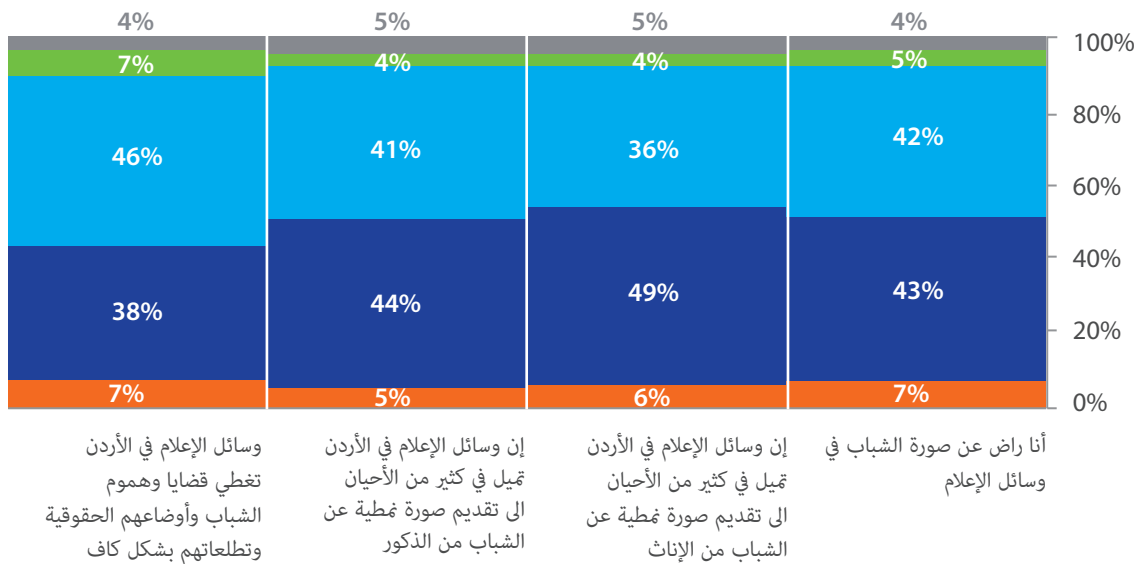


## الانطباعات عن وسائل الإعلام وقضايا الشباب

إن ما نسبته ٤٧% من الشباب بين «غير موافق أو غير موافق على الإطلاق» بأن صورة الشباب في وسائل الإعلام مرضية مقابل ٥٠% كانوا بين «موافق أو موافق بشدة» عل ذلك، بينما كان ما نسبته ٥٥% و٤٩% بين «موافق أو موافق بشدة» بأن وسائل الإعلام تميل في كثير من الأحيان الى تقديم صورة نمطية عن الاناث والذكور على التوالي. بالمقارنة أفاد ٥٣% بأن وسائل الإعلام في الاردن لا تغطي قضايا الشباب، حقوقهم وتطلعاتهم.

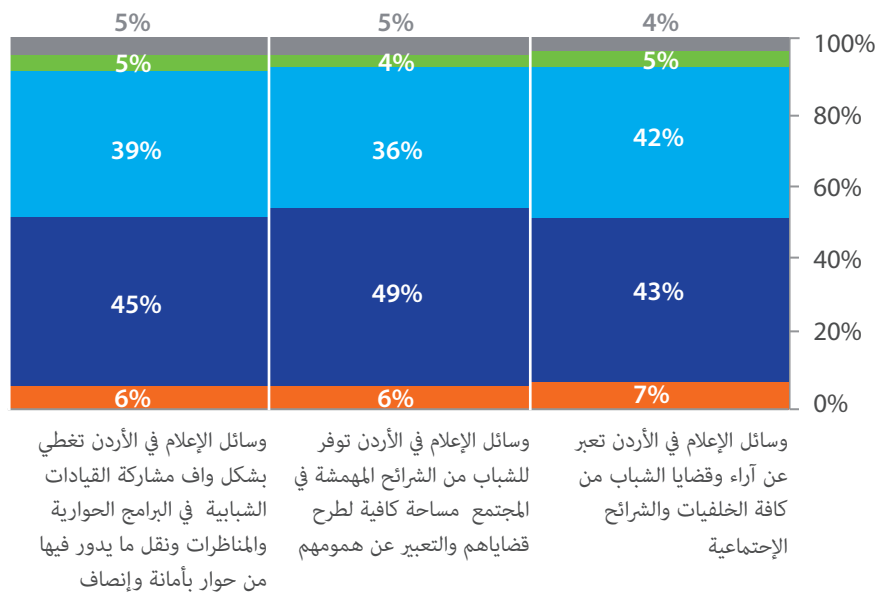
تنقسم آراء الشباب كذلك حول دور وسائل الإعلام في الأردن والى أي مدى تساهم هذه الوسائل في طرح قضايا الشباب، وصورة الشباب التي تقدمها هذه الوسائل، والمساحة التي يتم توفيرها لإبراز هموم وحقوق وتطلعات الشباب من مختلف قطاعات المجتمع. وفي الواقع فإن الشباب غير راضين عن هذا الدور. (رسم بياني رقم ٢٧) ويتجلى ذلك بوضوح في ملحق الدراسة المرفق.

### رسم بياني رقم ٢٧ - الانطباعات عن وسائل الاعلام وقضايا الشباب



موافق بشدة  
موافق  
غير موافق  
غير موافق على الإطلاق  
غير متأكد/لا أعرف

### رسم بياني رقم ٢٧ - الانطباعات عن وسائل الاعلام وقضايا الشباب



هناك أيضا انقسام في الرأي حول ما إذا كانت وسائل الإعلام تغطي مشاركة القيادات الشبابية في البرامج الحوارية والمناظرات بأمانة وإنصاف (٥١٪ مقابل ٤٤٪).

ويعتقد ثمانية وأربعون بالمائة من الشباب المستطلع بأن وسائل الإعلام في الاردن تقوم بتغطية قضايا الشباب من ذوي الإعاقة بشكل كاف، مقارنة ب ٣٥٪ لا يعتقدون ذلك و١٧٪ أفاد بأنه لا يعرف.

هناك أيضا انقسام واضح حول مدى تغطية وسائل الإعلام وبشكل جامع لقضايا الشباب من كافة الخلفيات والشرائح الاجتماعية (٥٠٪ مقابل ٤٧٪).

ولكن هناك انطباع أكثر إيجابية بقليل حول المساحة التي يوفرها الإعلام لقضايا الفئات الشبابية المهمشة لطح قضاياهم وهمومهم (٥٥٪ مقابل ٤٠٪).

## الطموحات المهنية والتطلعات المستقبلية

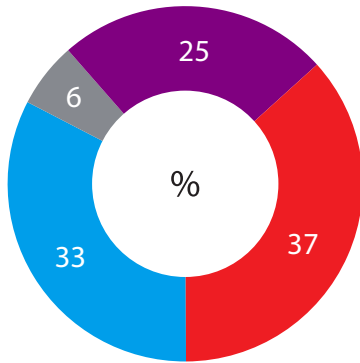
ومزايا وظيفية معينة فقط بينما يفضل ما نسبته ٢٣٪ البقاء بلا عمل. ولم يكن ٥٪ متأكداً من ذلك. (رسم بياني ٢٨)

أما الذين اشتروا قبولهم بفرصة العمل ولكن ضمن راتب معين تم الطلب منهم بتحديد مستوى هذا الراتب. ٢٥٪ حدد سقف لغاية ٢٩٩ دينار بالإضافة الى التأمين الصحي والضمان الاجتماعي، ٣٧٪ حدد من ٣٠٠-٣٩٩ دينار، ٣٣٪ حدد من ٤٠٠-٦٩٩ دينار، و٦٪ حدد من ٧٠٠ دينار فأعلى. (رسم بياني ٢٩)

## مدى القبول بما يعرض من فرص عمل أو رواتب

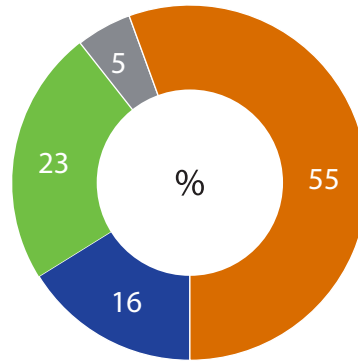
في حال فشل الشباب في إيجاد وظيفة في نفس مجال تخصصهم بعد فترة معينة من تخرجهم، فقد أفاد ٥٥٪ الشباب بأنه يقبل باي فرصة عمل ريثما تتاح له فرصة عمل في مجال تخصصه. بينما أفاد ١٦٪ من المستطلعين بانهم قد يرضون بفرصة عمل في غير مجال تخصصهم ضمن راتب

### رسم بياني رقم ٢٩ - مستوى الاجر المقبول



٢٩٩ < دينار  
٣٠٠ - ٣٩٩  
٤٠٠ - ٦٩٩  
> ٧٠٠

### رسم بياني رقم ٢٨ - القبول بفرص العمل



أقبل اي عمل  
أقبل ضمن مزايا معينة  
أفضل البقاء بلا عمل  
غير متأكد

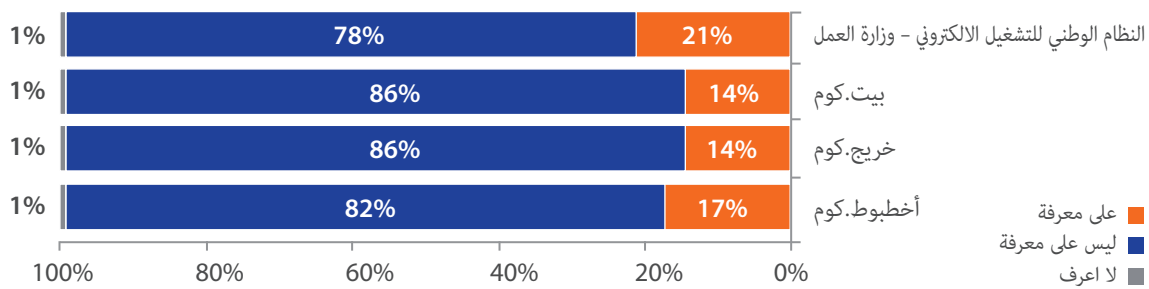
نسبياً بين الشباب المستطلع. بالمقابل سجل النظام الوطني للتشغيل الالكتروني - وزارة العمل - نسبة معرفة مرتفعة نسبياً. (رسم بياني رقم ٣٠)

## البحث عن فرصة العمل وبوابات العمل الإلكترونية

على الرغم من ذلك، فإن انشاء الملفات الشخصية (بروفايل) في مواقع البوابات الإلكترونية المتخصصة بالتوظيف يعتبر متدنياً جداً حيث يتراوح ما بين ٢-٤% من جميع الشباب المستطلع. وقد يعزى ذلك الى ان ثلثي الشباب المستطلع لا يزالون على مقاعد الدراسة.

ثمانية وعشرون بالمائة من المستجيبين يبحثوا عن فرصة عمل من خلال الاتصال المباشر مع الشركات والمصانع، ٢٠% زيارة مديريات وزارة العمل و٧% أقرب مركز تدريب مهني من مكان السكن. في المقابل يبحث ١٨% عن فرص العمل من خلال الصحف المحلية (الاعلانات المبوبة) و١٧% من خلال الإنترنت. أما درجة المعرفة بالبوابات الإلكترونية المتخصصة بالتوظيف (أخطبوط.كوم، خريج.كوم، بيت.كوم) فجاءت منخفضة

### رسم بياني رقم ٣٠ - درجة الوعي بالبوابات المتخصصة بفرص العمل

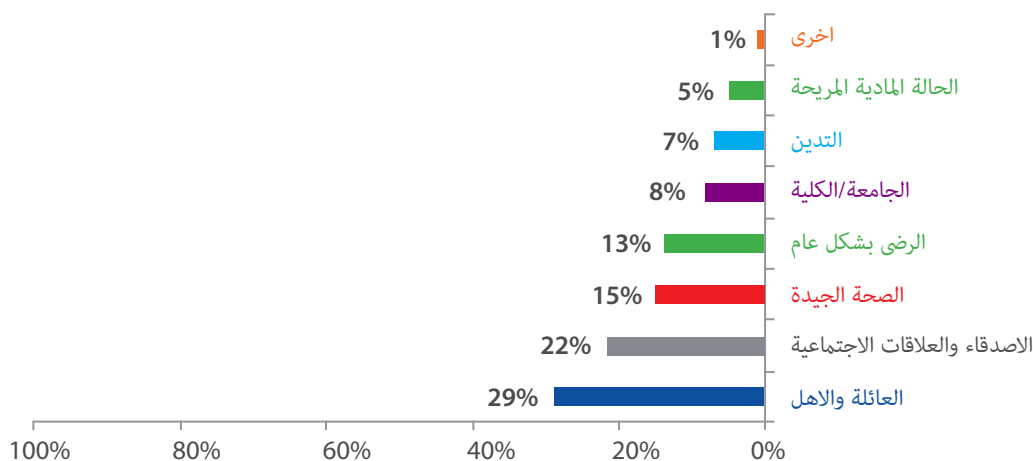


## قياس مستوى الرفاه والرضا عن النفس

بالتدقيق بشكل اكبر عن اسباب السعادة، تبين أن العائلة والاصدقاء تحتل مساحة كبيرة في حياة الشاب الذين أفادوا بانهم سعداء. وجاء التدين في مرتبة منخفضة كأحد أسباب السعادة والرضا في الحياة. (رسم بياني رقم ٣١).

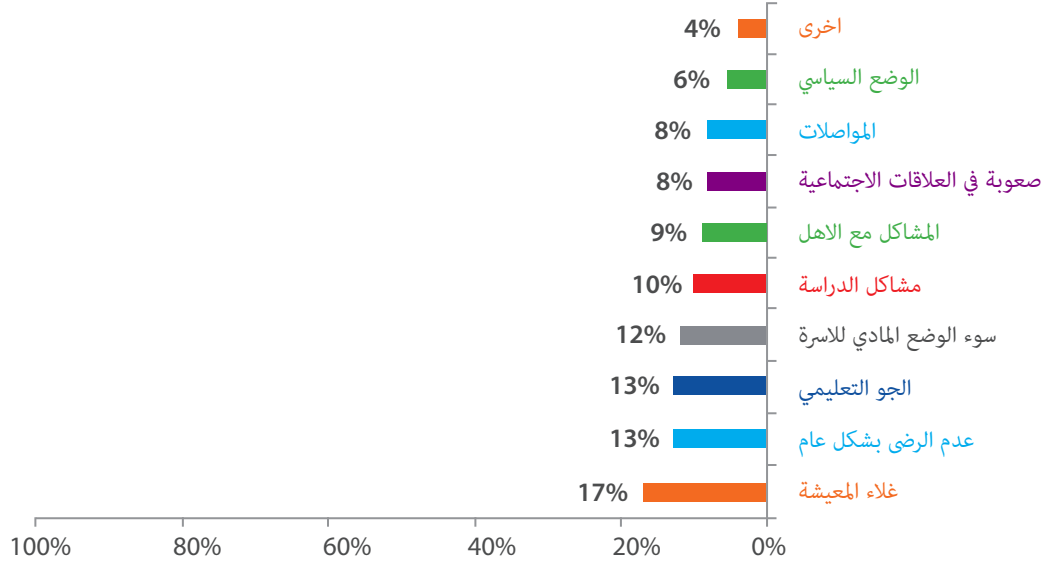
يعتبر حوالي ثلثي الشباب الاردني المستطلع أنفسهم سعداء - ١٥% «سعداء جداً» و٤٤% «سعداء». ويعتبر حوالي الثلث او ٣١% أنهم «لا سعداء ولا غير سعداء». ويعتبر ١٠% أنفسهم «غير سعداء».

### رسم بياني رقم ٣١ - اسباب السعادة



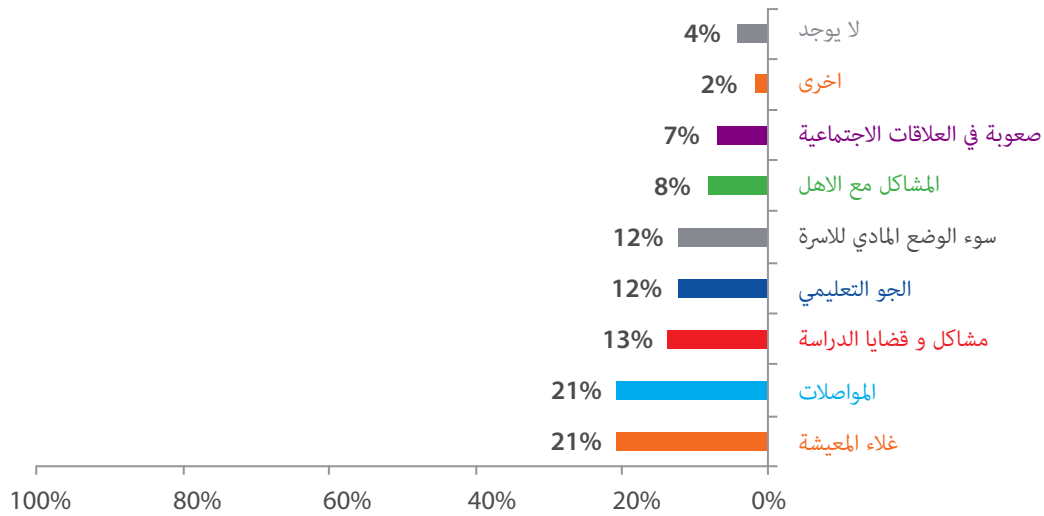
أما بالنسبة الى أسباب عدم السعادة فتمثلت بالوضع الاقتصادي السيئ، وعدم الرضا بشكل عام ومشاكل الدراسة/ البيئة الدراسية وصعوبة العلاقات الاجتماعية والمشاكل مع العائلة، المواصلات والوضع السياسي. (رسم بياني رقم ٣٢)

### رسم بياني رقم ٣٢ - اسباب عدم السعادة



وبالنسبة للضغوطات اليومية التي يتعرض لها الشباب المستطلع فهي تشبه الى حد كبير نفس أسباب عدم السعادة من الوضع الاقتصادي السيئ الى المواصلات (مصدر انزعاج مستمر ودائم لسنين طويلة حتى الان في كافة الاستطلاعات) عدا عن مشاكل الدراسة/بيئة الدراسة التي تبدو سائدة بين إجابات أخرى . (رسم بياني رقم ٣٣)

### رسم بياني رقم ٣٣ - مشاكل الانزعاج اليومية



المستطلعين من الشباب مما يعكس بالتالي على اندماجهم مع العائلة والمساحة العامة .

ثلاثة وستون بالمائة من الشباب يشعروا بالطمأنينة والامان دائماً (و ٣٠٪ احيانا) الا ان هناك شريحة كبيرة لا تتمتع بالشعور ذاته.

فهناك اتجاه كبير نحو الشعور بالضيق والضرر حيث يتأرجح حوالي الثلث ما بين «دائماً و احيانا أشعر بالضيق والضرر».

كما أن هناك شعور بالاغتراب والإنقطاع مع محيطهم ومع أسرهم وآبائهم كما أشارت النتائج الى ذلك سابقاً والتي تؤكدها هذه البيانات وكذلك المجتمع والوطن (alienation and disconnect) الأمر الذي يلقي بظلاله على انعدام الشعور بالأمان وعدم الثقة بالنفس على بعض

وعلى الرغم من ذلك، فإن ٥٤٪ يشعرون دائماً بالتفاؤل بالمستقبل و ٣٦٪ احياناً.

## جدول رقم ٢

ابدأ	احيانا	دائماً	
٧٪	٣٠٪	٦٣٪	اشعر بالطمأنينة والأمان
٥٢	٣٧	١١	اشعر بالاغتراب عن محيطي
٦٦	٢٤	١٠	اشعر بالاغتراب عن عائلتي
٦٢	٢٢	١٥	* (اشعر بالاغتراب عن والدي (للذكور فقط
٤٧	٣٨	١٥	اشعر بالاغتراب عما يدور حولي في وطني
٥٢	٣٨	١١	اشعر بعدم الانسجام مع الآخرين
١٨	٦٣	١٩	اشعر بالضيق والضرر
١٠	٣٦	٥٤	اشعر بالتفاؤل والأمل لمستقبلي بوجه عام

\*تم السؤال مجدداً لقياس العلاقة بين الأب والشباب الذكور لأهمية هذا الجانب في تطور الشاب و نمو مقدرتهم الشخصية. وطرحنا السؤال على الشباب الذكور فقط.

أما النصف الآخر فلديه القدرة والشجاعة بالاعتراف بأن لديه محدوديات وسمات شخصية سلبية.

ومع ذلك، هناك تقريبا واحد من اثنين من هؤلاء الشباب لديه الثقة بالنفس حيث أفاد ما نسبته ٢٤٪ بأن لديه رأي في قضايا كثيرة ويستطيع ان يدافع عن رايه، بينما يدعي ٢١٪ بأنه يفكر بشكل منطقي بعيداً عن التقليد الاعمى.

## جدول ٣

كيف اصف شخصيتي	%
أنا شخص يتأثر كثيرا بآراء الآخرين	١٥
أنا شخص عاطفي وأنفعل بسرعة	٣٤
أنا شخص لدي رأي في قضايا كثيرة وأقدر أن أدافع عن رأيي	٢٤
أنا شخص ليس لدي رأي في قضايا كثيرة ولا يهمني أن يكون لدي رأي فيها	٣
أنا شخص تعلمت أن أفكر بشكل منطقي بعيدا عن التقليد الأعمى	٢١
أنا شخص أعاند وأجادل أحيانا بدون سبب فقط لجذب الانتباه أمام أقراني	٢
غير متأكد	١

## المشاركة السياسية

فقط ٣٠٪ من الشباب الذي شارك في هذا الاستطلاع شاركوا في انتخابات ٢٠١٣ مقابل ٤٨٪ لم يشاركوا.

٢٣٪ من المستجيبين شاركوا في الانتخابات البلدية عام ٢٠١٣، مقابل ٥٧٪ لم يشاركوا و ٢٠٪ لم يبلغوا السن القانوني في ذلك الوقت.

لقد سجل للإنتخابات النيابية التي جرت في عام ٢٠١٣ ما نسبته ٣٢٪ فقط من الشباب الذي شارك في هذا الاستطلاع مقابل ٤٨٪ لم يقوموا بذلك (٢٠٪ لم يبلغوا السن القانوني في ذلك الوقت). وهذه النسب يمكن تفسيرها كإشارة وتأكيد على ضعف مشاركة الشباب والمشاركة في الانتخابات.

من بين الذين سجلوا، أفاد ٩٨٪ انهم حصلوا على بطاقتهم الانتخابية بأنفسهم بينما و ٩٢٪ منهم ادعوا بانهم استلموا بطاقتهم شخصياً.

## إدارة المشروع وتصميم الدراسة

### إدارة المشروع

Dareen Abu Lail (Ms.)  
NET-MED Youth Project  
UNESCO Amman Office  
Tel: +(962 6) 592 9621/4 ext. 1- 355  
Mobile: (+962) 790215479  
Skype: dareena.lail

### تصميم الدراسة والتحليل

### المسح الميداني وإدخال ومعالجة وتحليل البيانات

**Strategies** | POLICY RESEARCH  
SOCIAL MARKETING  
POLITICAL COMMUNICATIONS

PO Box 811 580 Amman 11181 Jordan  
Contact: Muin A Khoury  
+ 962 777 750750  
Email: strategies@strategies.jo  
muinkhoury@yahoo.com

  
**Accurate  
Opinion**  
for Public Opinion Measurement

PO Box 963440 Amman- Jordan  
Tel: +962 777 621547  
Fax: +962 6 5159801  
Email: AccurateOpinion@gmail.com

