مشروع شبكات شباب البحر الأبيض المتوسط

الإعلام والشباب

استطلاع للرأي العام حول الإعلام الشباب
للفئات العمرية 18 – 29 عاماً
من الشباب في كليات المجتمع والجامعات والأسر

تم تنفيذ الدراسة ضمن إطار مشروع شبكات شباب البحر المتوسط

بتمويل من الإتحاد الأوروبي

عمان – الأردن

شباط 2016

دار الاستراتيجية للدراسات والأبحاث

NET-MED Youth Discussion Paper

The NET-MED Youth Project is funded by the European Union

Disclaimer

The designations employed and the presentation of material throughout this working paper dot imply the expression of any opinion whatsoever on the part of UNESCO concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries.

The ideas and opinions expressed in this working are those of the authors; they are not necessarily those of UNESCO and do not commit the Organization.

This working paper has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this working paper are the sole responsibility of Strategies Research and can in no way be taken to reflect the views of the European Union."

This draft working paper was conceived as a document to encourage discussion among youth, media, specialized CSOs, academics and other concerned stakeholders. Feedback from readers about its findings is very much welcome, and can be sent to Ms. Dareen Abu Lail, NET-MED youth National Associate Project officer in UNESCO Amman Office.

Contacts: d.abulail@unesco.org

قائمة المحتويات

المقدمة	4
المنهجية والعينة	5
ملخص النتائج	6
النتائج	10
التواصل ووسائل الإعلام الجديدة	10
العلاقات الاجتماعية التقليدية	13
التسلية وقضاء أوقات الفراغ ومصادر المعلومات	15
الانطباعات: وسائل الإعلام وحرية التعبير	19
الانطباعات: وسائل الإعلام وقضايا الشباب	23
قياس الطموحات المهنية والتطلعات المستقبلية	25
قياس مستوى الرفاه والرضا عن النفس	27
المشاركة السياسية	30
ادارة المشروع وتصميم الدراسة	31

المقدمة

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 10 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 السياسيات.

ويتضمن المشروع مكون خاص بوسائل الإعلام كعامل مساعد للأهداف الموضوعية الاخرى بمعنى أنه من أجل ان يستمر الشباب في لعب دور محوري في عملة التحول السياسي والاجتماعي، وجب على وسائل الإعلام ليصبحوا اكثر دعما لهؤلاء الشباب وايجاد مساحة عامة لإيصال صوتهم وتعزيز الوعي بحقوقهم. ومن هنا يصبح لزاما 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:

أولا: في تقديم تحليل كمي حول الشباب الاردني ووسائل الإعلام وأنماط استخدام الشباب للتكنولوجيا الحديثة، وتسجيل انطباعاتهم حول وسائل الإعلام في الاردن والمنطقة العربية وعلاقة ذلك بحرية التعبير والتمكين وصورة الشباب التي تنقلها هذه الوسائل.

وثانيا: 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 والحيّز التي توفره وسائل الإعلام هذه لصوت الشباب، ودور الإعلام الحديث والإعلام الاجتماعي في تسهيل تمثيل الشباب في المشهد الإعلامي.

ثالثا: 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.

رابعا: 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 1-2015/6/16.

تم عمل مقابلات وجاهية مع الشباب ضمن عمر 18-19 عام، 20-24 عام، 25-29 عام، في كليات المجتمع وجامعات القطاع العام والخاص بالإضافة الى عينة من الأسر، حيث بلغ حجم العينة 1018 مقسمة ما بين 45.8% ذكور و54.2% اناث.

وتمثلت فئات الاعمار المستجوبة في النسب التالية : 18 عام (5.4%)، 19-24 عام (76.9%)، و25-29 عام (17.8%).

بلغ هامش الخطأ ± 2.5% بمستوى ثقة 95%

العينة	اسلوب اختيار العينة	حجم العينة ومواصفاتها	اسلوب المقابلة		
عينة اسر	العينة الطبقية المنتظمة	**339 مشارك** ذكور 50.7% & اناث 49.3% 68 مشارك ضمن 18-19 عام 136 مشارك ضمن 20-24 عام 135 مشارك ضمن 25-29 عام 339 من الشباب العامل، الشباب الذي يبحث عن عمل، الشباب الذي لا يبحث عن عمل أو ربات البيوت	*مقابلات وجاهية في 12 محافظة*		
			عمان	119	%35.1
			البلقاء	20	%5.9
			الزرقاء	50	%14.7
			مادبا	10	%2.9
			اربد	60	%17.7
			المفرق	20	%5.9
			جرش	10	%2.9
			عجلون	10	%2.9
			الكرك	10	%2.9
			الطفيلة	10	%2.9
			معان	10	%2.9
			العقبة	10	%2.9
			المجموع	339	%100.0
طلاب كليات المجتمع	العينة الطبقية المنتظمة	**340 طالب** ذكور 38.5% & اناث 61.5% 170 طالب في السنة الاولى 170 طالب في السنة الثانية	مقابلات وجاهية في كليات المجتمع		
طلاب الجامعات	العينة الطبقية المنتظمة	**339 طالب** ذكور 49.6% & اناث 50.4% 85 طالب في السنة الاولى 80 طالب في السنة الثانية 85 طالب في السنة الثالثة 80 طالب في السنة الرابعة 9 طلاب في السنة الخامسة	مقابلات وجاهية في الجامعات		

ملخص النتائج

التواصل ووسائل الإعلام الجديدة

ما بين الكمبيوتر الشخصي الثابت في البيت، و الكمبيوتر المحمول (Laptop)، والكمبيوتر اللوحي (Tablet) والهاتف الذكي 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 كليبات 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 استخداما لأغلبية الشباب موضوع الدراسة.

والشباب الاردنيعلى دراية كبيرة باستخدام التكنولوجيا وتواصل جيد بوسائل الإعلام الجديدة. اما بالنسبة الى للمحتوى وانماط 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 30 دقيقة بالتحدث مع آبائهم في اليوم العادي. وهذا التفاعل الضعيف يعكس انقطاعا معيّنا في التواصل (disconnect) في علاقتهم 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 عل موضع أكبر من الثقة فيما يخص الامور العاطفية بين البنات وأمهاتهن. وحتى بالنسبة الى الأمور الدينية يبدو أن هناك تفاعلا 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 بوجوب اتخاذ الحذر لدى التعبير عن النفس بحرية. ولكن في نفس الوقت تتفق الأغلبية بان الإنترنت هو المكان الأكثر امانا 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 اكثر من نصف الشاب بانه 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 المبوبة 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 (بروفايل) يعتبر متدنيا جدا الأمر الذي يعزى ربما الى ان ثلثي الشباب المستطلع لا يزال على مقاعد الدراسة.

قياس مستوى الرفاه والرضا عن النفس

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

أما بالنسبة الى 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 الى حد كبير نفس أسباب التعاسة 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 .

في حين يتمتع غالبية الشباب بشعور معيّن من الأمان والوئام مع أنفسهم ومحيطهم الا ان هناك شريحة كبيرة لا تتمتع بالشعور ذاته. فهناك شعور بالاغتراب والإنقطاع مع محيطهم ومع أسرهم وآبائهم 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 "دائما واحيانا أشعر بالضيق والضجر". وعلى الرغم من ذلك فان واحد من بين إثنين من الشباب لديه رأي في قضايا عديدة ويستطيع ان يدافع عن رأيه. وهناك فئة تعلموا بان يفكروا بشكل منطقي بعيدا عن التقليد الاعمى. أما النصف الآخر فلديه القدرة والشجاعة بالاعتراف بأن لديه محدوديّات وسمات شخصية سلبية.

المشاركة السياسية

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

االنتائج النتائج

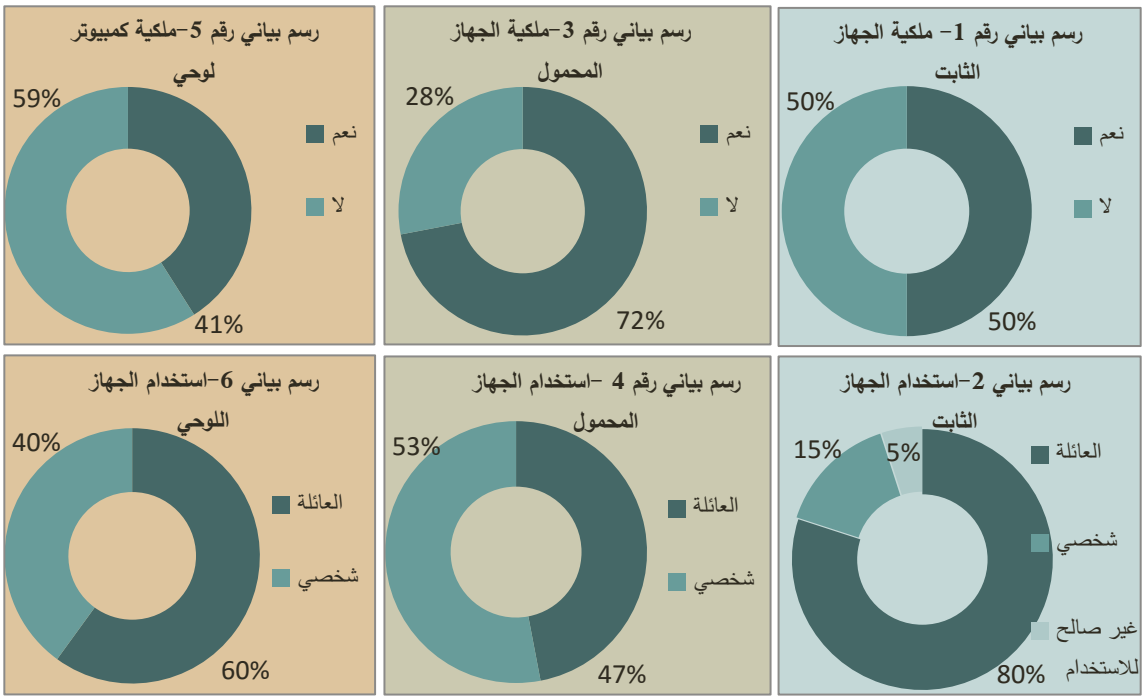
قياس استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة

ملكيةالأجهزة التكنولوجية

أفاد خمسون بالمئة من الشباب المستطلع بأنهم يملكون جهاز كمبيوتر ثابت في المنزل وأن 80% منهم أفادوا بانه يتم استخدامه من قبل اي فرد من افراد الاسرة مقابل 15% فقط للاستخدام الشخصي.

بالمقابل فان 72% لديه جهاز كمبيوتر محمول في البيت، أفاد 47% منهم بانه يتم استخدامه من قبل اي فرد من افراد الأسرة و53% للاستخدام الشخصي. ويملك 41% كمبيوتر لوحي (Tablet/Ipad)، منهم 60% أفادوا بانه يتم استخدامه من قبل اي فرد من افراد الاسرة و40% للاستخدام الشخصي.

(رسم بياني 1 –6)



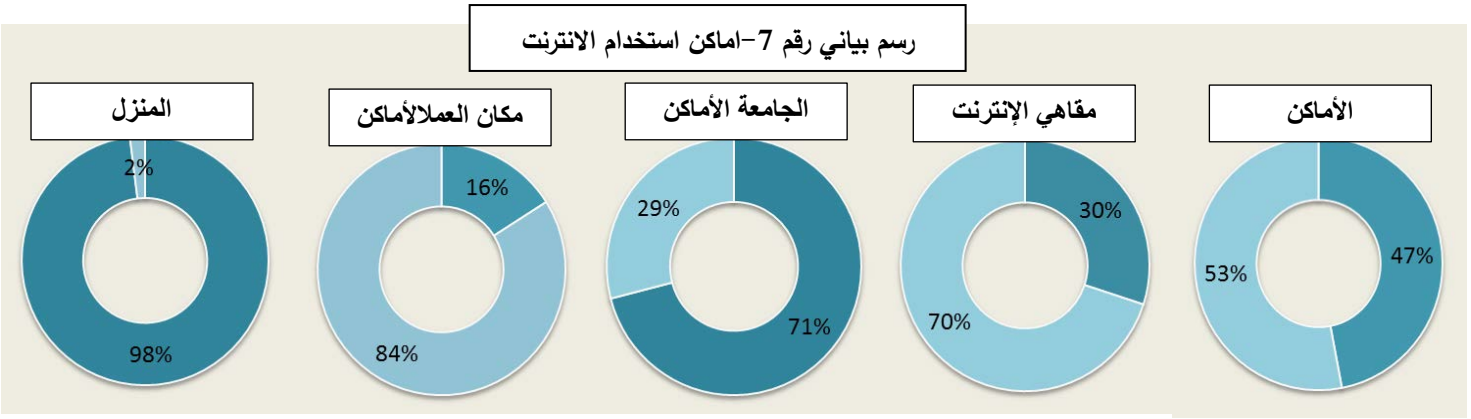
استخدام الإنترنت

إثنان وتسعون بالمئة من المستجيبين يستخدمون الإنترنت بشكل يومي مقابل 3% لا يستخدمونه على الاطلاق.أما بالنسبة الى أماكن استخدام الإنترنت أفاد 98% أنهم يستخدمونه بالمنزل، 71% بالجامعات، 47% بالأماكن العامة ، 30% في مقاهي الإنترنت ثم 16% في أماكن العمل (مجمل العينة ما زالوا على مقاعد الدراسة). (رسم بياني رقم7)

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

وبينما أفاد 96% من الشباب المستطلع بانهم يملكون اجهزة خلوية ذكية، يشترك 19% منهم فقط بخدمة الإنترنت من خلال هذه الاجهزة.

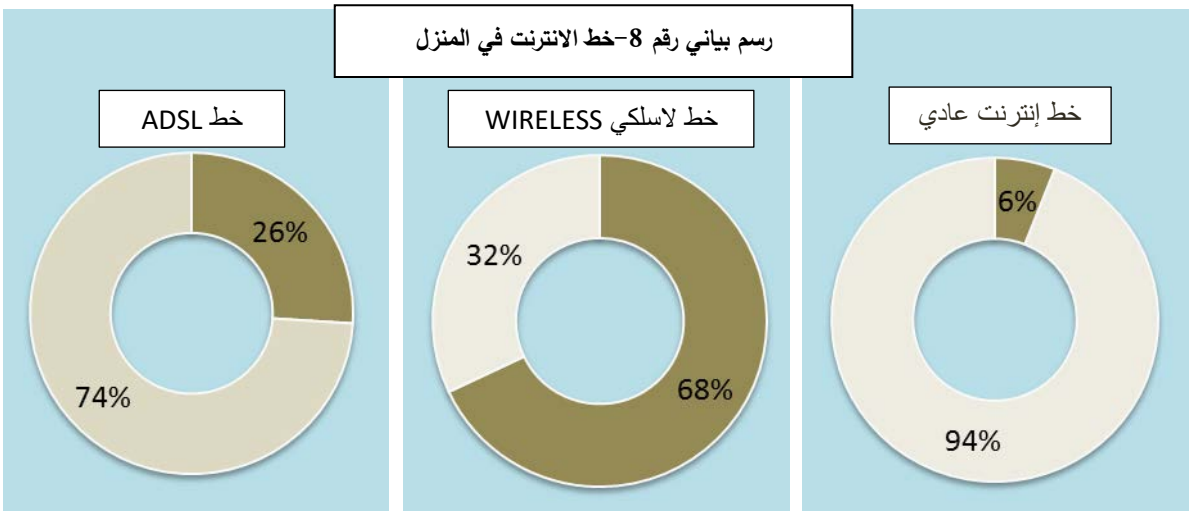
رسم بياني رقم 7–اماكن استخدام الانترنت



خط الإنترنت في المنزل

إن ما نسبته 26% من المستجيبين فقط يملكون خط ADSL في المنزل، بينما 6% يستخدمون خط الإنترنت العادي Dial Up. غالبية الشباب مشتركين بالإنترنت من خلال خط لاسلكي سمارت فون او تابلت او آي فون (Wireless). واي اشتراك من خلال الفايبر اوبتكس او ADSL يكون بالاشتراك مع الجيران. (رسم بياني رقم 8)

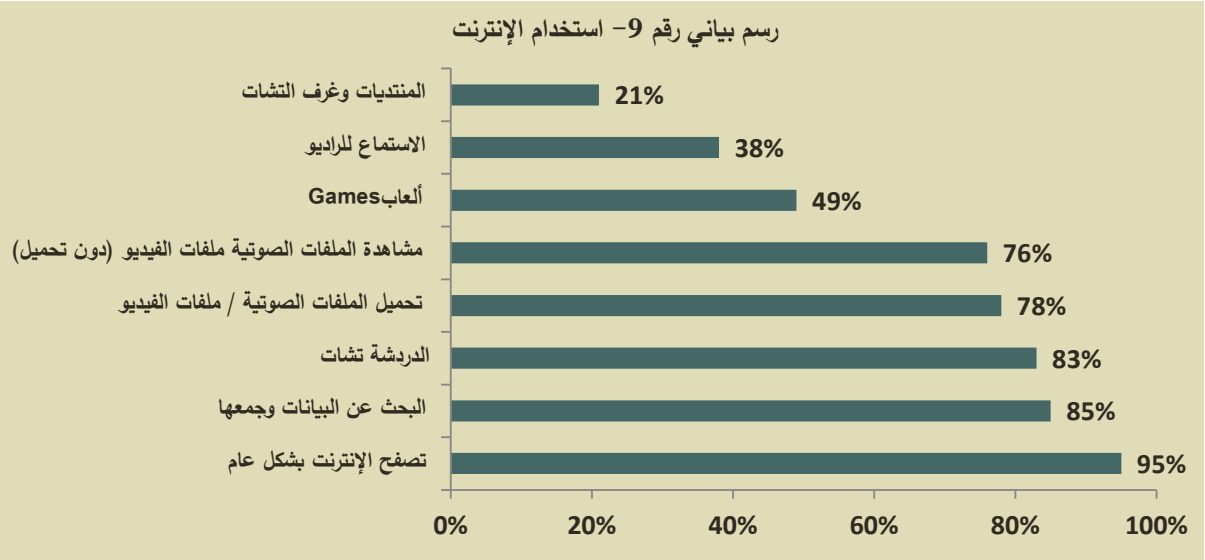
رسم بياني رقم 8–خط الانترنت في المنزل



استخدام الإنترنت (رسم بياني رقم 9)

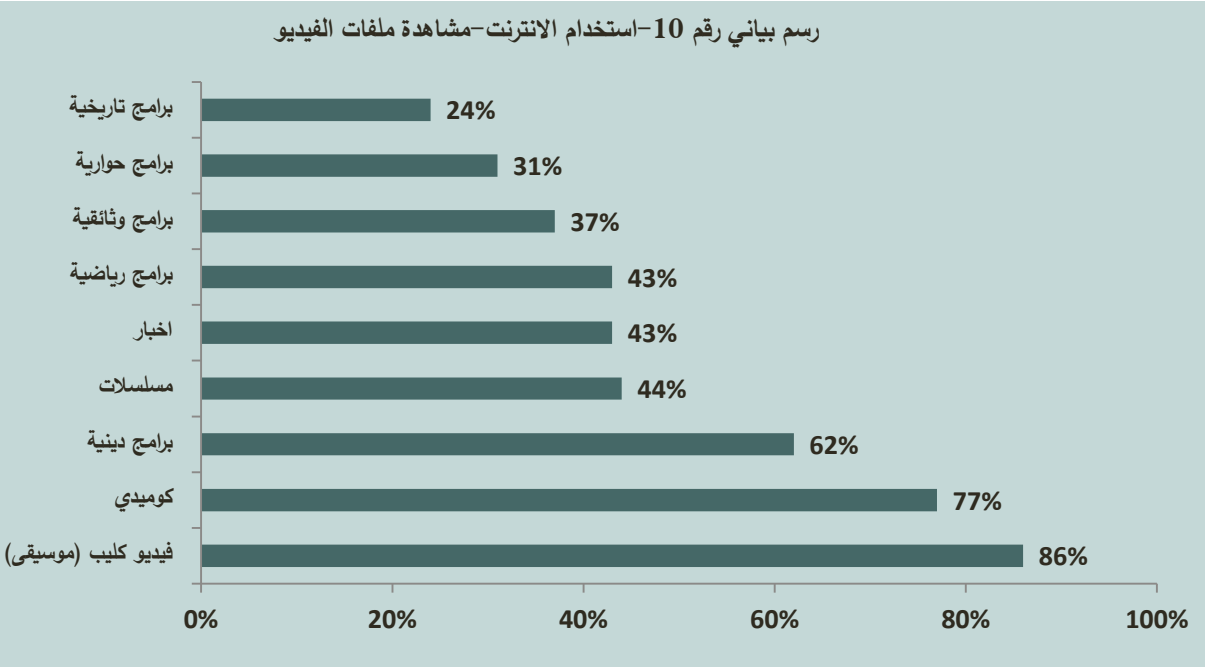
- يستخدم خمسة وتسعون بالمائة الإنترنت للتصفح، بينما أفاد 5% بأنهم لا يستخدموا الإنترنت لهذا الغرض
- يستخدم خمسة وثمانون بالمائة الإنترنت للبحث عن البيانات وجمعها بالمقارنة مع 15% لا يقومون بذلك.
- يستخدم ستة وسبعون بالمائة من الشباب الإنترنت لمشاهدة/سماع الملفات الصوتية وملفات الفيديو بدون تحميل
- بالمقابل يستخدم 78% الإنترنت لتحميل الملفات الصوتية/ملفات الفيديو
- ويستخدم ثلاثة وثمانون بالمائة الإنترنت للدردشة/تشات مقابل 17%
- يستخدم تسعة واربعون بالمائة الإنترنت للألعاب (Video Games) مقابل 51%
- يستخدم ثمانية وثلاثون بالمائة الإنترنت للاستماع للراديو مقابل 62%
- يستخدم واحد وعشرون بالمائة الإنترنت للمشاركة في المنتديات وغرف التشات مقابل 79%

ويستخدم خمسة وسبعون بالمائة **اللغة العربية** في تصفح الإنترنت مقابل ما نسبته 22% يستخدم اللغة الانجليزية و4% يستخدم اللغتين.



مشاهدة الملفات الصوتية وملفات الفيديو (بدون تحميل) (رسم بياني رقم 10)

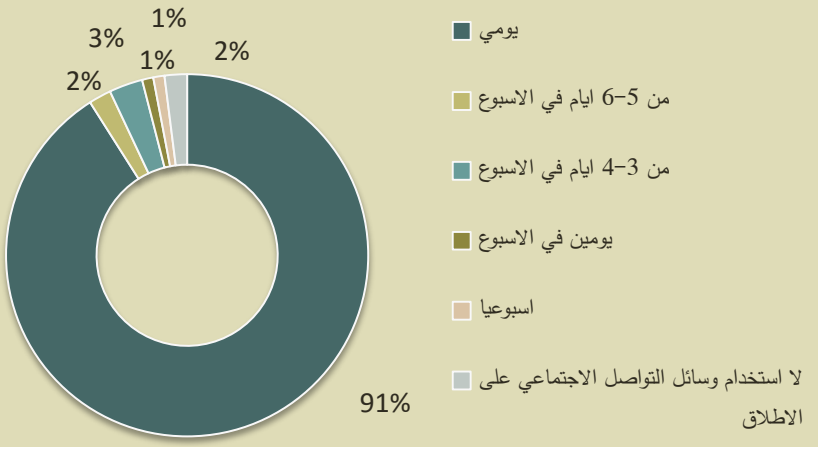
- ستة وثمانون بالمائة من الشباب الذي يستخدم الإنترنت لسماع/مشاهدة الملفات الصوتية/الفيديو بدون تحميل يشاهدون فيديو كليب (موسيقي)
- سبعة وسبعون بالمائة يشاهدون ملفات كوميدية
- اثنان وستون بالمائة يشاهدون برامج دينية
- اربعة واربعون بالمائة يشاهدون مسلسلات
- ثلاثة واربعون بالمائة يشاهدون الاخبار
- ثلاثة 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 2% فقط لا يستخدمون هذه الوسائل. البقية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ما بين يومين الى خمسة ايام بالأسبوع. (رسم بياني رقم 11)

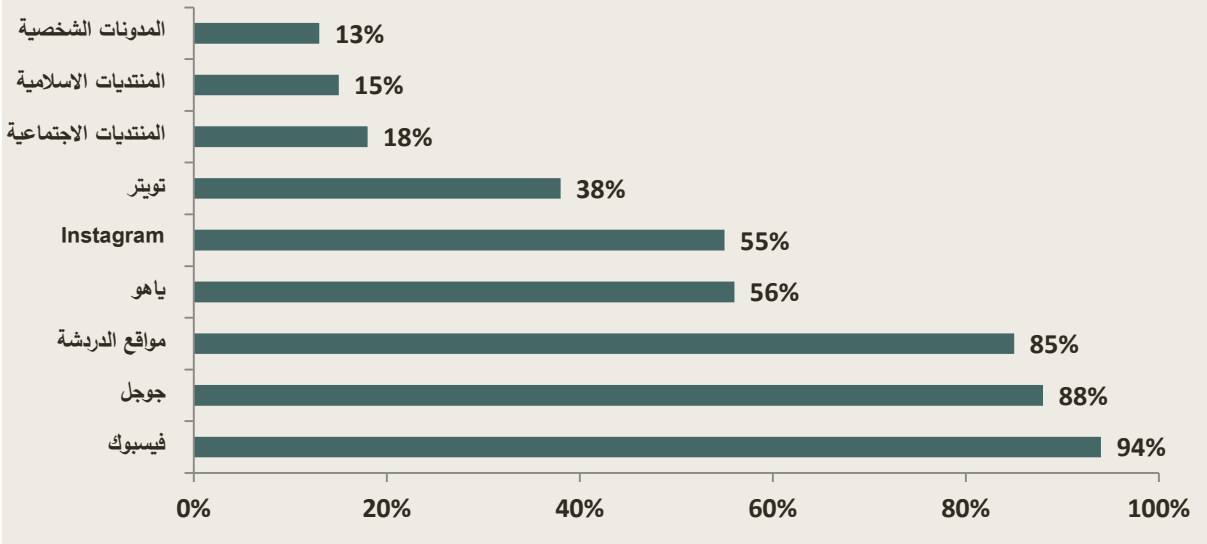
رسم بياني رقم 11–استخدام الانترنت–استخدام وسائل التواصل الاجتماعي



أنماط استخدام الإنترنت–استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (رسم بياني رقم 12)

- 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

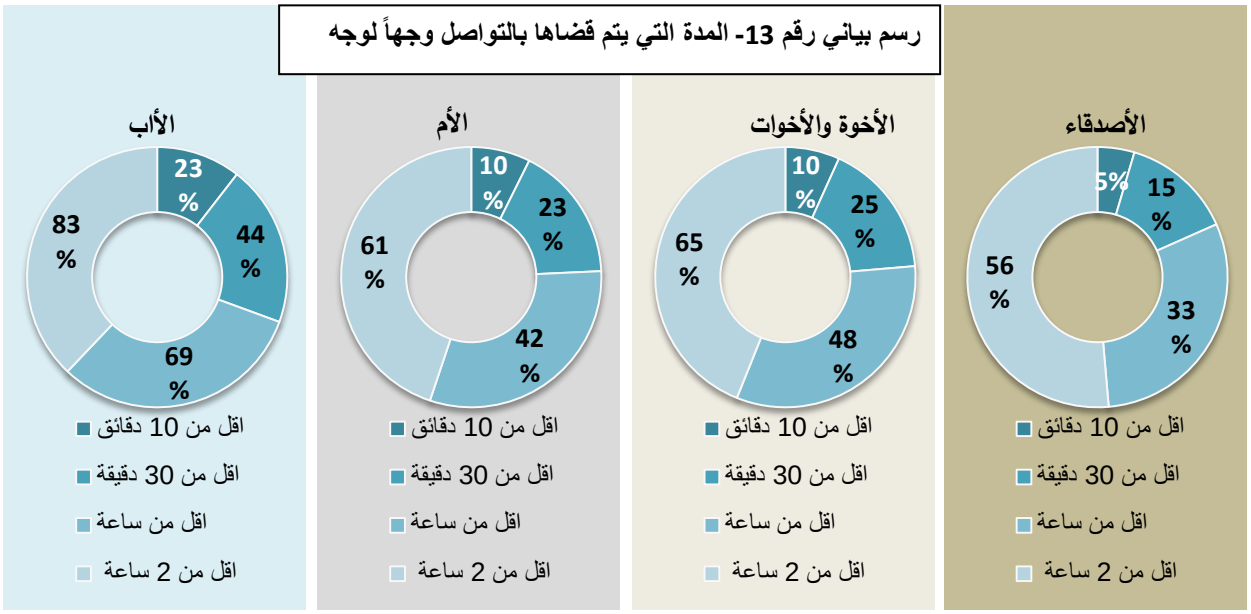
رسم بياني رقم 12–استخدام الانترنت–استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



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 13- المدة التي يتم قضاها بالتواصل وجهاً لوجه



التواصل مع الاصدقاء والعائلة (رسم بياني رقم 13)

- في يوم عادي، ثلاثة وثلاثون بالمائة من الشباب المستطلع يقضي على الأقل ساعة بالتواصل وجها لوجه مع الاصدقاء، و56% يقضي من ساعة الى ساعتين.
- بالمقارنة، يقضي 23% أقل من 10 دقائق بالتواصل مع الأب، 44% أقل من 30 دقيقة و69% أقل من ساعة.
- بالمقابل يقضي 10% أقل من 10 دقائق بالتواصل مع الأم، و23% أقل من 30 دقيقة و43% أقل من ساعة.
- وبالمثل، يقضى 10% أقل من 10 دقائق بالتواصل مع الأخوة والأخوات، و25% أقل من 30 دقيقة و48% أقل من ساعة.

وبينما يقضي ثلثي الشباب الذين شملهم الاستطلاع أقل من 30 دقيقة في الحديث مع آبائهم في يوم عادي، يقضي فقط 20% أقل من 30 دقيقة في الحديث مع اصدقائهم، و33% يقضي أقل من 30 دقيقة في الحديث مع أمهاتهم، و35% يقضي أقل من 30 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

اقوم بالتحدث مع.....	الأب	الأم	الأخ	الأخت
أمور الدراسة	49%	%64	%42	%50

العلاقات العاطفية	**15%**	**%50**	**%25**	**%46**
الأمور السياسية	43%	**%31**	**%31**	**%26**
الوضع الاقتصادي للأسرة	66%	**%74**	%49	%48
الدين	67%	**%79**	%57	%63

(جدول 1)

يقوم الشباب من الذكور والاناث بمناقشة الامور العاطفية مع الآباء في أقل حد مقارنة مع الأمهات حيث ان 18% من الاولاد و12% من البنات يتناقشوا مع ابائهم في الامور العاطفية، وترتفع هذ النسب الى 44% بالنسبة للأولاد و55% بالنسبة للبنات عند المناقشة مع الأمهات. وحتى عند مناقشة الأمور الدينية يبدو أن هناك تفاعلا أكبر مع الأمهات (79%) مقارنة بالآباء (67%) حيث يناقش 75% من الأولاد و84% من البنات الأمهات في أمور الدين مقارنة بي 65% للأولاد و70% للبنات عند مناقشة الآباء.

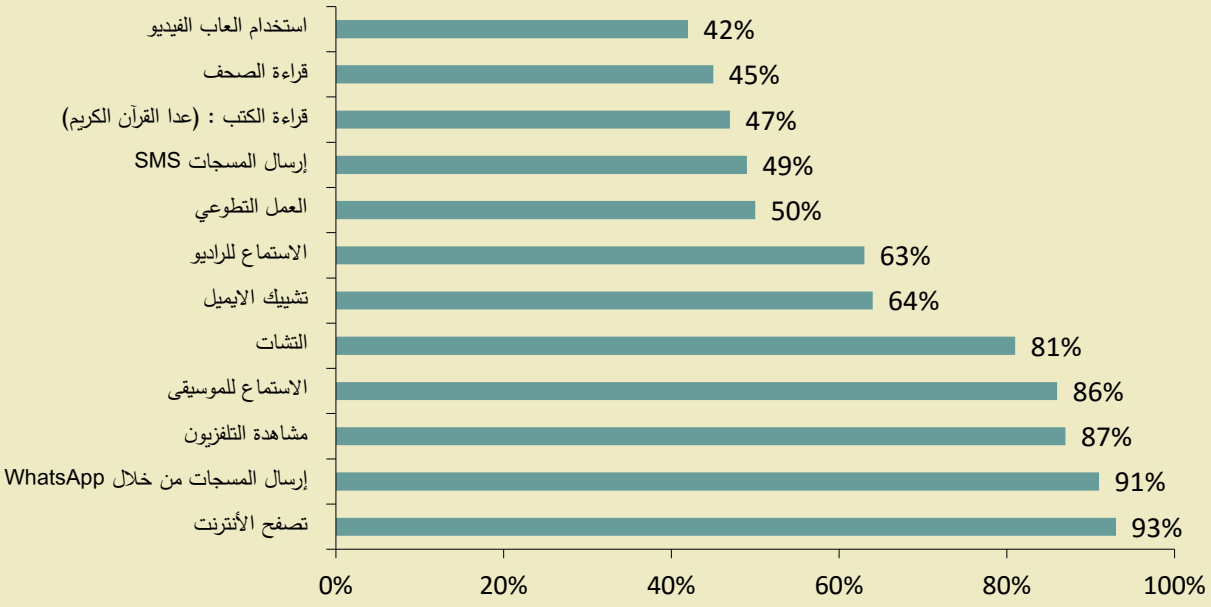
وإجمالا وبصورة نمطية تتجنب الأخوات ايضا بمناقشة الأخوة الذكور الدخول في أي حديث يتعلق بالأمور العاطفية. وهناك اتجاه ايضا على عدم مناقشة الأمور السياسية مع الأم، الأخوة والأخوات.

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

التسلية وقضاء أوقات الفراغ ومصادر المعلومات

يقضي الشباب المستطلع وقت فراغه في يوم عادي من خلال القيام بعدد من الانشطة التي تم الاستفسار عنها والتي تضم مشاهدة التلفزيون، الاستماع الى الراديو، القيام بأعمال تطوعية، استخدام العاب الفيديو، الاستماع الى الموسيقى، قراءة الكتب (عدا القرآن الكريم)، الدردشة (وسائل الاتصال الاجتماعي)، قراءة الصحف، تصفح الإنترنت، إرسال المسجات SMS، وإرسال المسجات من خلال WhatsApp وتشييك الإيميل. (رسم بياني رقم 14)

رسم بياني رقم 14–التسلية وملء وقت الفراغ



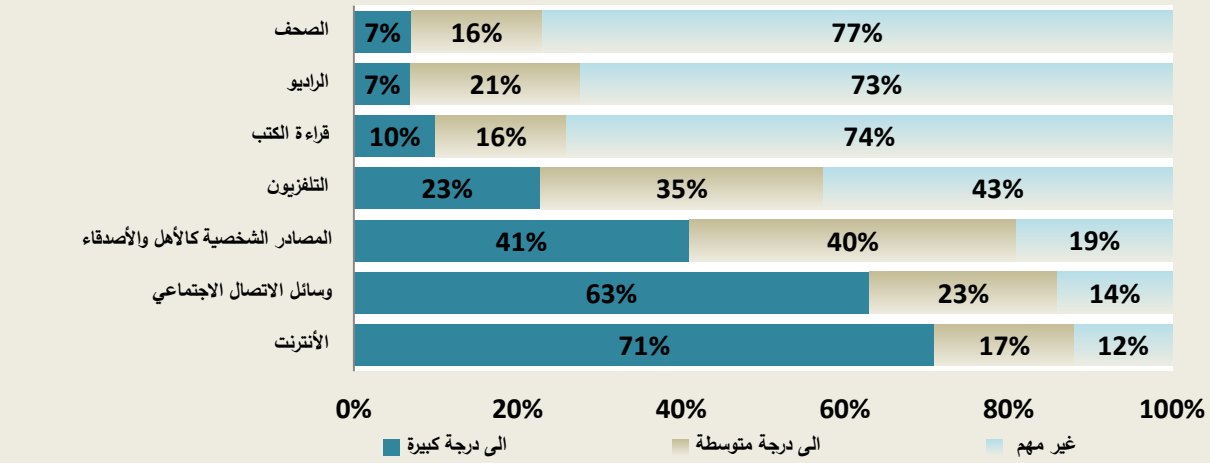
- يقضي ثمانية وثلاثون بالمائة لغاية ساعة واحدة في تصفح الإنترنت في يوم عادي مقابل 23% يقضون من 1–2 ساعة و7% لا يذكر.
- ويقضي ثمانية وعشرون بالمائة لغاية ساعة واحدة في استخدامWhatsApp في يوم عادي مقابل 22% من 1–2 ساعة و21% من 2–4 ساعة و8% لا يستخدموا WhatsApp.
- يقضي اثنان واربعون بالمائة من الشباب المستطلع في يوم عادي لغاية ساعة واحدة في مشاهدة التلفزيون، 25% من 1–2 ساعة، 15% من 3–4 ساعة.
- ويستمتع اربعون بالمائة لغاية ساعة واحدة في الاستماع للموسيقى في يوم عادي ، بينما لا يستمع 14% الى الموسيقى.
- ويقضي اربعة وخمسون بالمائة لغاية ساعة واحدة في الاستماع الى الراديو في يوم عادي ، بينما لا يستمع 35% الى الراديو.
- ويقضي اثنان وعشرون بالمائة لغاية ساعة واحدة في التشات في يوم عادي و23% يقضي من 1–2 ساعة بينما لا يقوم 19% بعمل التشات.
- ويمضي خمسون بالمائة لغاية ساعة واحدة في تبادل الايميلات في يوم عادي ولا يستخدم 34% الايميل.
- ويمضي ثلاثة وثلاثون بالمائة ما بين 10–30 دقيقة في العمل التطوعي في يوم عادي ، 8% من 30 دقيقة لغاية ساعة واحدة و47% لا يقوموا بأية أعمال تطوعية.
- ويقضي ستة وثلاثون بالمائة في يوم عادي لغاية 30 دقيقة في ارسال المسجات SMS بينما 50% لا يقوموا بذلك.
- ويقضي سبعة وعشرون بالمائة لغاية ساعة واحدة في قراءة الكتب في يوم عادي مقابل 52% لا يقرأ أية كتب.

- ويقضي اربعة وعشرون بالمائة من 10–15 دقيقة في قراءة الصحف في يوم عادي ، 12% يقضوا 30 دقيقة و54% لا يقرأ الصحف.
- ويمضي اربعة وعشرون بالمائة لغاية ساعة واحدة في استخدام العاب الفيديو في يوم عادي ، 11% يقضي 1–2 ساعة، بينما 56% لا يلعبوا العاب الفيديو.

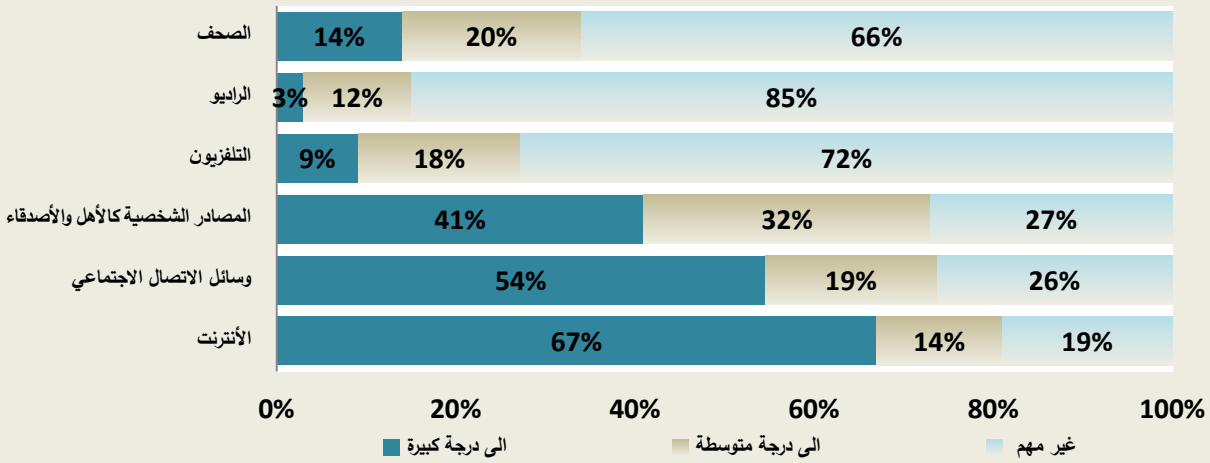
أهمية مصادر الإعلام المختلفة كمصدر للمعلومات (رسم بياني رقم 15 - 20)

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

رسم بياني رقم 15–الاهمية كمصدر للاخبار وقضايا الساعة

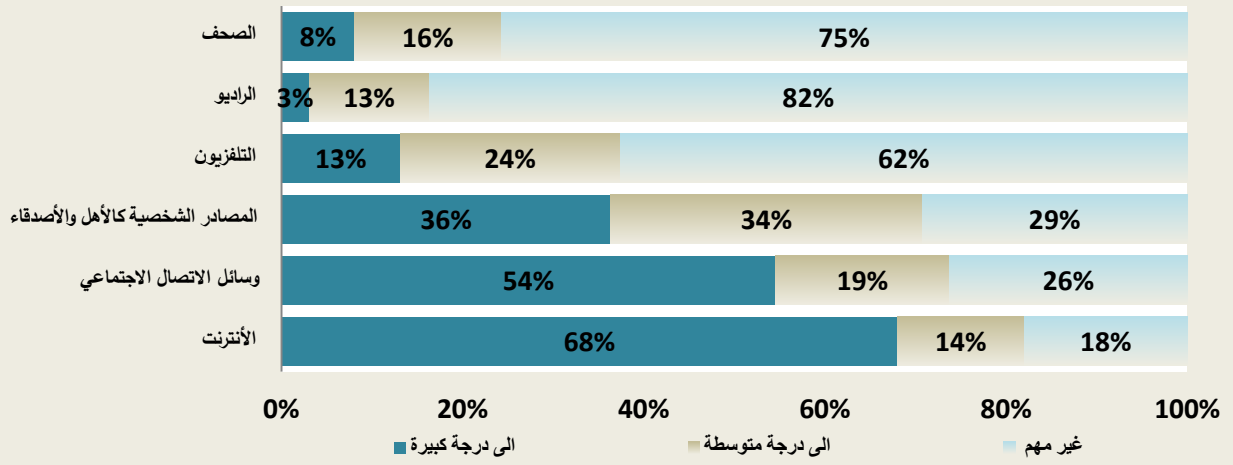


رسم بياني رقم 16– الاهمية كمصدر للبحث عن وظيفة

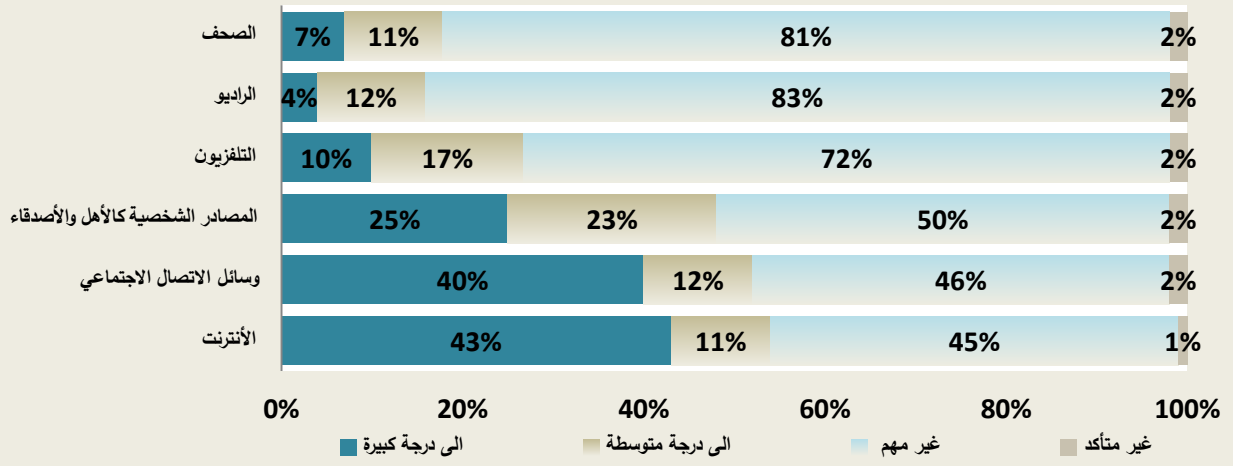


- مرة اخرى، اهم مصدر معلومات للبحث عن وظيفة وفرص تعليمية هو الإنترنت ووسائل الاتصال الاجتماعي. رسم بياني رقم 16 و 17.

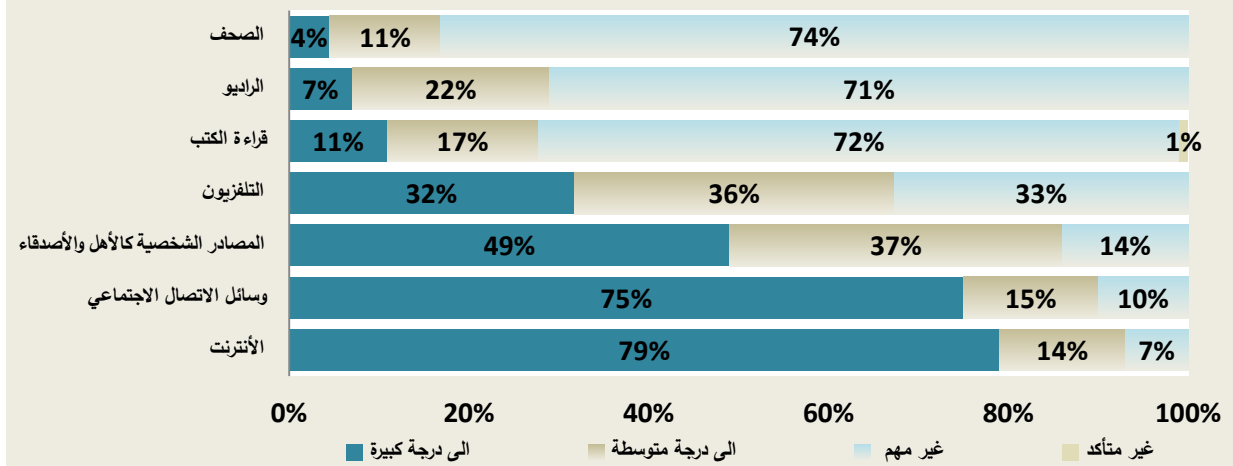
رسم بياني رقم 17- الاهمية كمصدر للبحث عن فرص تعليمية



رسم بياني رقم 18- الاهمية كمصدر للبحث عن فرص التطوع

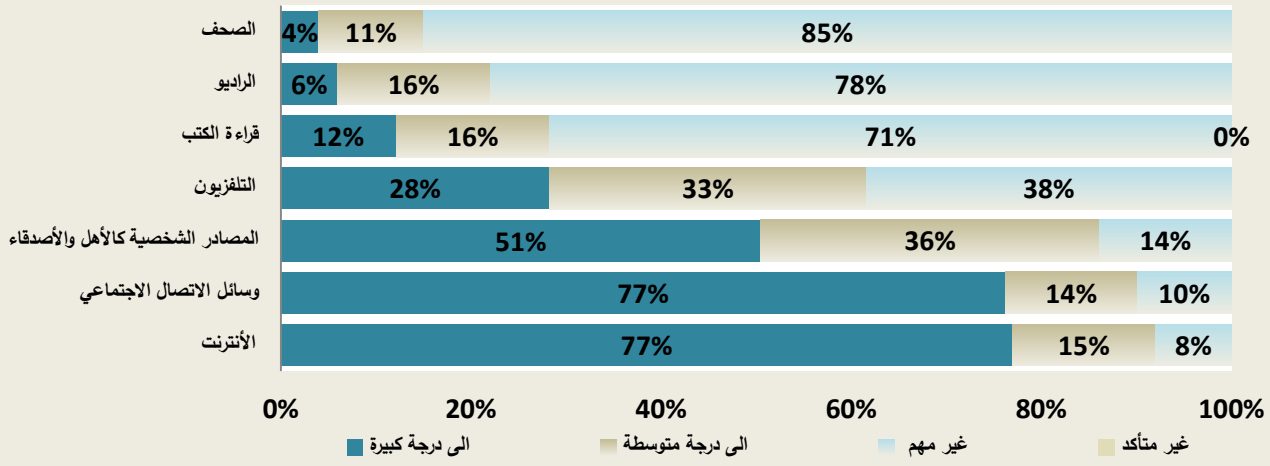


رسم بياني رقم 19- الاهمية كمصدر للبحث عن التسلية والترفيه



- وللبحث عن فرص التطوع تظهر أهمية الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كما وتظهر أهميتها مقارنة بالوسائل الاخرى. كما تظهر النتائج ان هناك فرصة لتطوير دور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للبحث عن فرص التطوع. هذا يعكس في نفس الوقت واقع التطوع على الجانب الرسمي ومنظمات المجتمع المدني.
- وحتى للتسلية والترفيه يبدو ان التلفزيون يفقد متابعيه حيث يلجأ الشباب بشكل متزايد الى الإنترنت ووسائل الاتصال الاجتماعي كأهم مصدر للتسلية. (رسم بياني رقم 19)
- كما أصبح الإنترنت ووسائل الاتصال الاجتماعي بديلا اساسيا يلجأ إليه الشباب في قضاء وقت الفراغ والترفيه، وحتى بالمقارنة مع المصادر الشخصية كالأهل والاصدقاء. (رسم بياني رقم 20)

رسم بياني رقم 20- الاهمية كمصدر للبحث عن قضاء وقت الفراغ

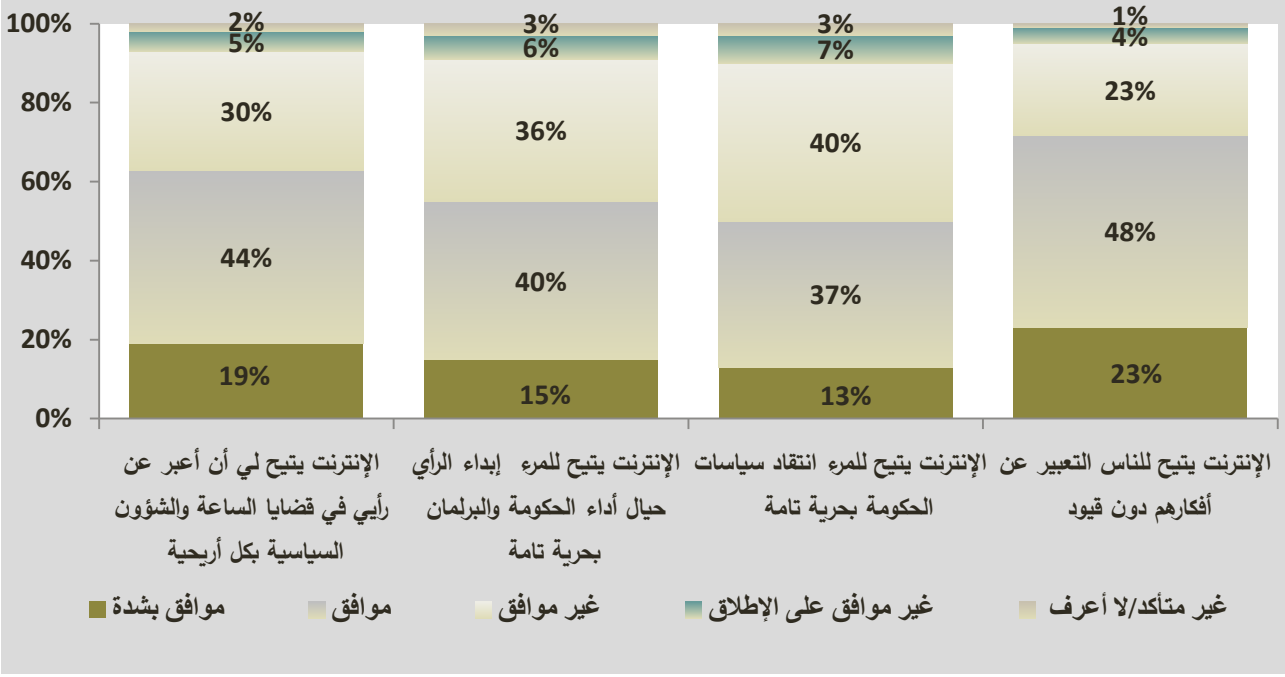


- لقد اصبح من الواضح أن الوسائل التقليدية كمصدر للمعلومات وعلى وجه التحديد المطبوعة منها وكذلك الراديو والتلفزيون قد فقدت جمهورها بين الشباب المتجه الى التكنولوجيا والذين يتحولون الى الإنترنت ووسائل الاتصال الاجتماعي. ومع ذلك ما زالت المصادر الشخصية كالأهل والاصدقاء مهمة كنظام دعم معنوي وعاطفي وخصوصاً عند البحث عن عمل والتسلية أو قضاء وقت الفراغ والعلاقات الاجتماعية.
- إن هذا التراجع في أهمية مصادر المعلومات التقليدية ما بين الشباب يدل على انخفاض درجة الاهتمام بالشباب وقضاياهم، همومهم وتطلعاتهم مع الاخذ بعين الاعتبار بان الصحافة المطبوعة قد شهدت تراجعا في العقود الماضية بالترافق مع انخفاض نسبة قراءة الصحف وظهور وسائل الإعلام الجديدة.

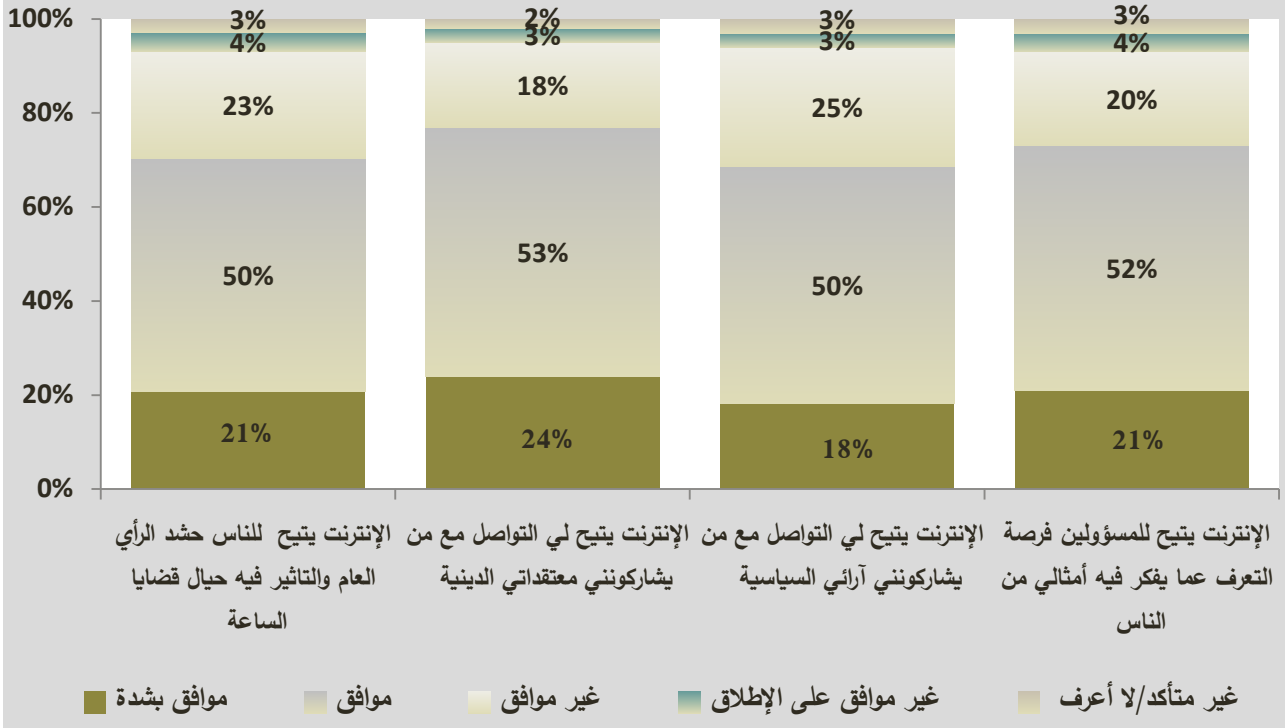
(هذا وسيتم هذه القضايا بتوسع في ملحق الدراسة.)

الأنترنت

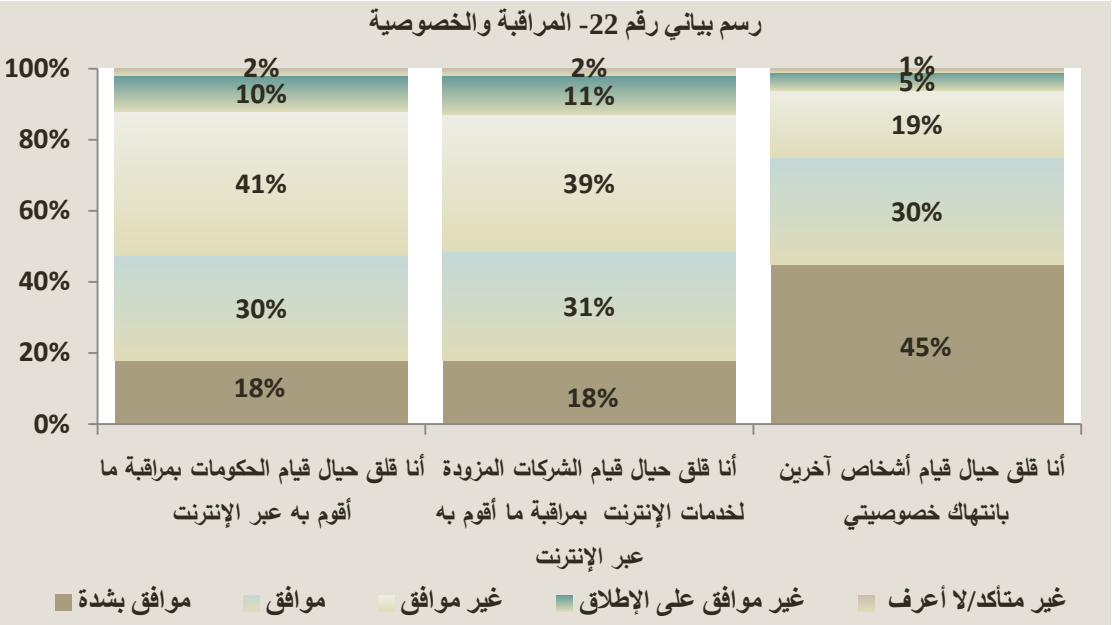
رسم بياني رقم 21–الانطباعات المتعلقة بحرية التعبير على شبكة الانترنت



رسم بياني رقم 21أ–الانطباعات المتعلقة بحرية التعبير على شبكة الانترنت



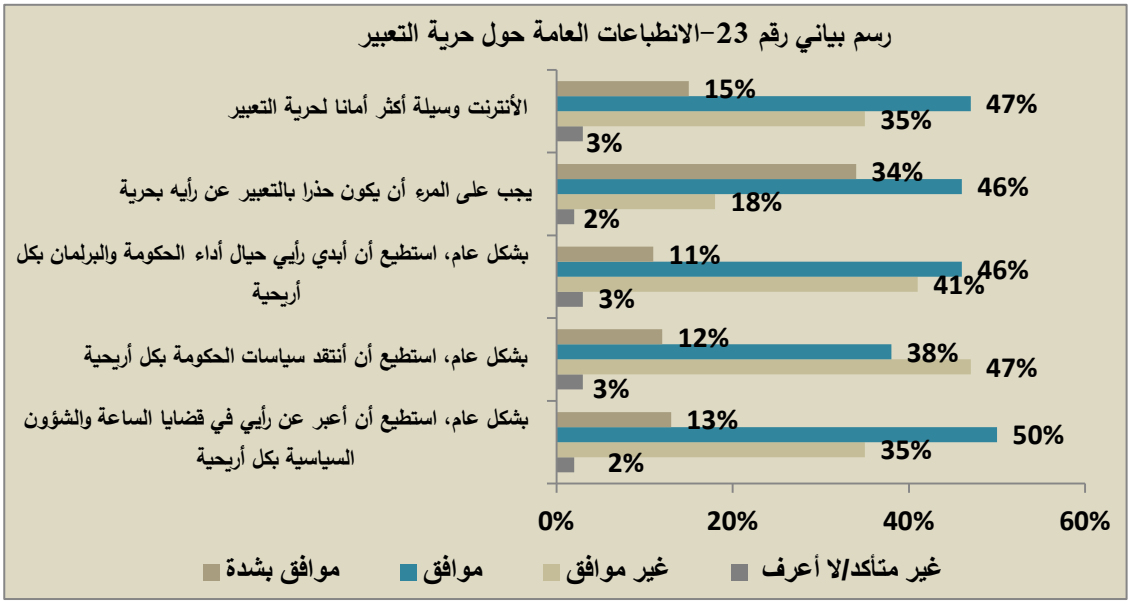
- الرسوم البيانية رقم21 و21أ تبين بوضوح أن هناك إجماع على ان الإنترنت يوفر منبرا للنقاش العام وحرية التعبير. ولكن الشباب منقسم في الرأي فيما إذا كان هذا المنبر يوفر الحرية الكافية في التعليق على أداء الحكومة والبرلمان أو حتى انتقاد الحكومة. وهناك أقلية كبيرة تقارب حوالي الثلث او أكثر تعتقد بأن هذا المنبر غير متوفر في المقام الأول.



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 يتعلق باحتمال انتهاك خصوصياتهم من قبل أشخاص آخرين من خلال الإنترنت. كما أن هناك أغلبية كبيرة تعتقد بوجوب 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.

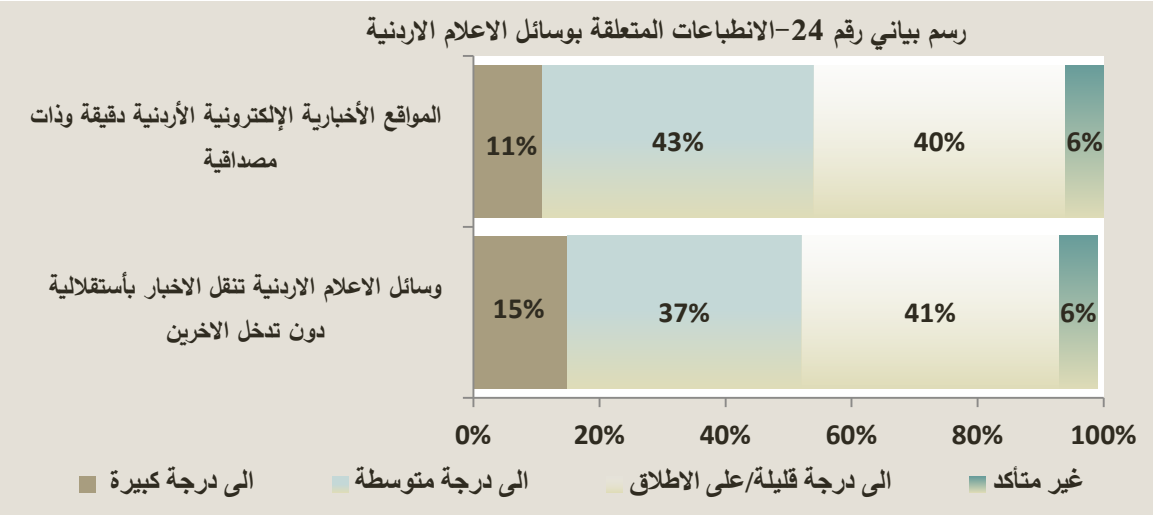
الانطباعات العامة حول حرية التعبير (رسم بياني رقم 23)



- هناك اجماع (63% 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 سياسيات الحكومة بكل اريحية.
- وهناك انقسام مشابه حول مدى حرية المواطنين بانتقاد اداء الحكومة والبرلمان بكل اريحية.
- بالمقابل هناك إجماع كبير على وجوب أخذ الحيطة الحذر بالتعبير عن الرأي بحرية (80% ما بين موافق بشدة/موافق) مما يؤكد صحة الإنطباعات التي وردت سابقاً ضمن هذا السياق.
- ومع ذلك تعتقد الأغلبية ان الإنترنت أكثر وسيلة آمنه لحرية التعبير.

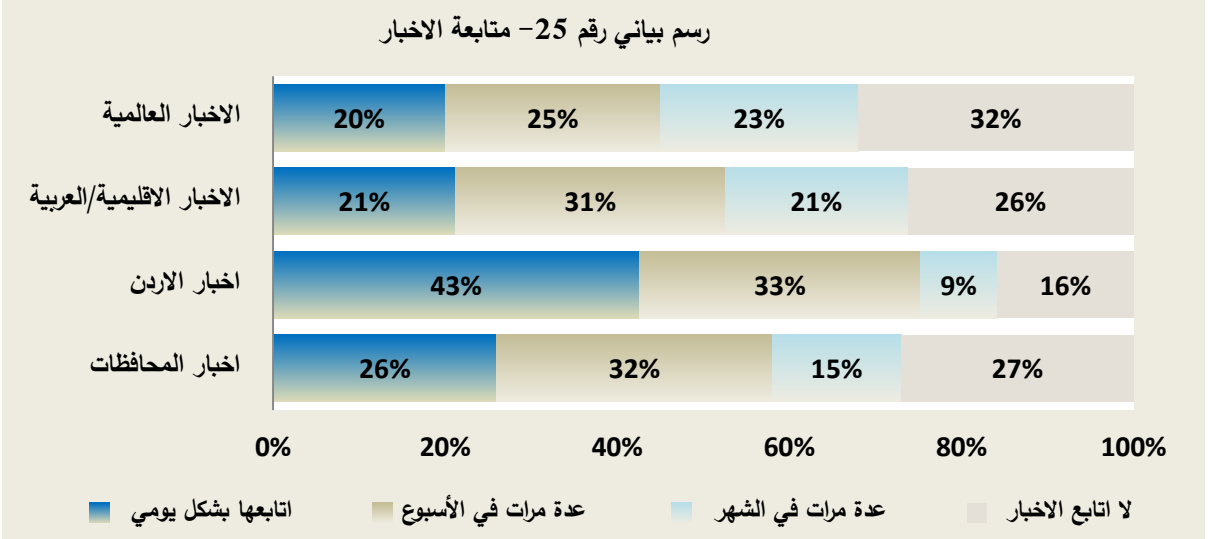
الإنطباعات المتعلقة بوسائل الإعلام الأردنية



- هناك ثقة قليلة فيما يتعلق باستقلالية وسائل الإعلام الاردنية. وهذا ينطبق ايضا على المواقع الاخبارية عند الحديث عن دقتها ومصداقيتها في نقل الاخبار. (رسم بياني رقم 24)

الشباب الاردني

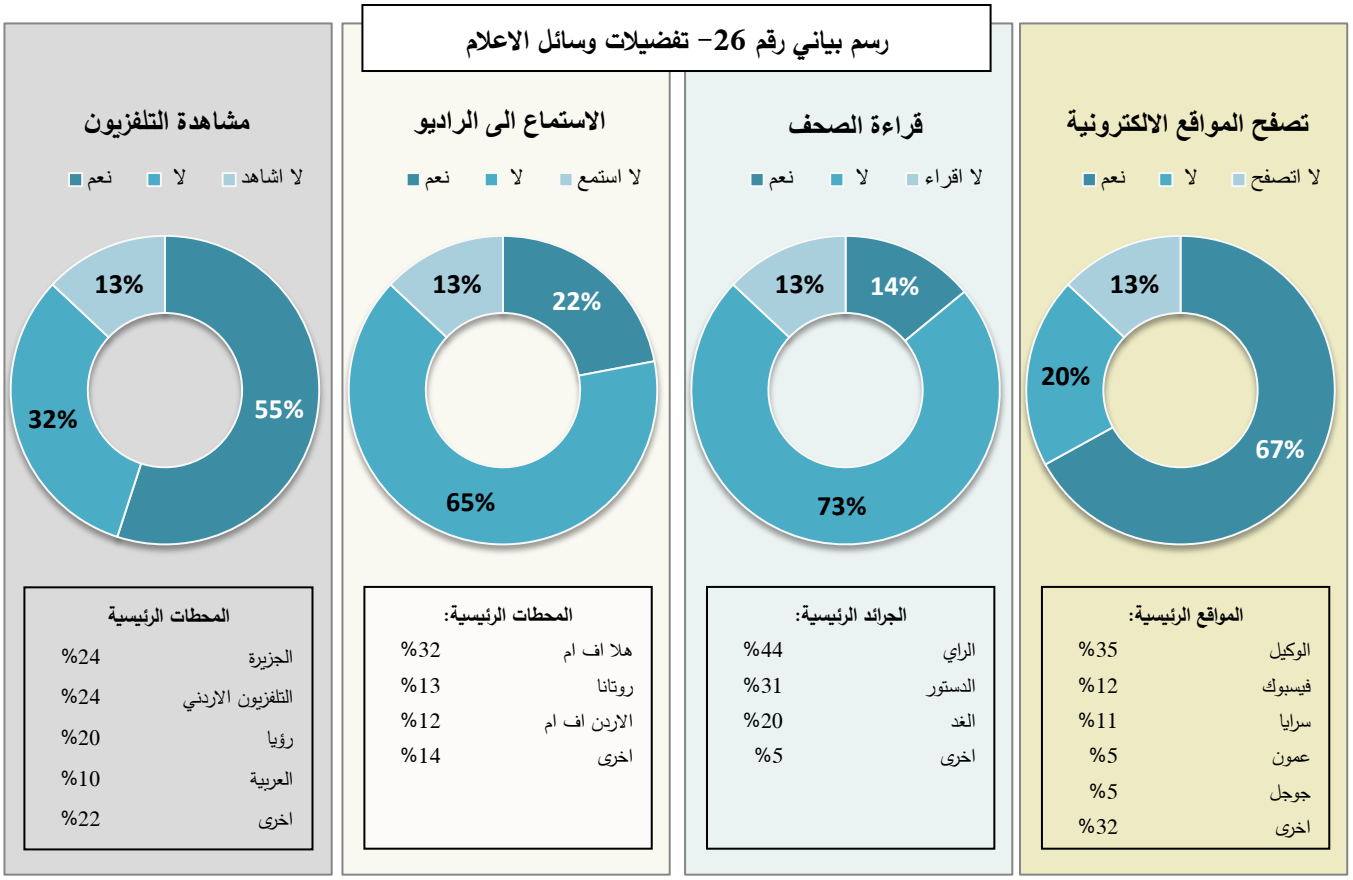
- ربع الشباب المستطلع يتابع أخبار المحافظات بشكل يومي، أما بالنسبة للأخبار الاقليمية أو العالمية فلا يتجاوز من يتابعها بشكل يومي خمس الشباب. وهناك اهتمام اكبر بأخبار الاردن المحلية حيث أفاد 43% من الشباب المستطلع بأنه يتابع هذه الاخبار بشكل يومي. (رسم بياني رقم 25)
- وهناك أقلية لا باس بها لا تتابع أي من الأخبار العالمية، أو الاقليمية/العربية أو حتى اخبار المحافظات.



وسائل الإعلام المفضلة بين الشباب الاردني

- لدى السؤال حول ما يفضلونه من مصدر اعلامي لمتابعة الاخبار وقضايا الساعة أجاب 55% من الشباب المستطلع أنهم يشاهدون التلفزيون و22% يستمعون الى الراديو، 14% قراءة الصحف و67% تصفح المواقع الالكترونية. 13% لا يتابع أي مصدر. كما تم الطلب بتسمية الوسيلة المفضلة أو البرنامج المفضل.

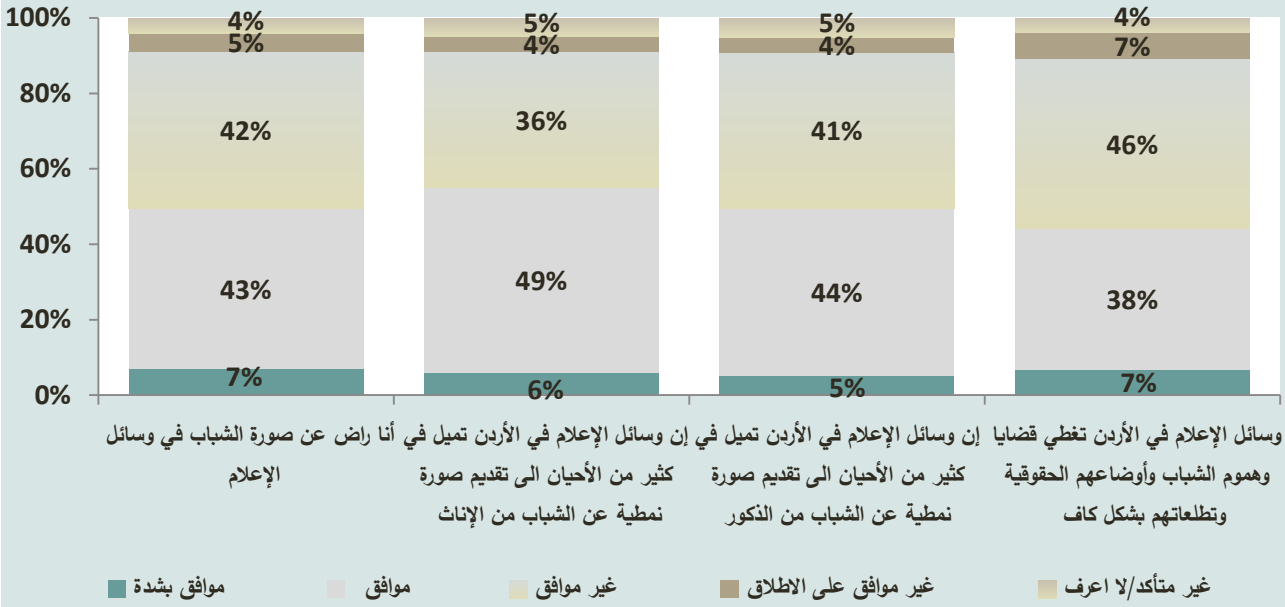
رسم بياني رقم 26- تفضيلات وسائل الاعلام



الانطباعات عن وسائل الإعلام وقضايا الشباب

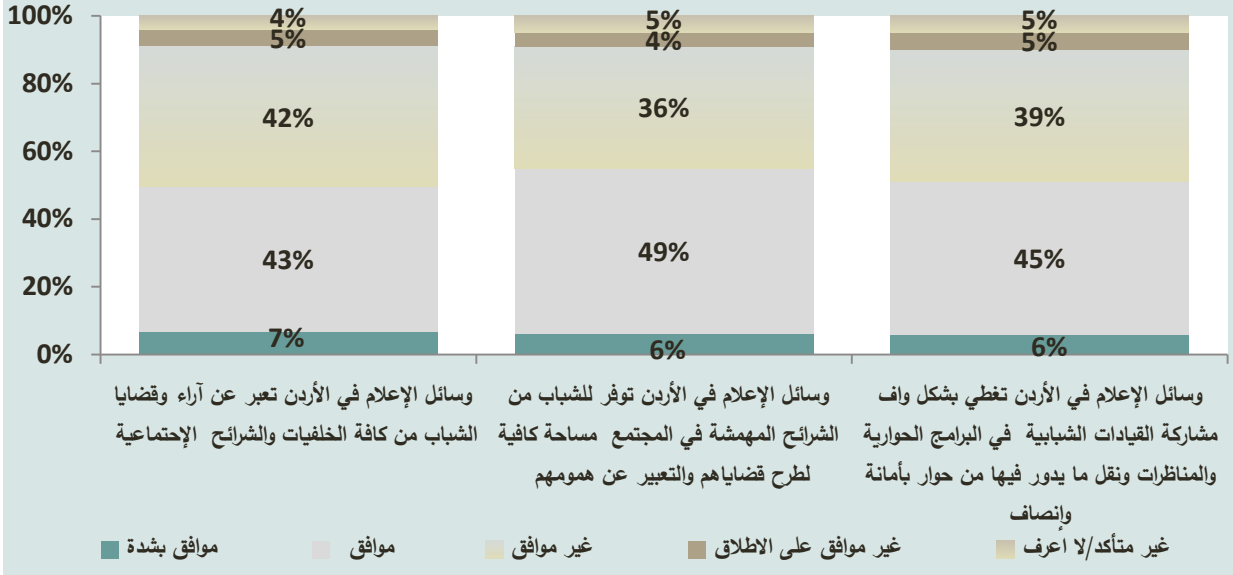
تنقسم آراء الشباب كذلك حول دور وسائل الإعلام في الأردن والى أي مدى تساهم هذه الوسائل في طرح قضايا الشباب، وصورة الشباب التي تقدمها هذه الوسائل، والمساحة التي يتم توفيرها لإبراز هموم وحقوق وتطلعات الشباب من مختلف قطاعات المجتمع. وفي الواقع فإن الشباب غير راضين عن هذا الدور. (رسم بياني رقم 27) ويتجلى ذلك بوضوح في ملحق الدراسة المرفق.

رسم بياني رقم 27- الانطباعات عن وسائل الاعلام وقضايا الشباب



- إن ما نسبته 47% من الشباب بين "غير موافق أو غير موافق على الإطلاق" بأن صورة الشباب في وسائل الإعلام مرضية مقابل 50% كانوا بين "موافق أو موافق بشدة" عل ذلك، بينما كان ما نسبته 55% و49% بين "موافق أو موافق بشدة" بأن وسائل الإعلام تميل في كثير من الاحيان الى تقديم صورة نمطية عن الاناث والذكور على التوالي. بالمقارنة أفاد 53% بأن وسائل الإعلام في الاردن لا تغطي قضايا الشباب، حقوقهم وتطلعاتهم.

رسم بياني 27أ- الانطباعات عن وسائل الاعلام وقضايا الشباب

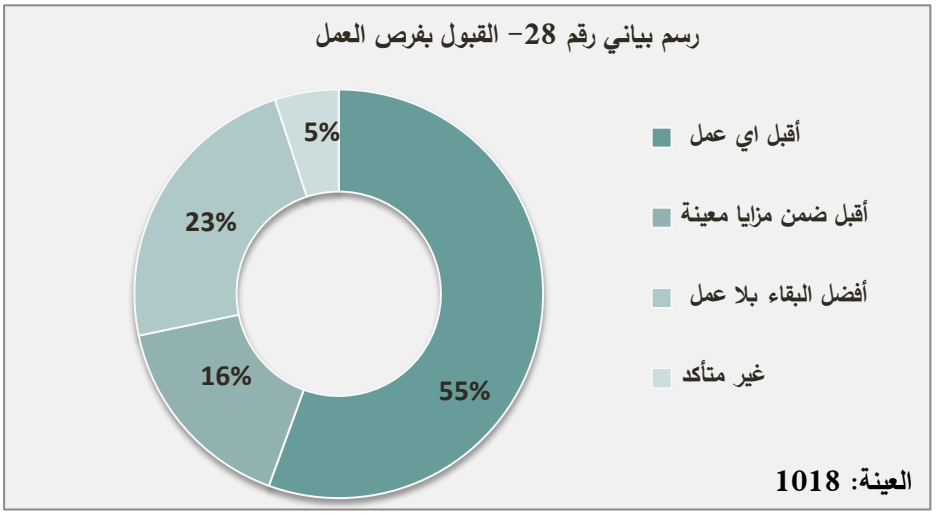


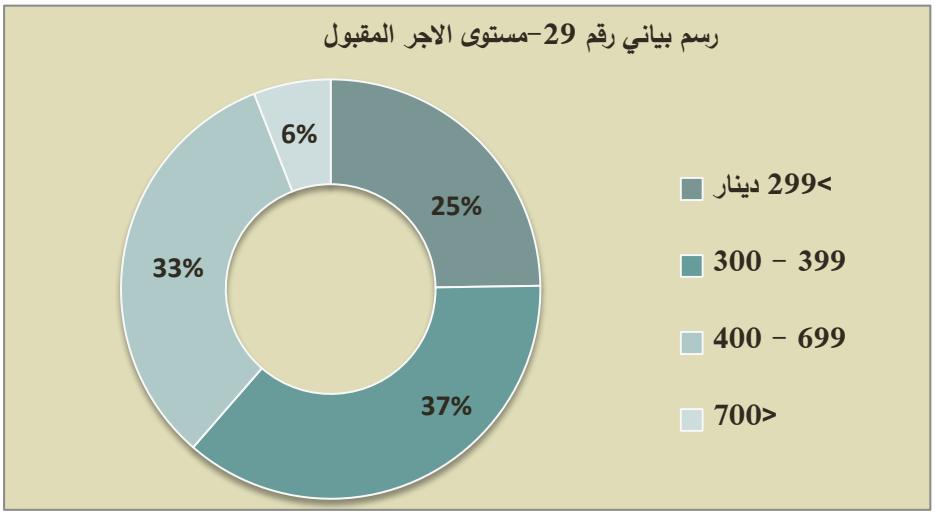
- هناك ايضا انقسام واضح حول مدى تغطية وسائل الإعلام وبشكل جامع لقضايا الشباب من كافة الخلفيات والشرائح الاجتماعية (50% مقابل 47%).
- ولكن هناك انطباع أكثر إيجابية بقليل حول المساحة التي يوفرها الإعلام لقضايا الفئات الشبابية المهمشة لطرح قضاياهم وهمومهم (55% مقابل 40%).
- هناك أيضا انقسام في الرأي حول ما إذا كانت وسائل الإعلام تغطي مشاركة القيادات الشبابية في البرامج الحوارية والمناظرات بأمانة وإنصاف (51% مقابل 44%).
- ويعتقد ثمانية وأربعون بالمائة من الشباب المستطلع بأن وسائل الإعلام في الاردن تقوم بتغطية قضايا الشباب من ذوي الإعاقة بشكل كاف، مقارنة ب 35% لا يعتقدون ذلك و17% أفاد بأنه لا يعرف.

الطموحات المهنية والتطلعات المستقبلية

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 55% الشباب بانه يقبل باي فرصة عمل ريثما تتاح له فرصة عمل في مجال تخصصه. بينما أفاد 16% من المستطلعين بانهم قد يرضون بفرصة عمل في غير مجال تخصصهم ضمن راتب ومزايا وظيفية معينة فقط بينما يفضل ما نسبته 23% البقاء بلا عمل. ولم يكن 5% متأكداً من ذلك. (رسم بياني 28)





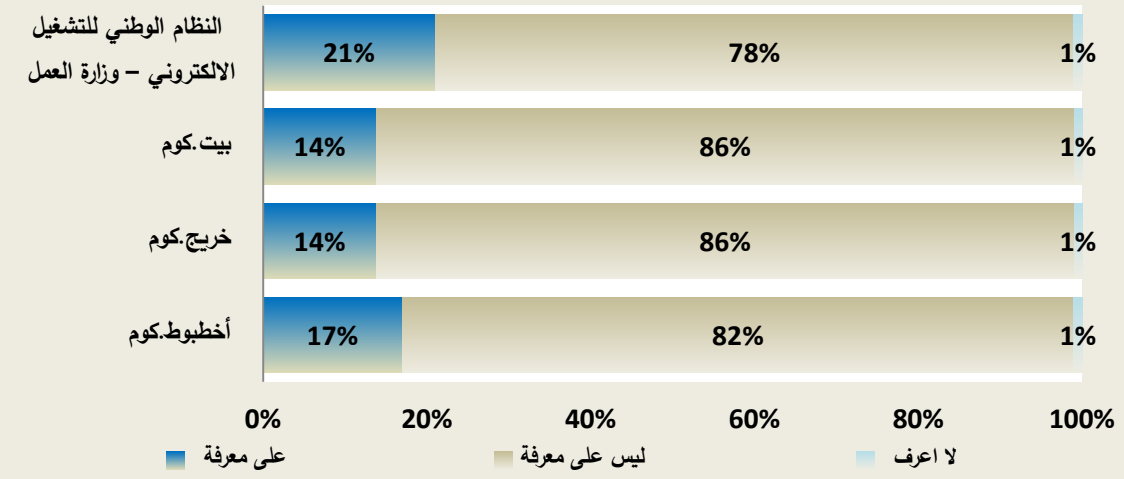
- أما الذين اشترطوا قبولهم بفرصة العمل ولكن ضمن راتب معين تم الطلب منهم بتحديد مستوى هذا الراتب. 25% حدد سقف لغاية 299 دينار بالإضافة الى التأمين الصحي والضمان الاجتماعي، 37% حدد من 300-399 دينار، 33% حدد من 400-699 دينار، و6% حدد من 700 دينار فأعلى. (رسم بياني 29)

البحث عن فرصة العمل وبوابات العمل الإلكترونية

- ثمانية وعشرون بالمائة من المستجيبين يبحثوا عن فرصة عمل من خلال الاتصال المباشر مع الشركات والمصانع، 20% زيارة مديريات وزارة العمل و7% أقرب مركز تدريب مهني من مكان السكن. في المقابل يبحث 18% عن فرص العمل من خلال الصحف المحلية (الاعلانات المبوبة) و17% من خلال الإنترنت.

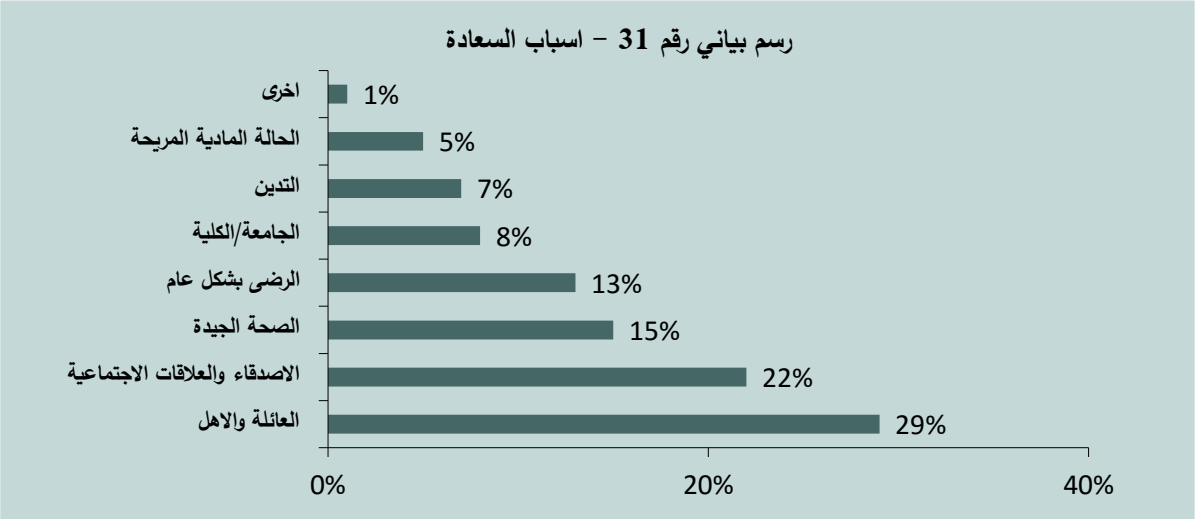
- أما درجة المعرفة بالبوابات الإلكترونية المتخصصة بالتوظيف (أخطبوط.كوم، خريج.كوم، بيت.كوم) فجاءت منخفضة نسبياً بين الشباب المستطلع. بالمقابل سجل النظام الوطني للتشغيل الالكتروني – وزارة العمل– نسبة معرفة مرتفعة نسبياً. (رسم بياني رقم 30)
- على الرغم من ذلك، فان انشاء الملفات الشخصية (بروفايل) في مواقع البوابات الإلكترونية المتخصصة بالتوظيف يعتبر متدنياً جداً حيث يتراوح ما بين 2–4% من جميع الشباب المستطلع. وقد يعزى ذلك الى ان ثلثي الشباب المستطلع لا يزالون على مقاعد الدراسة.

رسم بياني رقم 30– درجة الوعي بالبوابات المتخصصة بفرص العمل

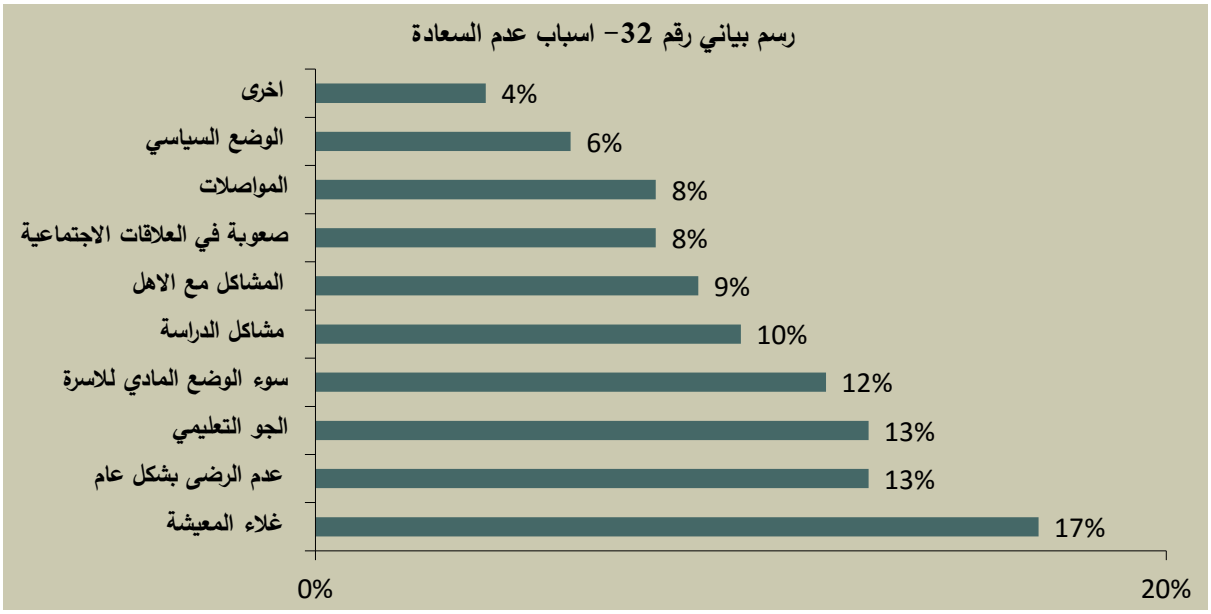


قياس مستوى الرفاه والرضا عن النفس

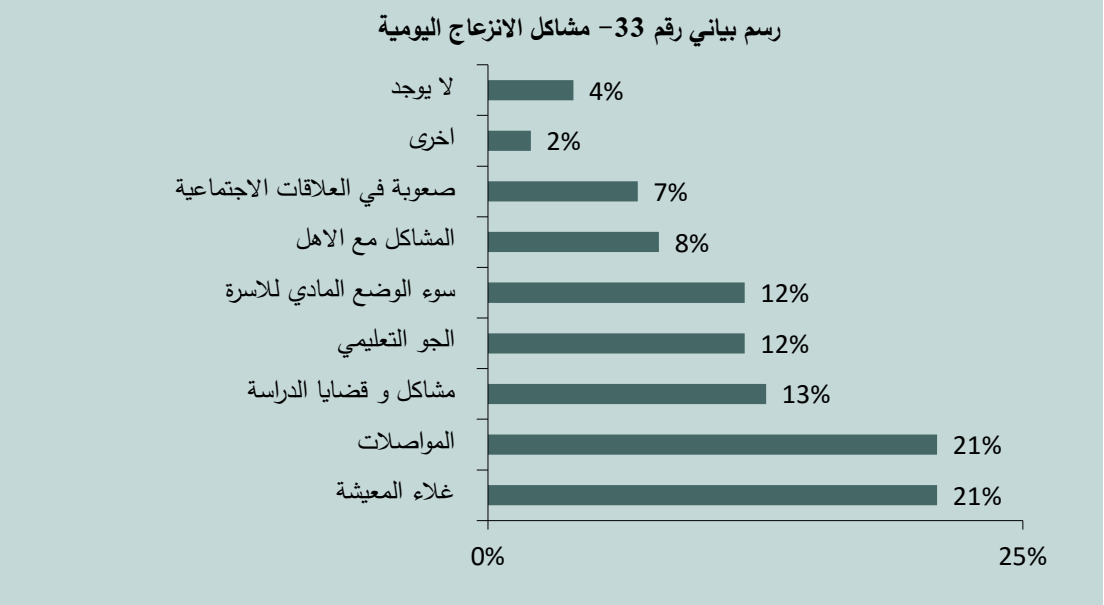
- يعتبر حوالي ثلثي الشباب الاردني المستطلع أنفسهم سعداء – 15%"سعداء جدا" و44% "سعداء". ويعتبر حوالي الثلث او 31% أنهم "لا سعداء ولا غير سعداء". ويعتبر 10% أنفسهم "غير سعداء".
- بالتدقيق بشكل اكبر عن اسباب السعادة، تبيّن أن العائلة والاصدقاء تحتل مساحة كبيرة في حياة الشاب الذين أفادوا بانهم سعداء. وجاء التديّن في مرتبة منخفضة كأحد أسباب السعادة والرضا في الحياة. (رسم بياني رقم 31).



- 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 رقم32)



- 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 رقم33)



- ثلاثة وستون بالمائة من الشباب يشعروا بالطمأنينة والامان دائماً (و30% احيانا) الا ان هناك شريحة كبيرة لا تتمتع بالشعور ذاته.
- 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 يلقى بظلاله على انعدام الشعور بالأمان وعدم الثقة بالنفس على بعض المستطلعين من الشباب مما ينعكس بالتالي على اندماجهم مع العائلة والمساحة العامة .
- فهناك اتجاه كبير نحو الشعور بالضيق والضجر حيث يتأرجح حوالي الثلث ما بين "دائما واحيانا أشعر بالضيق والضجر".
- وعلى الرغم من ذلك، فان 54% يشعرون دائما بالتفاؤل بالمستقبل و36% احياناً.

جدول رقم 2	دائما	احيانا	ابدا
اشعر بالطمأنينة والأمان	%63	%30	%7
اشعر بالاغتراب عن محيطي	11	37	52
اشعر بالاغتراب عن عائلتي	10	24	66
اشعر بالاغتراب عن والدي (للذكور فقط)*	15	22	62
اشعر بالاغتراب عما يدور حولي في وطني	15	38	47
اشعر بعدم الانسجام مع الآخرين	11	38	52
اشعر بالضيق والضجر	19	63	18
اشعر بالتفاؤل والأمل لمستقبلي بوجه عام	54	36	10

*تم السؤال مجدداً لقياس العلاقة بين الأب والشباب الذكور لأهمية هذا الجانب في تطوّر الشاب ونمو مقدرتهم الشخصية. وطرحنا السؤال على الشباب الذكور فقط.

- ومع ذلك، هناك تقريبا واحد من اثنين من هؤلاء الشباب لديه الثقة بالنفس حيث أفاد ما نسبته 24% بأن لديه رأي في قضايا كثيرة ويستطيع ان يدافع عن رايه، بينما يدّعي 21% بانه يفكر بشكل منطقي بعيداً عن التقليد الاعمى.
- أما النصف الآخر فلديه القدرة والشجاعة بالاعتراف بأن لديه محدوديّات وسمات شخصية سلبية.

جدول3 كيف اصف شخصيتي	%
أنا شخص يتأثر كثيرا بآراء الآخرين	15
أنا شخص عاطفي وأنفعل بسرعة	34
أنا شخص لدي رأي في قضايا كثيرة وأقدر أن أدافع عن رأيي	24
أنا شخص ليس لدي رأي في قضايا كثيرة ولا يهمني أن يكون لدي رأي فيها	3
أنا شخص تعلمت أن أفكر بشكل منطقي بعيدا عن التقليد الأعمى	21
أنا شخص أعاند وأجادل أحيانا بدون سبب فقط لجذب الانتباه أمام أقراني	2
غير متأكد	1

المشاركة السياسية

- لقد سجل للإنتخابات النيابية التي جرت في عام 2013 ما نسبته 32% فقط من الشباب الذي شارك في هذا الاستطلاع مقابل 48% لم يقوموا بذلك (20% 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 98% انهم حصلوا على بطاقاتهم الانتخابية بأنفسهم بينما و92% منهم ادعوا بانهم استلموا بطاقاتهم شخصياً.
- فقط 30% من الشباب الذي شارك في هذا الاستطلاع شاركوا في انتخابات 2013 مقابل 48% لم يشاركوا.
- 23% من المستجيبين شاركوا في الانتخابات البلدية عام 2013، مقابل 57% لم يشاركوا و20% لم يبلغوا السن القانوني في ذلك الوقت.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

European Union

إدارة المشروع

Dareen Abu Lail (Ms.)
Net-Med Youth Project
UNESCO Amman Office
Tel: +(962 6) 592 9621/4 ext. 1- 155
Mobile: (+962) 790215479
Skype: dareena.lail

تصميم الدراسة والتحليل

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

المسح الميداني وإدخال ومعالجة وتحليل البيانات

Accurate Opinion
for Public Opinion Measurement

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