

جاسر

مؤسسة جسر لأبحاث المسوح
GISR INSTITUTION FOR SURVEY RESEARCH

استخدام المصريين للإنترنت



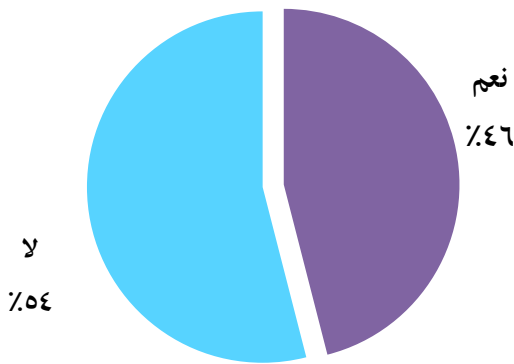
أكتوبر ٢٠١٥

لم يعد استخدام الإنترنت في كثير من الأحيان من الرفاهيات سواء على مستوى الأفراد أو على مستوى المجتمعات، فضلاً عن استخداماته العديدة سواء في التعليم والترفيه والتواصل فلا يمكن اغفال دوره في أحداث العديد من التطورات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في المجتمع، ولعل ثورة الخامس والعشرون من يناير أحد أكبر الدلائل على ذلك.

وقد بدأ استخدام الإنترنت في مصر عام ١٩٩٢ في جهتين فقط وهما شبكة الجامعات المصرية ومركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء واللذان قاما بتوفيره للجهات الأكاديمية والهيئات الحكومية على التوالي، وعام ١٩٩٧ بدأت شركات خاصة -قام مركز المعلومات بإمدادها بالخدمة- في تقديم خدمة الإنترنت للمواطنين، وفي عام ٢٠٠٢ بدأت الحكومة المصرية مبادرة الإنترنت المجاني والتي من خلالها تم توفير الإنترنت للمواطنين بسعر المكافئة العادية، وعام ٢٠٠٤ قامت الحكومة بتوفير انترنت فائق السرعة (ADSL) ليصبح الإنترنت في كل منزل وبأسعار في متناول العديد من المواطنين، هذا بالإضافة إلى قيام العديد من شركات التليفون المحمول بتوفير خدمة الإنترنت على التليفونات الذكية مما جعلها أكثر الطرق شعبية وسهولة في الدخول على الإنترنت^١.

وقد تم استطلاع رأي عينة من ١٧٠٥ مجيب لمعرفة استخدامهم للإنترنت وقد أشارت النتائج إلى أن ٤٦% من المجيبين في مصر يقومون باستخدام الإنترنت.

هل حضرتك بتستخدم الإنترنت؟



وقد تبين أن ٥٤% من الذكور و٣٧% من الإناث بالعينة يستخدمون الإنترنت، كما ترتفع نسبة استخدام الإنترنت كلما ارتفع المستوى التعليمي حيث يستخدمه ٧٢% من ذوي المستوى التعليمي الجامعي فأعلى، و٥٠% من ذوي المستوى التعليمي الثانوي وما يعادله، و٢٠% من ذوي المستوى التعليمي الأقل من الثانوي بالعينة.

ويزيد استخدام الإنترنت بين قاطني المدن عن الريف، حيث أشار ٥٨% من قاطني المدن إلى أنهم يستخدمون الإنترنت، مقابل ٣٩% من قاطني المناطق الريفية. وذكر ٥٤% ممن يعملون حالياً و٣٩% ممن لا يعملون استخدامهم للإنترنت.

جاسر استطلاع رأي عن استخدامات الإنترنت في مصر - أكتوبر ٢٠١٥

وعند سؤال مستخدمي الإنترنت عن المجالات المختلفة التي يستخدمون الإنترنت فيها، أشار ٦٢% أنهم يستخدمونه في الدخول على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر وياهو ... إلخ، وقد ارتفعت نسبة من يستخدمونه لهذا الغرض بين من هم أقل من ٣٥ سنة (٦٨%) عن من هم ٣٥ سنة فأكثر (٥٢%).

وقد أشار ثلث مستخدمي

الإنترنت (٣٠%) إلى أنهم يستخدمونه

لمعرفة الأخبار وقراءة الجرائد، وقد

ارتفعت نسبتهم بين من لديهم ٣٥ سنة

فأكثر (٣٨%) مقارنة بمن لديهم أقل

من ٣٥ سنة (٢٦%)، وبين أصحاب

المستوى التعليمي الجامعي فأعلى

(٣٧%)، مقارنة بأصحاب المستوى

التعليمي الثانوي وما يعادله (٢٩%)،

وأصحاب المستوى التعليمي الأقل من

ثانوي (١٨%)، وبين قاطني المدن

(٣٥%) مقارنة بقاطني الريف (٢٧%)

وبين قاطني المحافظات الحضرية

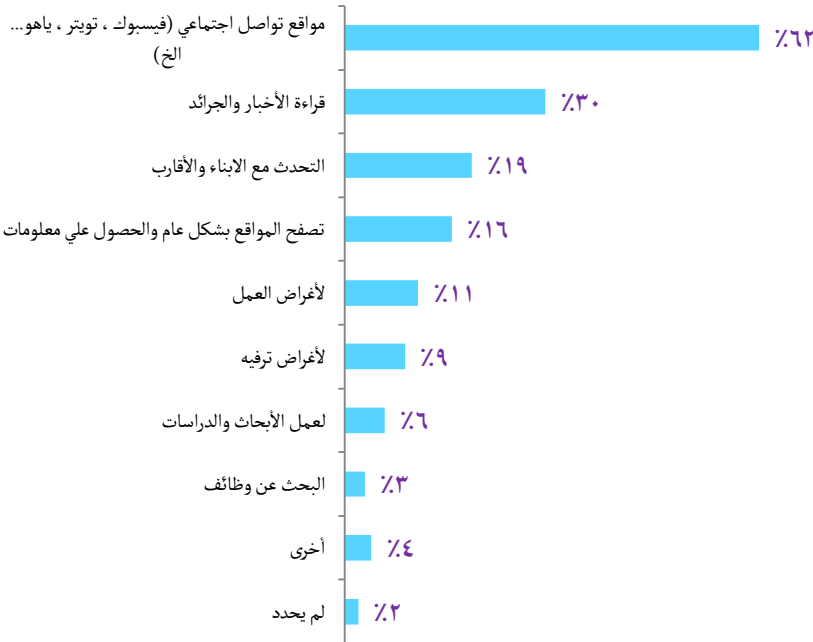
(٤١%) مقارنة بقاطني محافظات

الوجه البحري ومحافظات الوجه

القبلي (٢٨% و٢٦% على التوالي).

بتستخدم الإنترنت في إيه؟

(مجموع النسب يتعدى ١٠٠% نظراً لذكر المجيبين أحياناً أكثر من بديل)



جاسر استطلاع رأي عن استخدامات الإنترنت - أكتوبر ٢٠١٥

كما ذكر ١٩% استخدام الإنترنت في التواصل مع الأبناء والأقارب في الخارج وترتفع نسبة من يستخدمونه لهذا الغرض بين قاطني الريف (٢٤%) عن قاطني المدن (١٤%)، وبين أصحاب المستوى التعليمي الأقل من ثانوي (٣٦%) عن كل من أصحاب المستوى التعليمي الثانوي وما يعادله (١٨%) وأصحاب المستوى التعليمي الجامعي فأعلى (١٤%).

وقد أوضحت النتائج أن ١٦% يستخدمونه لتصفح المواقع والحصول على معلومات. وقد ذكرت نسب ضئيلة استخدامه لأغراض العمل (١١%)، والترفيه مثل الألعاب ومشاهدة الأفلام والمسلسلات والاستماع للأغاني (٩%)، والأبحاث والدراسات (٦%)، والبحث عن وظائف (٣%). ومن الجدير بالذكر أن ٤% من مستخدمي الإنترنت ذكروا استخدامات أخرى مثل مشاهدة البرامج الدينية والتعليمية ولمعرفة الفواتير والتنسيق الجامعي والترجمة.

المنهجية المستخدمة

تم استخدام الهاتف الأرضي والمحمول في جمع البيانات.

تم جمع بيانات هذا الاستطلاع في الفترة من ٥ - ١٤ أغسطس ٢٠١٥.

بالنسبة للهاتف الأرضي فقد بُنيت نتائج هذا الاستطلاع على عينة طبقية من المواطنين البالغين أي من تبلغ أعمارهم من ١٨ سنة فأكثر في كل محافظات الجمهورية، وقد تمت عملية اختيار المبحوث من داخل الأسرة المعيشية بطريقة عشوائية. بلغ عدد الاستجابات ٨٥٨ استجابة، وبلغت نسبة الرفض ١٨,٦%.

أما بالنسبة للهاتف المحمول فقد تم سحب عينة عشوائية من كل الأرقام المحتملة للشركات الثلاث المقدمة لخدمات التليفون المحمول. بلغ عدد الاستجابات ٨٤٧ استجابة، وبلغت نسبة الرفض ٢٠,٢%.

تم استخدام الأوزان النسبية لتمثيل خصائص المجتمع الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، ومنطقة الإقامة).

بلغ هامش الخطأ من إجمالي العينة في الاستطلاع $\pm 3\%$ عند مستوى ثقة ٩٥%.



شكر وتقدير

تشكر مؤسسة جسر فريق العمل المتميز - من طلبة وخريجي كلية الاقتصاد والعلوم السياسية- الذي قام بعملية جمع البيانات (وفقا للترتيب الأبجدي):

- أسماء محمد عودة
- آلاء عاطف العزازي
- أمينة عبد الحميد نوفل
- آية الله عصام محمد
- آية سعيد الملا
- بسمة حسن عبد العال
- دليلة ياسر مصطفى
- رويدا مجدي محمود
- سها صالح عبد المنعم
- شروق تيسير صفي الدين
- عبد الفتاح محمود ندا
- غادة أسامة أبو بكر
- مروة حمدان سالم
- منى أسامة شافعي
- مؤمن صبحي سيد
- ندا صبري عبد الجواد
- هدية محمود عبد الحي
- هشام عبد الغني السيد
- وليد وجدي زكي

وقام بالتحليل الإحصائي:

- عبير عبد العال زكي
- فاطمة طلعت عبد الفتاح

عن مؤسسة جسر لأبحاث المسوح

تم إنشاء مؤسسة جسر لأبحاث المسوح عام ٢٠١٤ ليكون الجسر الذي يلتقي من خلاله المجتمع مع صناع القرار والسياسات على مختلف المستويات.

تهدف المؤسسة إلى دراسة آراء المواطنين عن طريق إجراء استطلاعات للرأي العام بطريقة علمية واحترافية لخدمة المؤسسات المحلية والدولية بما يعود بالنفع على المواطنين المصريين ، والمساهمة في الحوار المجتمعي بشكل فعال عن طريق إعطاء فرصة متساوية لجميع المصريين بمختلف فئاتهم للتعبير عن آرائهم. كما تهدف المؤسسة من خلال «أكاديمية جسر» - وهي أول أكاديمية في العالم العربي متخصصة في تدريس علوم استطلاعات الرأي- إلى خلق مناخ يتقبل ويقدر مفهوم استطلاعات الرأي في مصر والعالم العربي والمشاركة في نشر هذا العلم وتطويره في هذه المنطقة.

تعتمد المؤسسة بشكل أساسي على التليفون - الأرضي والمحمول- في جمع البيانات لسرعته ووصوله لكل المناطق وسهولة مراقبة جودة بياناته ، كما يتم إجراء استطلاعات ميدانية وعن طريق الإنترنت عند الطلب. تتبع المؤسسة منهجية إحصائية في المعاينة والتحليل الإحصائي تم وضعها من قبل أفضل الخبراء المصريين في المجال ، ويتم تحديد حجم عينة وفقا للمعايير العلمية ، حيث يتراوح في المتوسط ما بين ١٠٠٠-٢٠٠٠ مفردة.

خدمات المؤسسة:

- استطلاعات الرأي العام
- تحليلات للرأي العام من خلال نتائج استطلاعات الرأي التي يتم إجراؤها عن الوضع في مصر
- تقديم دورات تدريبية عن: أساليب إجراء وإدارة استطلاعات الرأي ، وتحليل وعرض النتائج وتصميم الاستمارات.
- استطلاعات رأي داخلية للشركات مثل استطلاعات الرضا والتقييم الوظيفي واستطلاعات لتقييم الفعاليات المختلفة
- إدارة مجموعات التركيز
- تقديم استشارات خاصة بإجراء استطلاعات الرأي
- تقييم الحملات الإعلامية
- تقييم أثر البرامج والمشروعات
- تقييمات المشاهدين للمواد الإعلامية المختلفة

للحصول على أحدث اصداراتنا برجاء التسجيل على قاعدة البيانات

من خلال ارسال بريد الكتروني إلى:

info@gisr.org