

# مشروع دراسة التوجهات العامة في دولة الكويت General Attitude Study in Kuwait (GASK)

## استطلاع رأي التوجهات الإعلامية في الكويت

## Media Attitude Survey in Kuwait (MASK)

جميع الحقوق محفوظة



MASK

## قائمة المحتويات:

1	قائمة المحتويات:
2	فريق إعداد الاستطلاع:
3	مركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي، الكويت
4	D3 SYSTEMS، الولايات المتحدة
4	مركز عالم الآراء WORLD OF OPINIONS – الأردن، الولايات المتحدة
5	ملخص الدراسة:
10	القسم الأول: الإجراءات المنهجية
10	مقدمة تمهيدية
10	أهداف الدراسة:
10	مجتمع وعينة الدراسة
11	تدريب الباحثين
11	أداة الدراسة
13	إجراءات توزيع الاستمارة
15	الفترة الزمنية لجمع البيانات ومراحل الاستطلاع
15	تحكيم أداة الدراسة:
15	ورشة مناقشة النتائج:
16	القسم الثاني: نتائج الدراسة:
16	أولا- الخصائص الديموغرافية للمستجيبين:
20	ثانيا- التوجهات الإعلامية:
63	ثالثا الملاحق:
63	ملحق الاستمارة:

## فريق إعداد الاستطلاع:

رئيس مجلس الإدارة - مركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي.	أ. ماجد التركيت
مشرف عام - مركز الآراء الخليجية	د. سامر أبو رمان
محلل إحصاء - مركز الآراء الخليجية	د. أحمد عبد الجواد
جامعة الكويت - اللجنة الاستشارية- مركز الآراء الخليجية	أ.د. يعقوب الكندري
منسق بحث - مركز الآراء الخليجية	أ. محمد نبيل
باحث إحصائي - مركز عالم الآراء لاستطلاعات الرأي.	أ. عبد الله سيف
مستشار - مركز عالم الآراء	د. بلال النسور
باحث- مركز عالم الآراء	أ. صبري الرمحي
خبير إعلامي	أ. أحمد العمودي
كاتب صحفي ومحلل سياسي	أ. حازم عياد
مؤسس ومدير شركة D3 Systems	د. David Jodice ديفيد جوديس
رئيس الإحصائيين ومساعد الرئيس للدراسات D3 systems	David Penh
محلل بحوث Research Analyst	Talal Barazi
مدير العمليات Chief Operating Officer	Matthew Warshaw
محلل بحوث و بيانات و Data Visualization Specialist & Research Analyst	Jessica Beard

## مركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي، الكويت

مركز "الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي والإحصاء"، هو بيت خبرة كويتي مستقل، له هيئة استشارية مكونة من مجموعة من الخبراء والأكاديميين والممارسين من مختلف الدول العربية والأجنبية، إضافة إلى فريق عمل محلي متخصص في مجال الدراسات واستطلاعات الرأي العام والإحصاء، وقد سبق أن نفذ عدة مشاريع منها: "مؤشر الثقة في بيئة الأعمال في الكويت" / لصالح البنك الدولي، و"مؤشر مدركات الإصلاح" / وزارة الشباب، ومجلس الأمة، ومجلس الوزراء، ووزارة العدل، ووزارة الإعلام، بالإضافة إلى تنفيذ العديد من البرامج التدريبية الميدانية في الكويت وخارجها.

ويحرص المركز على تقديم أجود الخدمات البحثية والاستشارية والتدريبية والتنموية المرتبطة بمجال استطلاعات الرأي، وتحقيق رسالته التي تتمثل في تنمية الثقافة، وتطوير الأدوات المنهجية، وتوفير خدمات بحثية وتدريبية واستشارية مميزة في كل ما يتعلق باستطلاعات الرأي وقياسه على مستوى العالم العربي. ويرتبط من خلال فريقه، بعضويات ومشاركات، وتأسيس منظمات وجمعيات عالمية وعربية، في أبحاث واستطلاعات الرأي.



## D3 Systems، الولايات المتحدة

تأسست D3 Systems للبحوث في العام 1985 على يد د. دافيد جودايس David Jodice الذي يشغل منصب رئيس الشركة حالياً، كما يضم فريق العمل في D3 Systems أكثر من 20 عالم اجتماع وباحثين كبار وإحصائيين، واثنين من متحدثي اللغة العربية.

كما تجدر الإشارة إلى أن "D3 Systems" لديها خبرة مكثفة في برنامج أبحاث المراقبة والتقييم بدءاً من دراسات السوق والترويج في منطقة الشرق الأوسط في عام 1990 لصالح وزارة الزراعة الأميركية (الخدمات الزراعية الخارجية)، إضافة إلى عملها لصالح الوكالة الأميركية للتنمية وبرنامج الأمم المتحدة للتنمية خلال العقد الماضي كما وأجرت دراسات المراقبة والتقييم للمنظمة الرائدة (المنظمة غير الحكومية "NGOs") ولعدة شركات خاصة مثل مؤسسة آسيا "Asia foundation" وكوفي العالمية "Coffey International" وأنظمة الإدارة العالمية "MSI" ومنظمة "RTI". إن لـ "D3 Systems" شركات تابعة لها وشركاء في بلدان عدة مثل: أفغانستان وبنغلاديش وهايتي ومصر، وغيرها، وقد وقعت مذكرة تحالف مع مركز الآراء الخليجية في مقر الشركة بولاية فيرجينا الأمريكية منذ عام 2015.

[www.d3systems.com](http://www.d3systems.com)

## مركز عالم الآراء World of Opinions – الأردن، الولايات المتحدة

مركز عالم الآراء لاستطلاعات الرأي بيت خبرة متخصص في مجال قياس واستطلاعات الرأي العام، وتقديم دراسات استطلاعية احترافية وبمهنية عالية، تأسس عام 2011 في الأردن ومسجل في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2016، وله هيئة استشارية تضم مجموعة من الخبراء والأكاديميين الممارسين من مختلف دول العالم، وله شراكات استراتيجية مع مراكز إقليمية ودولية. وقد نفذ المركز عدة مشاريع منها: استطلاع رأي الشباب الأردنيين تجاه المشاركة السياسية والانتخابات والتوجهات الثقافية والإعلامية، وبرنامج المسح الاجتماعي الدولي "ISSP" لمركز نورك (NORC) التابع لجامعة شيكاغو الأمريكية.

يشرف على المركز الخبير الدولي د. سامر أبو رمان، وقد سبق أن نفذ العديد من مشاريع استطلاعات الرأي لعدة جهات عربية في الأردن ومصر والبحرين والسعودية والكويت، ولصالح عدة جهات حكومية وخاصة وإعلامية.

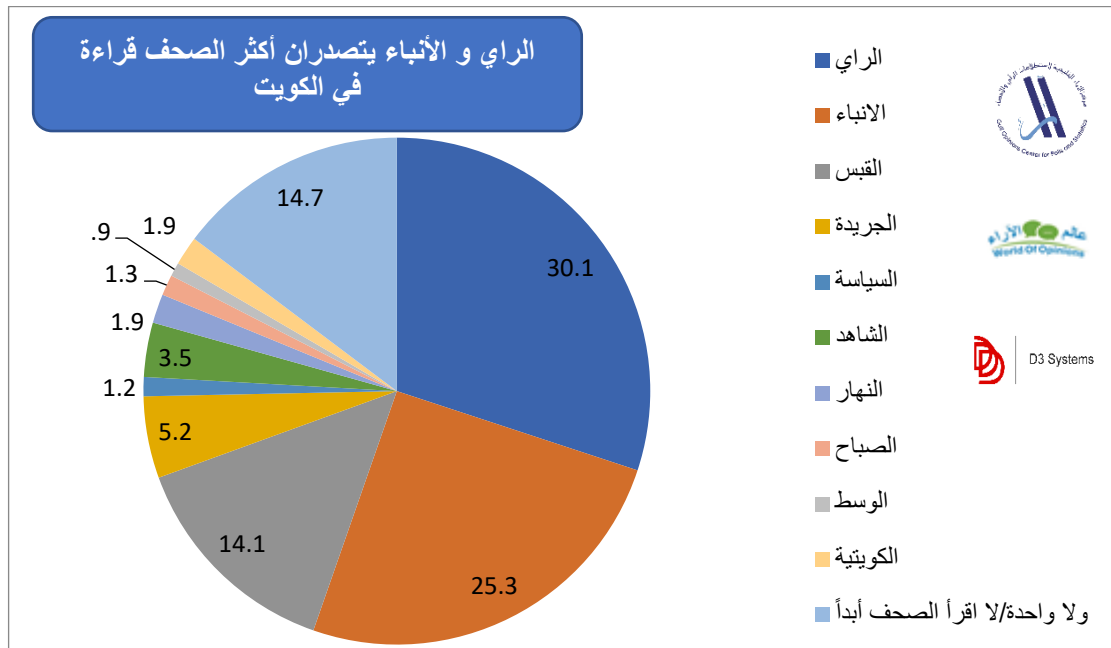
[www.worldofopinions.org](http://www.worldofopinions.org)

## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى فهم السلوك الإعلامي للمجتمع الكويتي، متمثلاً في مدى إقبال المواطنين الكويتيين والوافدين العرب على الصحف اليومية الكويتية (المطبوعة)، من حيث الصحف التي يفضلون قراءتها عن غيرها، ومتوسط الوقت التي يقضونه يومياً في قراءة هذه الصحف، وعدد أيام الأسبوع التي يقرؤونها فيها، وأكثر أقسام الصحف جذباً للقراء، ومصادر حصولهم على هذه الصحف، وكذلك مدى متابعتهم لها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مع تحليل أثر العوامل الديموغرافية على سلوكياتهم في التعامل مع هذه الصحف، كما تعرضت الدراسة لوسائل الإعلام التي تتم متابعتها في الكويت، بما يضمن وضع تصور عام للسلوك الإعلامي في المجتمع الكويتي وكيفية التعامل مع وسائل الإعلام.

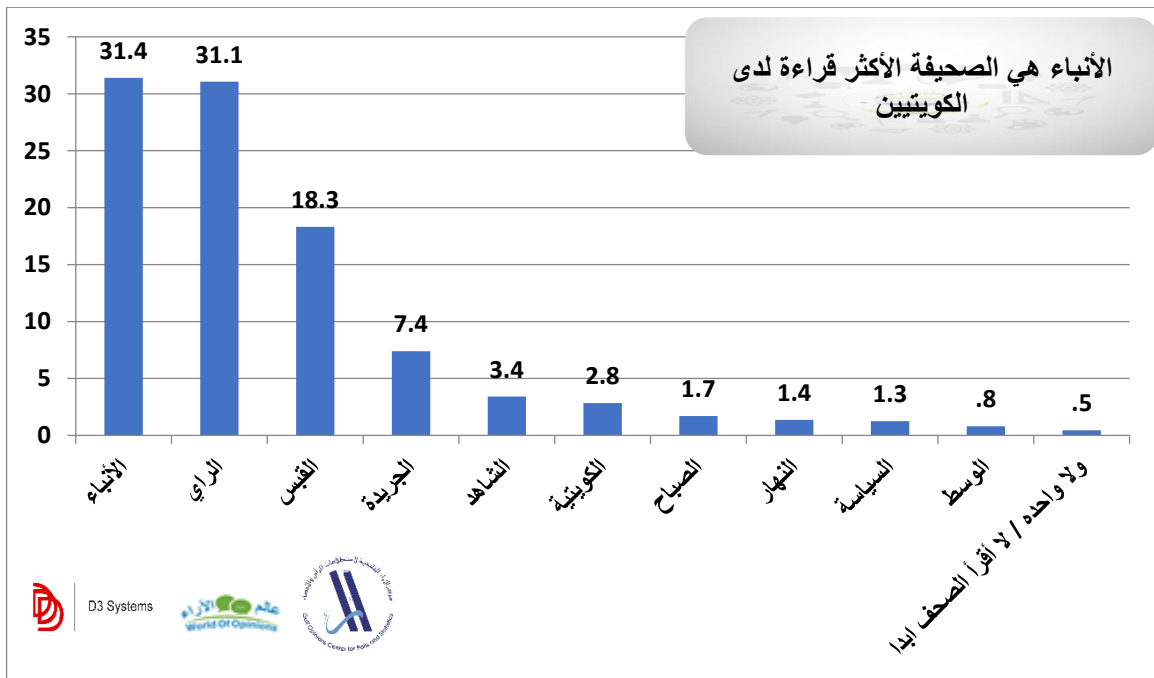
وقد استندت الدراسة إلى عينة تشمل شرائح المجتمع الكويتي تضمنت المواطنين والوافدين العرب الذين تبدأ أعمارهم من (18) سنة فأكثر، جمعت بياناتهم خلال الفترة من 2018/06/1 - 2018/10/15 من خلال المقابلة الشخصية في الأماكن المشمولة بالعينة ورابط إلكتروني مخصص لكل مستجيب، وبلغت الاستجابات المعتمدة 2050، وكانت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

1- بلغت نسبة الذين يقرؤون الصحف اليومية 85.3% من المشاركين مقابل 14.7% ممن لا يقرؤون أياً من هذه الصحف.



2- الراي أكثر الصحف اليومية الكويتية قراءةً عند عموم القراء وعند غير الكويتيين ثم تلتها الأنباء، في حين كانت الأنباء الأكثر قراءةً عند الكويتيين، والوسط الأقل قراءةً عند الجميع.

النسبة	العدد	الصحيفة
30.1%	616	الراي
25.2%	517	الأنباء
14.1%	289	القبس
5.2%	107	الجريدة
3.5%	71	الشاهد
1.9%	38	النهار
1.9%	38	الكويتية
1.3%	27	الصباح
1.2%	25	السياسة
0.9%	18	الوسط
14.8%	304	ولا واحد / لا أقرأ الصحف أبداً
100.00%	2050	المجموع



3- جاءت صحيفة الراي في المركز الأول وبفارق طفيف عن صحيفة الأنباء باعتبارهما أكثر الصحف اليومية التي قرأت أو تصفحت أو ألقى عليها نظرة في الأسبوع الأخير وبفارق كبير جداً عن الصحف اليومية الأخرى.

الصحيفة	نسبة من اطلع عليها
الراي	45.8%
الأنباء	43.4%
القبس	27.2%
الجريدة	12.7%
الشاهد	9.7%
النهار	6.5%
السياسة	4.6%
الكويتية	4%
الصباح	3.1%
الوسط	2.3%

4- الإناث هن الأكثر قراءة لصحف: السياسة، النهار، الصباح، الكويتية، في حين أن الذكور أكثر قراءةً لصحيفتي الراي والقبس، بينما تتقارب نسب الذكور مع الإناث في قراءة صحف الأنباء، الجريدة والوسط والشاهد.

5- كانت الوسط الصحيفة الأكثر قراءة عند من هم اقل من 20 ومن هم بين 20-39 عاماً، في حين كانت الأنباء الأكثر قراءة عند من هم بين 40-59 عاماً، بينما كانت الجريدة الأكثر قراءة عند من هم في عمر 60 عاماً فأكثر.

6- صحيفة الأنباء هي أكثر الصحف الكويتية اليومية التي تتم قراءتها عادة بشكل يومي، حيث أن 31.6% من قرائها يقرؤونها في العادة طوال أيام الأسبوع، تليها صحيفة القبس بنسبة 29.3%، بينما كانت صحيفة السياسة هي أقل هذه الصحف بنسبة تقارب 8%.

7- صحف الصباح والجريدة والأنباء والقبس هي الصحف التي يمضي قراؤها وقتاً أطول في قراءتها مقارنة بالصحف الأخرى؛ في حين كانت صحف النهار والوسط والكويتية هي الصحف التي يمضي قراؤها وقتاً أقل.

8- صحيفة الأنباء هي صاحبة النسبة الأكبر من القراء الذين لديهم اشتراك تليها صحيفة الراي ثم صحيفة الجريدة في حين تأتي صحيفة الكويتية في المركز الأخير.

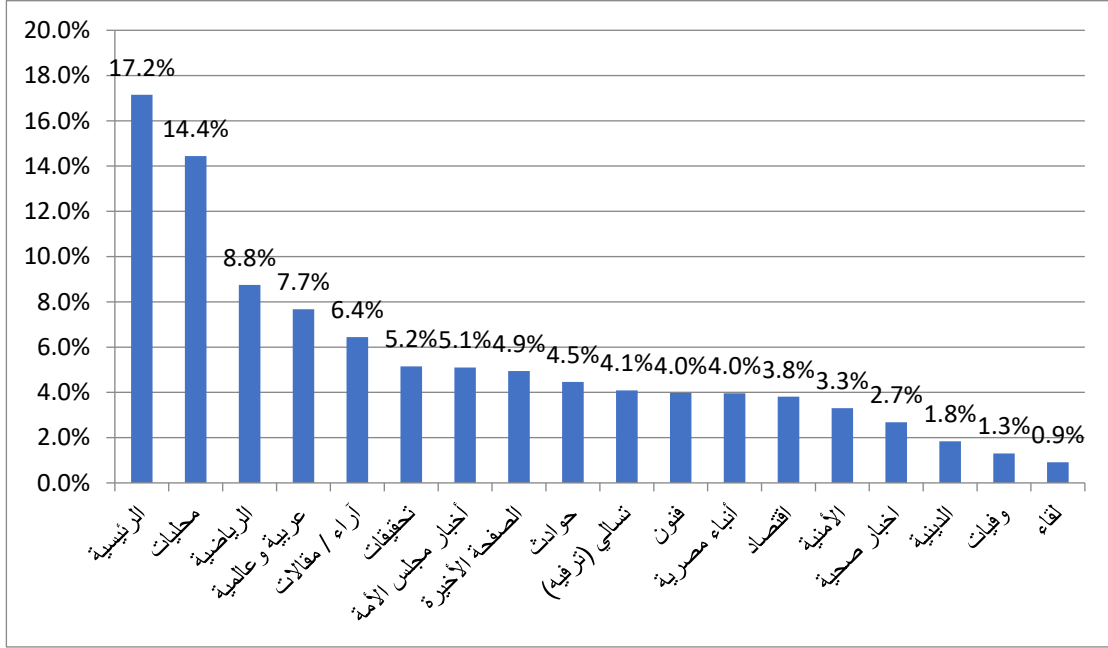
9- نسبة الذين يحصلون على صحيفة الجريدة عن طريق شراءها من نقاط البيع هي الأقل بين جميع الصحف، في حين كانت النسبة الأعلى لجريدة الوسط.

- 10-نسبة الذين حصلوا على كل من صحيفتي الوسط والأنباء من مكان العمل هي الأقل بين جميع الصحف في حين كانت صحف الصباح والسياسة والنهار هي صاحبة النسب الأعلى.
- 11-صحيفة السياسة هي الصحيفة التي حصل عليها القراء من أماكن عامة أكثر من غيرها، في حين كانت الراي أقل هذه الصحف.
- 12-صحيفة الوسط هي الصحيفة الأكثر قراءة على الإنترنت في العدد الأخير بنسبة تجاوزت 25% من قرائها، في حين كانت صحيفة الصباح هي الأقل بنسبة 11.3%.
- 13-الصباح هي الصحيفة الأولى من حيث نسبة الذين حصلوا على العدد الأخير عبر تطبيق الصحيفة على الهاتف بينما كانت السياسة هي الصحيفة الأخيرة.
- 14-موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام هو الموقع الأكثر استخداماً في الحصول على العدد الأخير من الصحف اليومية المختلفة، حيث أن 43% من القراء حصلوا على العدد الأخير من جريدتهم المفضلة من خلاله، يليه موقع تويتر بنسبة 36% ثم الفيس بوك بنسبة 19%.
- 15-الصفحة الرئيسية تحتل أولوية اهتمام ومتابعة قراء الصحف اليومية في الكويت بنسبة تتجاوز 17%، تليها أخبار المحليات بنسبة 14.4%، ثم الأخبار الرياضية بنسبة 8.8%، والأخبار العربية والعالمية بنسبة 7.7%، في حين كانت كل من صفحة لقاء والصفحة الدينية وأخبار الوفيات هي الصفحات التي تحظى بأقل نسبة اهتمام ومتابعة من قراء الصحف اليومية بالكويت.
- 16-الصفحتان الرئيسية والأمنية في صحيفة الأنباء حظيت بأعلى نسبة جذب للقراء من الأقسام المماثلة لها في جميع الصحف اليومية.
- أعلى نسبة لمتابعة أخبار المحليات كانت لصحيفة القبس في حين كانت الصفحة الرياضية في كل من الراي والصباح هي الأعلى بين جميع الصحف.
  - أعلى نسبة لمتابعة الأخبار العربية والعالمية كانت لكل من صحيفتي الشاهد والقبس بينما كانت الصفحة الأخيرة لصحيفة الوسط صاحبة أعلى نسبة متابعة بين نظيراتها في الصحف الأخرى.
  - أعلى نسبة لمتابعة أخبار مجلس الأمة كانت لصحيفة الكويتية، بينما كانت الصفحة الأمنية في الأنباء هي صاحبة أعلى نسبة متابعة منها في الصحف الأخرى.
  - أعلى نسبة لمتابعة صفحة الحوادث كانت بصحيفة النهار.
  - تحظى الأخبار الاقتصادية في الراي بأعلى نسبة جذب بين كافة الصحف، بينما كانت أعلى نسبة للأنباء المصرية في صحيفة النهار.
  - كانت أعلى نسبة للآراء والمقالات في صحيفة الوسط وللتحقيقات في صحيفة الصباح.
  - أعلى نسبة لمتابعة الفنون كانت في كل من النهار والوسط، والتسالي والترفيه في الصباح.
- 17-تشكل شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت وسائل متابعة الإعلانات التجارية لدي ثلثي المشاركين.

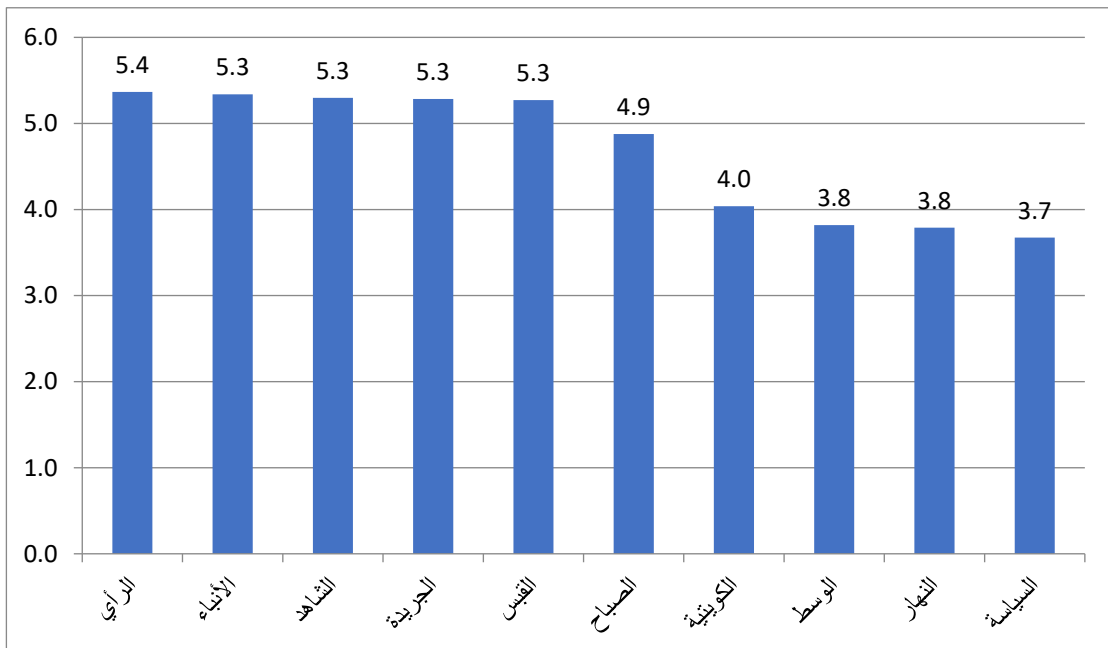
18- الإناث أكثر متابعة للإعلانات عبر شبكات التواصل الاجتماعي والقنوات التلفزيونية والإذاعة من الذكور.

19- الكويتيون وبشكل عام أكثر متابعة للإعلانات من الوافدين، حيث تبلغ نسبة الكويتيين الذين يتابعون الإعلانات عبر كل من شبكات التواصل الاجتماعي والقنوات الفضائية مثلي نسبة غير الكويتيين.

الصفحات الأكثر متابعة على مستوى الصحف المحلية:



الصحف الكويتية حسب متوسط أيام القراءة:



## القسم الأول: الإجراءات المنهجية

### مقدمة تمهيدية

قام مركز الآراء الخليجية بالتشاور مع خبراء ومختصين في المجال بعمل دراسة لقياس توجهات عينة تشمل شرائح المجتمع الكويتي حول بعض التوجهات الإعلامية في الصحف اليومية، وأبدى المستجيب الذي تم اختياره رغبته بالمشاركة بالاستطلاع، ولديه متسع من الوقت الذي يجعل الإجابة على درجة مناسبة من الثقة، فنتائج الدراسة من خلال هذه العينة ستعطي بلا شك بعض المؤشرات الكمية التي ستسهم في تحقيق أهداف البحث.

وقد قام المركز بالاعتماد على مجموعة من الإجراءات المنهجية، للوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة، وتضم هذه الإجراءات كيفية تحديد مجتمع الدراسة والطريقة التي تم فيها اختيار مفردات عينة الدراسة بما يضمن تمثيلها للمواطنين والوافدين العرب، وطريقة تصميم الاستمارة وتدريب الباحثين كما يتناول تعريفاً بأداة التحليل وكيفية بنائها، واختبارها والمحاوير التي تضمنتها، والإجراءات الأخرى المتعلقة بجوانب ضبط الجودة وتدقيق البيانات.

### أهداف الدراسة:

تتناول هذه الدراسة الاستطلاعية عدة أهداف أهمها فهم السلوك الإعلامي في الكويت مع التركيز على الصحف الكويتية اليومية، والذي يتضمن مدى إقبال المواطنين والوافدين العرب على الصحف المحلية (المطبوعة)، ومقارنة تحليلية لمحتويات هذه الصحف ومدى تفضيل شريحة العينة لها والإجابة على بعض الأسئلة الأساسية مثل:

- 1- ما أفضل وأكثر الصحف الكويتية من حيث القراءة والثقة؟
- 2- ما متوسط الوقت الذي يستغرق في قراءة الصحيفة الورقية؟
- 3- ما الأقسام الرئيسية من الصحف التي تقرأ في الكويت؟
- 4- ما الفرق الديموغرافي في نتائج سلوك وسائل الإعلام؟
- 5- ما أفضل القنوات الإعلامية الحكومية والخاصة والعامّة التي يتم متابعتها في الكويت؟
- 6- كيف وأين يحصل الناس على الصحف ويقرؤونها؟
- 7- ما أفضل القنوات الإعلامية وأكثرها مشاهدة في الكويت؟
- 8- كم شخصاً يقرأ الصحف في الكويت أو يزور مواقعها؟

### مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من المواطنين الكويتيين والوافدين العرب الذين تبلغ أعمارهم (18) سنة فأكثر، وذلك بحكم أن هذه الشريحة العمرية هي التي يمكن أن تكون رأياً يمكن الاعتماد عليه، وللوصول إلى العينة الملائمة لموضوع الدراسة؛ تم سحب العينة وتحديد حجمها وفق المعايير التي تم الاتفاق عليها بعدد 2000 مستجيب، عن طريق تقسيم مجتمع الدراسة حسب النوع، والتوزيع الجغرافي، بشكل ديناميكي أثناء سحب العينة المتاحة، بما يُحقق التوزيع الأمثل للعينة، تحت شرط السحب المتاح، حيث تم تقسيم العينة على أسلوبين لجمع البيانات، أحدهما المقابلة الشخصية وجهاً لوجه (Face to Face) باستخدام استمارة خاصة - عن طريق أجهزة التابلت

اللوحية - في الأماكن المشمولة في إطار العينة المختارة، وثانيهما عن طريق إرسال رابط الاستمارة المصممة على منصة Survey Monkey لعدد 22,687 شخص عن طريق رسائل .SMS

## تدريب الباحثين



من جلسة تدريب الباحثين

اهتم مركز الآراء الخليجية بتدريب فريق العمل والباحثين الميدانيين من خلال تزويدهم بعدد من القواعد والإجراءات العلمية التي يجب التقيد بها، حيث تم التعريف بالاستمارة، وشرحها، وتوجيه الباحثين إلى كيفية طرح الأسئلة، ورصد استجابات الخاضعين للبحث، مع توضيح كيفية التفاعل معهم، والعمل على رفع نسبة الاستجابة، وتوضيح بعض العبارات التي قد تلتبس على المستجيب، والأسس المنهجية والأخلاقية التي يجب مراعاتها في جمع البيانات المتوافقة مع ميثاق منظمة WAPOR الجمعية العالمية لبحوث الرأي العام، كما حرص المركز على انتقاء باحثين يُجيدون

التحدث باللهجة المحلية قدر المستطاع، وتلا ذلك انتقاء من يناسب للعمل في المشروع، وتزويده بكافة الأدوات اللازمة لإجراء المقابلات من جهاز لوحي مزود باستمارة الاستبيان، وحمل الباحثون خطاب تسهيل المهام، وبطاقة رسمية من المركز بالإضافة إلى النماذج ومستندات المتابعة اليومية.

## أداة الدراسة

استندت الدراسة إلى أداة استطلاع الرأي من خلال استبيان مخصص لهذا الغرض، وقد تم الاعتماد على الاستدلالات المنطقية والأساليب الإحصائية، مما يُتيح الوقوف على المتغيرات بشكل موضوعي وعلمي، وقد جُمعت البيانات من خلال أسلوبين متتاليين، أحدهما المقابلة المباشرة (Face to Face) باستخدام الأجهزة اللوحية الحديثة المزودة بأحدث التقنيات الإلكترونية والبرمجية، والآخر عن طريق إرسال رابط الاستمارة المصممة على منصة SurveyMonkey لعدد 22,687 شخص عن طريق رسائل .SMS.

### ● تصميم الاستمارة

تم إعداد مسودة الاستمارة، ومناقشة الأفكار الواردة فيها، مع مجموعة من الأكاديميين والخبراء والممارسين والمختصين بمركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي والإحصاء ومركز عالم

الآراء لاستطلاعات الرأي، شركة D3 Systems، إضافة إلى فريق عمل الدراسة من جميع الشركاء.

#### ● مرحلة اختبار الاستبيان

تم إجراء الاختبار القبلي للاستمارة على عينة استطلاعية (Pilot Study) يبلغ عددها 30 مستجيباً؛ لاختبار مدى توافق البدائل المتاحة في أسئلة الاستمارة مع الأسئلة، وكذلك اختبار مدى بساطة ووضوح الاستمارة، ومناسبة حجمها مع الوقت المتاح للإجابة، بما لا يؤدي إلى ملل المستجيب أو إدلائه بإجابات وهمية، بالإضافة لقياس درجة ثبات المقاييس المستخدمة كما سيتم توضيحه لاحقاً، وقد تم تعديل بعض الأسئلة في ضوء الملاحظات الواردة من وإلى الباحثين بالتنسيق مع فريق عمل الاستطلاع.

#### ● جمع البيانات

تم جمع البيانات من خلال أسلوبين أحدهما المقابلة الشخصية وجهاً لوجه (Face to Face) باستخدام استمارة خاصة عن طريق أجهزة التابلت اللوحية، والأخرى عن طريق إرسال رابط الاستمارة المصممة على منصة Survey Monkey لعدد 22,687 شخص من الكويتيين برسائل SMS وذلك خلال الفترة ما بين 2018/06/1 - 2018/10/15.

تم البدء بمرحلة جمع البيانات، وذلك في الأماكن المحددة وفق خطة المعاينة المعتمدة.

جدول رقم - 1 - خطة توزيع العينة

النوع	ذكر	أنثى
النسبة	65%	35%
حجم العينة	1300	700
الجنسية	كويتي	غير كويتي
النسبة	52.18%	47.82%
حجم العينة	1044	956

## إجراءات توزيع الاستمارة

### بالنسبة للاستمارة على التابلت:

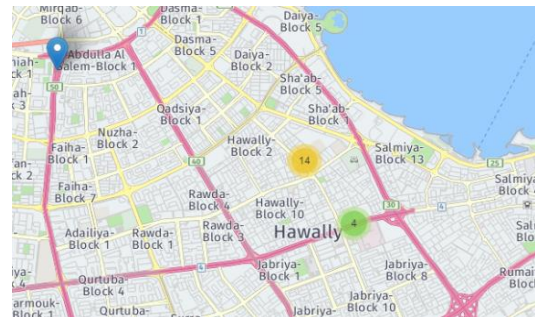
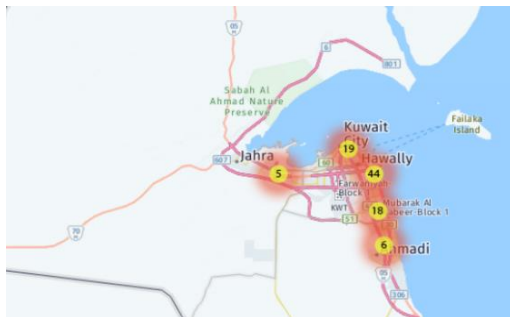
فقد تم استخدام المقابلة الشخصية المباشرة (Face to Face) كوسيلة لجمع البيانات عن طريق أجهزة التابلت التي تتضمن استمارة الدراسة مما يساعد إلى حد كبير في إخراج نتائج محكمة، فبالإضافة إلى متابعة فريق المركز لفريق الباحثين بشكل يومي، ومن ثم إرسال تقارير لهم بتصحيح مسار العمل إن وُجدت الأخطاء، فإن الاعتماد على هذه الوسيلة يساعد على ضبط الجودة أثناء جمع البيانات من الميدان، ومن ضمن هذه الإجراءات المتبعة لهذا الغرض: تدقيق الفترة بين كل استبيان واستبيان لكل باحث بالوقت والتاريخ ومقارنتها كما يظهر بالجدول رقم 2.

جدول رقم - 2 - نموذج تدقيق فترة كل استبيان

رقم الباحث	رقم الجهاز	التوقيت الزمني	موعد انتهاء الاستبيان	موعد بدء الاستبيان
128	tablet33	0:08:50	28/07/2018 07:26	28/07/2018 07:17
128	tablet33	0:08:15	28/07/2018 07:34	28/07/2018 07:26
127	tablet06	0:11:19	28/07/2018 07:48	28/07/2018 07:37
129	tablet11	0:27:27	28/07/2018 08:33	28/07/2018 08:06
134	tablet03	0:06:29	28/07/2018 20:35	28/07/2018 20:29
129	tablet11	0:22:53	28/07/2018 09:15	28/07/2018 08:52

- 1- فحص النتائج المحملة يومياً من قبل الباحثين ومطابقتها مع العينة المسحوبة مكانياً وزمناً.
- 2- تتبع الباحث عبر خرائط Google المدمجة في تطبيق الاستبيان وتحديد مواقع إجراء الاستبيان (المقابلة) بالضبط كما يبدو بالشكل رقم (1).

شكل رقم - 1 - نموذج تتبع الباحث عبر خرائط "Google"



- 3- مراجعة نتائج بيانات كل باحث على حدة (في بعض الأسئلة) ومطابقتها مع النتائج الإجمالية؛ للتأكد من دقة الباحثين ولتجنب أي عملية غير دقيقة في جمع البيانات، واكتشاف الأخطاء أولاً بأول، ومعالجتها.

- 4- طلب الموقع الجغرافي لكل باحث قبل بدء عملية جمع البيانات للتحقق من ثقة توزيع أفراد العينة.
- 5- إرسال المشرف الميداني إلى عينة مختارة من أماكن تواجد الباحثين ليتحقق من عملية جمع البيانات ومصداقيتها وفحص ملاءمة الاستبيان مع المستجيبين.
- 6- مراجعة النتائج العامة لكل سؤال مع نتائج السؤال طبقاً للخصائص الديموغرافية للعينة ومطابقتها كنوع من المراجعة الذاتية، واكتشاف الأخطاء في حالة حدوثها.

### أما بالنسبة لنسخة الويب على منصة SurveyMonkey:

فقد تم إرسال الاستمارة عبر الرسائل القصيرة لعينة من الأرقام عددها 22,687 شخص، من المواطنين الكويتيين فقط، ذلك للحصول على عينة ممثلة للمواطنين والوافدين العرب حسب النسبة التي اتفق عليها مع العميل.

ومن أجل الحصول على نتائج موثوقة فقد تم اتخاذ بعض الإجراءات ومنها:

- 1- فحص عينة الأرقام بحيث لا يكون من ضمنها أرقام مكررة أو غير فاعلة.
- 2- استخدام تقنية الفلترة عن طريق الـ IP address بحيث لا يسمح بتكرار الإجابة على الاستطلاع.
- 3- فحص النتائج الإحصائي الدوري.

## الفترة الزمنية لجمع البيانات ومراحل الاستطلاع

امتدت مرحلة تنفيذ الاستطلاع خلال ثلاثة شهور كما يظهر في الجدول رقم (3) حيث كانت الفترة الزمنية للعمل الميداني وجمع بيانات ما بين 2018/06/01 إلى 2018/10/30.

### جدول رقم - 3 - الجدول الزمني

الفترة الزمنية	الأعمال
01-30 يونيو 2018	التخطيط والتجهيز وتوقيع العقد.
01 يوليو - 15 سبتمبر 2018	اعتماد استمارة الاستطلاع والاختبار التجريبي جمع البيانات
16 سبتمبر - 30 أكتوبر 2018	تسليم التقرير النهائي.

### تحكيم أداة الدراسة:

لتحكيم أداة الدراسة وما تضمنته من محاور ومقاييس، تم التشاور مع شركاء الدراسة في كل من D3systems و World of Opinions كجهات شريكة في المشروع حيث تم عرض الاستمارة وما احتوته من محاور وأبعاد، وطلب منهم قراءة البنود والعبارات الواردة في كل جزء من أجزاء الاستمارة بهدف التأكد أن كل منها يقيس الهدف الذي وضع له، وقد تم الأخذ بالتعديلات التي جاءت منهما بالتنسيق مع فريق الدراسة.

### ورشة مناقشة النتائج:

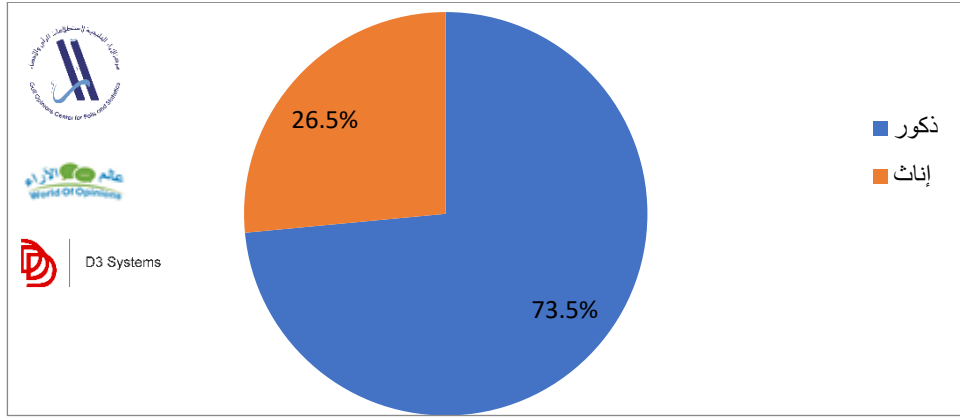
استكمالاً لتطوير التقرير، عقدت ورشة عمل في مقر الجهة الاستشارية الدولية D3systems في الولايات المتحدة مع ممثلي مركز الآراء الخليجية بتاريخ 20 نوفمبر 2018، وقد تم استعراض ومناقشة أبرز النتائج.



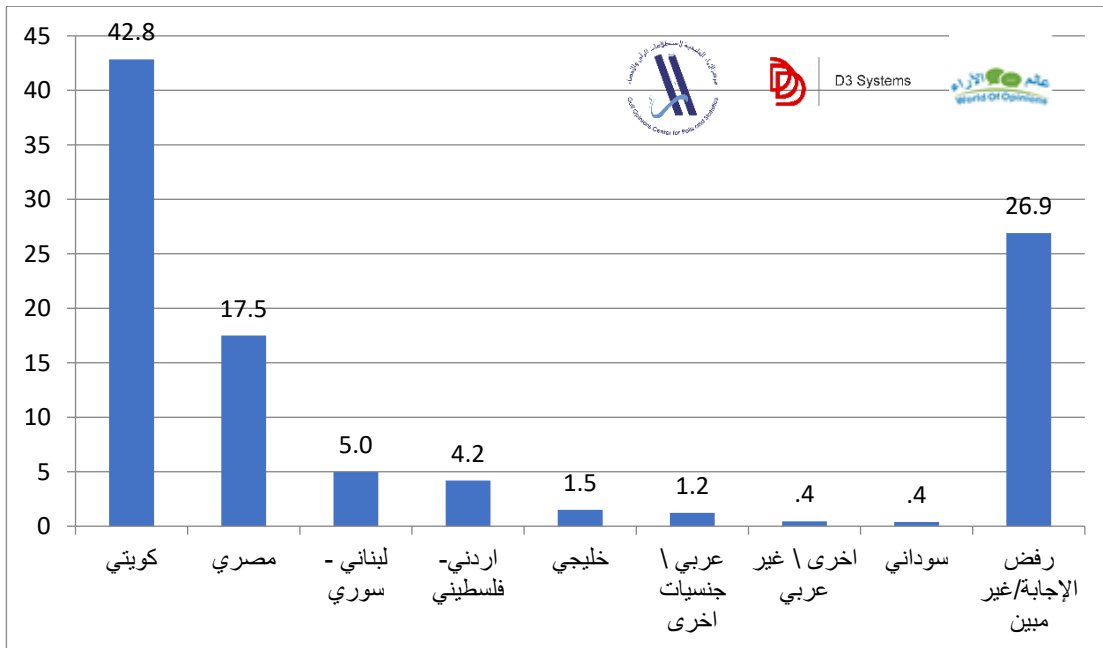
## القسم الثاني: نتائج الدراسة:

### أولاً- الخصائص الديموغرافية للمستجيبين:

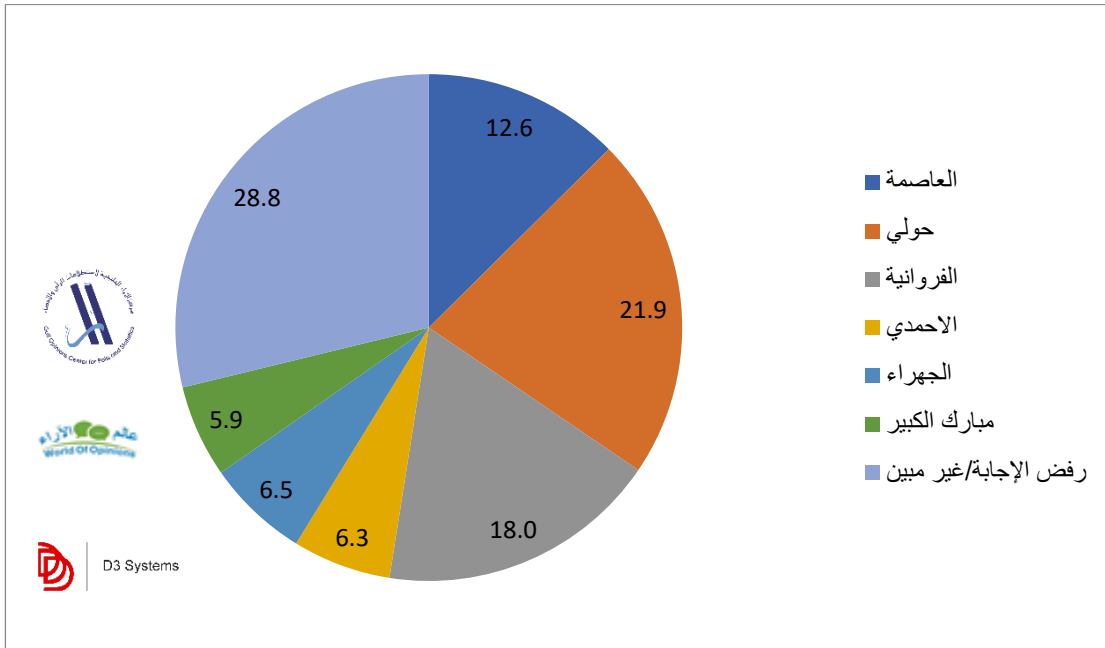
التوزيع النسبي للمشاركين حسب النوع:



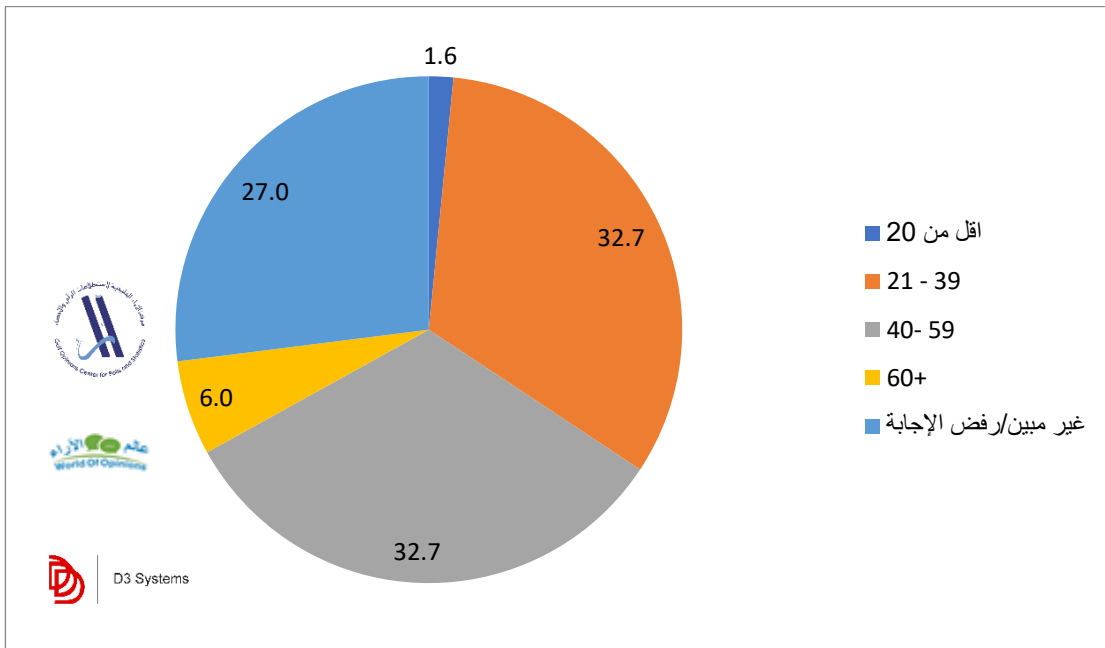
التوزيع النسبي للمشاركين حسب الجنسية:



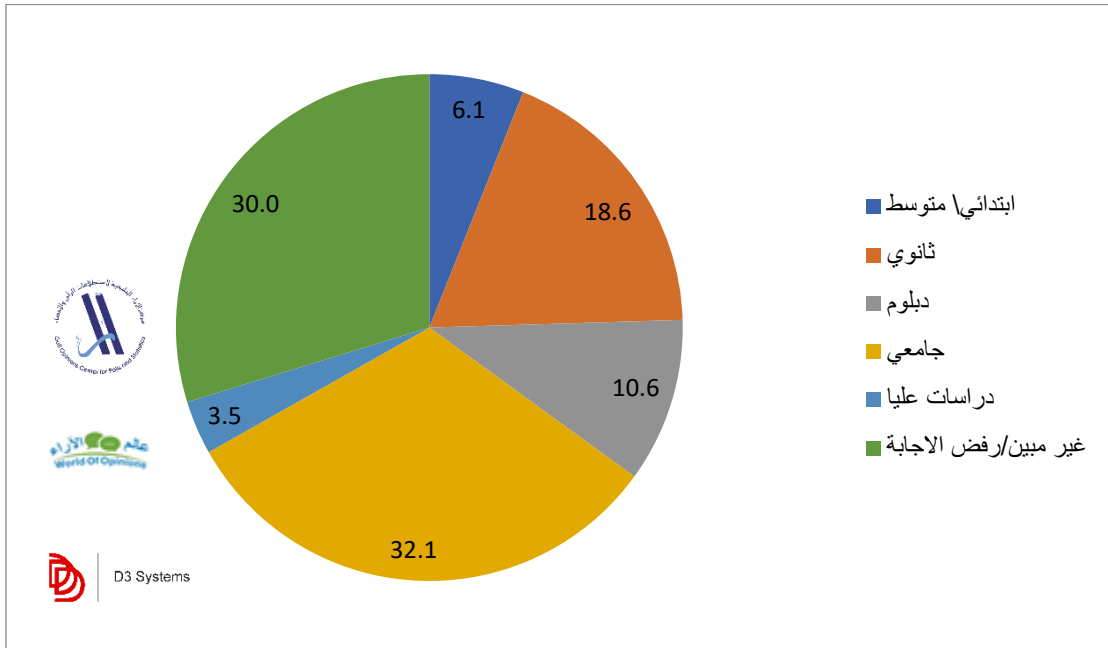
## التوزيع النسبي للمشاركين حسب مكان الإقامة:



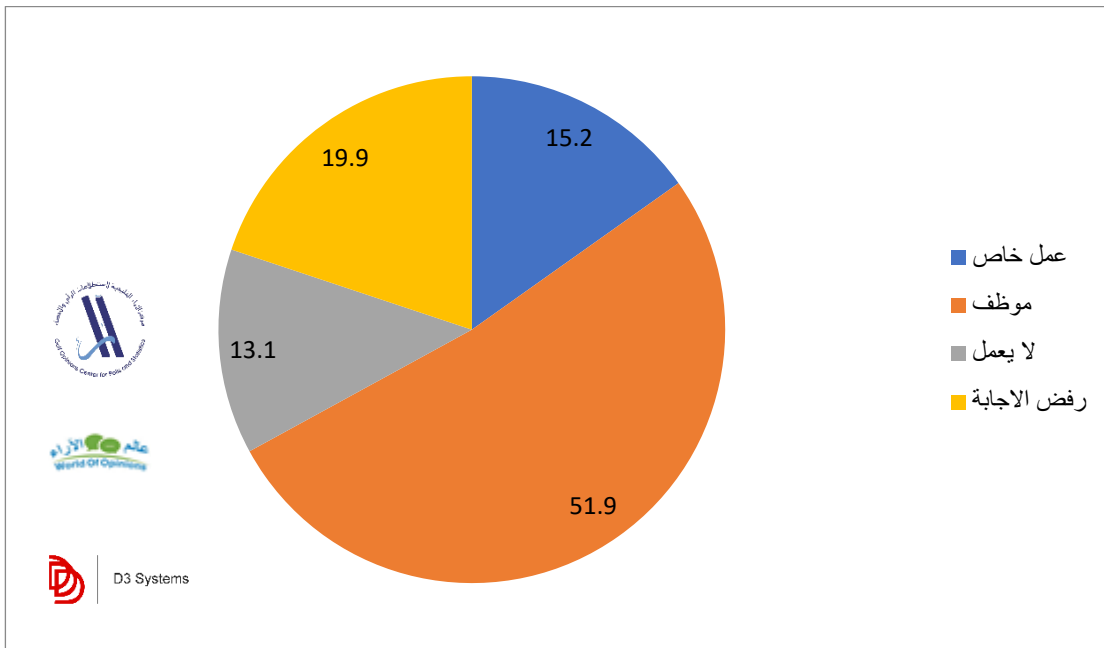
## التوزيع النسبي للمشاركين حسب العمر:



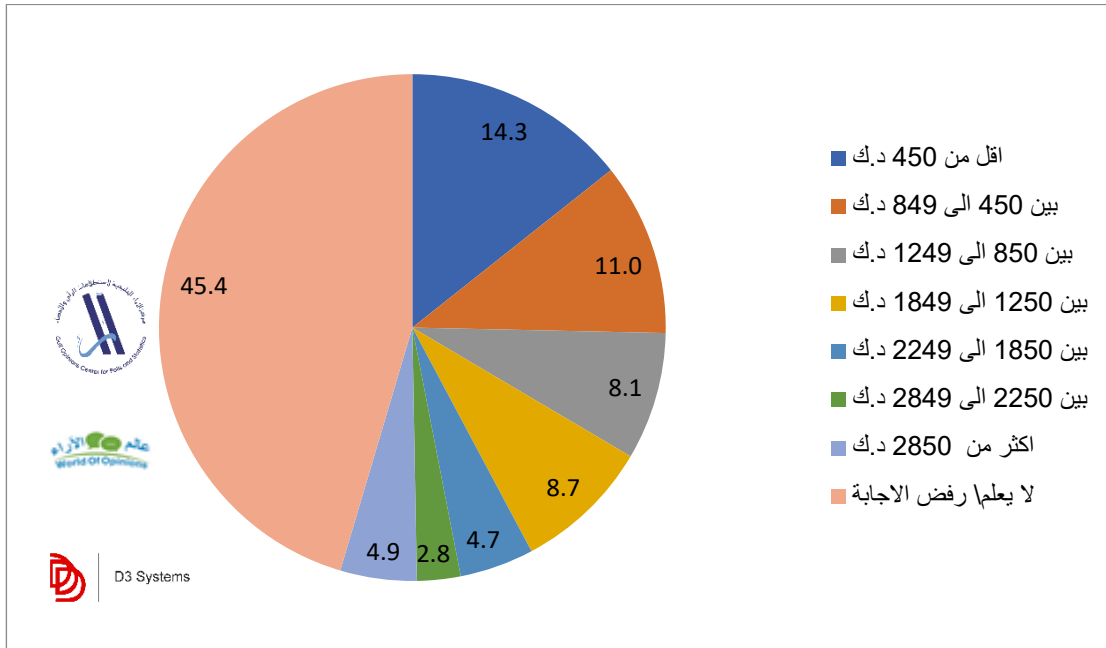
## التوزيع النسبي للمشاركين حسب المستوى الدراسي:



## التوزيع النسبي للمشاركين حسب المهنة:



## التوزيع النسبي للمشاركين حسب مستوى الدخل الشهري للأسرة:



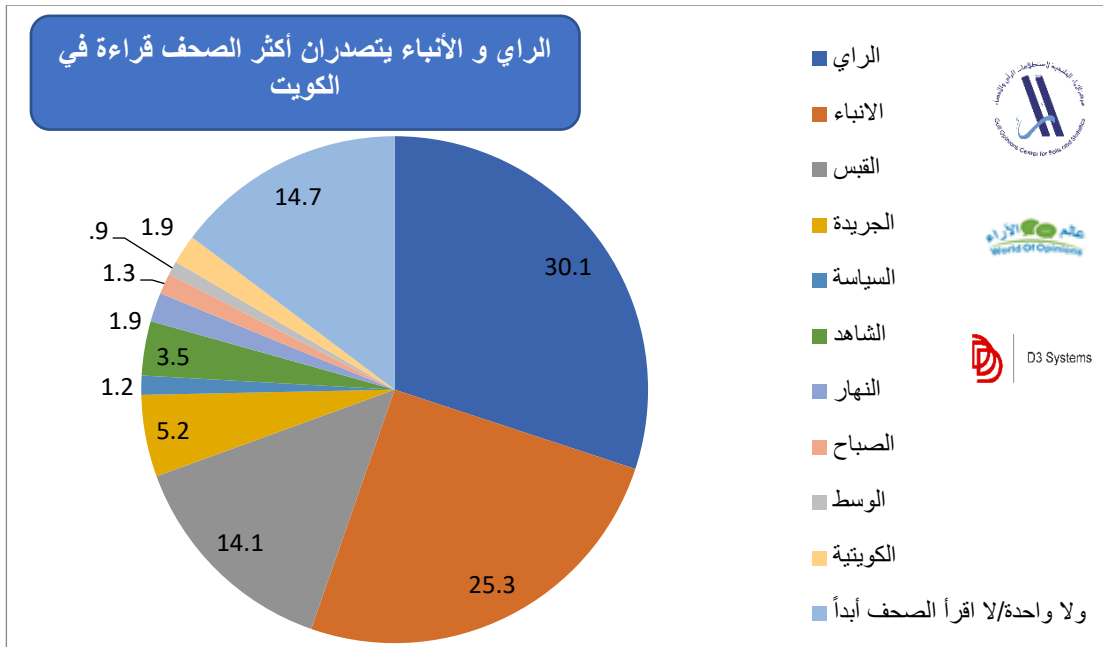
## نتائج الخصائص الديمغرافية للمشاركين

- 1- كان الذكور أصحاب النسبة الأكبر في المشاركة إذ بلغت نسبتهم 73.5% مقابل 26.5% للإناث.
- 2- شكل الكويتيون النسبة الأكبر من المشاركين 42.8% تلاهم المصريون 17.5%، وكانت أدنى نسب المشاركة للسودانيين ولغير العرب بنسبة 0.4%.
- 3- كانت نسبة من شاركوا ممن تتراوح أعمارهم بين 21-39 عاماً و40-59 عاماً هي الأعلى 32.7% لكل منهم، تلاهم من هم في عمر 60 عاماً فأكثر وبلغت نسبتهم 6%، وكانت أدنى نسب المشاركة ممن تقل أعمارهم عن 20 عاماً وبلغت 1.6%.
- 4- كانت أعلى نسب المشاركة ممن هم في مرحلة التعليم الجامعي 32.1%، ثم ممن حصلوا على التعليم الثانوي 18.6%، وكانت أدنى نسب المشاركة من حملة الدراسات العليا 3.5%.
- 5- بلغت نسبة الموظفين من المشاركين 44.5% وكانت الأعلى، تلتها نسبة من يمتنون عملاً خاصاً 14.8%، وكانت أدنى النسب لمن لا يعملون 9.5%.
- 6- كانت أعلى نسب المشاركة 14.3% ممن يقل دخلهم عن 450 د.ك، تلاهم من يتراوح دخلهم بين 450-849 د.ك وبنسبة 11%، وكانت أدنى نسب المشاركة 2.8% لمن يتراوح دخلهم بين 2250-2849 د.ك.

## ثانياً- التوجهات الإعلامية:

### 1- الصحف اليومية الكويتية التي يقرأها المشاركون أكثر من غيرها:

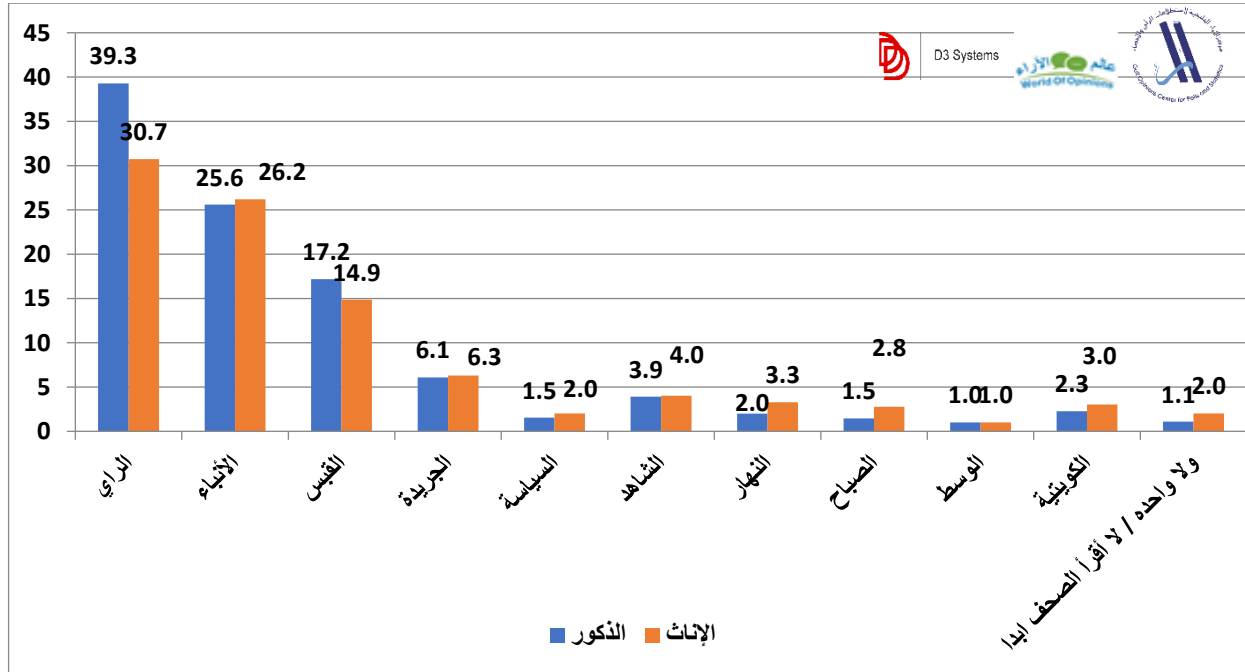
على الرغم من الانتشار الواسع للصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية في العقد الأخير، واعتماد قطاع كبير من القراء على المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار والاطلاع على المستجدات التي تحدث على المستويين المحلي والعالمي، إلا أن الصحافة الورقية لا زالت مفضلة لدى قطاع كبير من أفراد المجتمع، وبسؤال المشاركين عن الصحيفة اليومية الكويتية التي يفضلون قراءتها تبين من النتائج أن كلاً من صحيفتي الراي والأنباء تتربعان على عرش الصحف الورقية في الكويت؛ حيث يفضلهما أكثر من نصف قراء الصحف اليومية بالكويت (55.4%)، وجاءت صحيفة الراي في المركز الأول وبفارق أقل من 5% عن صحيفة الأنباء التي جاءت في المركز الثاني بفارق كبير يتجاوز 11% عن صحيفة القبس صاحبة المركز الثالث.



الصحيفة	العدد	النسبة
الراي	616	30.1%
الأنباء	517	25.2%
القبس	289	14.1%
الجريدة	107	5.2%
الشاهد	71	3.5%
النهار	38	1.9%
الكويتية	38	1.9%
الصباح	27	1.3%
السياسة	25	1.2%
الوسط	18	0.9%
ولا واحدة / لا أقرأ الصحف ابدا	304	14.8%
المجموع	2050	100.00%

## 1-1- الصحف اليومية التي يقرأها المشاركون أكثر من غيرها حسب النوع:

بينت النتائج أن الإناث هن الأكثر قراءة لصحف السياسة، النهار، الصباح، الكويتية، على حين تتقارب نسب الذكور مع الإناث في قراءة كل من صحف الأنباء، الجريدة، والوسط، والشاهد، بينما يتفوق الذكور في قراءة صحيفتي الراي والقبس، كما تتفوق الإناث في نسبة من لا يقرؤون أياً من هذه الصحف أو من لا يقرؤون الصحف أبداً.



## 2-1- الصحف اليومية التي يقرأها المشاركون أكثر من غيرها حسب العمر:

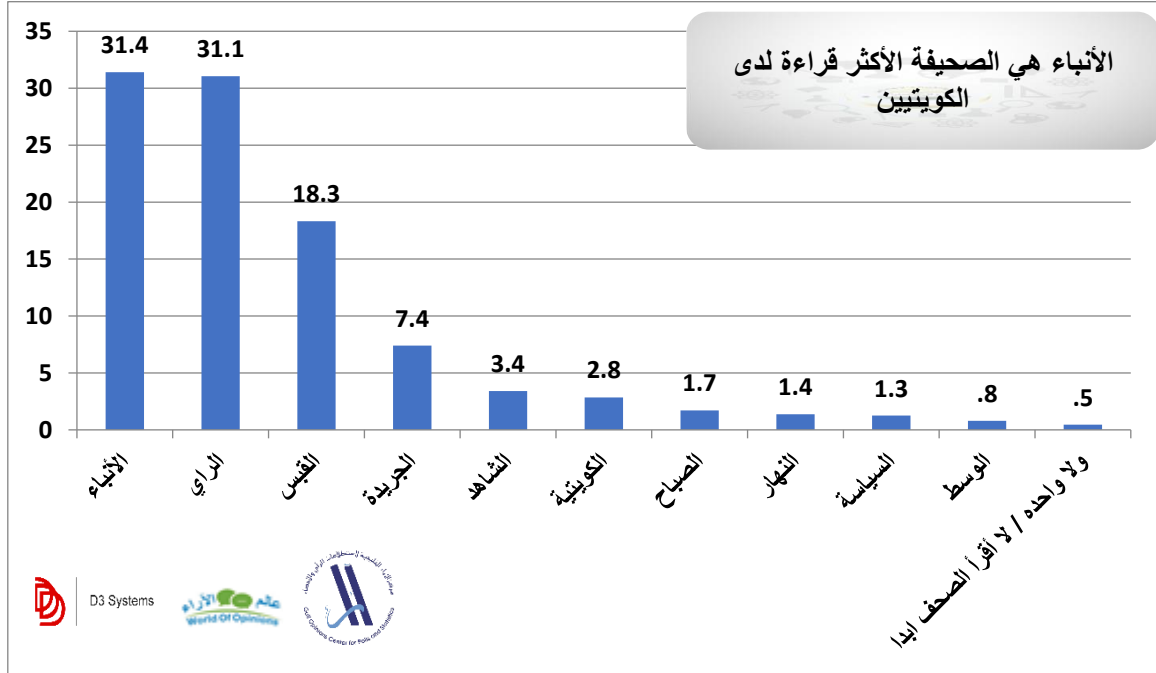
المشاركون الذين تتراوح أعمارهم بين 40-59 عاماً هم الأكثر قراءة للصحف اليومية الكويتية بشكل عام، وبالنسبة لجريدة الأنباء فإن 86% من قراءها تتراوح أعمارهم بين 20 و 59 عاماً في حين كان المشاركون الذين تقل أعمارهم عن 20 عاماً هم الفئة الأقل قراءة لصحيفة الأنباء بنسبة 2.9%، أما عن تفضيلات الفئات العمرية فكانت الوسط ثم الشاهد الصحف الأكثر تفضيلاً لفئة من تقل أعمارهم عن 20 عاماً، كما كانت الوسط ثم الصباح الأكثر تفضيلاً لمن هم في فئة 20-39 عاماً، على حين كانت الأنباء ثم الكويتية الأكثر تفضيلاً لمن هم في فئة 40-59 عاماً، ثم كانت الجريدة فالشاهد الأكثر تفضيلاً لمن هم في فئة 60 عاماً فأكثر.

الصحف اليومية الكويتية التي يتم قراءتها أكثر من غيرها حسب الفئة العمرية					
المجموع	الفئة العمرية				الصحيفة
	60 فأكثر	59 – 40	39 – 20	أقل من 20	
100.0%	5.8%	41.3%	51.5%	1.4%	الراي
100.0%	11.2%	56.8%	29.2%	2.9%	الأنباء
100.0%	10.9%	47.2%	41.1%	.8%	القبس
100.0%	14.1%	41.3%	43.5%	1.1%	الجريدة
100.0%	-	36.0%	60.0%	4.0%	السياسة
100.0%	11.9%	20.3%	62.7%	5.1%	الشاهد
100.0%	2.9%	42.9%	51.4%	2.9%	النهار
100.0%	-	29.6%	70.4%	-	الصباح
100.0%	-	20.0%	73.3%	6.7%	الوسط
100.0%	2.7%	51.4%	45.9%	-	الكويتية
100.0%	-	10.0%	75.0%	15.0%	ولا واحده / لا أقرأ الصحف ابدا
100.0%	8.3%	44.8%	44.9%	2.1%	الإجمالي

### 3-1- الصحف اليومية الأكثر قراءة حسب الجنسية :

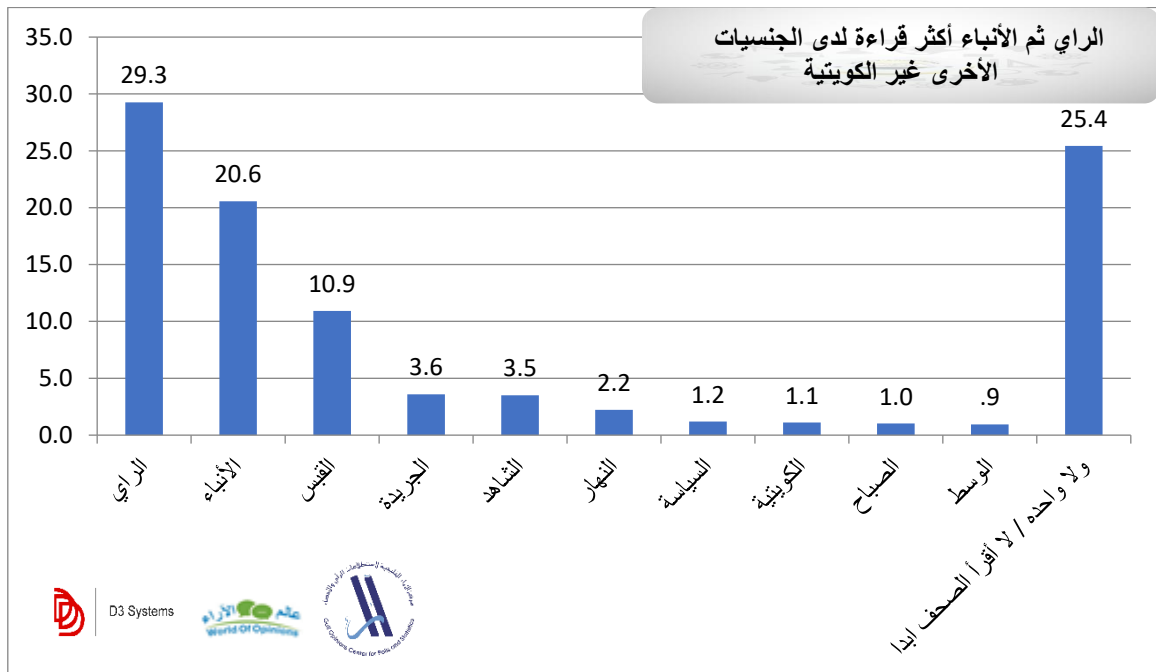
#### 1-3-1- الصحف اليومية الأكثر قراءة لدى الكويتيين:

كانت الأنباء أكثر الصحف اليومية قراءة لدى الكويتيين وبنسبة 31.4%، تلتها الراي بنسبة 31.1%، ثم القبس بنسبة 18.3%، على حين كانت الوسط اقل الصحف قراءةً وبنسبة 0.8% فقط.



#### 2-3-1- الصحف اليومية الأكثر قراءة لدى غير الكويتيين:

كانت الراي اكثر الصحف اليومية قراءة لدى غير الكويتيين وبنسبة 29.3%، تلتها الأنباء بنسبة 20.6%، ثم القبس بنسبة 10.9%، على حين كانت الوسط اقل الصحف قراءةً وبنسبة 0.9% فقط.

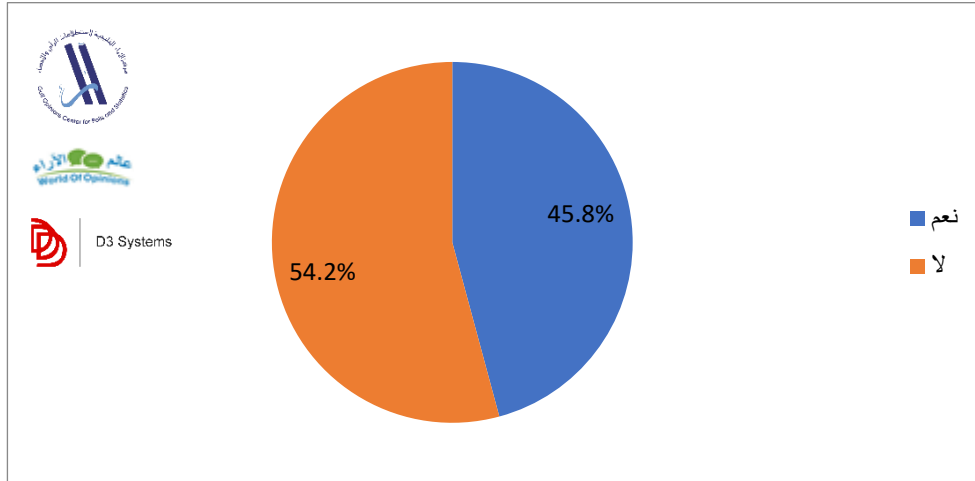


## 2- الصحف ونتائجها:

### 1-2- صحيفة الراي:

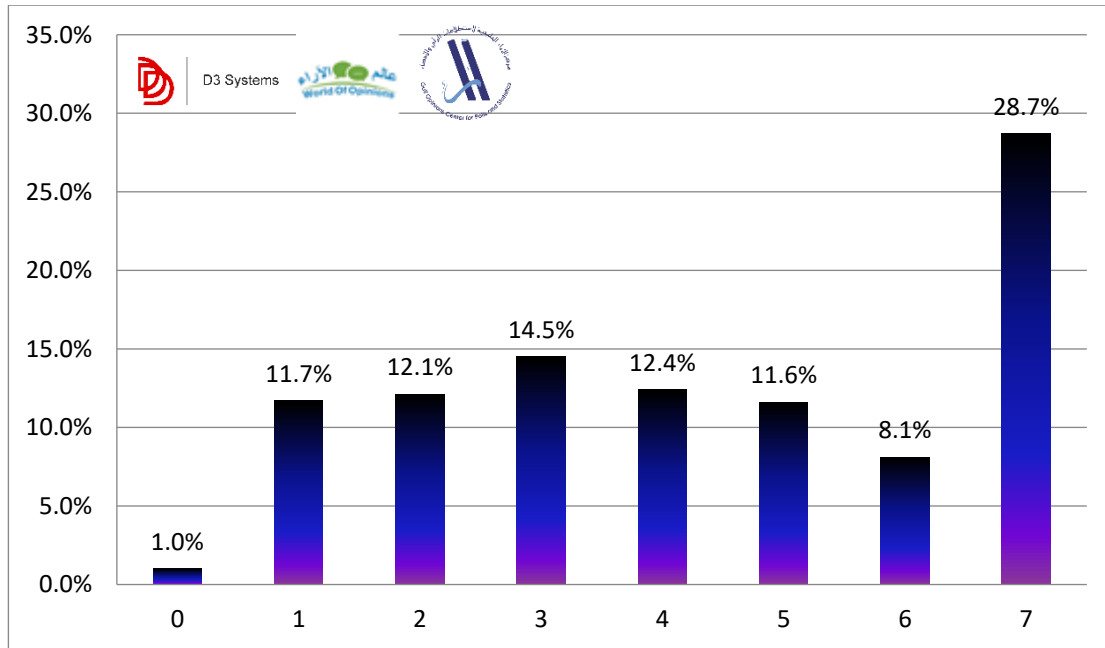
1-1-2- نسبة الذين اطلعوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة الراي في الأسبوع الأخير:

هناك ما يقرب من 46% من المشاركين قد قرأوا أو تصفحوا أو ألقوا نظرة على جريدة الراي خلال الأسبوع الأخير.



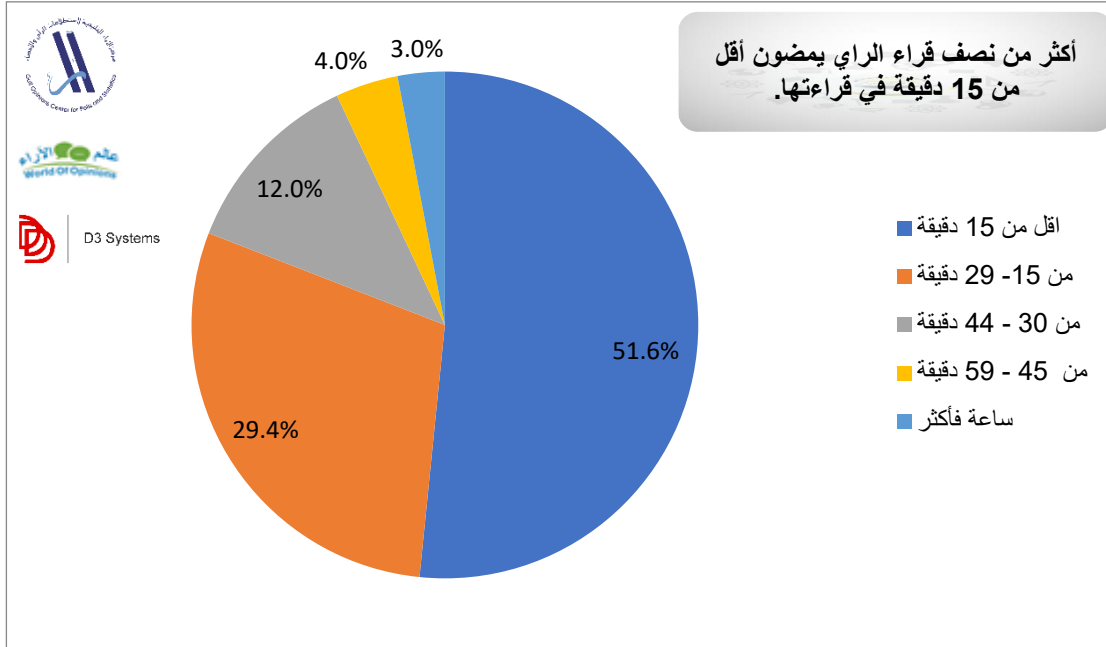
### 2-1-2- عدد أيام الأسبوع التي عادة يقرأ أو يتصفح فيها القارئ على صحيفة الراي؟

ثلاثة من بين كل عشرة من قراء الراي تقريباً يقرؤونها بشكل يومي، حيث بلغت نسبة الذين يقرؤونها 7 أيام في الأسبوع 28.7%.



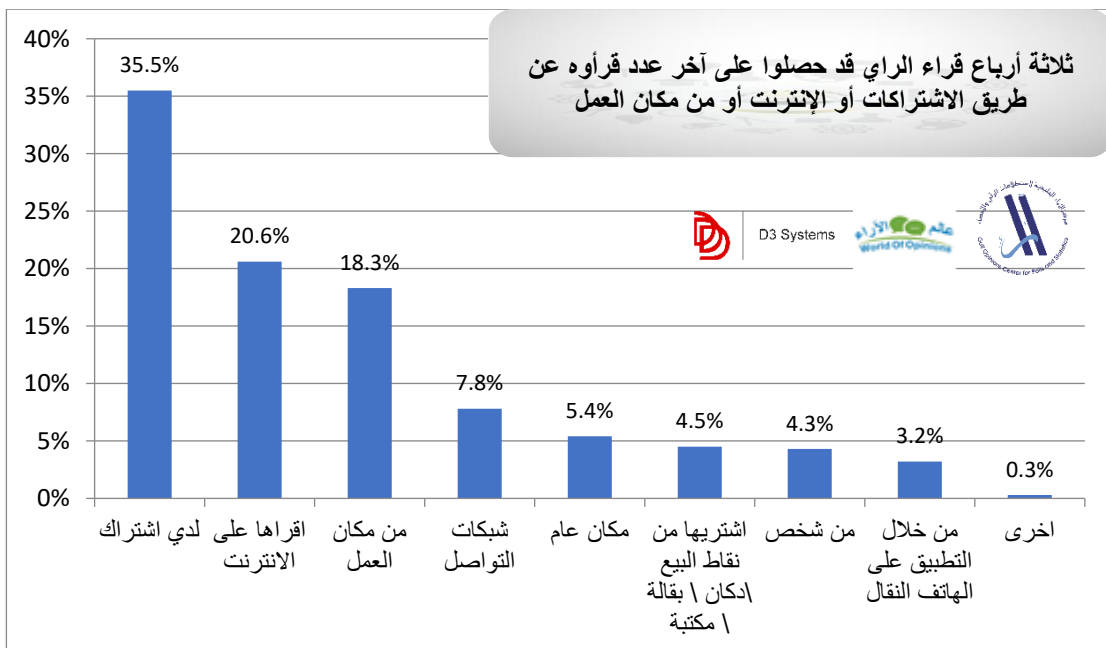
### 3-1-2- الوقت الذي يمضيه القارئ عادة في قراءة صحيفة الراي:

وصلت نسبة القراء ممن يمضون أقل من 15 دقيقة في قراءة صحيفة الأنباء 51.6%، مقابل 29.4% يمضون من 15-29 دقيقة في القراءة، في حين أن 3% منهم يمضون ساعة على الأقل في قراءتها.



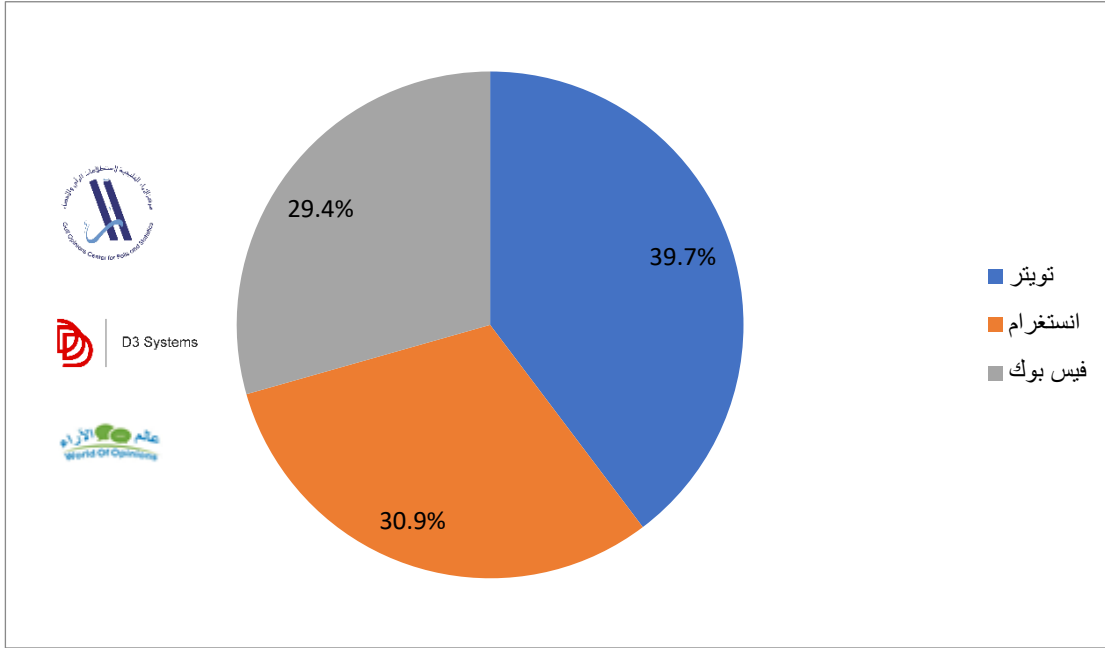
### 4-1-2- الوسيلة التي حصل فيها القارئ على آخر عدد قرأه من صحيفة الراي:

تمثل الاشتراكات المصدر الأول لحصول قراء الراي على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة بلغت 35.5%، تليها الإنترنت بنسبة 20.6%، ثم مكان العمل بنسبة 18.3%، بينما وصلت نسبة الذين حصلوا عليه عن طريق تطبيق الهاتف النقال 3.2% فقط.



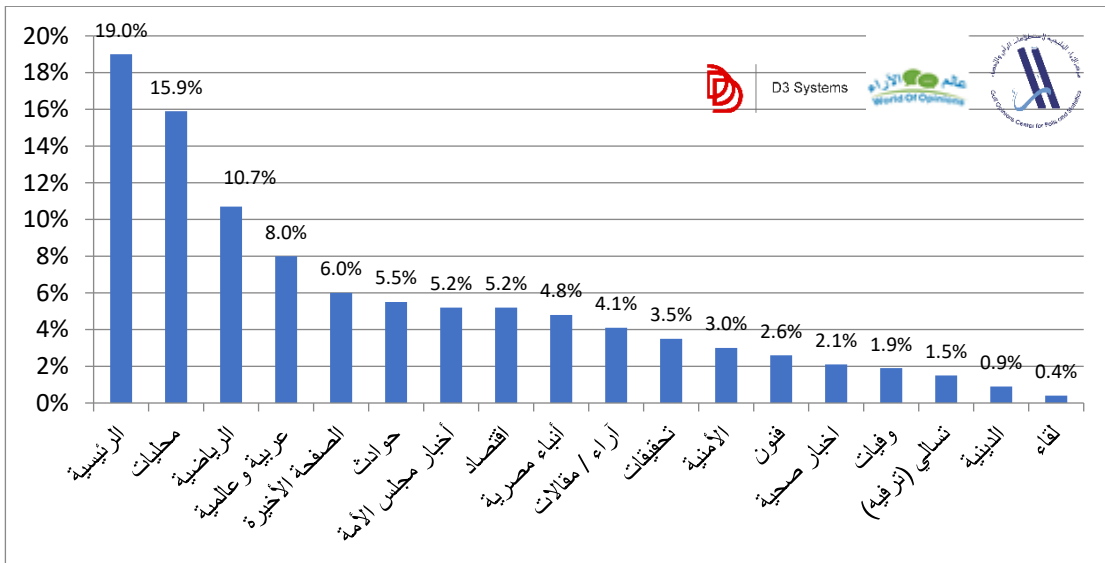
5-1-2- شبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القارئ في الحصول على آخر عدد من صحيفة الراي (في حال اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على آخر عدد للصحيفة):

يمثل تويتر شبكة التواصل الأولى لحصول قراء الراي على آخر عدد قرأوه من الصحيفة وبنسبة تقارب 40%، يليه إنستغرام بنسبة تقارب 31%، ثم فيس بوك بنسبة 29.4%.



6-1-2- أكثر الأقسام التي يجذب إليها القارئ في صحيفة الراي:

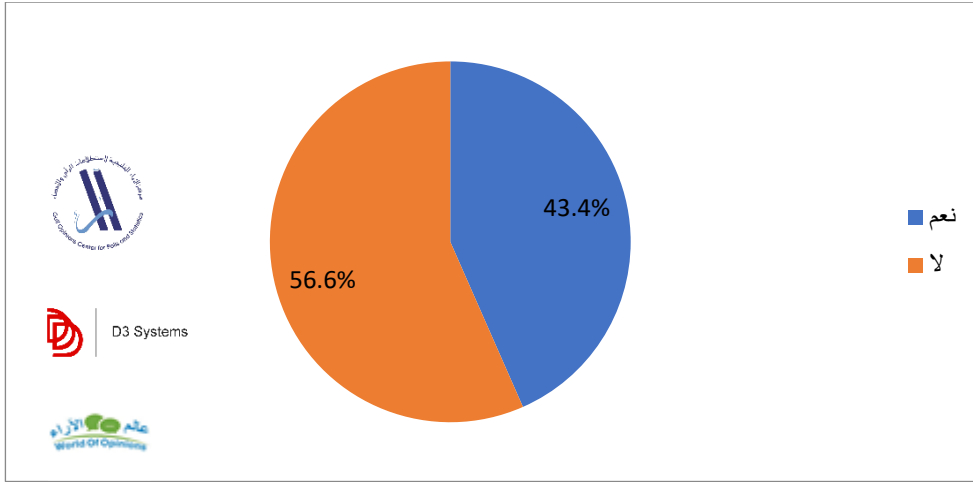
يهتم أكثر من 45% من قراء الراي بالصفحة الرئيسية بالإضافة إلى صفحة المحليات والصفحة الرياضية.



## 2-2- صحيفه الأنباء:

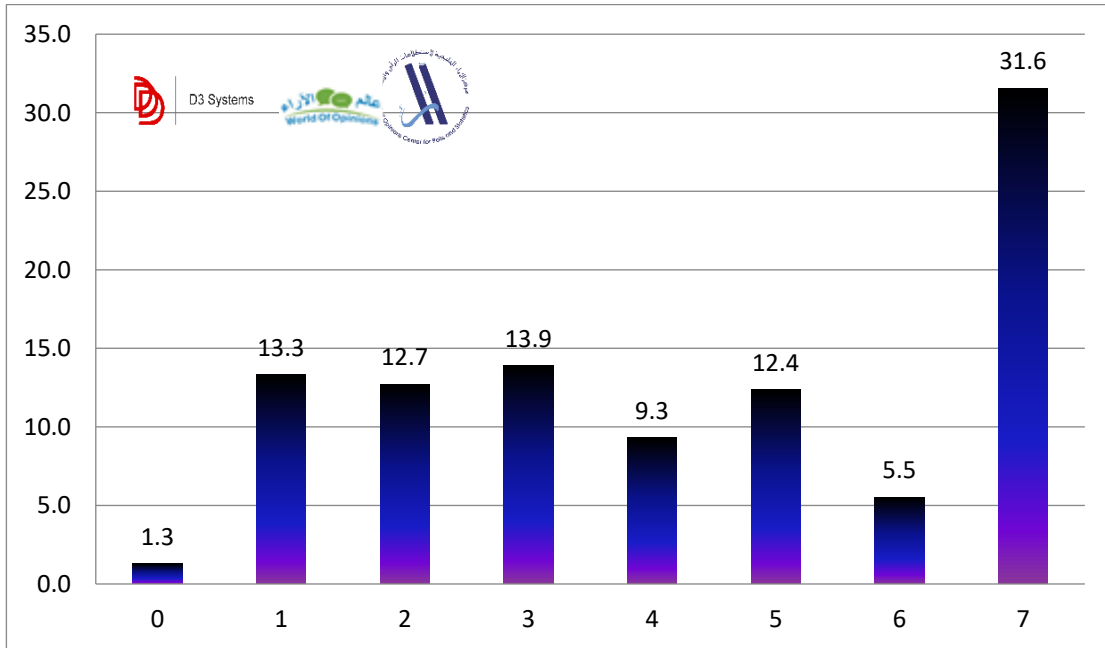
2-2-1- نسبة الذين اطلعوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة الأنباء في الأسبوع الأخير:

أكثر من 43% من المشاركين قد قرأوا أو تصفحوا أو اطلعوا على جريدة الأنباء في الأسبوع الأخير.



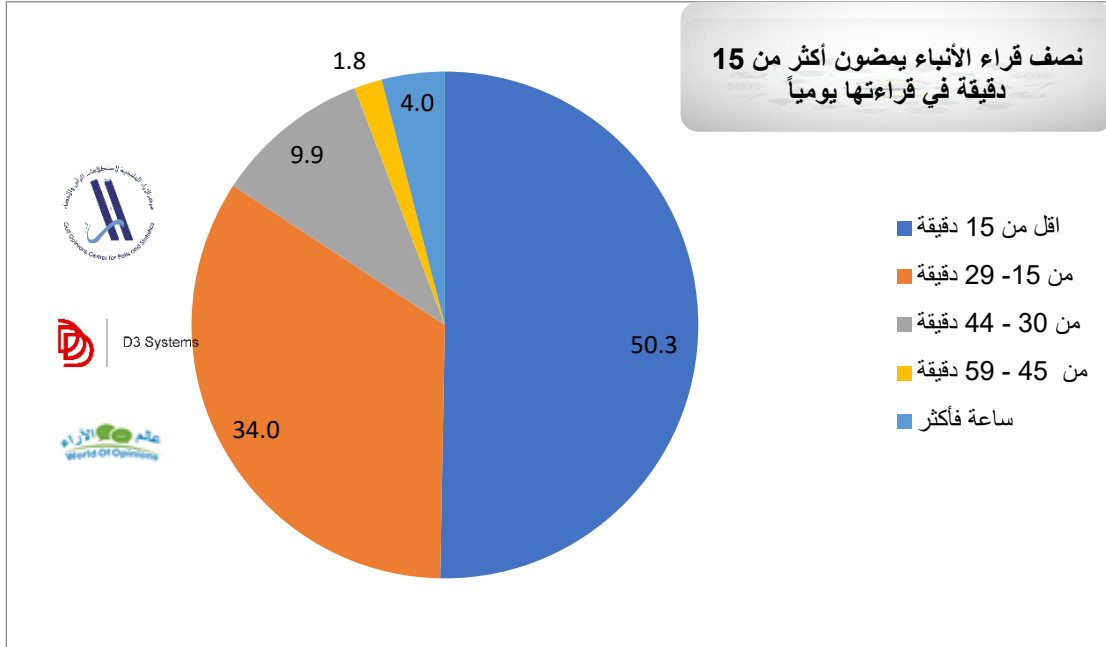
2-2-2- عدد أيام الأسبوع التي عادة يقرأ أو يتصفح فيها القارئ على صحيفة الأنباء؟

تجاوزت نسبة من يقرؤون صحيفة الأنباء بشكل يومي الثلث، حيث أن 31.6% يقرؤونها 7 أيام في الأسبوع.



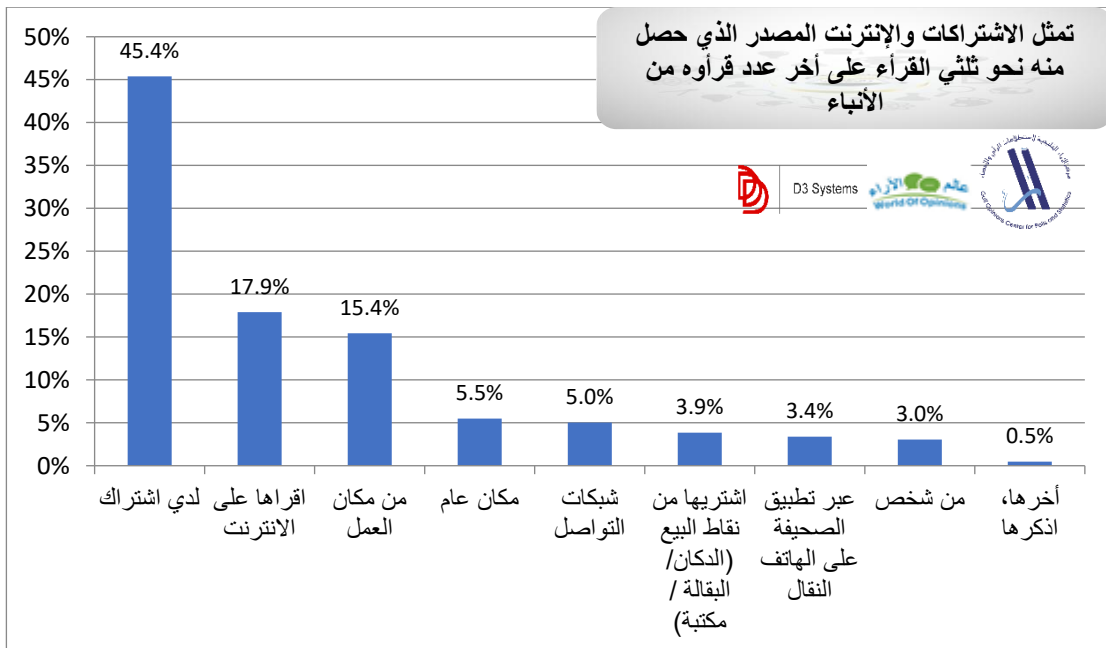
### 2-2-3- الوقت الذي يمضيه القارئ عادة في قراءة صحيفة الأنباء:

أكثر من نصف قراء صحيفة الأنباء يمضون 15 دقيقة فأكثر في قراءتها، يليهم 34.0% ممن يمضون من 15-29 دقيقة في القراءة، على حين يمضي 4% ساعة على الأقل في قراءتها.



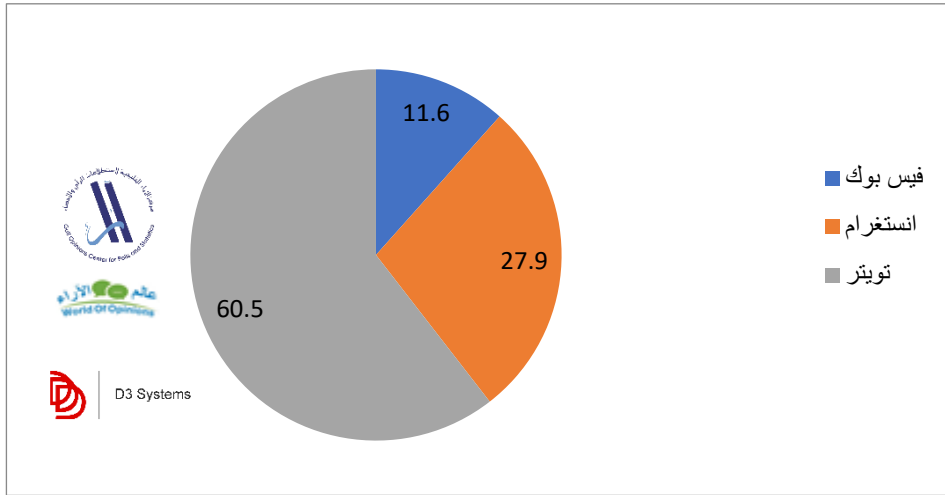
### 2-2-4- الوسيلة التي حصل فيها القارئ على آخر عدد قرأه من صحيفة الأنباء؟

تمثل الاشتراكات المصدر الأول لقراء صحيفة الأنباء للحصول على آخر عدد قرأه بنسبة 45.4% تليها الإنترنت بنسبة تقترب من 18% ثم مكان العمل بنسبة 15.4%، بينما بلغت نسبة الذين حصلوا عليه عن طريق تطبيق الهاتف النقال 3.4% فقط.

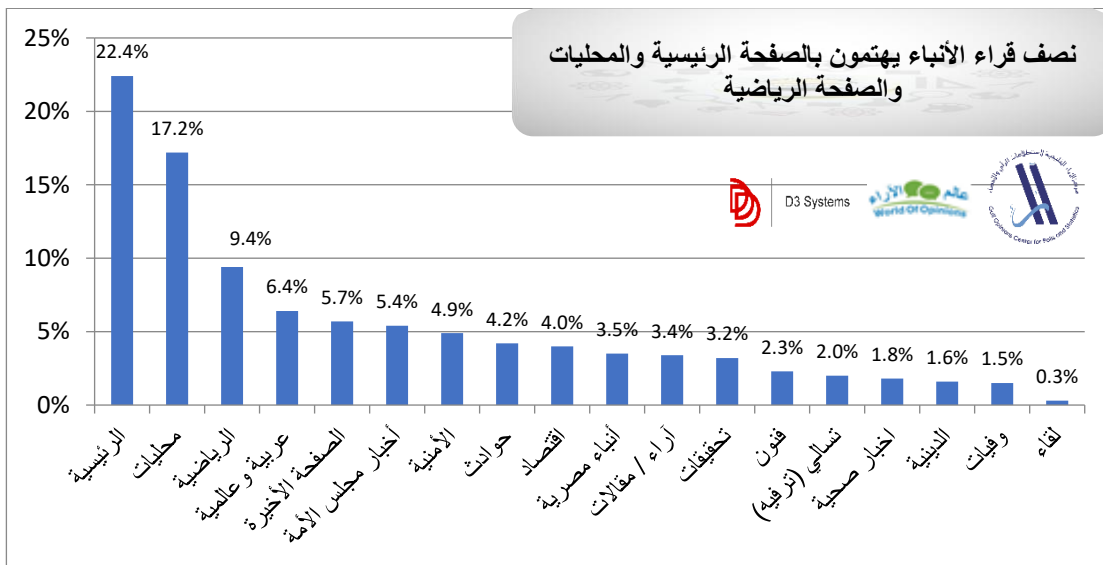


2-2-5- شبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القارئ في الحصول على آخر عدد من صحيفة الأنباء (في حال اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على آخر عدد للصحيفة).

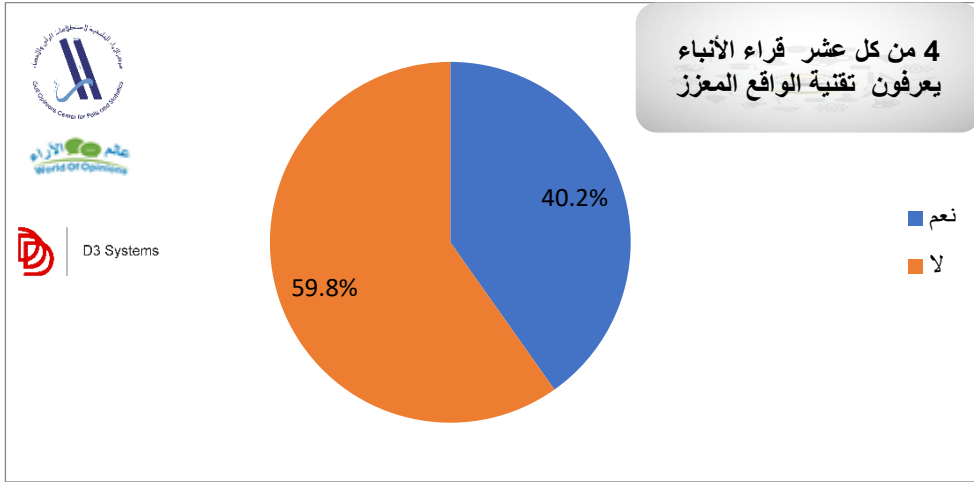
تويتر هو المصدر الأول بين شبكات التواصل الاجتماعي الذي حصل منه المشاركون على آخر عدد من صحيفة الأنباء بنسبة تجاوزت 60% ، يليه إنستغرام بنسبة 27.9%، ثم الفيس بوك بنسبة 11.6%.



2-2-6- أكثر الأقسام التي يجذب إليها القارئ في صحيفة الأنباء: كانت الصفحة الرئيسية أكثر الأقسام في صحيفة الأنباء جذباً للقراء حيث بلغت نسبة المهتمين بها 22.4%، تلتها المحليات بنسبة 17.2%، ثم الصفحات الرياضية بنسبة 9.4%.

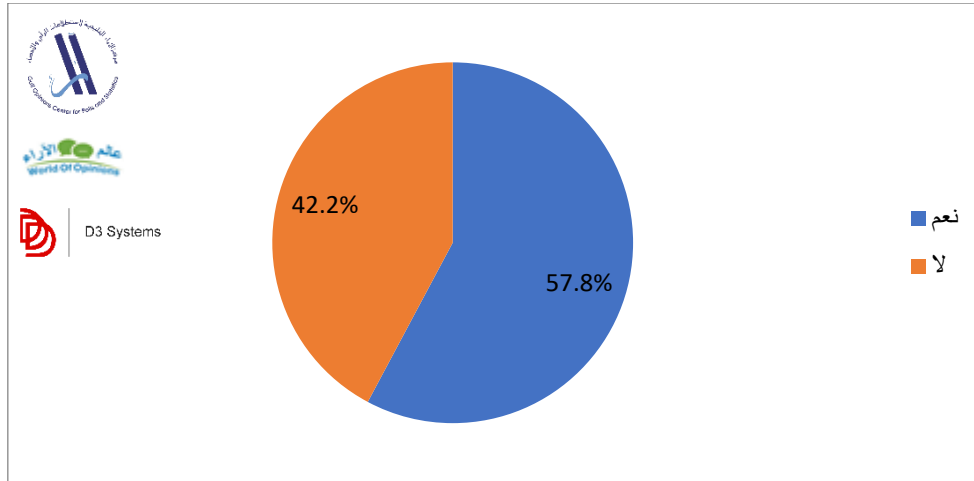


## 7-2-2- نسبة القراء الذين يعرفون تقنية الواقع المعزز في صحيفة الأنباء؟



## 8-2-2- نسبة الذين يستخدمون تقنية الواقع المعزز في صحيفة الأنباء؟

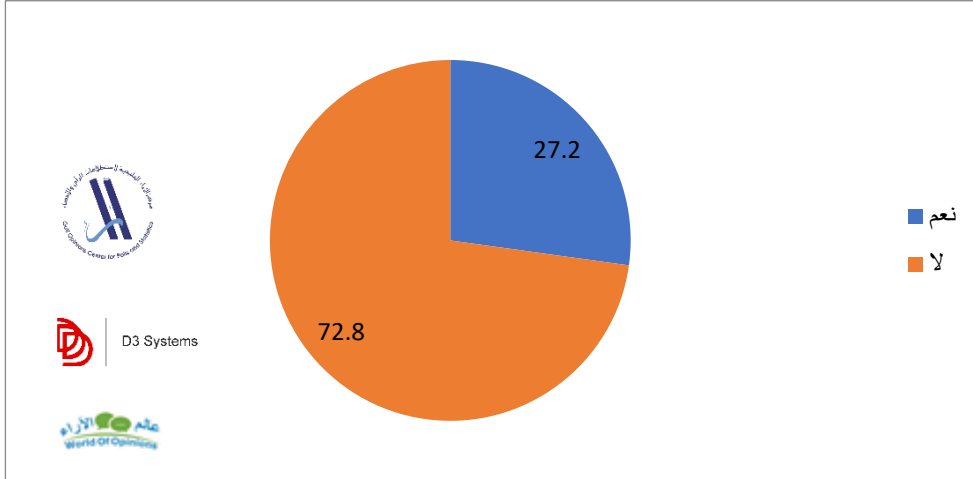
58% تقريباً من قراء جريدة الأنباء الذين يعرفون تقنية الواقع المعزز قد قاموا فعلاً باستخدامها.



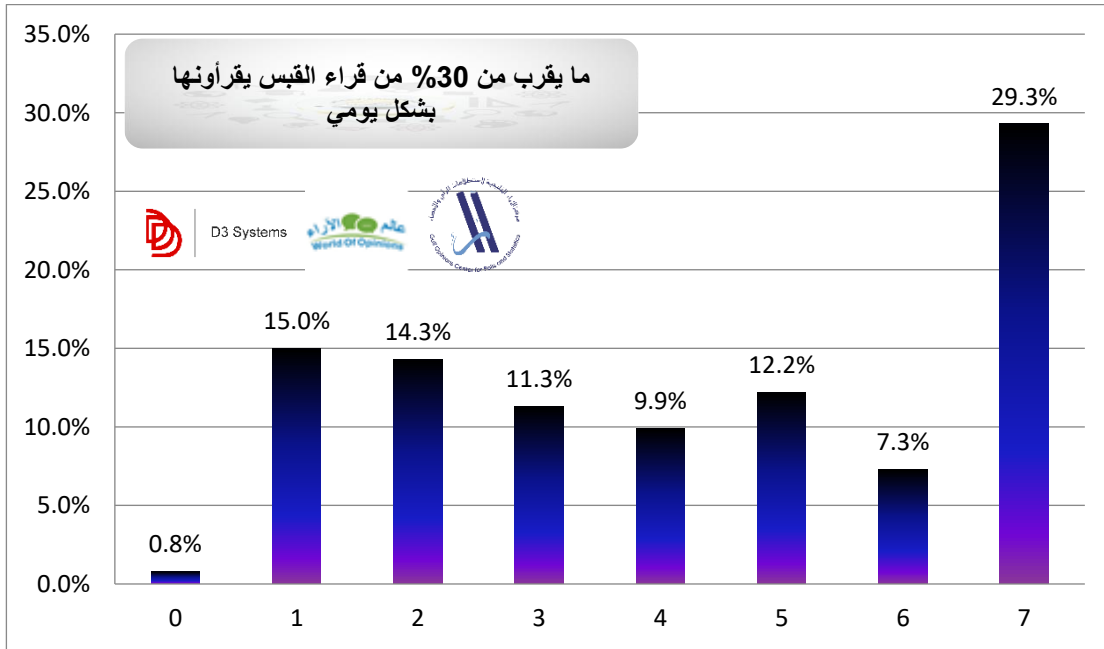
## 3-2- صحيفة القبس:

1-3-2- نسبة الذين اطلعوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة القبس في الأسبوع الأخير:

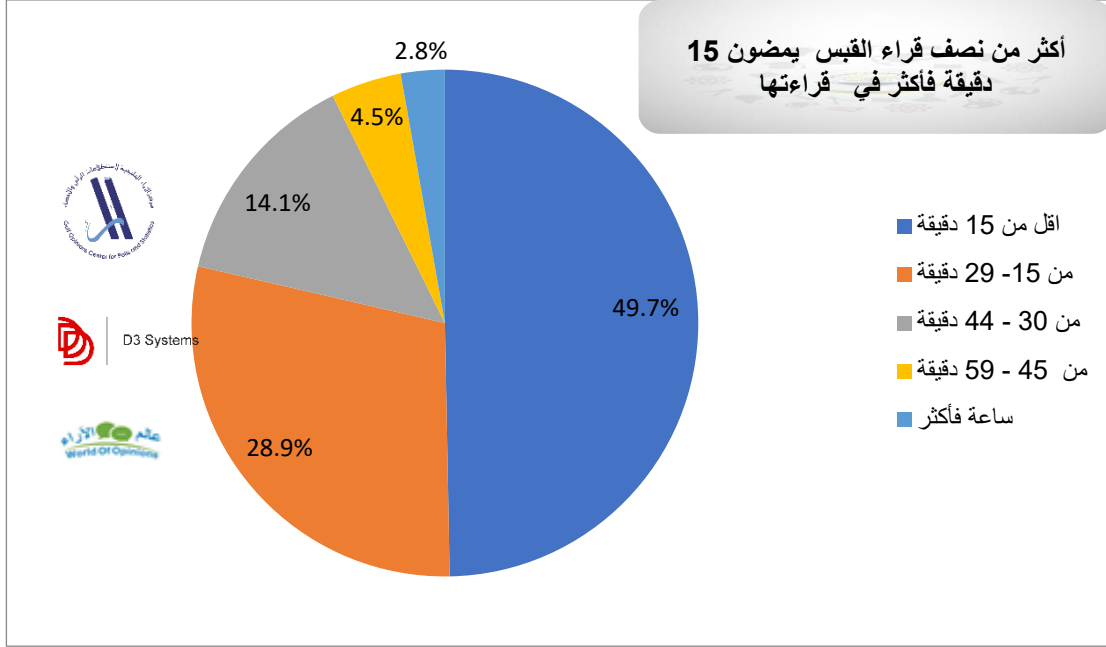
هناك 27% من المشاركين قد قرأوا أو تصفحوا أو ألقوا نظرة على صحيفة القبس خلال الأسبوع الأخير.



2-3-2- عدد أيام الأسبوع التي عادة يقرأ أو يتصفح فيها القارئ على صحيفة القبس؟ قاربت نسبة من يقرأون صحيفة القبس بشكل يومي الثلث، حيث أن 29.3% يقرؤونها 7 أيام في الأسبوع.

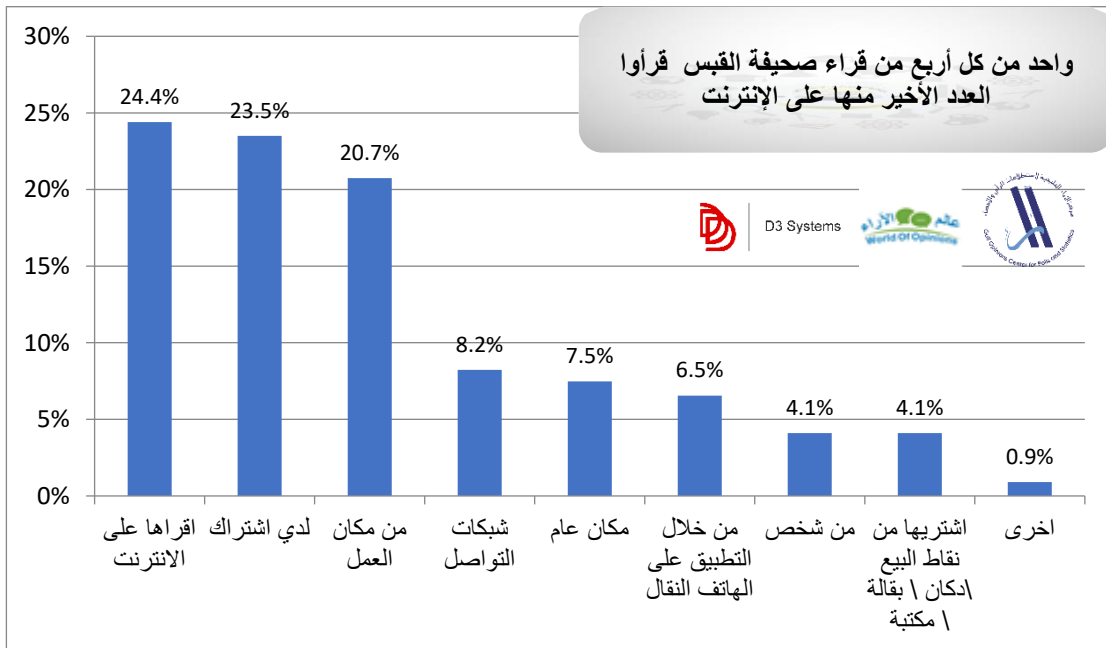


2-3-3- الوقت الذي يمضيه القارئ عادة في قراءة صحيفة القبس: وصلت نسبة القراء ممن يمضون أقل من 15 دقيقة في قراءة صحيفة القبس ما يقارب 50%، مقابل 29% تقريباً يمضون من 15-29 دقيقة في القراءة، في حين أن 3% منهم تقريباً يمضون ساعة على الأقل في قراءتها.

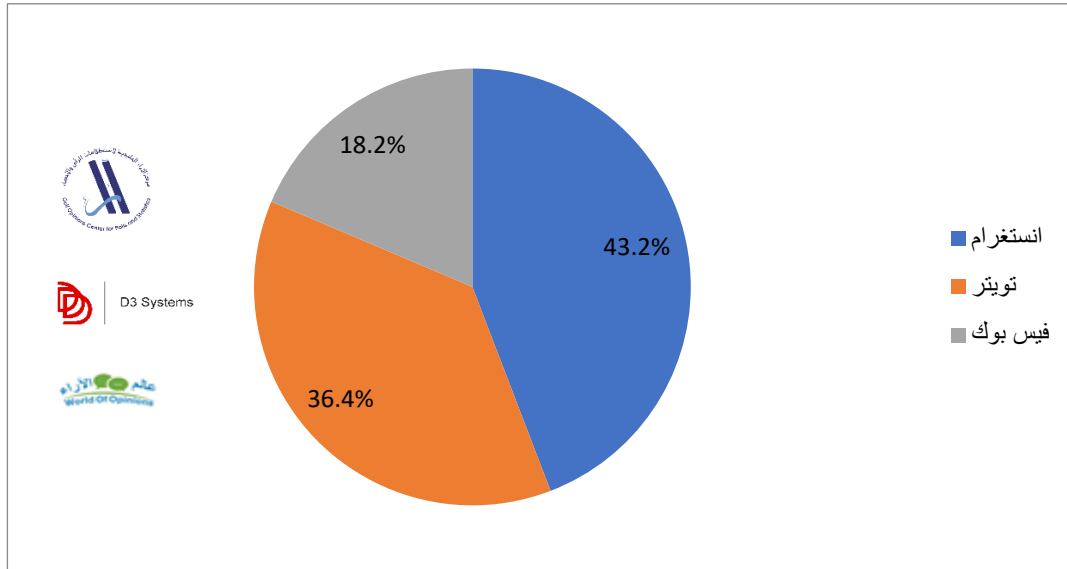


2-3-4- الوسيلة التي حصل فيها القارئ على آخر عدد قرأه من صحيفة القبس؟

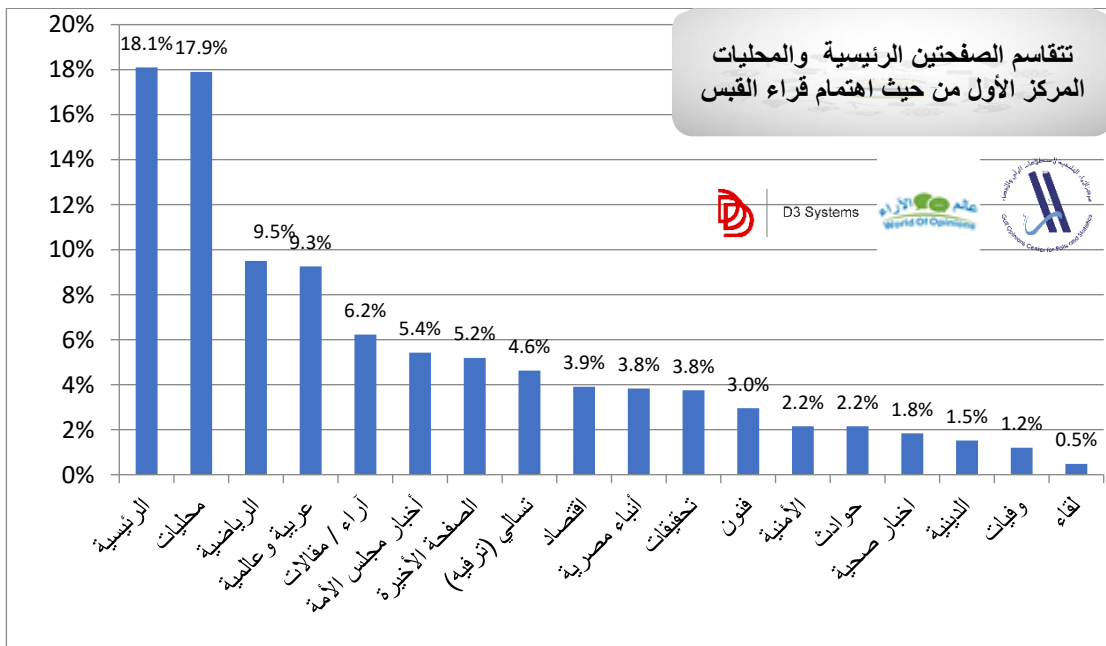
شبكة الإنترنت هي المصدر الأول لحصول قراء القبس على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة بلغت 24.4%، تليها الاشتراكات بنسبة 23.5% ثم مكان العمل بنسبة 20.7% بينما وصلت نسبة الذين حصلوا عليه عن طريق تطبيق الهاتف النقال 6.5% فقط.



2-3-5- شبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القارئ في الحصول على آخر عدد من صحيفة القبس (في حال اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على آخر عدد للصحيفة) يمثل موقع إنستغرام شبكة التواصل الأولى لحصول قراء القبس على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 43.2%، ثم برنامج تويتر بنسبة 36.4%، ثم الفيس بوك بنسبة 18.2%.



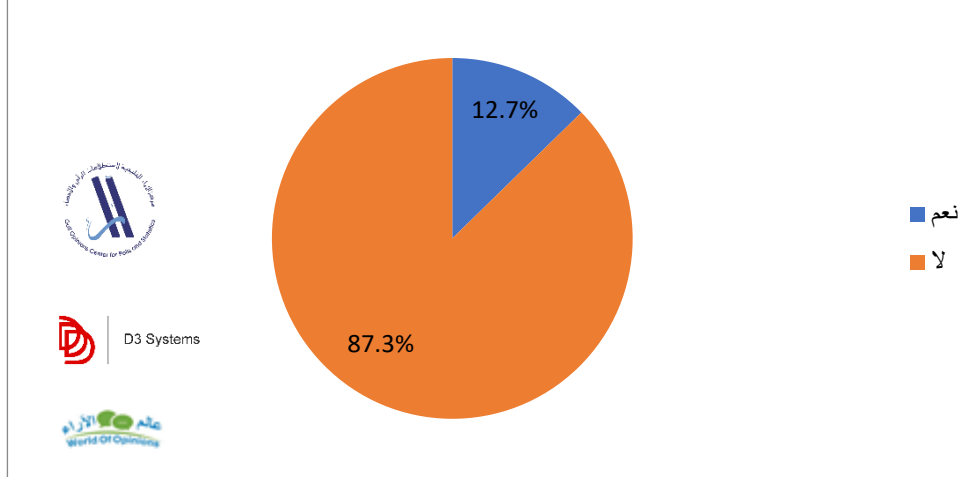
2-3-6- أكثر الأقسام التي يجذب إليها القارئ في صحيفة القبس: كانت الصفحة الرئيسية والمحليات في المركز الأول من حيث اهتمام قراء القبس وبنسب متقاربة بلغت 18.1% و17.9% على التوالي، تلتها الصفحات الرياضية بنسبة 9.5%.



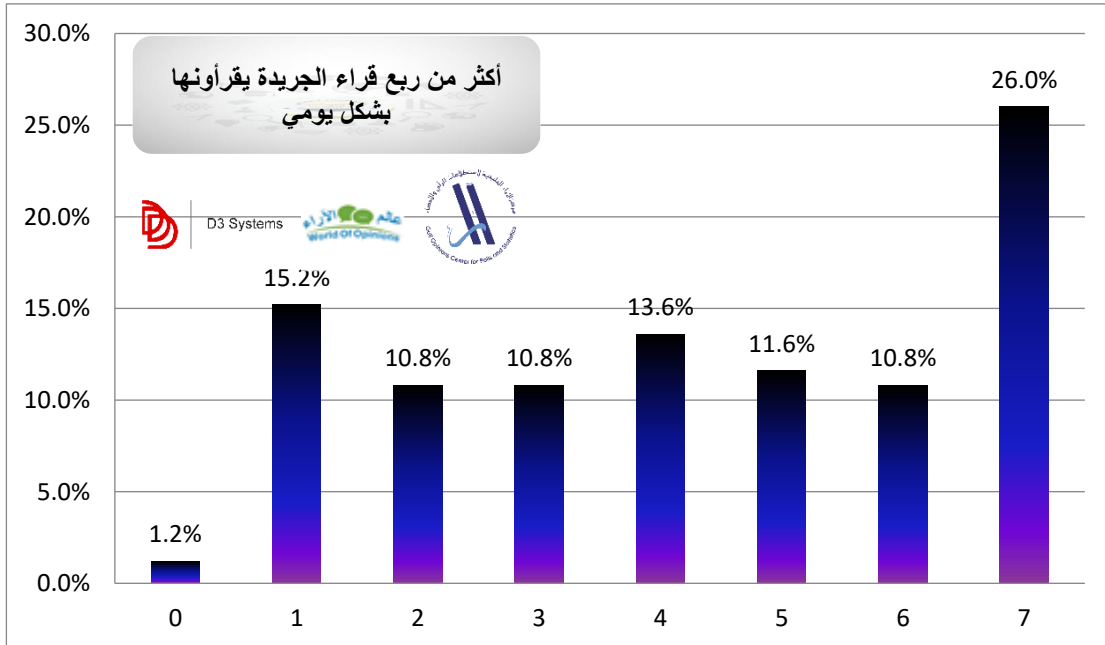
## 4-2- صحيفة الجريدة:

1-4-2- نسبة الذين اطلعوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة الجريدة في الأسبوع الأخير:

هناك 12.7% من المشاركين قد قرأوا أو تصفحوا أو ألقوا نظرة على صحيفة الجريدة خلال الأسبوع الأخير.

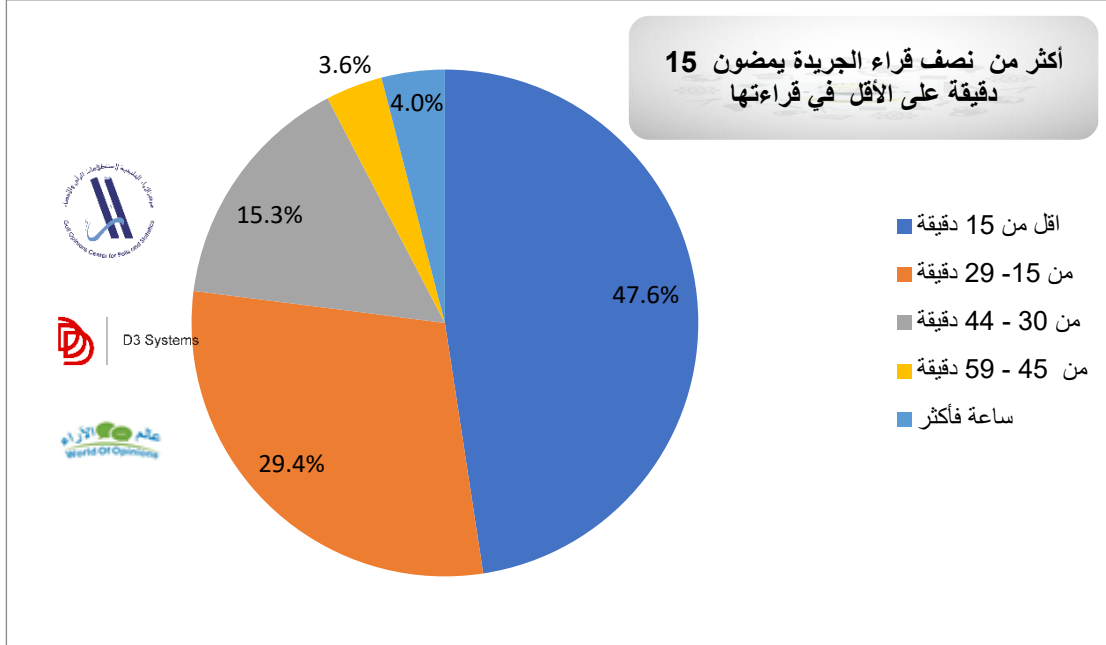


2-4-2- عدد أيام الأسبوع التي عادة يقرأ أو يتصفح فيها القارئ على صحيفة الجريدة؟



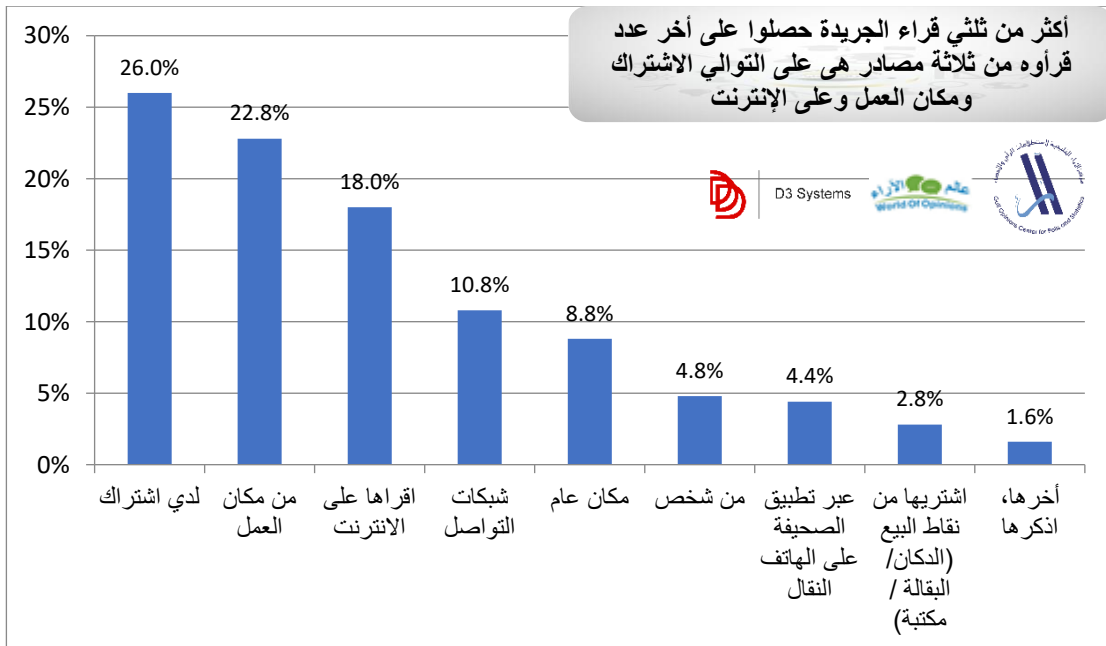
### 2-4-3- الوقت الذي يمضيه القارئ عادة في قراءة صحيفة الجريدة:

وصلت نسبة القراء ممن يمضون أقل من 15 دقيقة في قراءة صحيفة الجريدة ما يقارب 48%، مقابل 29.4% ممن يمضون من 15-29 دقيقة في القراءة، في حين أن 3.6% منهم يمضون ساعة على الأقل في قراءتها.



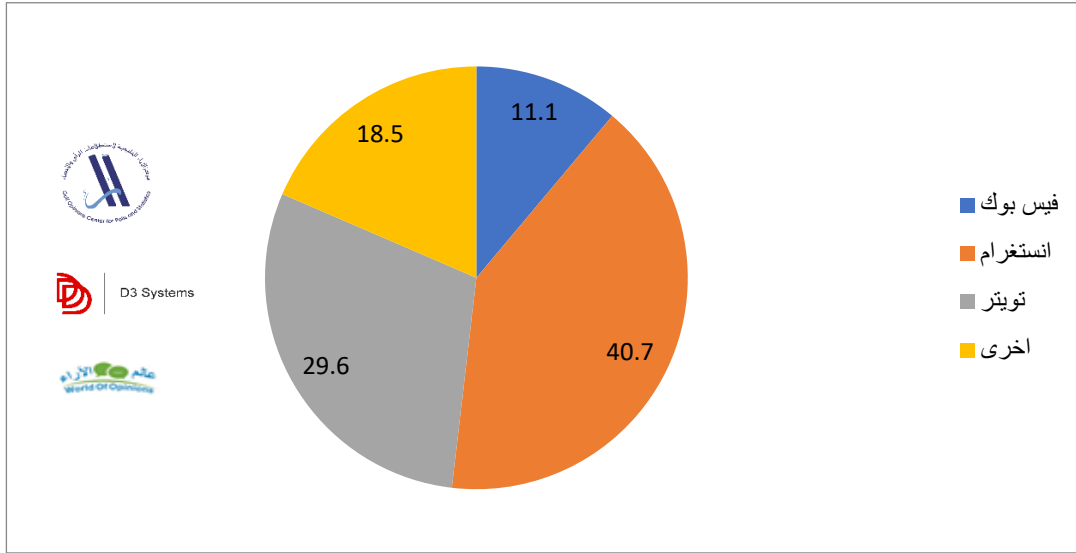
### 2-4-4- الوسيلة التي حصل فيها القارئ على آخر عدد قرأه من صحيفة الجريدة؟

كانت الاشتراكات المصدر الأول لحصول قراء الجريدة على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة بلغت 26%، تلاها مكان العمل بنسبة 22.8% ثم الإنترنت بنسبة 18% بينما وصلت نسبة الذين حصلوا عليه عن طريق تطبيق الهاتف النقال 4.4% فقط.



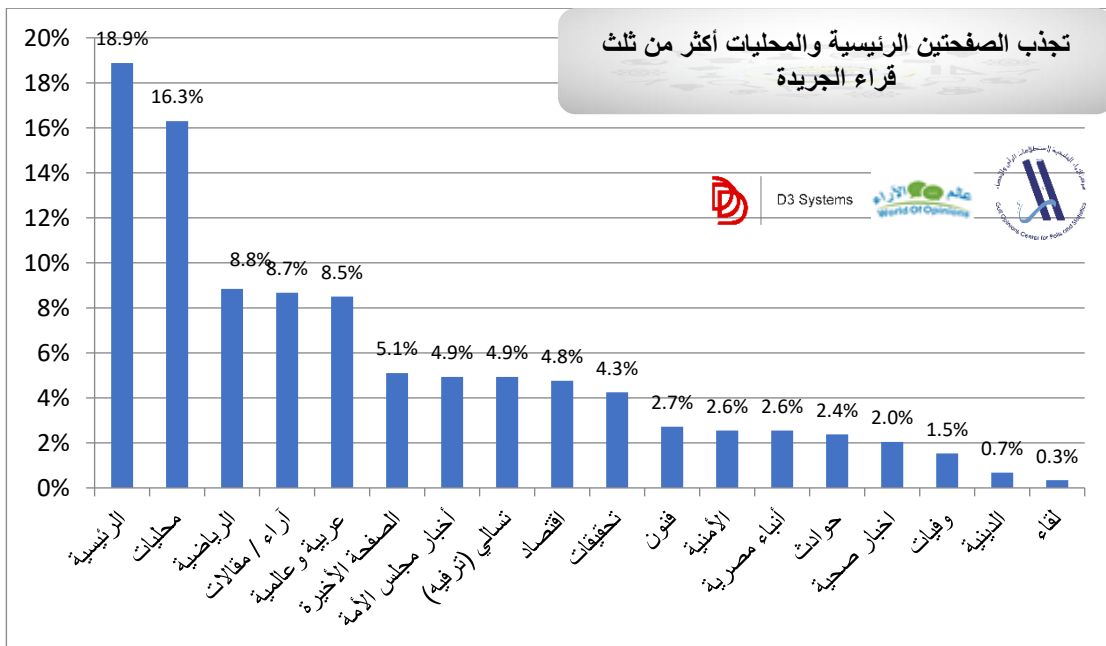
2-4-5- شبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القارئ في الحصول على آخر عدد من صحيفة الجريدة (في حال اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على آخر عدد للصحيفة)

يمثل موقع إنستغرام شبكة التواصل الأولى لحصول قراء الجريدة على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 40.7%، تلاه تويتر بنسبة 29.6%، ولم يحصل الفيس بوك إلا على نسبة 11.1% بينما استأثرت مواقع تواصل اجتماعي أخرى بنسبة 18.5% الباقية.



2-4-6- أكثر الأقسام التي يجذب إليها القارئ في صحيفة الجريدة:

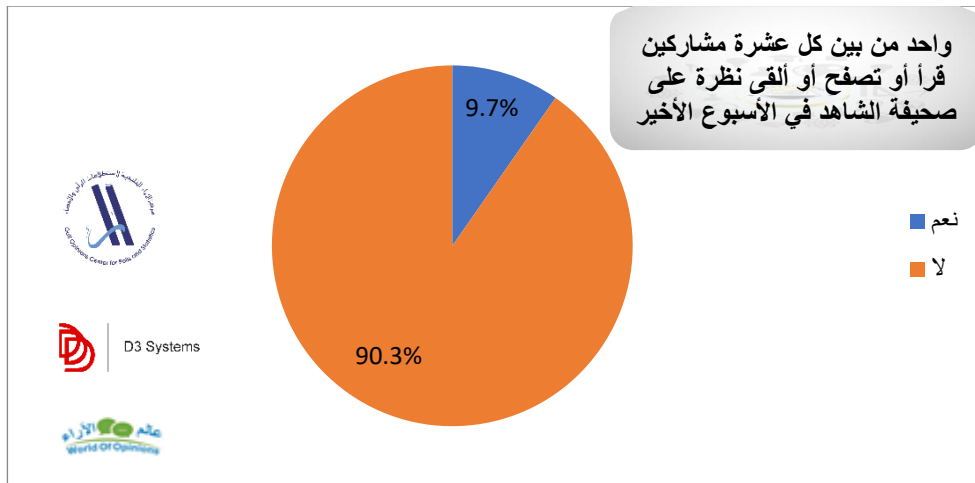
حصلت الصفحة الرئيسية لصحيفة الجريدة على المركز الأول في اهتمام القراء بنسبة تقارب 19%، تلتها المحليات بنسبة 16.3%، ثم الصفحات الرياضية بنسبة 8.8%.



## 5-2- صحيفة الشاهد:

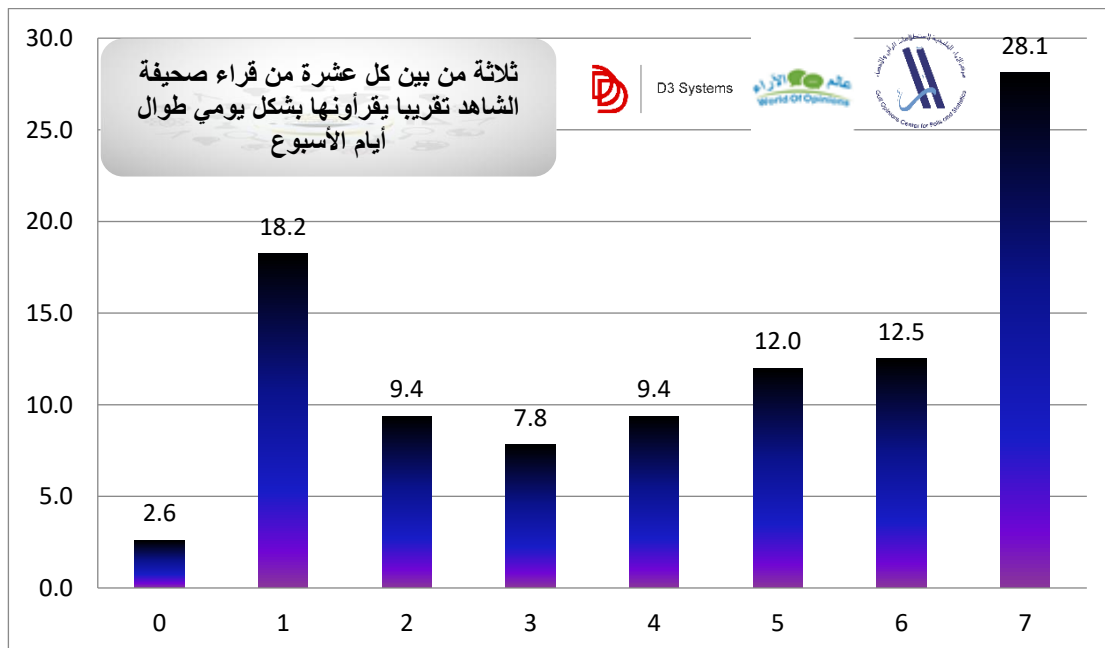
5-2-1- نسبة الذين اطلعوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة الشاهد في الأسبوع الأخير؟

هناك شخص واحد من بين كل عشرة من المشاركين قد اطلع أو تصفح أو القى نظرة على صحيفة الشاهد في الأسبوع الأخير.



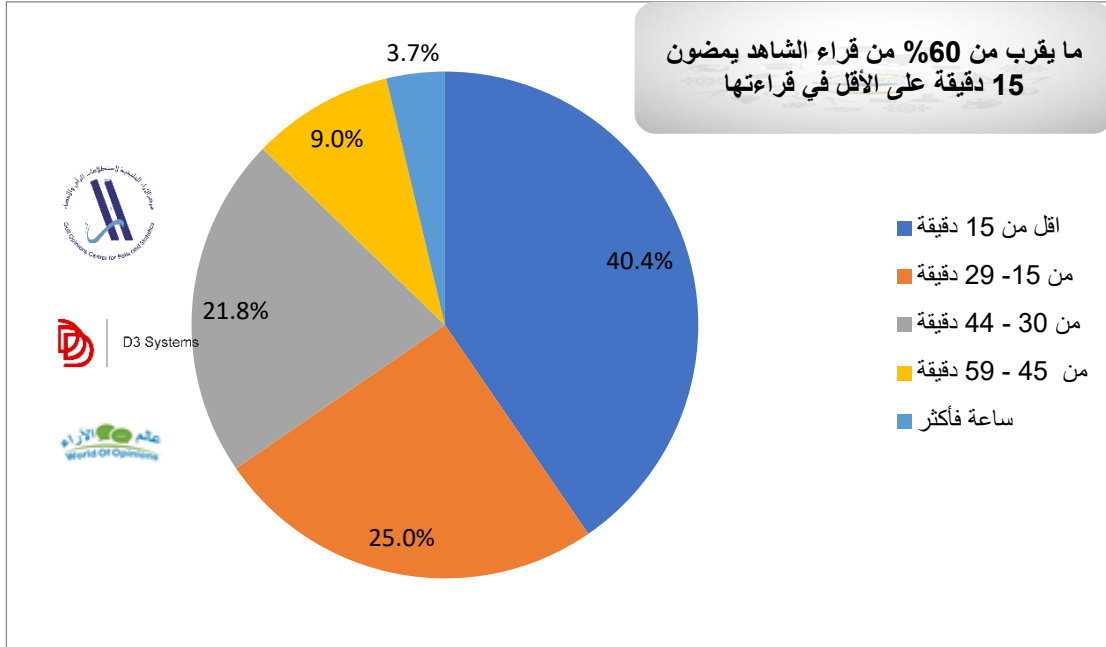
5-2-2- عدد أيام الأسبوع التي عادة يقرأ أو يتصفح فيها القارئ على صحيفة الشاهد؟

تجاوزت نسبة قراء صحيفة الشاهد الذين يتابعونها بشكل يومي الـ 28%، تلتها نسبة من يتابعونها على الأكثر يوماً واحداً وهي 18.2%.



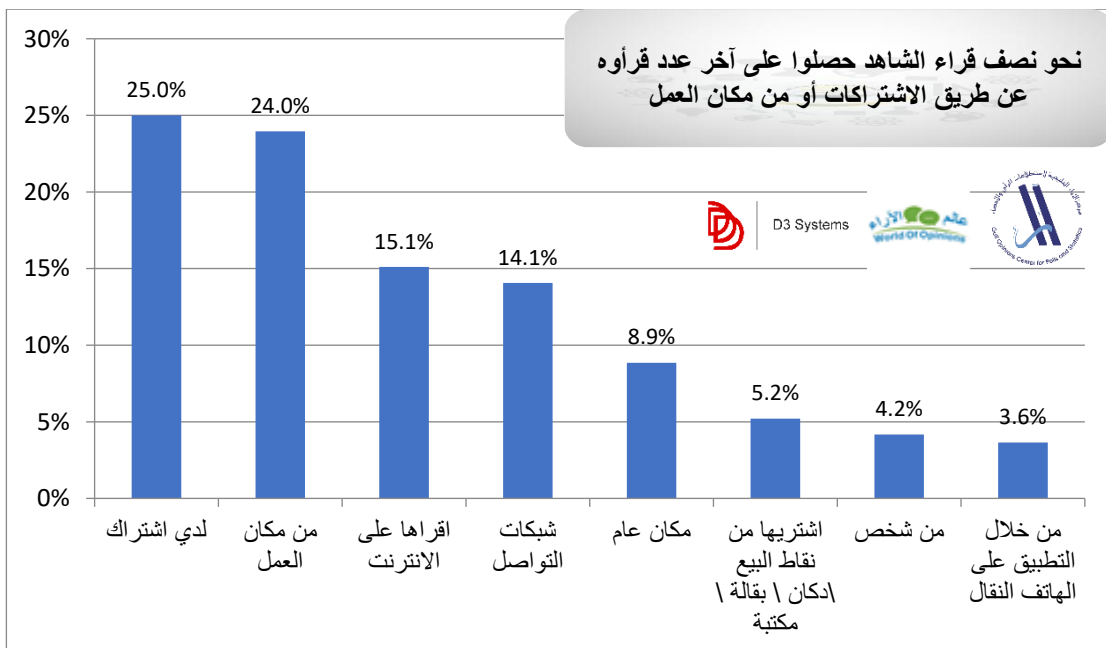
### 3-5-2- الوقت الذي يمضيه القارئ عادة في قراءة صحيفة الشاهد؟

هناك ما يتجاوز 40% من قراء صحيفة الشاهد ممن يمضون أقل من 15 دقيقة في قراءتها، مقابل ما يقارب 25% ممن يمضون من 15-29 دقيقة في قراءتها، في حين أمضى ما يقارب 4% منهم ساعة فأكثر في قراءتها.



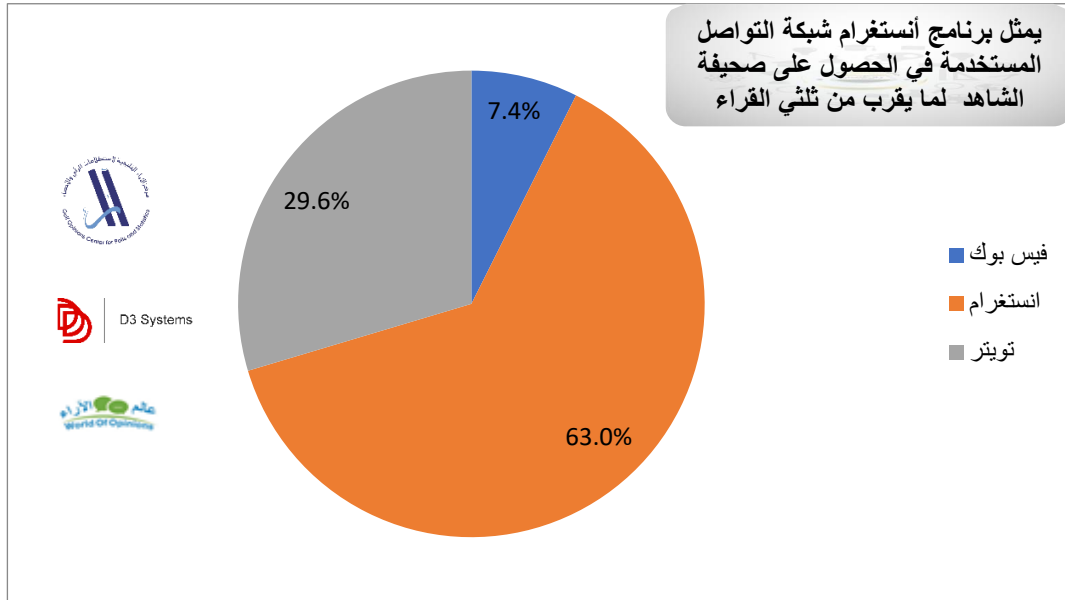
### 4-5-2- الوسيلة التي حصل فيها القارئ على آخر عدد قرأه من صحيفة الشاهد؟

كانت الاشتراكات المصدر الأول لحصول قراء الشاهد على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 25%، تلاها مكان العمل بنسبة 24% ثم الإنترنت بنسبة 15.1% بينما وصلت نسبة الذين حصلوا عليه عن طريق تطبيق الهاتف النقال 3.6% فقط.



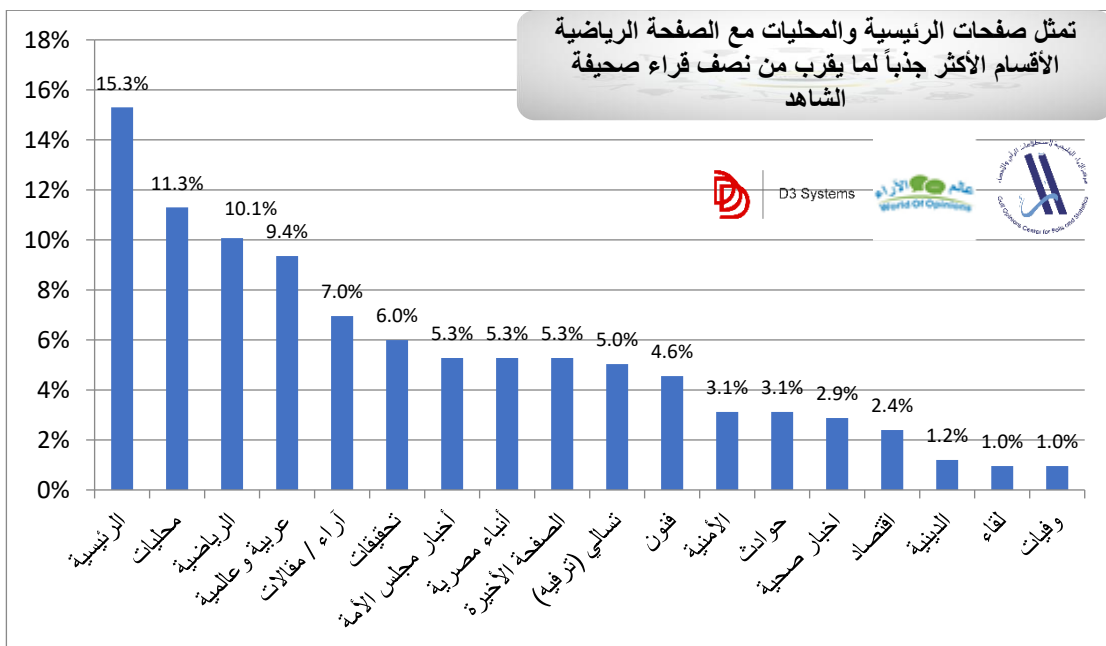
5-5-2- شبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القارئ في الحصول على آخر عدد من صحيفة الشاهد (في حال اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على آخر عدد للصحيفة)

مثل موقع إنستغرام شبكة التواصل الأولى لحصول قراء الشاهد على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 63%، تلاه تويتر بنسبة 29.6%، ثم الفيس بوك بنسبة 7.4%.



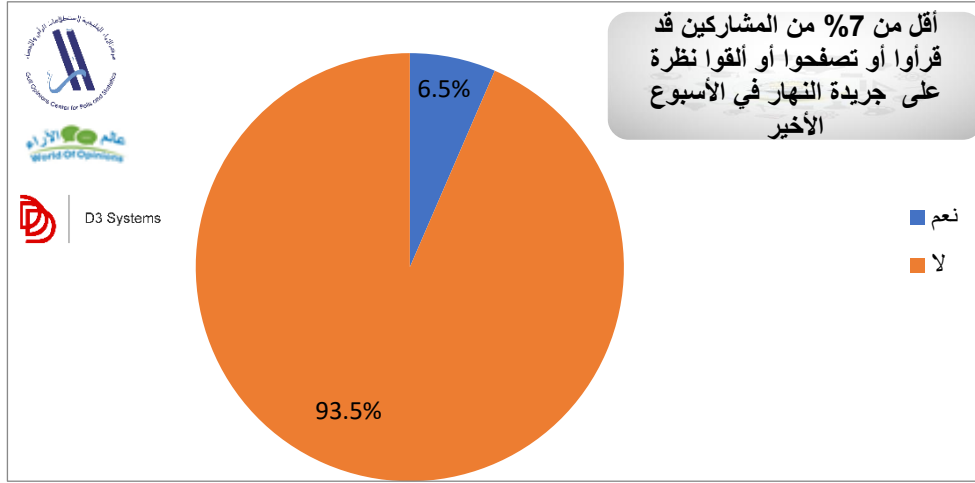
5-5-6- أكثر الأقسام التي يجذب إليها القارئ في صحيفة الشاهد؟

حصلت الصفحة الرئيسية لصحيفة الشاهد على المركز الأول في اهتمام القراء وبنسبة 15.3%، تلتها المحليات بنسبة 11.3%، ثم الصفحات الرياضية بنسبة 10.1%.



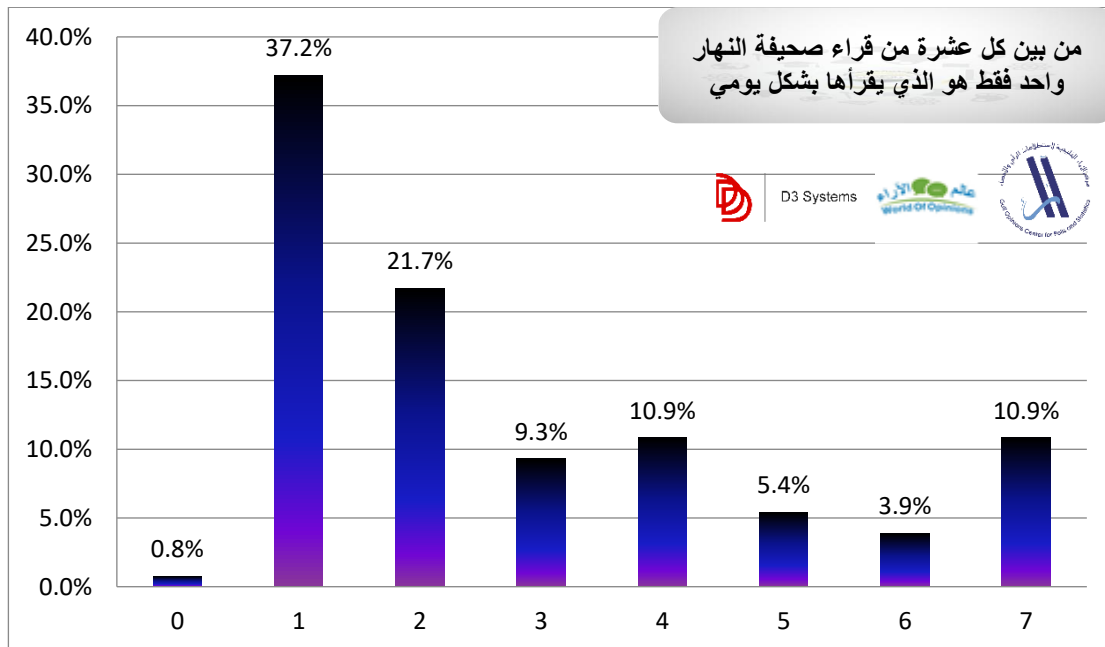
## 6-2- صحيفة النهار:

2-6-1- نسبة الذين اطلعوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة النهار في الأسبوع الأخير؟



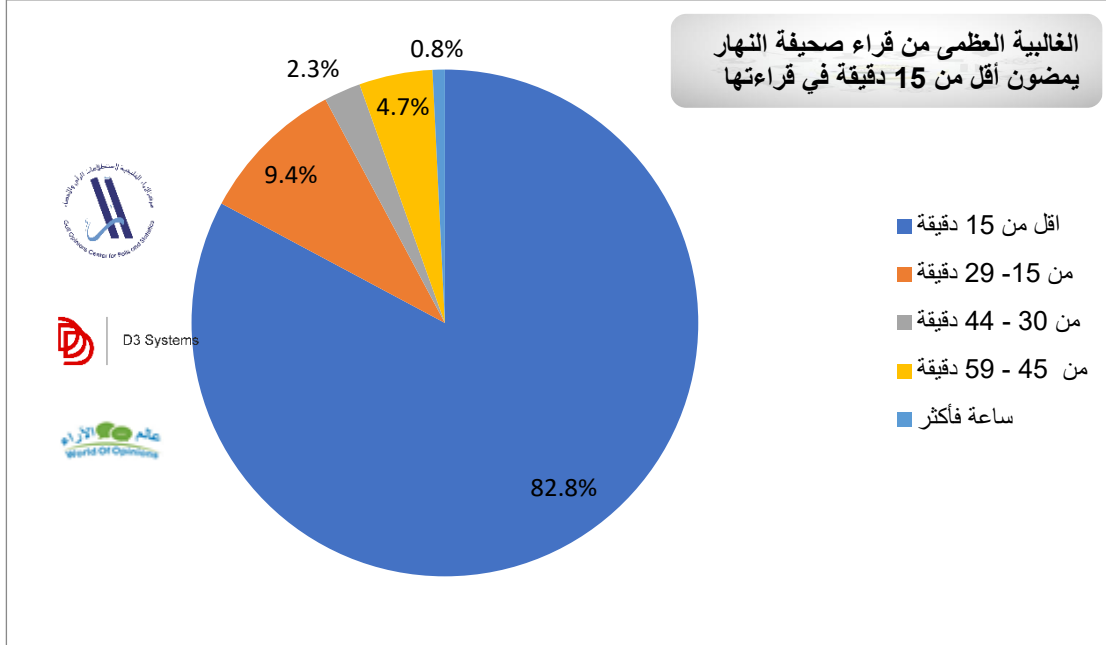
2-6-2- عدد أيام الأسبوع التي عادة يقرأ أو يتصفح فيها القارئ على صحيفة النهار؟

قاربت نسبة قراء صحيفة النهار الذين يتابعونها بشكل يومي على 11%، بينما استأثر من يتابعونها على الأكثر يوماً واحداً بالنسبة الأكبر وهي 37.2%.



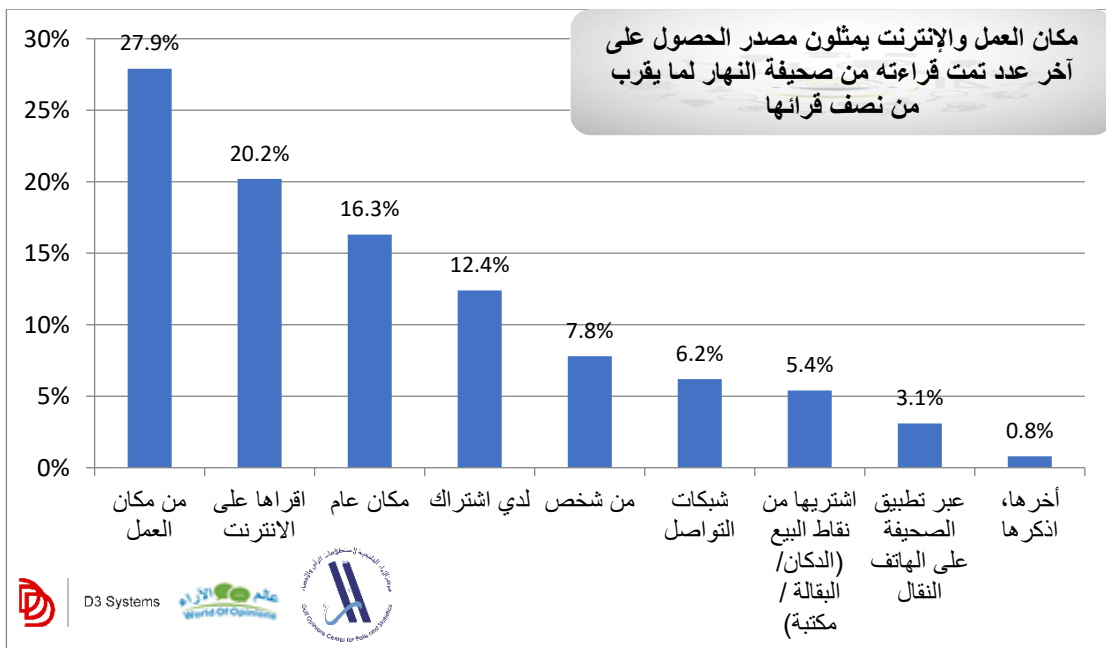
### 2-6-3- الوقت الذي يمضيه القارئ عادة في قراءة صحيفة النهار؟

هناك ما يقارب 83% من قراء صحيفة النهار ممن يمضون أقل من 15 دقيقة في قراءتها، مقابل ما يقارب 9.4% ممن يمضون من 15-29 دقيقة في قراءتها، في حين أمضي أقل من 1% منهم ساعة فأكثر في قراءتها.



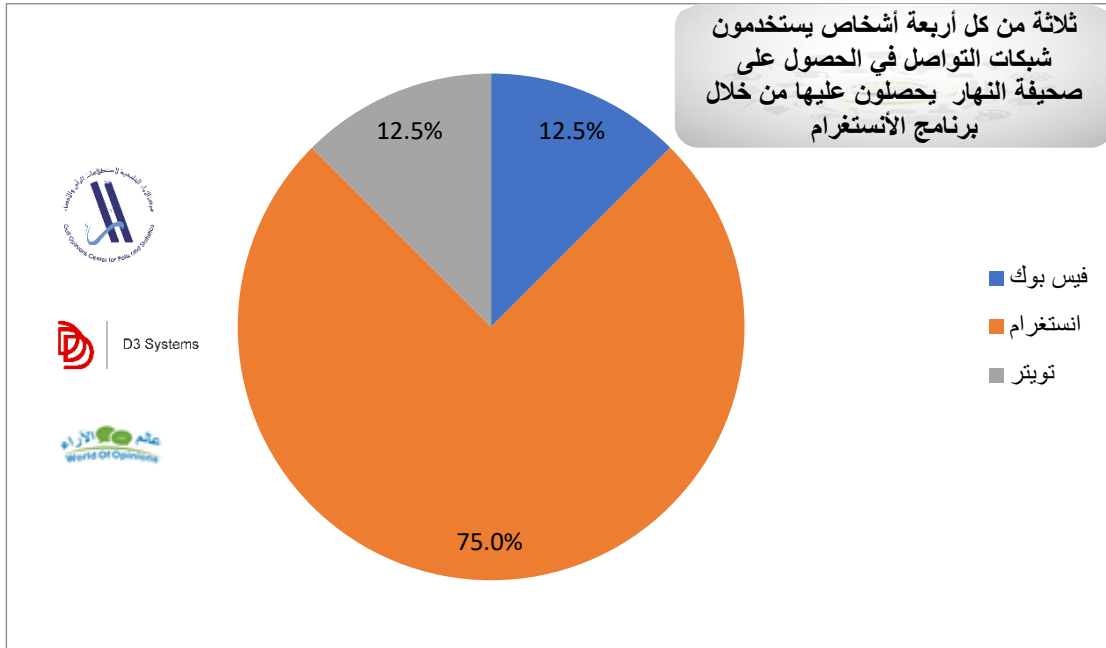
### 2-6-4- الوسيلة التي حصل فيها القارئ على آخر عدد قرأه من صحيفة النهار؟

كان مكان العمل المصدر الأول لحصول قراء النهار على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة قاربت 28%، تلتها الإنترنت بنسبة 20.2% ثم الأماكن العامة بنسبة 16.3% بينما وصلت نسبة الذين حصلوا عليه عن طريق تطبيق الهاتف النقال 3.1% فقط.



2-6-5- شبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القارئ في الحصول على آخر عدد من صحيفة النهار (في حال اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على آخر عدد للصحيفة)

كان موقع إنستغرام شبكة التواصل الأولى لحصول قراء النهار على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 75%، تلاه تويتر وفيس بوك بنسبة 12% لكل منهما.



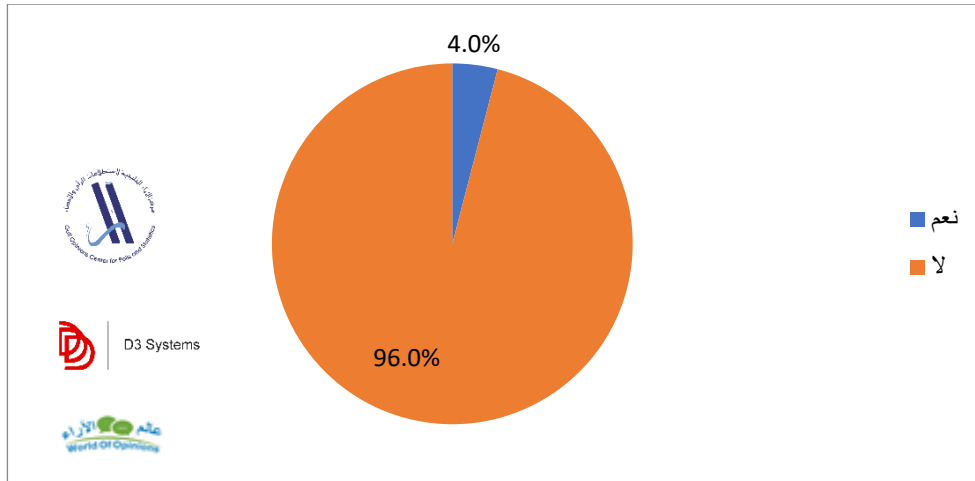
2-6-6- أكثر الأقسام التي ينجذب إليها القارئ في صحيفة النهار؟

كانت الصفحة الرئيسية لصحيفة النهار في المركز الأول في اهتمام القراء وبنسبة تقارب 15%، تلتها المحليات بنسبة 9% تقريباً، ثم الأخبار العربية بنسبة 8.5%.

## 7-2- صحيفة الكويتية:

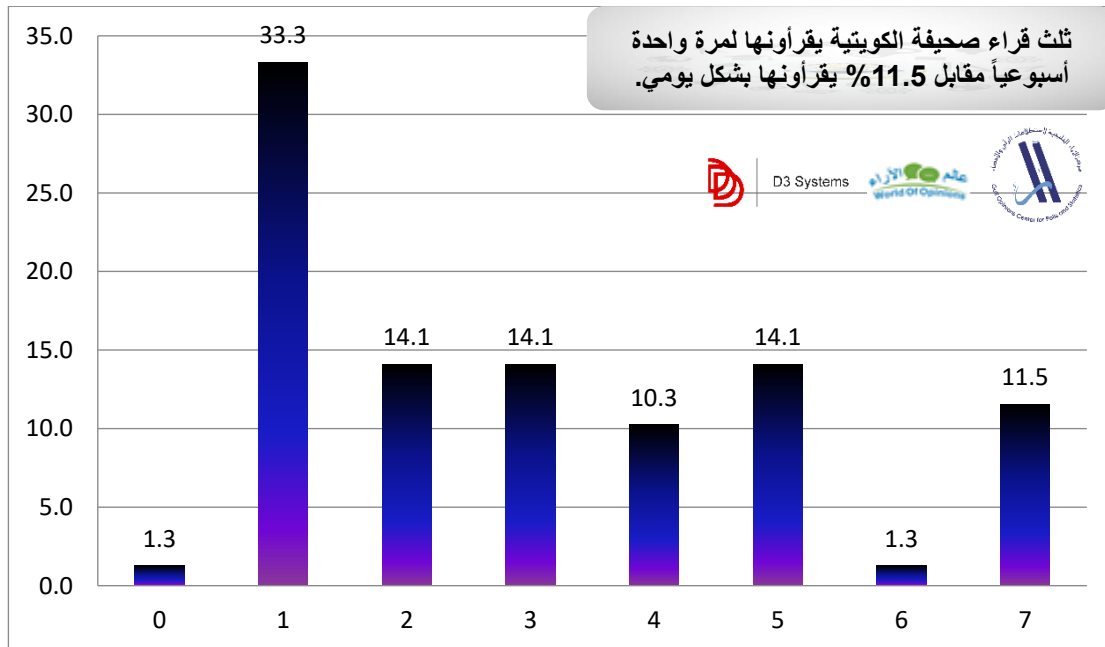
7-2-1- نسبة الذين اطلعوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة الكويتية في الأسبوع الأخير؟

الغالبية العظمى من المشاركين لم تقرأ أو تتصفح أو تلقي نظرة على صحيفة الكويتية في الأسبوع الأخير حيث لم تتجاوز نسبة الذين قرأوها 4% من المشاركين.



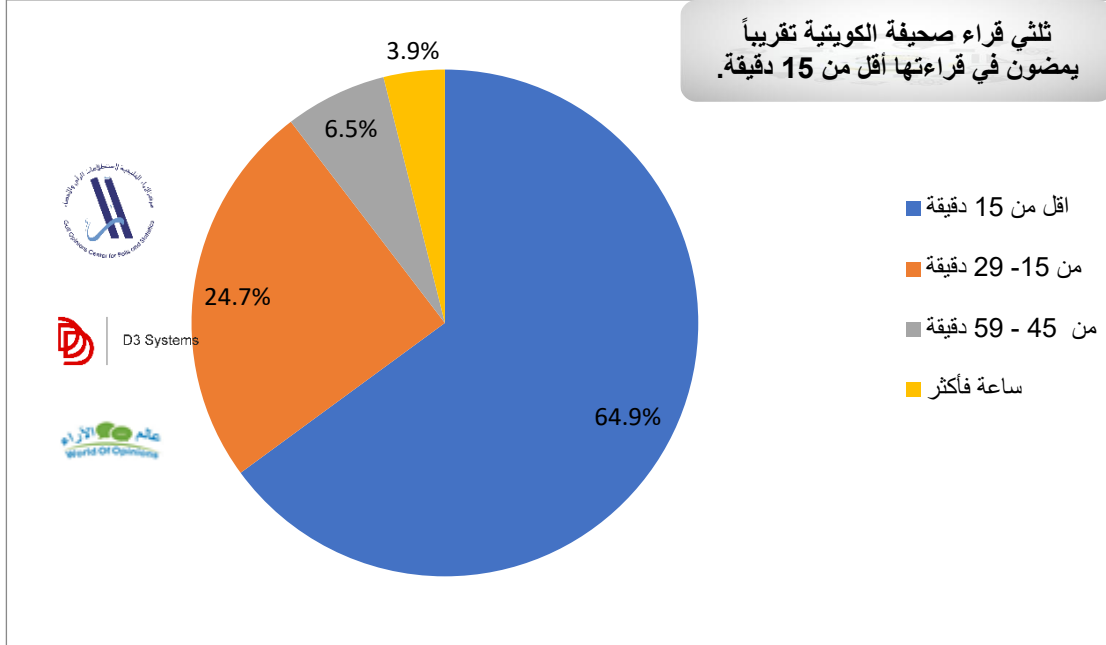
7-2-2- عدد أيام الأسبوع التي عادة يقرأ أو يتصفح فيها القارئ على صحيفة الكويتية؟

بلغت نسبة قراء صحيفة الكويتية الذين يتابعونها بشكل يومي 11.5%، بينما استأثر من يتابعونها على الأكثر يوماً واحداً على النسبة الأكبر وهي 33.3%.



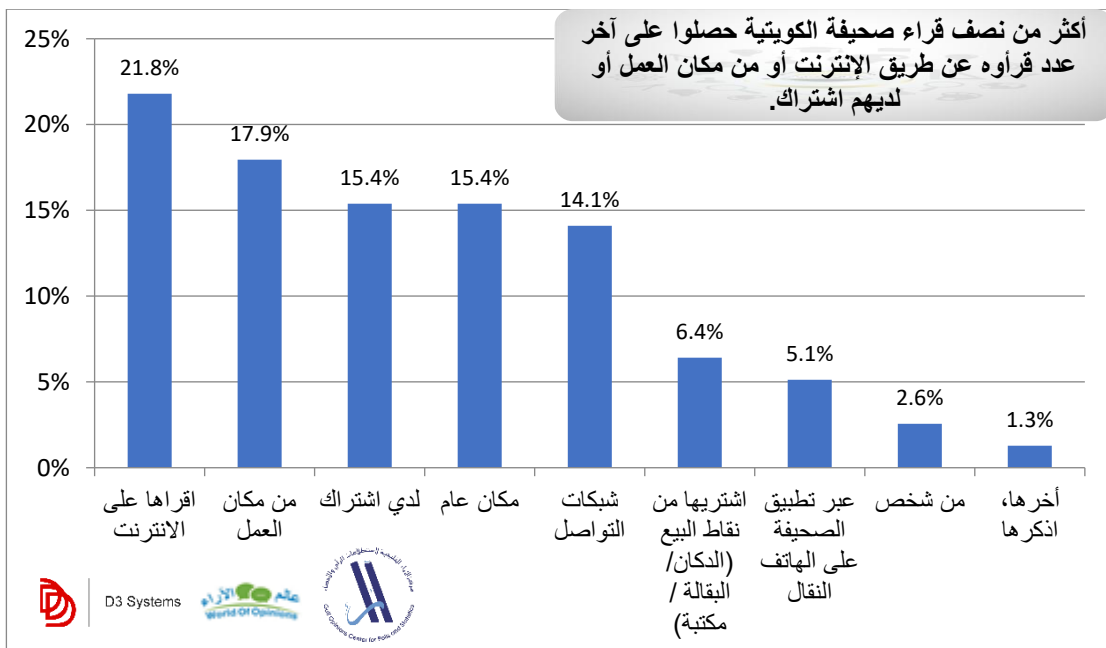
### 3-7-2- الوقت الذي يمضيه القارئ عادة في قراءة صحيفة الكويتية؟

هناك 64.9% من قراء صحيفة الكويتية ممن يمضون أقل من 15 دقيقة في قراءتها، مقابل 24.7% ممن يمضون من 15-29 دقيقة في قراءتها، في حين أمضى 3.9% منهم فقط ساعة فأكثر في قراءتها.



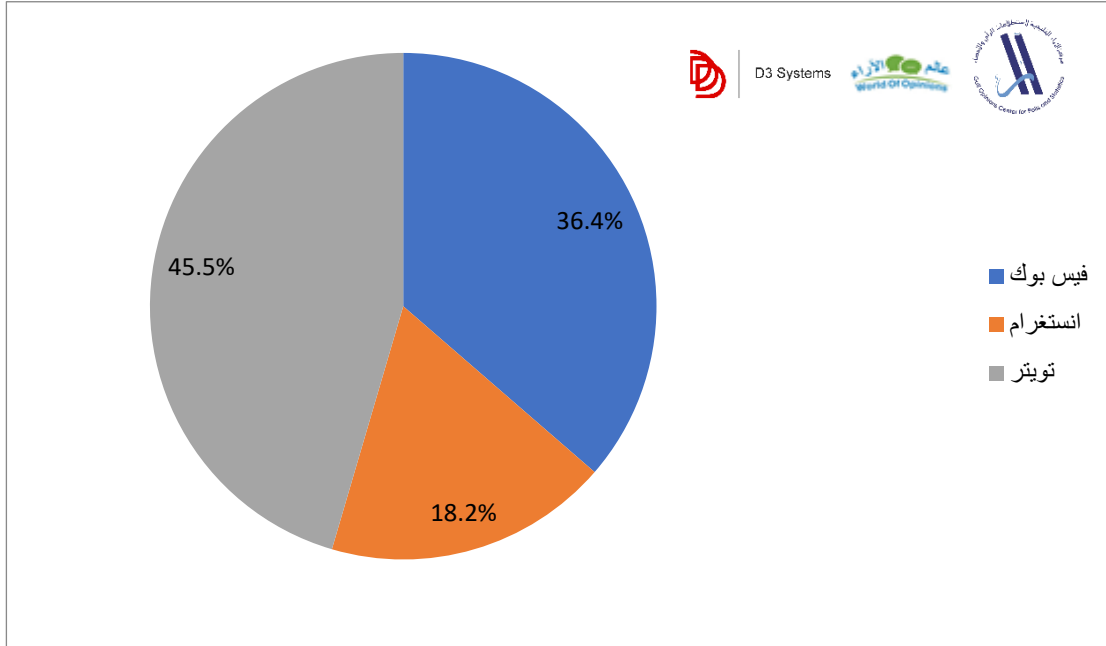
### 4-7-2- الوسيلة التي حصل فيها القارئ على آخر عدد قرأه من صحيفة الكويتية؟

كانت شبكة الإنترنت المصدر الأول لحصول قراء الكويتية على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 21.8%، تلاها مكان العمل بنسبة 17.9%، ثم الاشتراكات بنسبة 15.4%، بينما وصلت نسبة الذين حصلوا عليه عن طريق تطبيق الهاتف النقال 5.1% فقط.



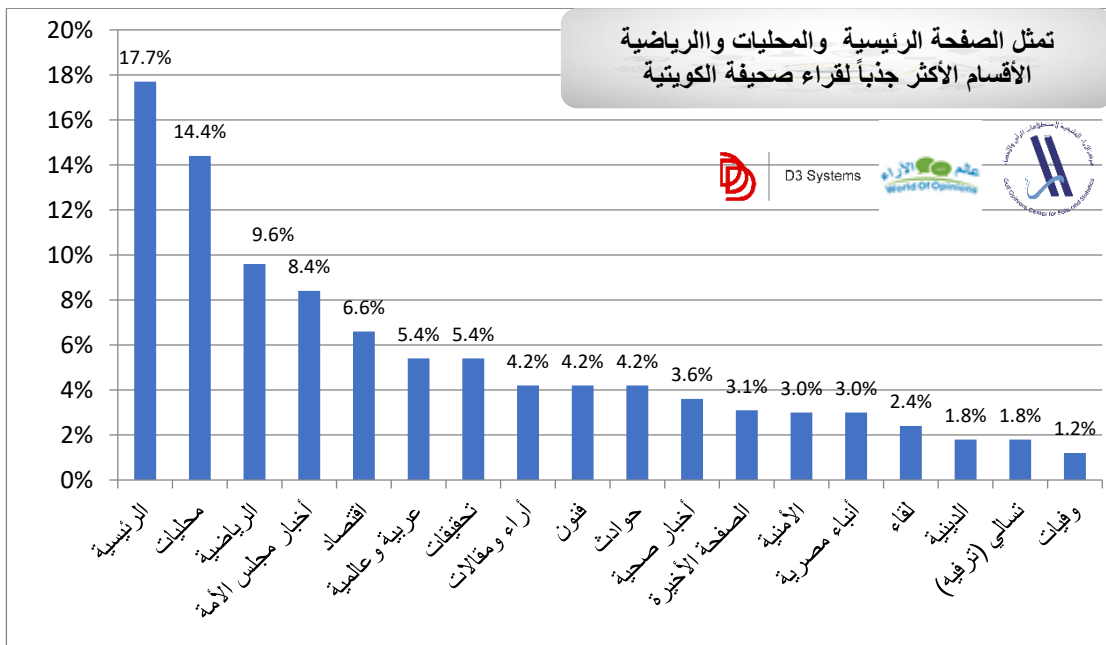
5-7-2- شبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القارئ في الحصول على آخر عدد من صحيفة الكويتية (في حال اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على آخر عدد للصحيفة)

برنامج تويتر هو الأكثر استخداماً بين شبكات التواصل في الحصول على صحيفة الكويتية بنسبة 45.5%، يليه الفيس بوك بنسبة 36.4%، ثم الإنستغرام بنسبة 18.2%.



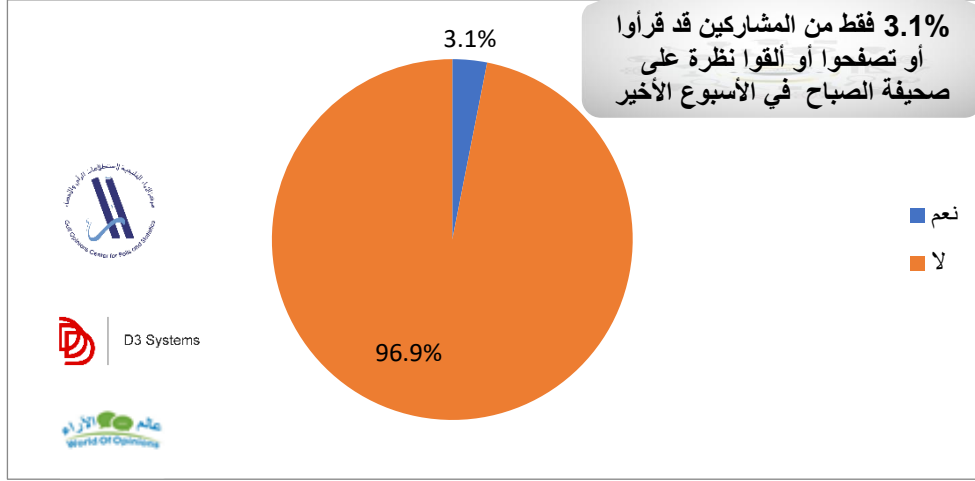
6-7-2- أكثر الأقسام التي يجذب إليها القارئ في صحيفة الكويتية؟

احتلت الصفحة الرئيسية لصحيفة الكويتية المركز الأول في اهتمام القراء بنسبة 17.7%، تلتها المحايات بنسبة 14.4%، ثم الصفحات الرياضية بنسبة 9.6%.



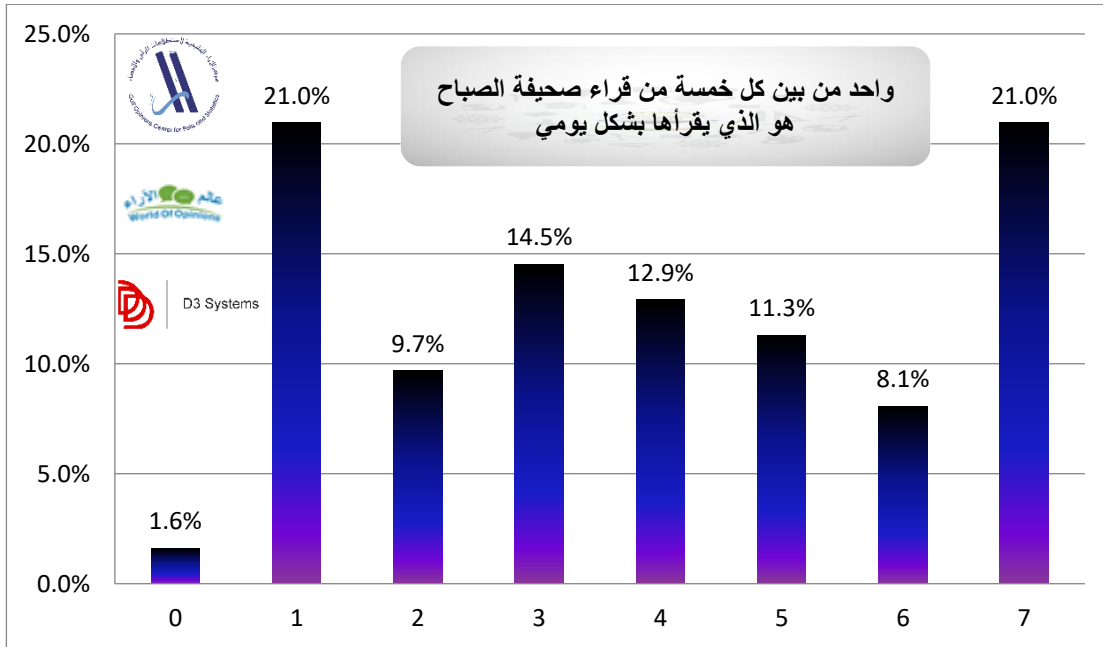
## 8-2- صحيفة الصباح:

2-8-1- نسبة الذين اطلعوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة الصباح في الأسبوع الأخير؟



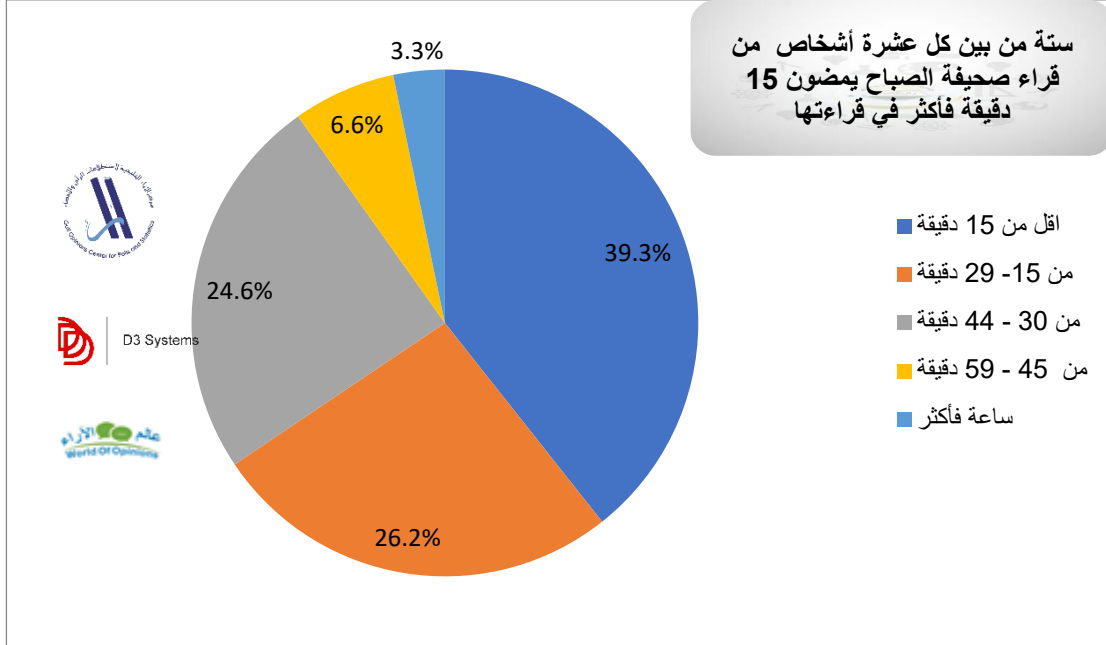
2-8-2- عدد أيام الأسبوع التي عادة يقرأ أو يتصفح فيها القارئ على صحيفة الصباح؟

بلغت نسبة قراء صحيفة الصباح الذين يتابعونها بشكل يومي على 21%، بينما حصل من يتابعونها على الأكثر يوماً واحداً على ذات النسبة.



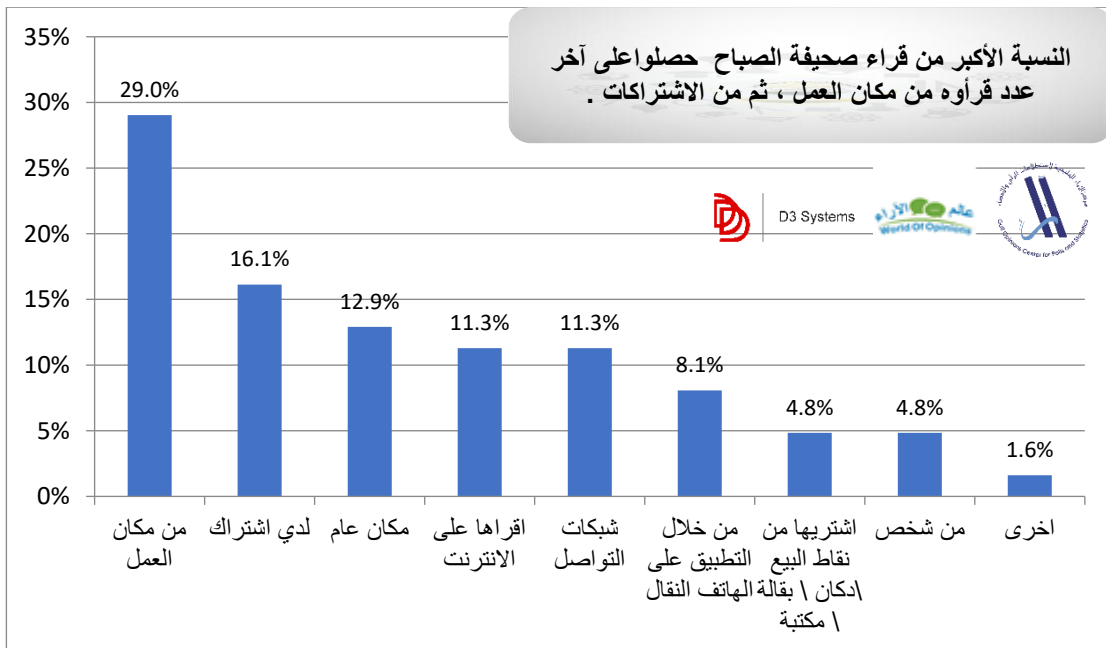
### 3-8-2- الوقت الذي يمضيه القارئ عادة في قراءة صحيفة الصباح؟

هناك 39.3% من قراء صحيفة الصباح ممن يمضون أقل من 15 دقيقة في قراءتها، مقابل 26.2% ممن يمضون من 15-29 دقيقة في قراءتها، في حين أمضى 3.3% منهم ساعة فأكثر في قراءتها.



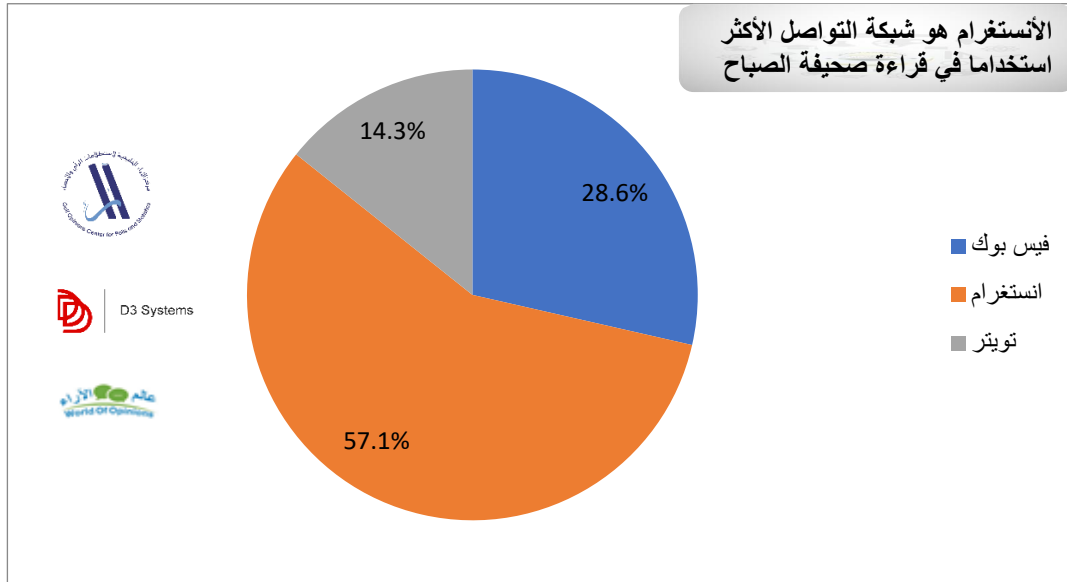
### 4-8-2- الوسيلة التي حصل فيها القارئ على آخر عدد قرأه من صحيفة الصباح؟

كان مكان العمل المصدر الأول لحصول قراء الصباح على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 29%، تلتها الاشتراكات بنسبة 16.1% ثم الأماكن العامة بنسبة 12.9% بينما وصلت نسبة الذين حصلوا عليه عن طريق تطبيق الهاتف النقال 8.1% فقط.



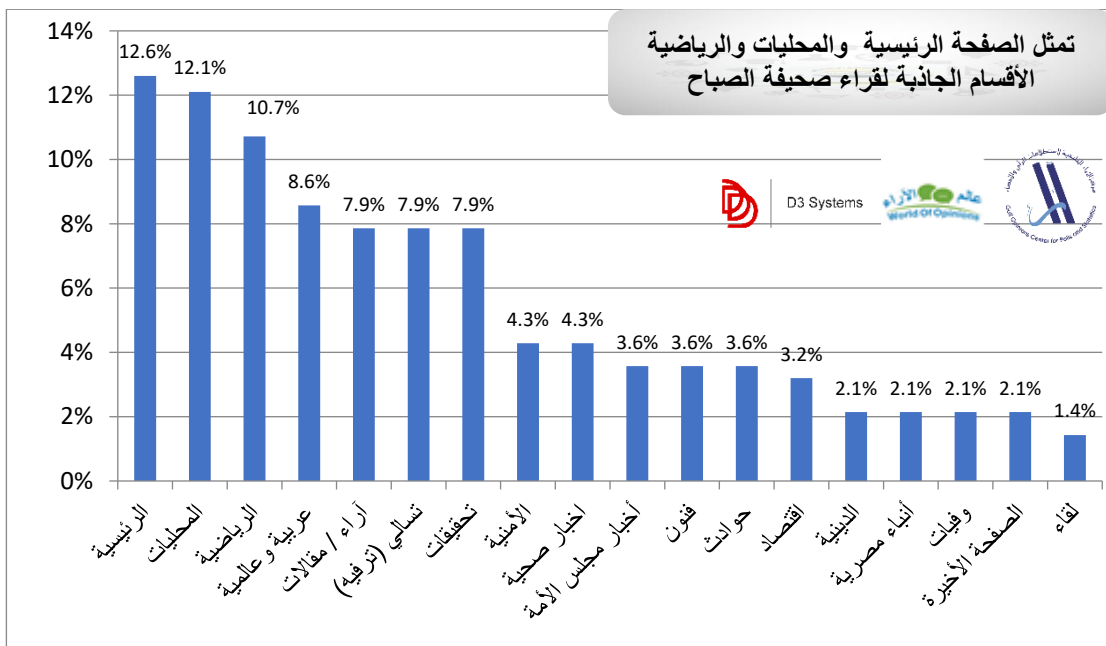
5-8-2- شبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القارئ في الحصول على آخر عدد من صحيفة الصباح (في حال اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على آخر عدد للصحيفة)

كان موقع إنستغرام شبكة التواصل الأولى لحصول قراء الصباح على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 57.1%، تلاه تويتر بنسبة 28.6%، ثم فيس بوك بنسبة 14.3%.



6-8-2- أكثر الأقسام التي يجذب إليها القارئ في صحيفة الصباح؟

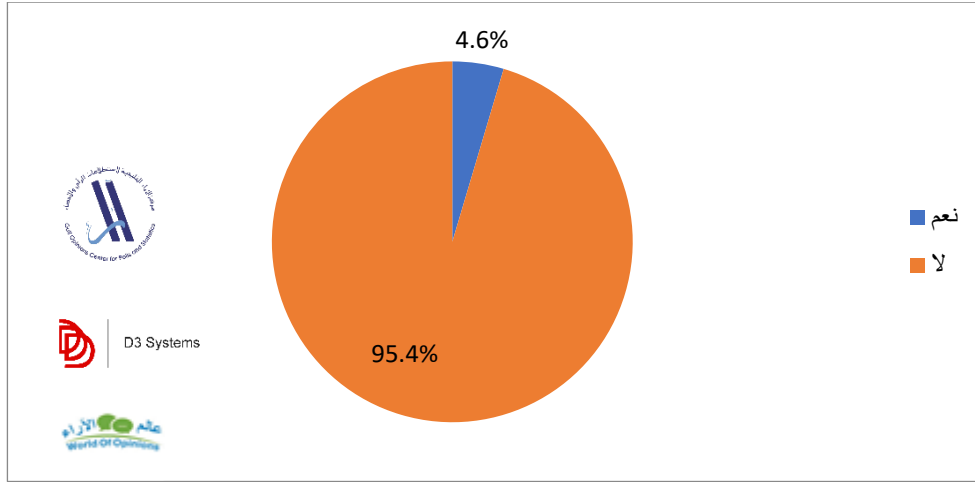
حصلت الصفحة الرئيسية لصحيفة الصباح على المركز الأول في اهتمام القراء وبنسبة 12.6%، تلتها المحليات بنسبة 12.1%، ثم الصفحات الرياضية بنسبة 10.7%.



## 9-2- صحيفة السياسة:

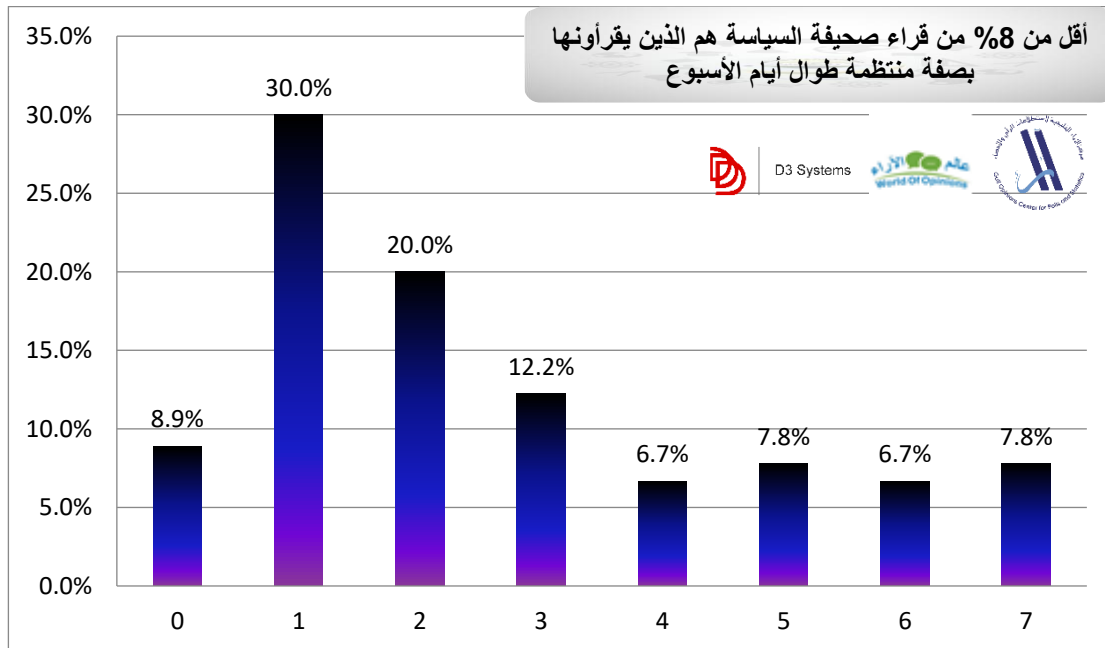
9-2-1- نسبة الذين اطلعوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة السياسة في الأسبوع الأخير؟

هناك ما يقرب من خمسة أشخاص من بين كل مائة من المشاركين في الاستطلاع ممن قرأوا صحيفة السياسة أو تصفحوها أو ألقوا عليها نظرة في الأسبوع الأخير.



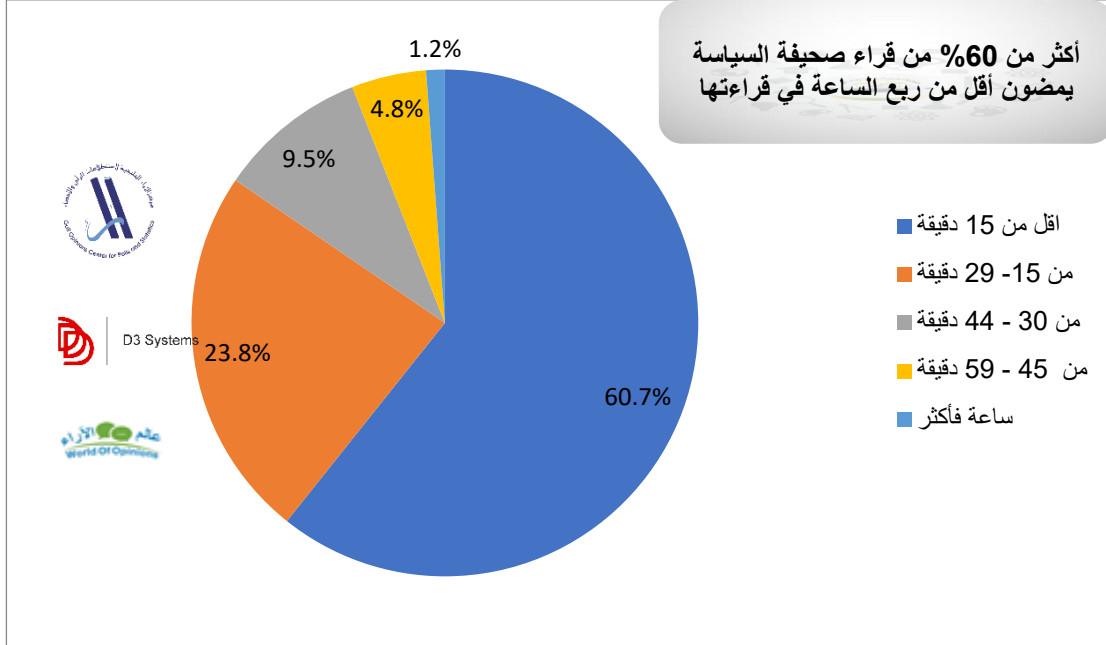
9-2-2- عدد أيام الأسبوع التي عادة يقرأ أو يتصفح فيها القارئ على صحيفة السياسة؟

وصلت نسبة قراء صحيفة السياسة الذين يتابعونها بشكل يومي إلى ما يقارب 8%، بينما استأثر من يتابعونها على يوماً واحداً الأكثر بالنسبة الأكبر وهي 30%.



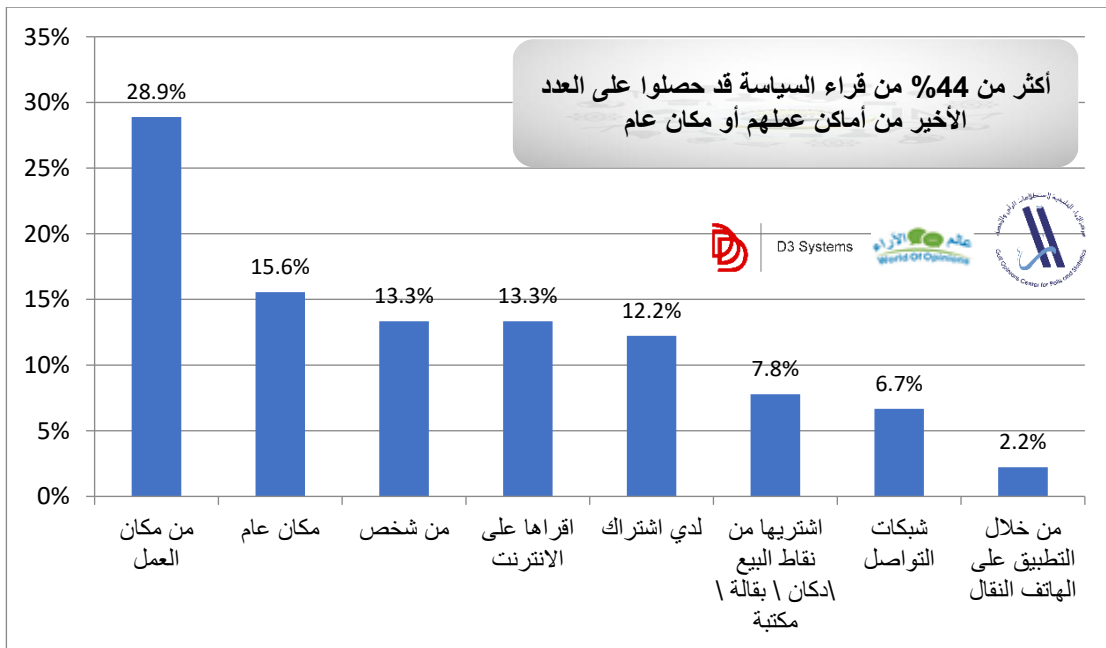
### 2-9-3- الوقت الذي يمضيه القارئ عادة في قراءة صحيفة السياسة:

هناك ما يتجاوز 60% من قراء صحيفة السياسة ممن يمضون أقل من 15 دقيقة في قراءتها، مقابل ما يقارب 24% ممن يمضون من 15-29 دقيقة في قراءتها، في حين أمضى 1.2% منهم ساعة فأكثر في قراءتها.



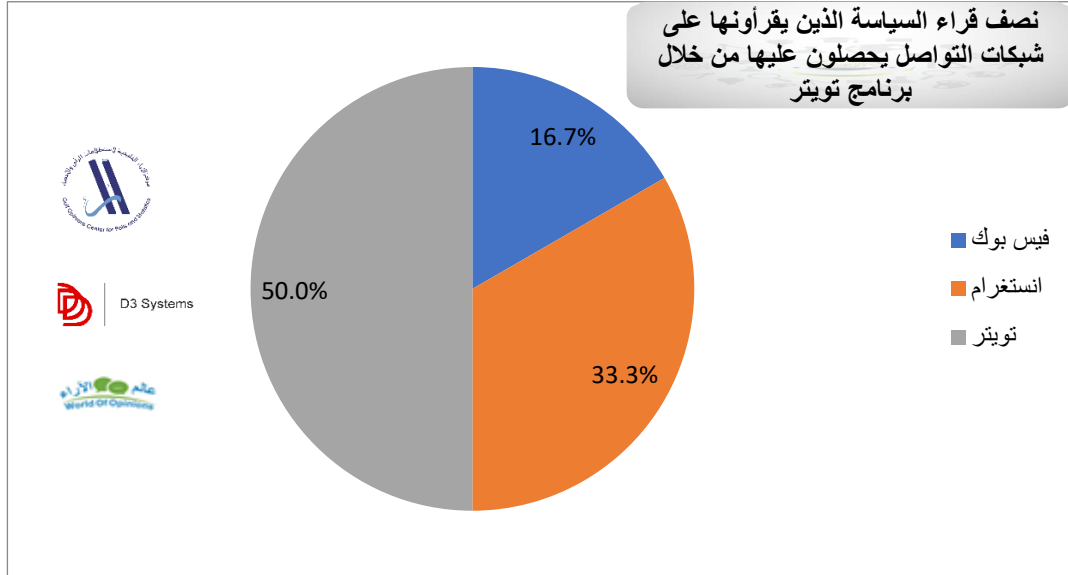
### 2-9-4- الوسيلة التي حصل فيها القارئ على آخر عدد قرأه من صحيفة السياسة؟

كان مكان العمل المصدر الأول لحصول قراء السياسة على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة قاربت 29%، تلتها الأماكن العامة بنسبة 15.6% ثم من شخص بنسبة 13.3% بينما وصلت نسبة الذين حصلوا عليه عن طريق تطبيق الهاتف النقال 2.2% فقط.



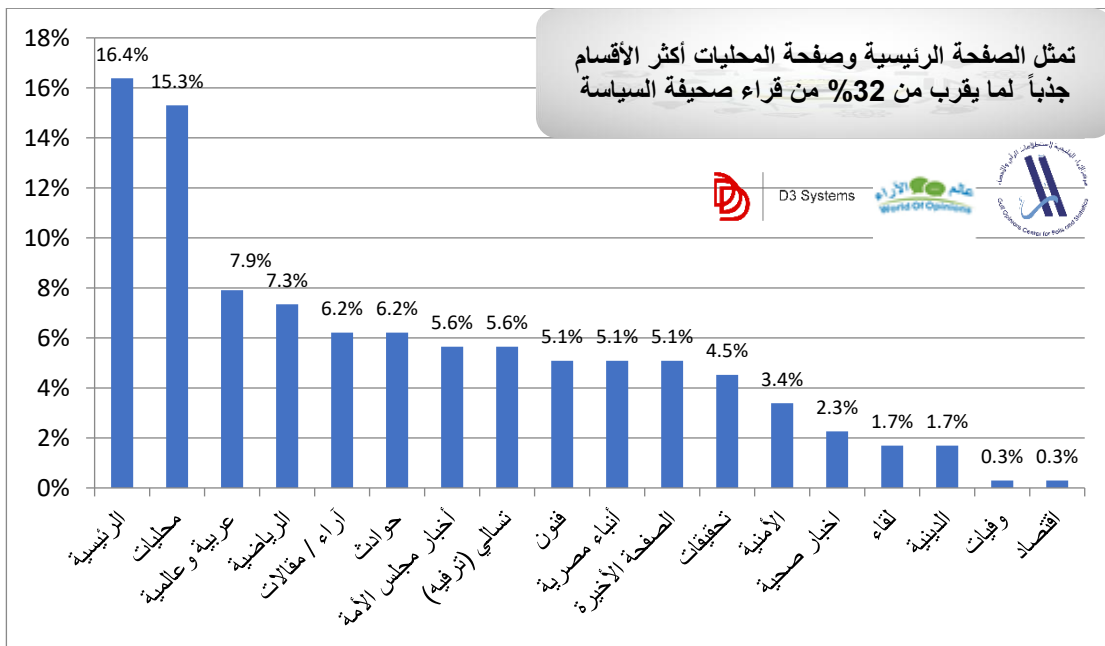
2-9-5- شبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القارئ في الحصول على آخر عدد من صحيفة السياسة (في حال اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على آخر عدد للصحيفة)

كان موقع تويتر شبكة التواصل الأولى لحصول قراء الجريدة على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 50%، تلاه إنستغرام بنسبة 33.3%، ثم الفيس بوك بنسبة 16.7%.



2-9-6- أكثر الأقسام التي يجذب إليها القارئ في صحيفة السياسة؟

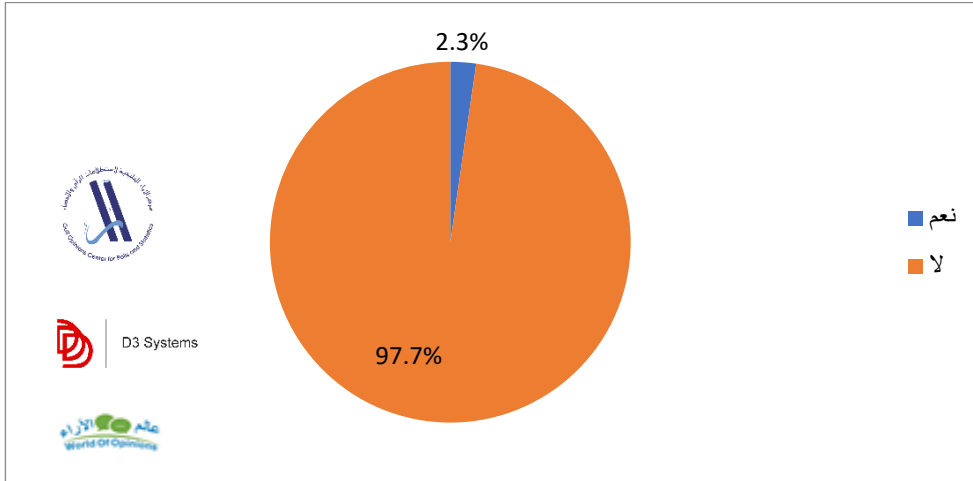
حصلت الصفحة الرئيسية لصحيفة السياسة على المركز الأول في اهتمام القراء بنسبة 16.4%، تلتها المحليات بنسبة 15.3%، ثم الأخبار العربية بنسبة تقارب 8%.



## 10-2- صحيفة الوسط:

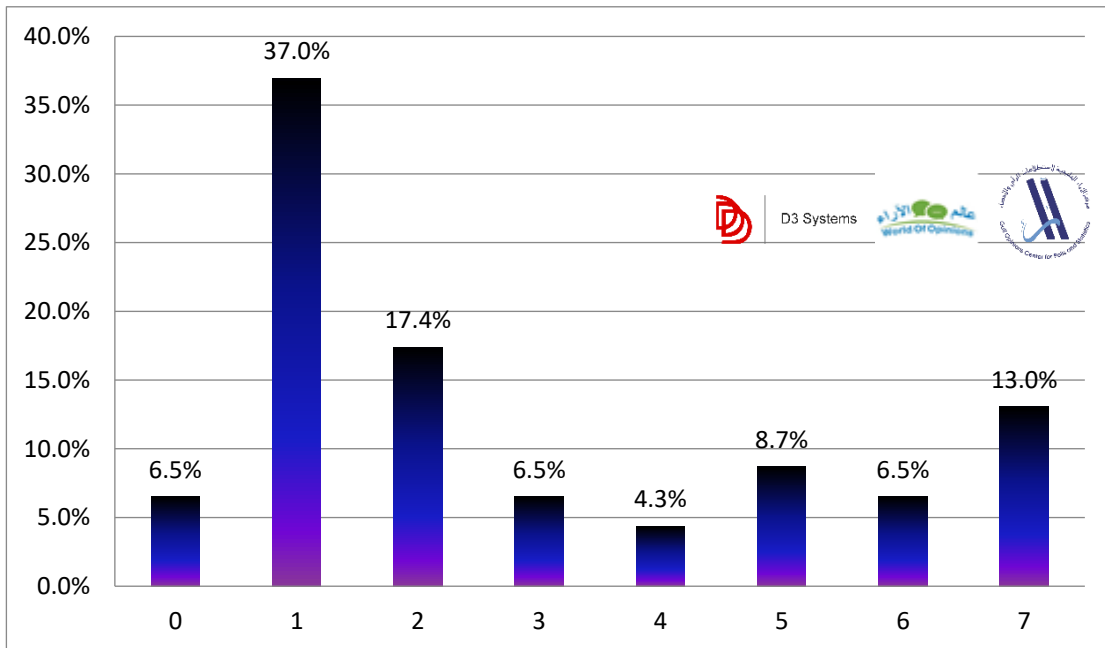
10-2-1- نسبة الذين اطلعوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة الوسط في الأسبوع الأخير؟

هناك أقل من 2.5% من المشاركين ممن قرأوا أو تصفحوا أو القوا نظرة على صحيفة الوسط في الأسبوع الأخير.



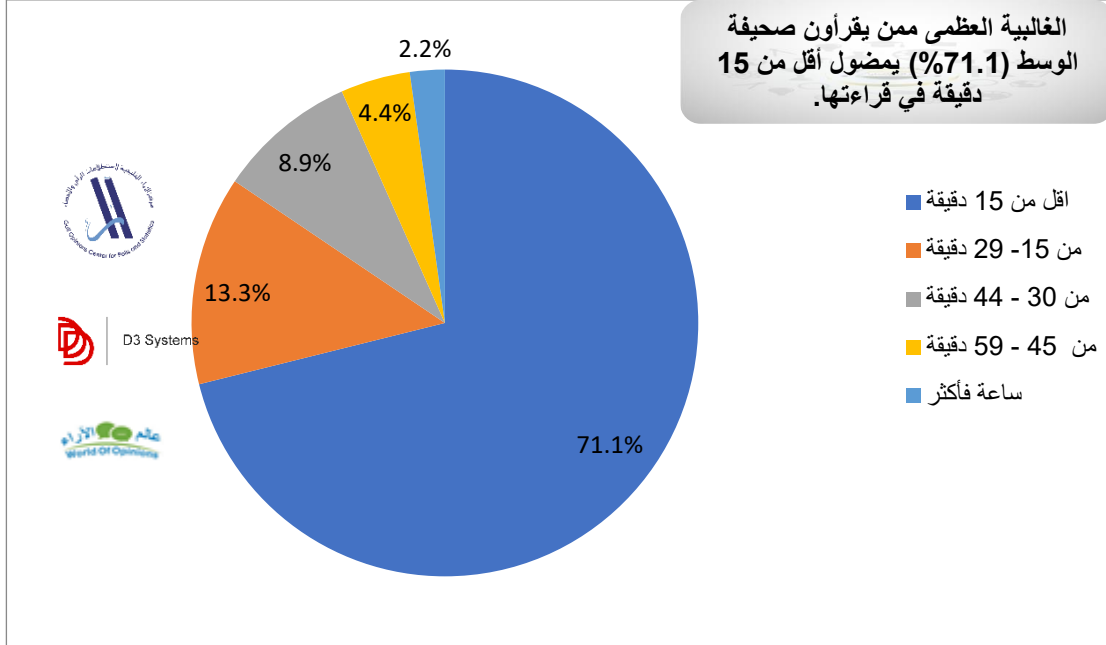
10-2-2- عدد أيام الأسبوع التي عادة يقرأ أو يتصفح فيها القارئ على صحيفة الوسط؟

بلغت نسبة قراء صحيفة الوسط الذين يتابعونها بشكل يومي 13%، بينما استأثر من يتابعونها على الأكثر يوماً واحداً على النسبة الأكبر وهي 37%.



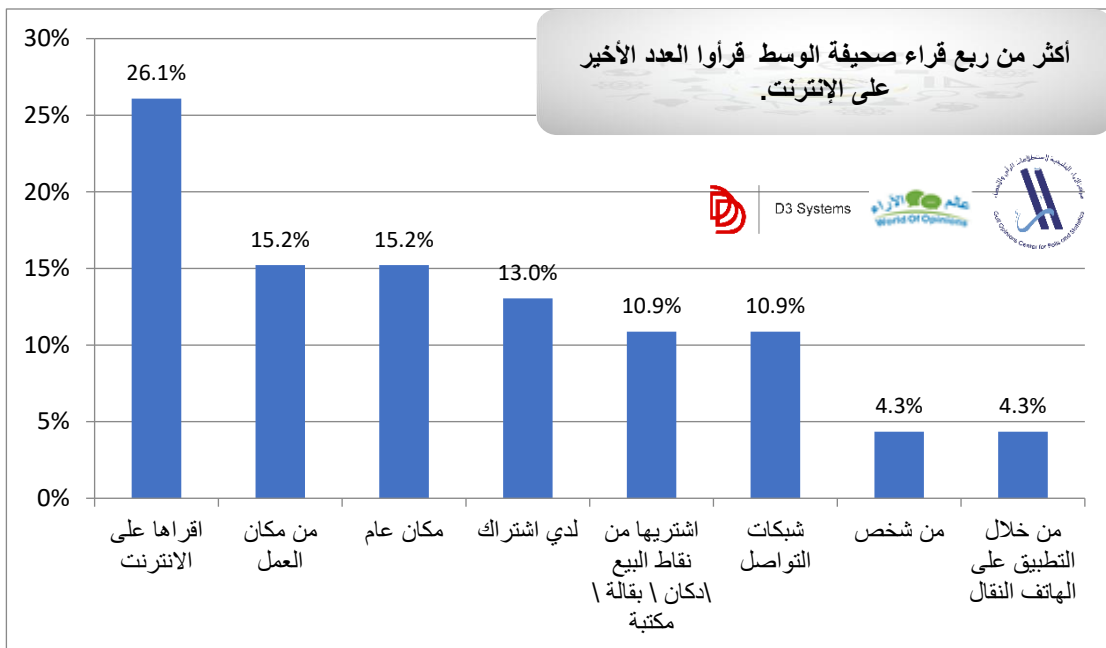
### 2-10-3- الوقت الذي يمضيه القارئ عادة في قراءة صحيفة الوسط؟

هناك 71.1% من قراء صحيفة الوسط ممن يمضون أقل من 15 دقيقة في قراءتها، مقابل 13.3% ممن يمضون من 15-29 دقيقة في قراءتها، في حين أمضى 2.2% منهم فقط ساعة فأكثر في قراءتها.



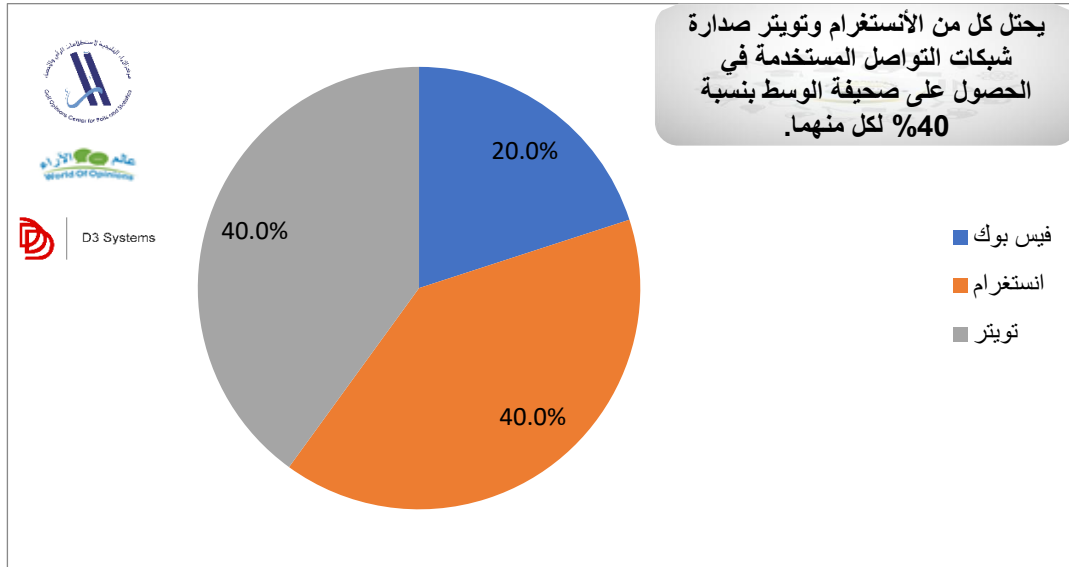
### 2-10-4- الوسيلة التي حصل فيها القارئ على آخر عدد قرأه من صحيفة الوسط؟

كانت شبكة الإنترنت المصدر الأول لحصول قراء الوسط على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 26.1%، تلاها مكان العمل والأماكن العامة بنسبة 15.2% لكل منهما، بينما وصلت نسبة الذين حصلوا عليه عن طريق تطبيق الهاتف النقال 4.3% فقط.



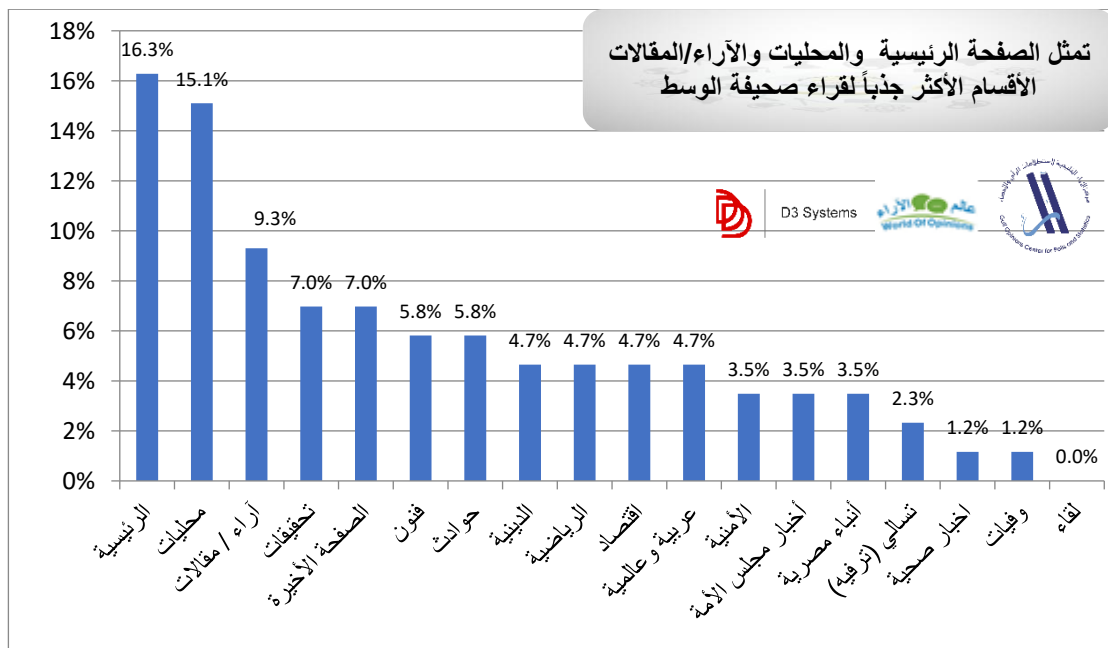
2-10-5- شبكة التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القارئ في الحصول على آخر عدد من صحيفة الوسط (في حال اعتماده على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على آخر عدد للصحيفة)

مثل موقع إنستغرام وتويتر شبكة التواصل الأولى لحصول قراء الوسط على آخر عدد قرأوه من الصحيفة بنسبة 40% لكل منهما، تلاهما فيس بوك بنسبة 20%.

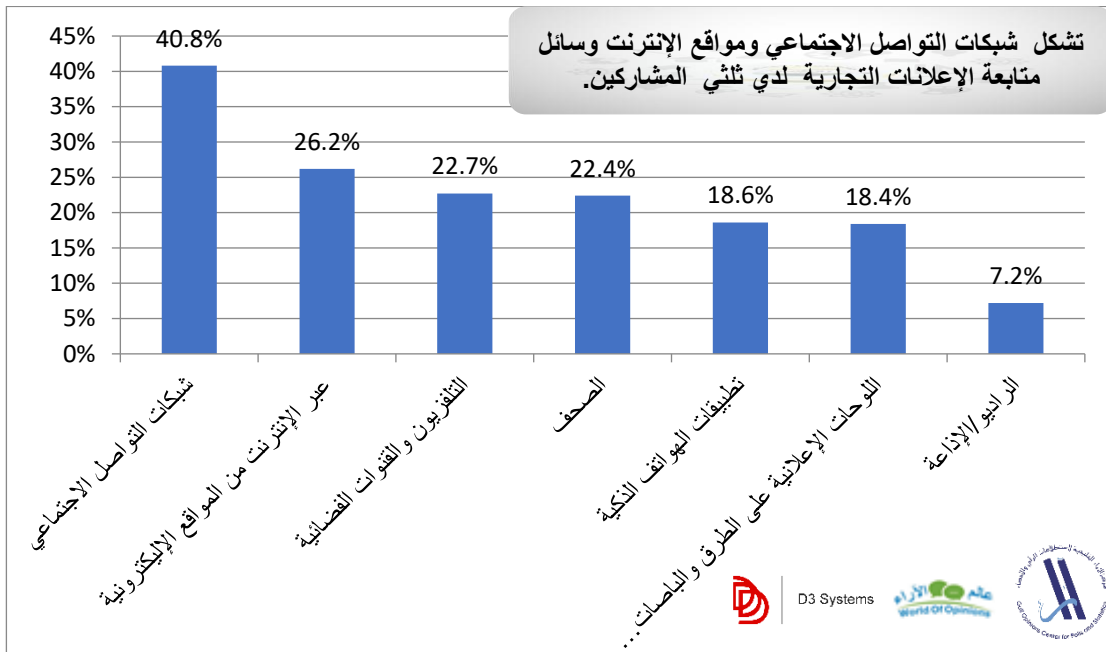


2-10-6- أكثر الأقسام التي يجذب إليها القارئ في صحيفة الوسط؟

حصلت الصفحة الرئيسية لصحيفة الوسط على المركز الأول في اهتمام القراء وبنسبة 16.3%، تلتها المحليات بنسبة 15.1%، ثم الآراء/المقالات بنسبة 9.3%.

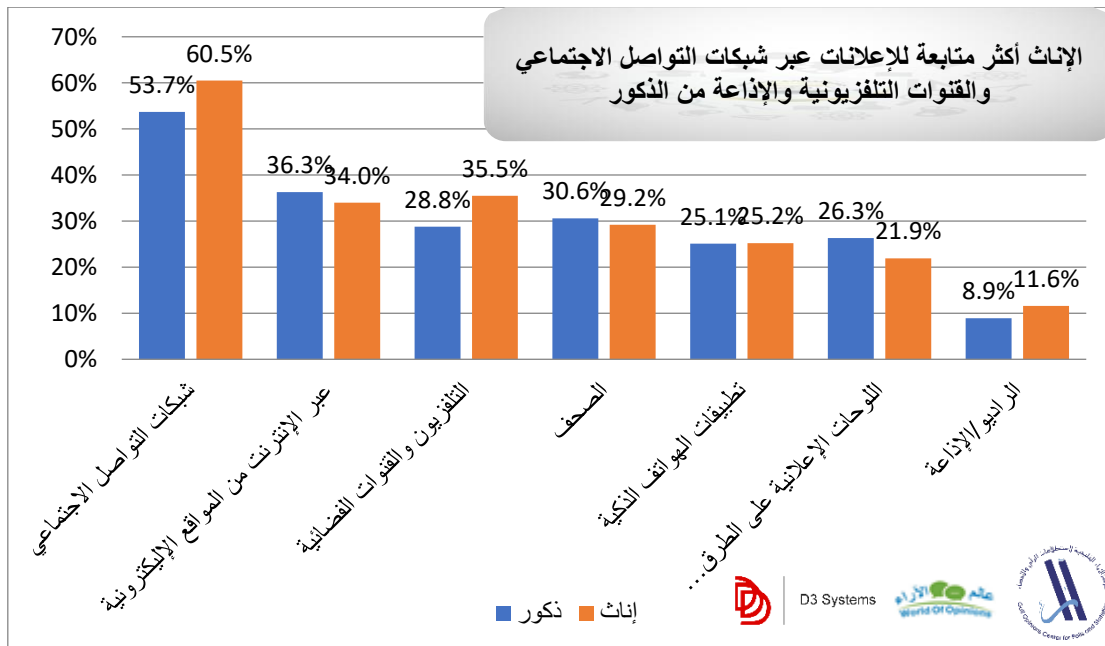


### 3- وسائل متابعة الإعلانات التجارية:



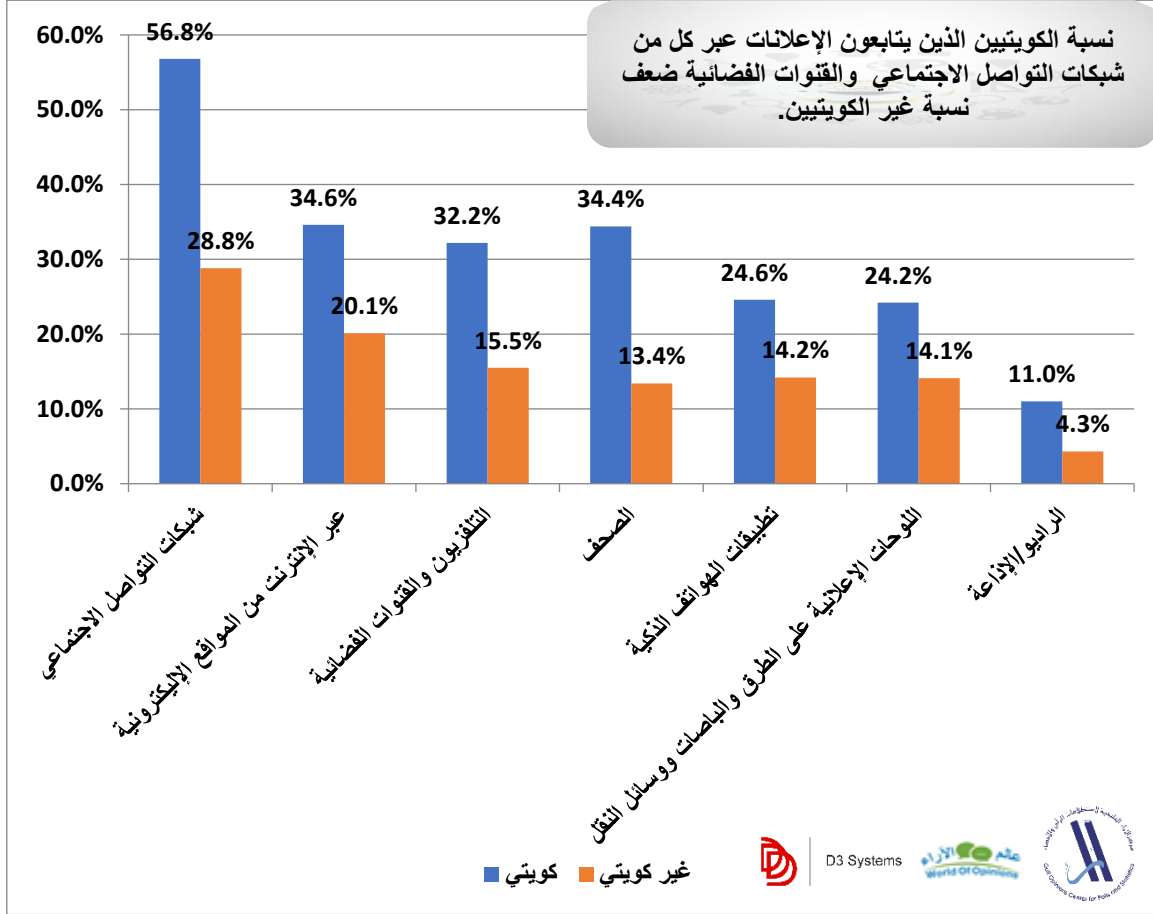
### 3-1 وسائل متابعة الإعلانات حسب النوع:

لا يختلف ترتيب وسائل متابعة الإعلانات بين الذكور والإناث، حيث جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في المركز الأول، تلتها المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، ثم القنوات الفضائية، ثم الصحف، وكل من تطبيقات الهواتف الذكية واللوحات الإعلانية على الطرق والحافلات وجاءت الإذاعة في المركز الأخير، إلا أن الإناث كن أكثر متابعة للإعلانات عبر شبكات التواصل الاجتماعي والقنوات الفضائية والإذاعة، في حين كان الذكور أكثر متابعة للإعلانات عبر الوسائل الأخرى.



### 2-3- وسائل متابعة الإعلانات حسب الجنسية:

الكويتيون وبشكل عام أكثر متابعة من الوافدين للإعلانات عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتلفزيون والقنوات الفضائية والصحف والراديو والإذاعة.



## النتائج المقارنة بين الصحف اليومية في الكويت:

- 1- كانت الراي أكثر الصحف اليومية الكويتية قراءة عند عموم القراء وعند غير الكويتيين ثم تلتها الأنباء، على حين كانت الأنباء الأكثر قراءة عند الكويتيين، بينما كانت الوسط الأقل قراءةً عند الجميع.
- 2- الإناث هن الأكثر قراءة لصحف: السياسة، النهار، الصباح، الكويتية، في حين أن الذكور أكثر قراءة لصحيفتي الراي والقبس، بينما تتقارب نسب الذكور مع الإناث في قراءة صحف الأنباء، الجريدة والوسط والشاهد.
- 3- من تتراوح أعمارهم بين 40-59 عاماً هم الأكثر قراءةً للصحف اليومية الكويتية، أما الأقل قراءة فهم من تتراوح أعمارهم بين 20-39 عاماً.
- 4- كانت الوسط الصحيفة الأكثر قراءة عند من هم اقل من 20 ومن هم بين 20-39 عاماً، في حين كانت الأنباء الأكثر قراءة عند من هم بين 40-59 عاماً، بينما كانت الجريدة الأكثر قراءة عند من هم في عمر 60 عاماً فأكثر.
- 5- جاءت صحيفتا الراي والأنباء باعتبارهما أكثر الصحف اليومية التي قرأت أو تصفحت أو ألقى عليها نظرة في الأسبوع الأخير وبفارق كبير جداً عن الصحف اليومية الأخرى.

النسبة من اطلع عليها	الصحيفة
45.8%	الراي
43.4%	الأنباء
27.2%	القبس
12.7%	الجريدة
9.7%	الشاهد
6.5%	النهار
4.6%	السياسة
4%	الكويتية
3.1%	الصباح
2.3%	الوسط

6- صحيفة الأنباء هي أكثر الصحف الكويتية اليومية التي تتم قراءتها عادة بشكل يومي، حيث أن 31.6% من قرائها يقرؤونها في العادة طوال أيام الأسبوع، تليها صحيفة القبس بنسبة 29.3%، بينما كانت صحيفة السياسة هي أقل هذه الصحف بنسبة تقارب 8%.

7	6	5	4	3	2	1	0	الصحيفة
31.6%	5.5%	12.4%	9.3%	13.9%	12.7%	13.3%	1.3%	الأنباء
28.70%	8.10%	11.60%	12.40%	14.50%	12.10%	11.70%	1.00%	الراي
29.30%	7.30%	12.20%	9.90%	11.30%	14.30%	15.00%	0.80%	القبس
26.00%	10.80%	11.60%	13.60%	10.80%	10.80%	15.20%	1.20%	الجريدة
7.80%	6.70%	7.80%	6.70%	12.20%	20.00%	30.00%	8.90%	السياسة
28.1%	12.5%	12%	9.4%	7.8%	9.4%	18.2%	2.6%	الشاهد
10.90%	3.90%	5.40%	10.90%	9.30%	21.70%	37.20%	0.80%	النهار
21.0%	8.1%	11.3%	12.9%	14.5%	9.7%	21.0%	1.6%	الصباح
13.00%	6.50%	8.70%	4.30%	6.50%	17.40%	37.00%	6.50%	الوسط
11.5%	1.3%	14.1%	10.3%	14.1%	14.1%	33.3%	1.3%	الكويتية

7- أوضحت النتائج أن كلاً من صحف الأنباء والجريدة والصبح والقبس هي التي يمضي قراؤها وقتاً أطول في قراءتها مقارنة بالصحف الأخرى؛ حيث أن 50% فأكثر من قراء هذه الصحف يمضون 15 دقيقة فأكثر في قراءتها، في حين كانت صحف النهار والوسط والكويتية هي الصحف التي يمضي قراؤها وقتاً أقل في قراءتها حيث أن 64.9% فأكثر من القراء يقضون أقل من 15 دقيقة في قراءتها.

الصحيفة	أقل من 15 دقيقة	من 15 - 29 دقيقة	من 30 - 44 دقيقة	من 45 - 59 دقيقة	ساعة فأكثر
الأنباء	50.3%	34%	9.9%	1.8%	4%
الراي	51.6%	29.4%	12%	4%	3%
القبس	49.7%	28.9%	14.1%	4.5%	2.8%
الجريدة	47.6%	29.4%	15.3%	3.6%	4.0%
السياسة	60.7%	23.8%	9.5%	4.8%	1.2%
الشاهد	40.4%	25.0%	21.8%	9.0%	3.7%
النهار	82.8%	9.4%	2.3%	4.7%	0.8%
الصبح	39.3%	26.2%	24.6%	6.6%	3.3%
الوسط	71.1%	13.3%	8.9%	4.4%	2.2%
الكويتية	64.9%	24.7%	0.0%	6.5%	3.9%

8- أوضحت النتائج أن طريقة الحصول على الصحف الكويتية كانت كما يلي:

- صحيفة الأنباء عن طريق اشتراك بنسبة 45.4% تليها صحيفة الراي بنسبة 35.6%، ثم الجريدة بنسبة 26% والشاهد بنسبة 25% في حين تأتي صحيفة الكويتية في المركز الأخير بنسبة 15.4%.
- نسبة الذين يحصلون على صحيفة الجريدة عن طريق شراءها من نقاط البيع 2.8% وهي الأقل بين جميع الصحف، في حين كانت النسبة الأعلى لجريدة الوسط 10.9%.
- نسبة الذين حصلوا على كل من صحيفتي الوسط والأنباء من مكان العمل هي الأقل بين جميع الصحف في حين كانت صحف الصبح والسياسة والنهار هي صاحبة النسب الأعلى.
- صحيفة السياسة هي الصحيفة التي حصل عليها القراء من أماكن عامة أكثر من غيرها بنسبة 15.6% في حين كانت الراي أقل هذه الصحف بنسبة 5.4%.

- صحيفة الوسط هي الصحيفة الأكثر قراءة على الإنترنت في العدد الأخير بنسبة تجاوزت 25% من قرائها، في حين كانت صحيفة الصباح هي الأقل بنسبة 11.3%.
- الصباح هي الصحيفة الأولى من حيث نسبة الذين حصلوا على العدد الأخير عبر تطبيق الصحيفة على الهاتف بنسبة 8.1% بينما كانت السياسة هي الصحيفة الأخيرة بنسبة 2.2%.

الصحيفة	لدي اشتراك	اشترىها من نقاط البيع (الدكان/ البقالة / مكتبة)	من مكان العمل	من شخص	مكان عام	اقراها على الإنترنت	عبر تطبيق الصحيفة على الهاتف النقال	شبكات التواصل	أخرها، اذكرها
الأخبار	45.4	3.9	15.4	3.0	5.5	17.9	3.4	5.0	.5
الراي	35.6	4.5	18.3	4.3	5.4	20.6	3.2	7.7	.3
القبس	23.5	4.1	20.7	4.1	7.5	24.4	6.5	8.2	.9
الجريدة	26.0	2.8	22.8	4.8	8.8	18.0	4.4	10.8	1.6
السياسة	12.2	7.8	28.9	13.3	15.6	13.3	2.2	6.7	.0
الشاهد	25.0	5.2	24.0	4.2	8.9	15.1	3.6	14.1	.0
النهار	12.4	5.4	27.9	7.8	16.3	20.2	3.1	6.2	.8
الصباح	16.1	4.8	29.0	4.8	12.9	11.3	8.1	11.3	1.6
الوسط	13.0	10.9	15.2	4.3	15.2	26.1	4.3	10.9	0
الكويتية	15.4	6.4	17.9	2.6	15.4	21.8	5.1	14.1	

9- شبكات التواصل التي تستخدم في الاطلاع على الصحف اليومية.  
حاز موقع تويتر على النسبة الأكبر من بين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في الاطلاع على صحيفة الأنباء، في حين كانت صحيفة النهار هي الأكبر على إنستغرام والكويتية على الفيس بوك.

الصحيفة	فيس بوك	إنستغرام	تويتر	أخرى
الأنباء	11.6%	27.9%	60.5%	
الراي	29.4%	30.9%	39.7%	
القبس	18.2%	43.2%	36.4%	
الجريدة	11.1%	40.7%	29.6%	18.5%
السياسة	16.7%	33.3%	50%	
الشاهد	7.4%	63%	29.6%	
النهار	12.5%	75%	12.5%	
الصباح	28.5%	57.1%	14.3%	
الوسط	20%	40%	40%	
الكويتية	36.4%	18.2%	45.5%	

## 10- الأقسام الأكثر جاذبية لدى قراء الصحف.

1. حظيت الصفحة الرئيسية والأمنية في صحيفة الأنباء بأعلى نسبة جذب للقراء من الأقسام المماثلة لها في جميع الصحف اليومية.
2. كانت أعلى نسبة لمتابعة أخبار المحليات لصحيفة القبس في حين كانت الصفحة الرياضية في كل من الراي والصبح هي الأعلى بين جميع الصحف.
3. كانت أعلى نسبة لمتابعة الأخبار العربية والعالمية لكل من صحيفتي الشاهد والقبس بينما كانت الصفحة الأخيرة لصحيفة الوسط صاحبة أعلى نسبة متابعة من مثيلاتها في الصحف الأخرى.
4. كانت أعلى نسبة لمتابعة أخبار مجلس الأمة لصحيفة الكويتية، بينما كانت الصفحة الأمنية في الأنباء هي صاحبة أعلى نسبة متابعة منها في الصحف الأخرى.
5. كانت أعلى نسبة لمتابعة صفحة الحوادث بصحيفة النهار.
6. تحظى الأخبار الاقتصادية في الراي بأعلى نسبة جذب بين كافة الصحف، بينما كانت أعلى نسبة للأنباء المصرية في صحيفة النهار.
7. كانت أعلى نسبة للآراء والمقالات في صحيفة الوسط وللتحقيقات في صحيفة الصباح.
8. كانت أعلى نسبة لمتابعة الفنون في كل من النهار والوسط، والتسالي والترفيه في الصباح.

الصحيفة	الأنباء	الراي	القبس	الجريدة	السياسة	الشاهد	النهار	الصبح	الوسط	الكويتية
الرئيسية	22.40%	19.00%	18.1%	18.9%	16.4%	15.30%	14.80%	12.60%	16.30%	17.7%
محليات	17.20%	15.90%	17.9%	16.3%	15.3%	11.30%	8.90%	12.10%	15.10%	14.4%
الرياضية	9.40%	10.70%	9.5%	8.8%	7.3%	10.10%	6.70%	10.70%	4.70%	9.6%
عربية وعالمية	6.40%	8.00%	9.3%	8.5%	7.9%	9.40%	8.50%	8.60%	4.70%	5.4%
الصفحة الأخيرة	5.70%	6%	5.2%	5.1%	5.1%	5.30%	4.80%	2.10%	7.00%	3.1%
أخبار مجلس الأمة	5.40%	5.20%	5.4%	4.9%	5.6%	5.30%	3.70%	3.60%	3.50%	8.4%
الأمنية	4.90%	3%	2.2%	2.6%	3.4%	3.10%	3.00%	4.30%	3.50%	3.0%
حوادث	4.20%	5.50%	2.2%	2.4%	6.2%	3.10%	7.40%	3.60%	5.80%	4.2%
اقتصاد	4.00%	5.20%	3.9%	4.8%	0.3%	2.40%	3.00%	3.20%	4.70%	6.6%
أنباء مصرية	3.50%	4.80%	3.8%	2.6%	5.1%	5.30%	5.90%	2.10%	3.50%	3.0%
آراء / مقالات	3.40%	4.10%	6.2%	8.7%	6.2%	7.00%	7.40%	7.90%	9.30%	4.2%
تحقيقات	3.20%	3.50%	3.8%	4.3%	4.5%	6.00%	5.90%	7.90%	7.00%	5.4%
فنون	2.30%	2.60%	3.0%	2.7%	5.1%	4.60%	5.90%	3.60%	5.80%	4.2%
تسالي (ترفيه)	2.00%	2%	4.6%	4.9%	5.6%	5.00%	4.80%	7.90%	2.30%	1.8%
اخبار صحية	1.80%	2.10%	1.8%	2.0%	2.3%	2.90%	4.80%	4.30%	1.20%	3.6%
الدينية	1.60%	0.90%	1.5%	0.7%	1.7%	1.20%	2.20%	2.10%	4.70%	1.8%
وفيات	1.50%	1.90%	1.2%	1.5%	0.3%	1.00%	1.10%	2.10%	1.20%	1.2%
لقاء	0.30%	0.40%	0.5%	0.3%	1.7%	1.00%	1.10%	1.40%	0.00%	2.4%

ثالثا الملاحق:

ملحق الاستمارة:



مركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي والإحصاء  
Gulf Opinions Center for Polls and Statistics



## استطلاع رأي التوجهات الإعلامية بالكويت 2018

### Media Attitude Survey in Kuwait 2018

مرحباً، أنا أسمي " \_\_\_\_\_ " باحث من مركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي، إننا نقوم بإجراء دراسة حول التوجهات الإعلامية في دولة الكويت، ونتمنى أن يسمح وقتكم لطرح بعض الأسئلة لمدة 7 دقائق تقريباً، ونحن نراعي خصوصية المستجيب فتظهر النتائج بشكل عام دون اظهار أي معلومات شخصية عنكم. رئيس مجلس الإدارة ماجد التركيت

في حال وجود أي استفسار:

Tel.: (+965)51501915 - (+965)22250007

E-mail: [info@gulfopinions.com](mailto:info@gulfopinions.com)

KIPCO Tower - SHARQ - Kuwait City



رقم الباحث -----

### القسم الأول: الصحف اليومية

1 - هذه قائمة بأسماء صحف يومية كويتية، هل يمكن إعلامي بالصحيفة التي تقرأها أكثر من غيرها؟  
(اختيار واحد فقط، للمبرمج: ترتيب الخيارات عشوائياً كل مرة للمستجيب)

- الرأي
- الأنباء
- القيس
- الجريدة
- السياسة
- الشاهد
- النهار
- الصباح
- الوسط
- الكويتية

ولا واحد / لا أقرأ الصحف ابدا (يتم الانتقال لقسم آخر)

2- هل قرأت، تصفحت أو ألقيت نظرة على صحيفة \* خلال الأسبوع الأخير؟

- نعم
- لا

3- كم عدد أيام الأسبوع التي عادة تقرأ أو تتصفح فيها صحيفة \*؟

(0 option will skip next question)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 0



مركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي والإحصاء  
Gulf Opinions Center for Polls and Statistics



4- كم عادة تضي وقتاً في قراءة صحيفة؟\*

- أقل من 15 دقيقة
- 15-29 دقيقة
- 30-44 دقيقة
- 45-59 دقيقة
- ساعة فأكثر

5- كيف حصلت على آخر عدد قراته من صحيفة؟\*

- لدي اشتراك
- اشتريها من نقاط البيع (الدكان/ البقالة/مكتبة)
- من مكان العمل
- من شخص
- مكان علم
- أقرأها على الإنترنت
- عبر تطبيق الصحيفة على الهاتف النقال
- شبكات التواصل
- أخرى، انكرها

6- إذا تم اختيار (شبكات التواصل)، أي شبكات التواصل؟

- فيس بوك
- انستغرام
- تويتر
- غيرهم (تحدد)



مركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي والإحصاء  
Gulf Opinions Center for Polls and Statistics



7- في كل من الأقسام الآتية، ما هي الأقسام التي تجذبك في صحيفة \*؟ (اختيار 3 حد أقصى)

- الرئيسية
- محليات
- الأمنية
- أخبار محلية
- لقاء
- آراء/مقالات
- الدينية
- أخبار مجلس الأمة
- الرياضية
- فنون
- تسالي (ترفيه) اقتصاد
- عربية وعالمية
- أنباء مصرية
- اخبار صحية
- تحقيقات
- حوادث
- وفيات
- الصفحة الأخيرة

(تقنية الواقع المعزز: تحتوي صحيفة الأنباء على أقسام تفاعلية يمكن مشاهدتها عن طريق توجيه كاميرا أي جهاز محمول الى ذلك القسم حيث يظهر حينها المحتوى المُضمّن من المصدر)

8- هل تعرف تقنية الواقع المعزز في صحيفة الأنباء؟ (فقط للذين يقرأون صحيفة الأنباء)

- نعم
- لا
- لا اعرفها

9- هل استخدمتها؟ (فقط للذين اختاروا نعم في السؤال السابق)

- نعم
- لا

ملاحظة (1): يوضع مكان الرمز \* أسماء الصحف بحيث تسأل الأسئلة كاملة لكل صحيفة مما يأتي:  
الرأي، الأنباء، القبس، الجريدة، السياسة، الشاهد، النهار، الصباح، الوسط، الكويتية

ملاحظة (2): السؤالين رقم 8، 9 فقط للذين يقرأون صحيفة الأنباء



10- فيما يلي مجموعة من وسائل الإعلان المتاحة، في أي منها تتابع الإعلانات التجارية أكثر؟  
(يمكن اختيار 3 حد أقصى) (للمبرمج ترتيب الخيارات عشوائياً)

- الصحف
- الراديو / الإذاعة
- التلفزيون والقنوات الفضائية
- تطبيقات الهواتف الذكية
- اللوحات الاعلانية على الطرق واللوحات على الباصات ووسائل النقل.
- عبر الانترنت (أون لاين) من المواقع الالكترونية.
- شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك، انستغرام، سنابتشات...الخ)



### القسم الثاني: البنوك

1- مع أي بنوك تتعامل في الكويت لحساباتك؟

- البنك الوطني الكويتي
- البنك التجاري
- البنك الأهلي المتحد
- بنك بوبيان
- بنك برقان
- بيت التمويل الكويتي
- البنك الأهلي
- البنك الدولي
- بنك وربة
- البنك الصناعي
- ليس لديه حساب
- رفض الإجابة
- أخرى: \_\_\_\_\_

### القسم الثالث: الاتصالات

1- كم خط موبايل تستخدم؟

- خط واحد
- خطين
- ثلاثة خطوط
- أربعة خطوط
- أكثر من أربعة
- لا يوجد

2- أي من هذه الخطوط تعتبره خطك الرئيسي؟

- زين
- فيفا
- أريدو/الوطنية



مركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي والإحصاء  
Gulf Opinions Center for Polls and Statistics



القسم الرابع: السيارات

1- في حال تملك سيارة خاصة ماهي ماركتها؟

- انفنتي
- اودي
- بورش
- بي ام دبليو
- تويوتا
- جاكور
- جيب
- دودج
- رينو
- شيفروليه
- فراري
- فولفو
- كاديلاك
- كيا
- لكزس
- مرسيدس
- ميتسوبيشي
- نيسان
- همر
- هوندا
- هونداي
- مازدا
- سوزوكي
- الفا روميو
- جمسي
- بيجو
- رينج روفر
- لا أملك سيارة
- لا إجابة

أخرى: \_\_\_\_\_



القسم الخامس: الانترنت

1- في حال لديك اشتراك انترنت في المنزل، أي شركة تستخدم؟

○ فاست تيلكو

○ جلف نت

○ كيمز

○ مدى

○ كيو ايت

○ كولتي نت

○ يونيتد نت وركس

○ فيفا

○ وطنية

○ زين

○ زاجل كويت

○ ولا واحدة

○ لا أعرف

○ أخرى: \_\_\_\_\_



القسم السادس: البيانات العامة

1. الجنسية؟

- كويتي
- خليجي
- مصري
- سوداني
- أردني - فلسطيني
- لبناني - سوري
- عربي جنسيات أخرى
- أخرى غير عربي

2. مكان السكن؟

- العاصمة
- حولي
- الفروانية
- الأحمدية
- الجهراء
- مبارك الكبير
- (يرفض الإجابة)

3. ماهي مهنتك؟

- عمل خاص
- موظف
- لا يعمل
- (يرفض الإجابة)

4. ما هو المستوى الدراسي؟

- ابتدائي/متوسط
- ثانوي
- دبلوم
- جامعي
- دراسات عليا
- (يرفض الإجابة)



مركز الآراء الخليجية لاستطلاعات الرأي والإحصاء  
Gulf Opinions Center for Polls and Statistics



5. أي فئة أقرب لمجموع الدخل الشهري لأسرتك؟ (من الأدنى إلى الأعلى)

- أقل من 450 د.ك
- بين 450 إلى 849 د.ك
- بين 850 إلى 1249 د.ك
- بين 1250 إلى 1849 د.ك
- بين 1850 إلى 2249 د.ك
- بين 2250 إلى 2849 د.ك
- أكثر من 2850 د.ك
- (لا يعلم/ يرفض الإجابة)

6. الفئة العمرية:

- أقل من 20
- 21 – 39
- 40 – 59
- 60 فأكثر

7. النوع؟

- ذكر
- أنثى

شكرا لكم