

# استطلاع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي



# الجنس

40.8%

59.2%



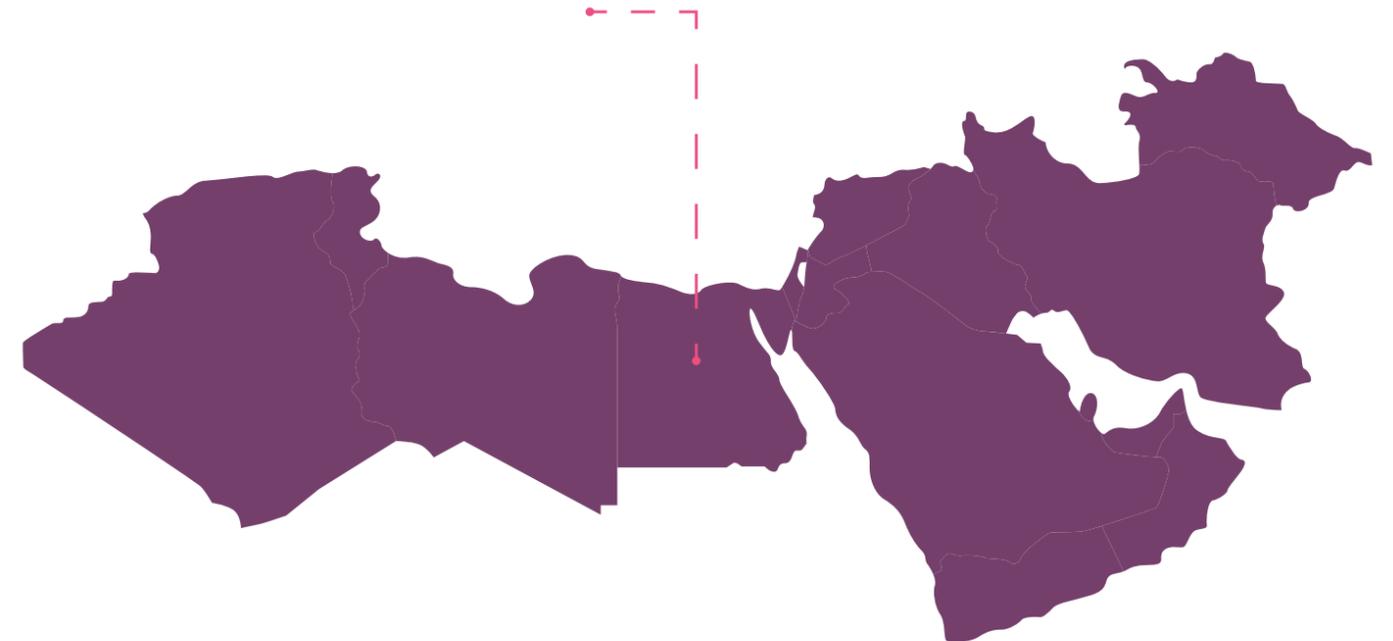
عدد

# المشاركين

من منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا

3000

مشارك



# بلد الإقامة



# العمر

15 - 18

عاماً

2%

19 - 25

عاماً

9.4%

26 - 35

عاماً

38.5%

36 - 45

عاماً

27.5%

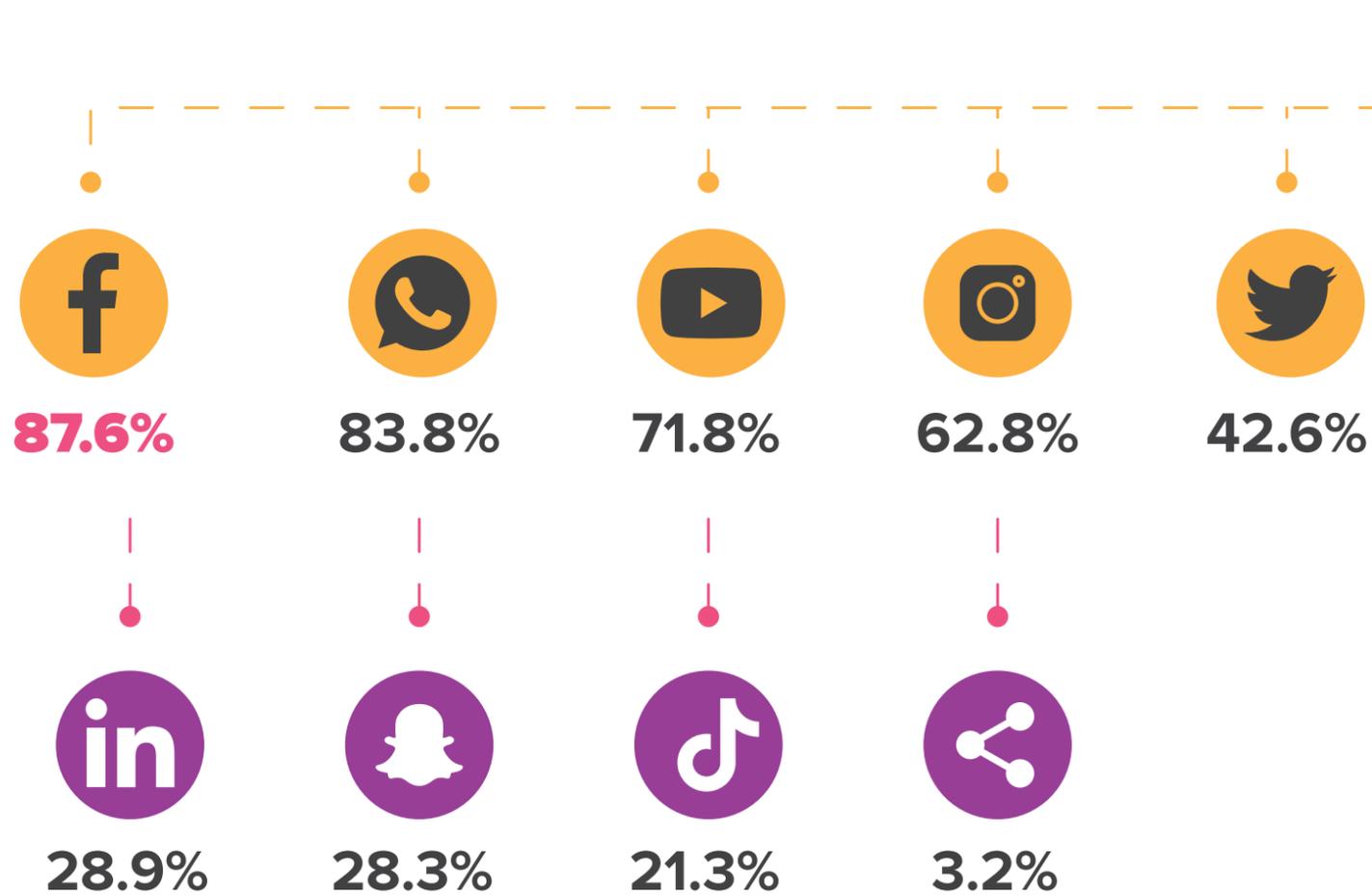
45+

عاماً

22.6%



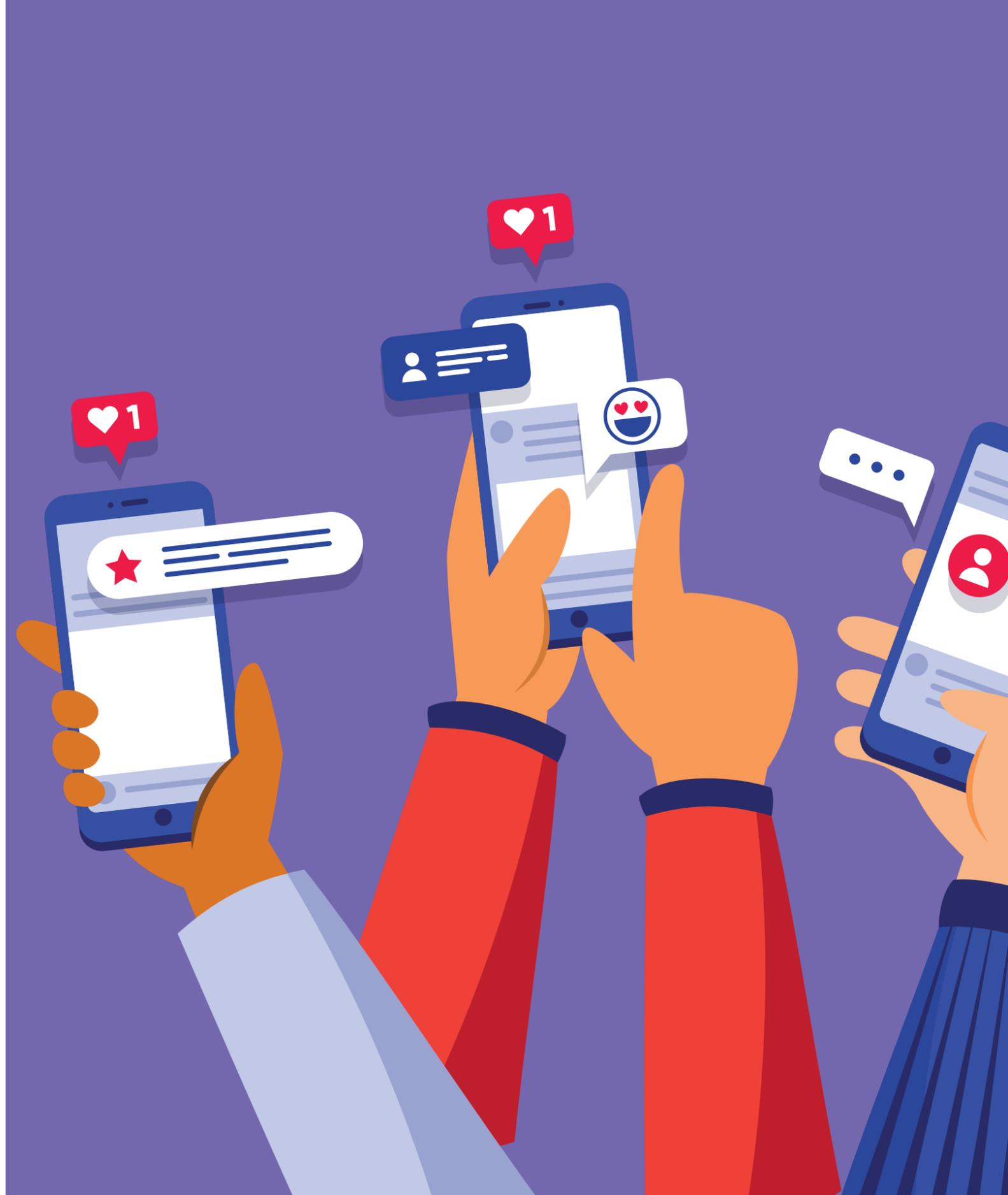
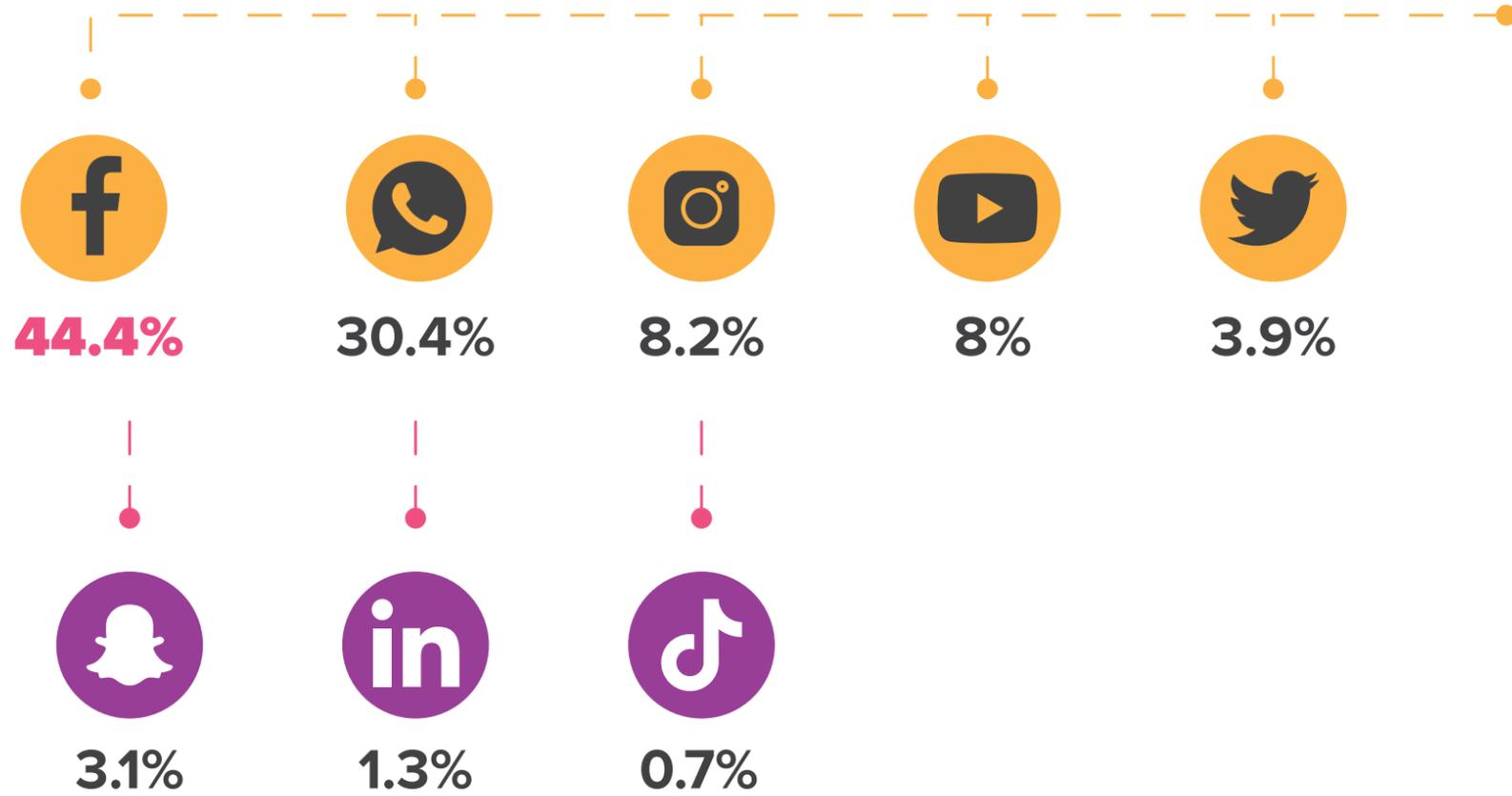
# منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة



منصة

# التواصل الاجتماعي

الأكثر استخداماً بين المشاركين



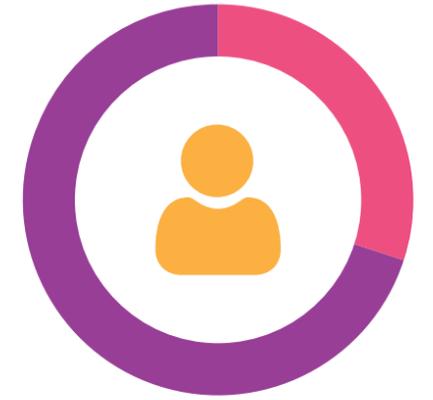
متوسط الوقت الذي يمضيه المشاركون على  
وسائل التواصل الاجتماعي  
يوميًا



**21.4%**  
2 - 1  
ساعة



**15.2%**  
60 - 30  
دقيقة



**4.2%**  
أقل من  
30 دقيقة



**39.3%**  
+ 3  
ساعات



**19.9%**  
3 - 2  
ساعة

# نوع الاستخدام

شخصي  
**57.2%**



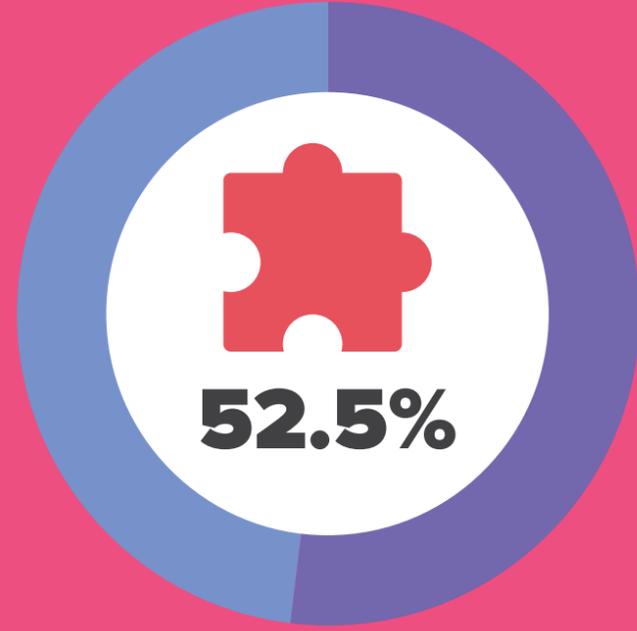
تجاري  
**1.5%**



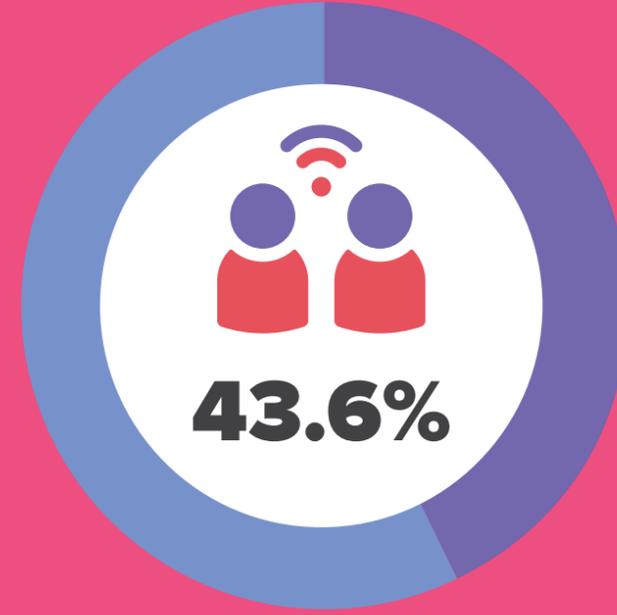
مزيج بين الاثنين  
**41.2%**



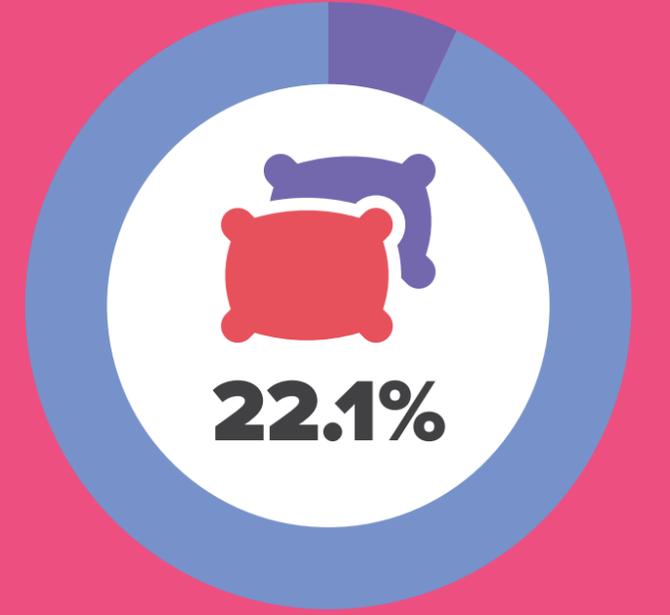
متى يدخل  
المشاركون إلى  
وسائل  
التواصل  
الاجتماعي



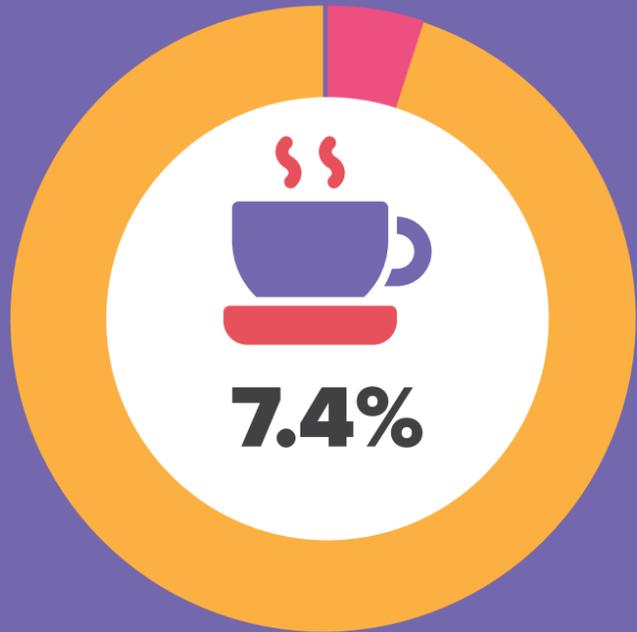
خلال أوقات الفراغ



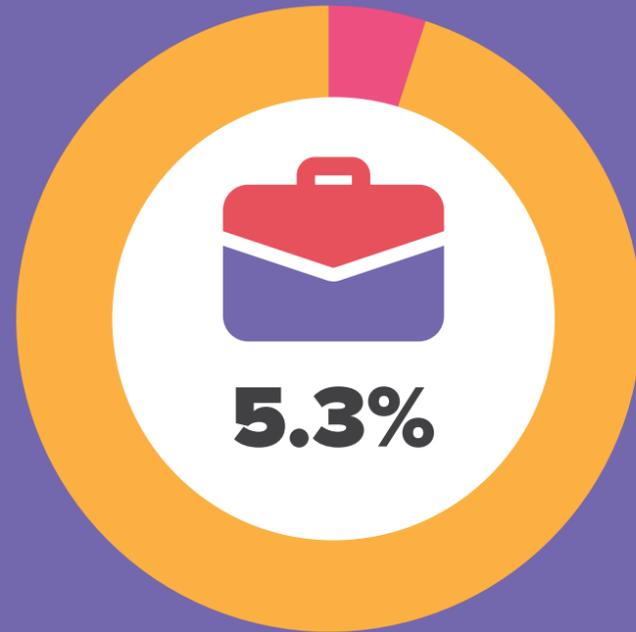
أنا متصل على وسائل  
التواصل الاجتماعي معظم الوقت



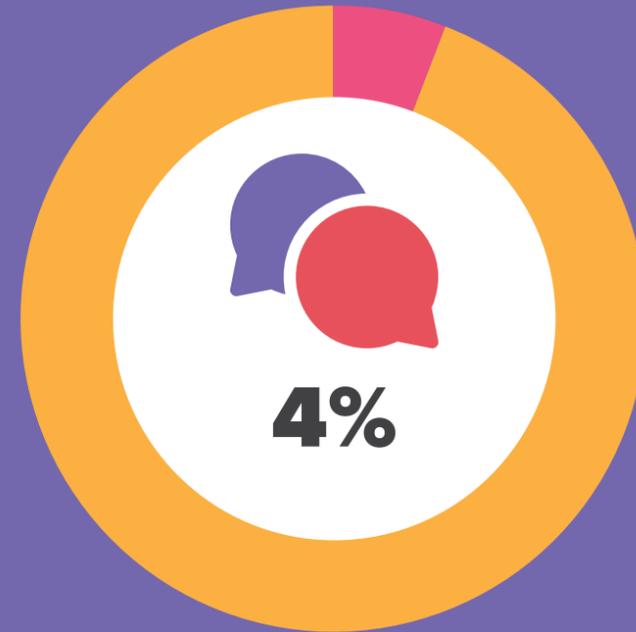
قبل الذهاب إلى النوم



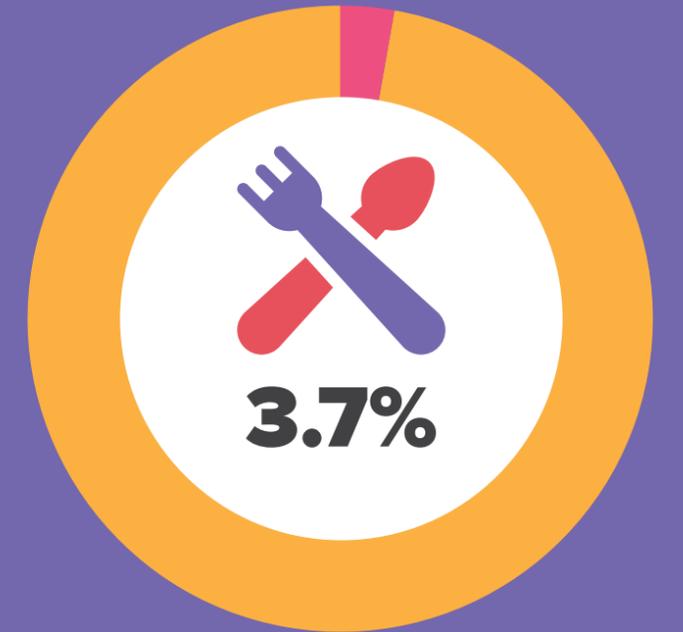
قبل مغادرة السرير



أثناء الوجود في المدرسة / العمل



خلال المناسبات الاجتماعية



أثناء تناول الطعام

# لماذا يستخدم المشاركون

وسائل التواصل الاجتماعي

**81.5%**

للتواصل مع  
الأصدقاء والعائلة



**73.5%**

للاطلاع على آخر الأخبار



**43.7%**

العمل



**32.4%**

للتصفح



**27.7%**

لإيجاد وظيفة



**20.6%**

تكوين صداقات جديدة



**16.3%**

الإلهام



**14%**

استهلاك الفيديو



نوع محتوى الفيديو  
الأكثر استهلاكاً على  
**فيسبوك**



**69.2%**

الترفيه والمشاهير

**55.5%**

العلوم والتكنولوجيا

**53.4%**

الطعام

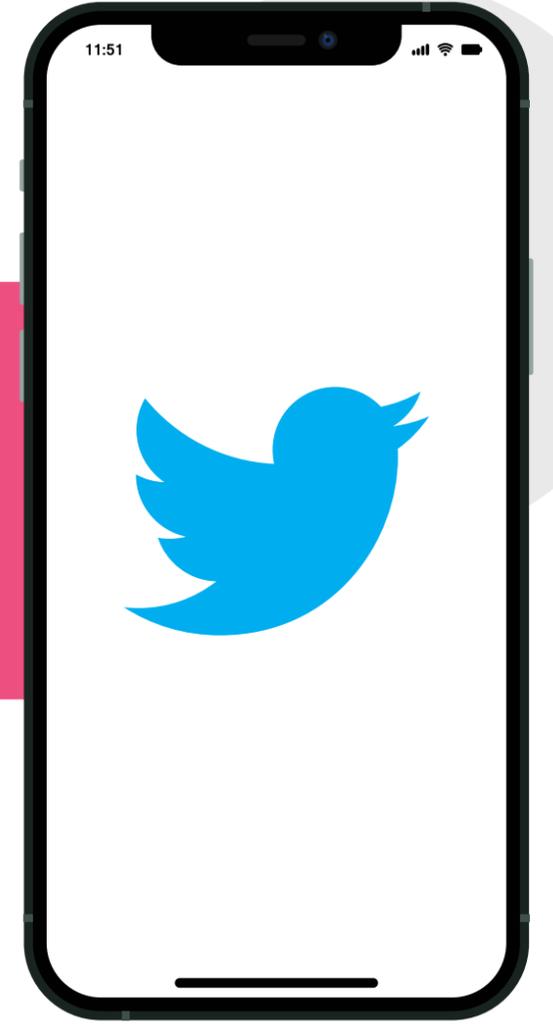
**50.5%**

الصحة واللياقة

**50%**

الأخبار والطقس

نوع محتوى الفيديو  
الأكثر استهلاكاً على  
**تويتر**



**61.9%**

الأخبار والطقس

**55.6%**

الترفيه والمشاهير

**42.2%**

الأحداث والمناسبات

**41.3%**

العلوم والتكنولوجيا

**39.5%**

الرياضة

نوع محتوى الفيديو  
الأكثر استهلاكاً على  
**إنستغرام**



**76.4%**

الترفيه والمشاهير

**47.1%**

الطعام

**44.6%**

الجمال والأزياء

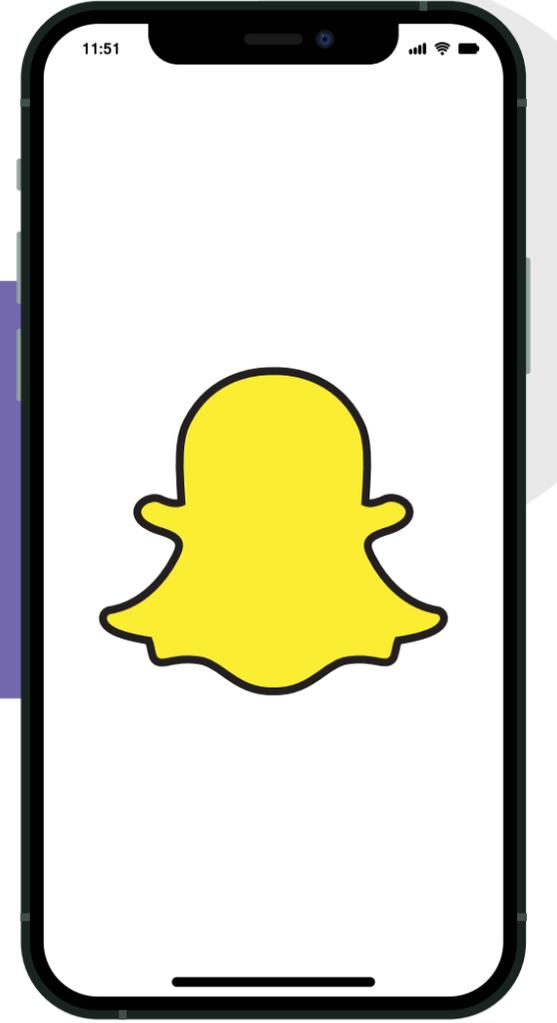
**44.3%**

الصحة واللياقة

**39.8%**

الأحداث والمناسبات

نوع محتوى الفيديو  
الأكثر استهلاكاً على  
**سناب شات**



**64.1%**

الترفيه والمشاهير

**36.2%**

العائلة

**34.2%**

الصحة واللياقة

**33.9%**

السفر والمغامرة

**33.2%**

الطعام

نوع محتوى الفيديو  
الأكثر استهلاكاً على  
لينكد إن



**57.6%**

العلوم والتكنولوجيا

**32.1%**

الهوايات والاهتمامات

**29.3%**

الأخبار والطقس

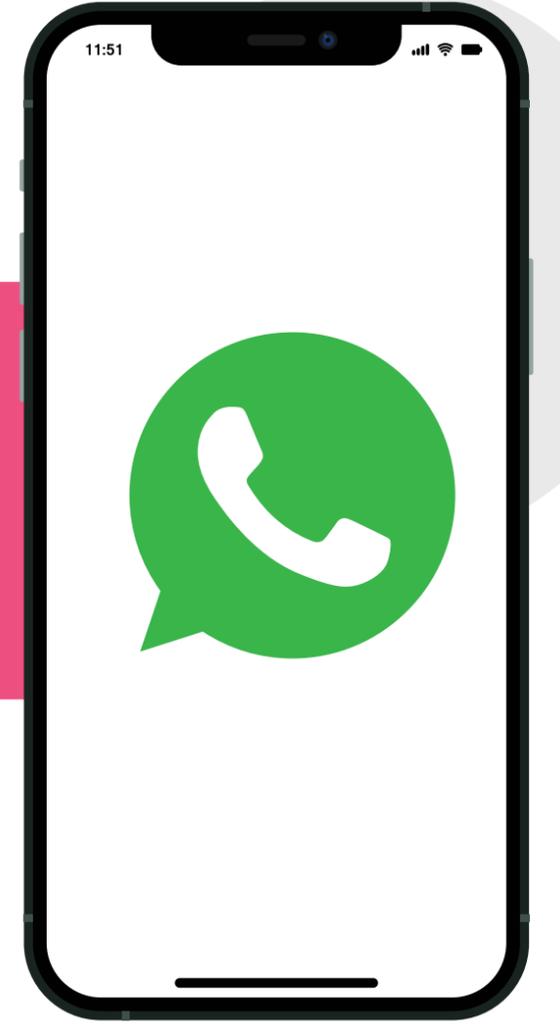
**29.3%**

الأحداث والمناسبات

**23.9%**

غير ذلك

نوع محتوى الفيديو  
الأكثر استهلاكاً على  
واتساب



**72.4%**

العائلة

**37.7%**

الترفيه والمشاهير

**31.2%**

الأحداث والمناسبات

**30.4%**

الهوايات والاهتمامات

**27.6%**

الأخبار والطقس

نوع محتوى الفيديو  
الأكثر استهلاكاً على  
**يوتيوب**



**54.6%**

الترفيه والمشاهير

**48.4%**

العلوم والتكنولوجيا

**41.7%**

الطعام

**41.2%**

الرياضة

**39.9%**

الصحة واللياقة

نوع محتوى الفيديو  
الأكثر استهلاكاً على  
**تيك توك**



**80.3%**

الترفيه والمشاهير

**27.9%**

الهوايات والاهتمامات

**25.7%**

الطعام

**23.3%**

الرياضة

**23%**

الجمال والأزياء

# 92.2%

## يعتقدون

أن منصات وسائل  
التواصل الاجتماعي تساعد  
في نشر الأخبار الوهمية



# 40%

## يعتبرون

أنفسهم مدمنين على وسائل  
التواصل الاجتماعي





كم مرة ينشر المشاركون على  
وسائل التواصل الاجتماعي

**20.3%**

عدة مرات في اليوم

**21.2%**

يوميًا

**21.5%**

أسبوعيًا

**18.2%**

كل عدة أسابيع

**12.1%**

كل عدة أشهر

**6.7%**

أبدًا



متوسط عدد الأصدقاء  
للمشارك على جميع حساباته على  
وسائل التواصل الاجتماعي

**22.6%**

أقل من 100

**25.9%**

100 - 300

**14.5%**

300 - 500

**37%**

أكثر من 500



عدد الأصدقاء اللذين التقى بهم  
المشارك شخصياً من أصدقائه على  
وسائل التواصل الاجتماعي

10%

جميعهم

35.5%

معظمهم

19.7%

نصفهم تقريباً

28.6%

القليل منهم

6.1%

لا أحد منهم

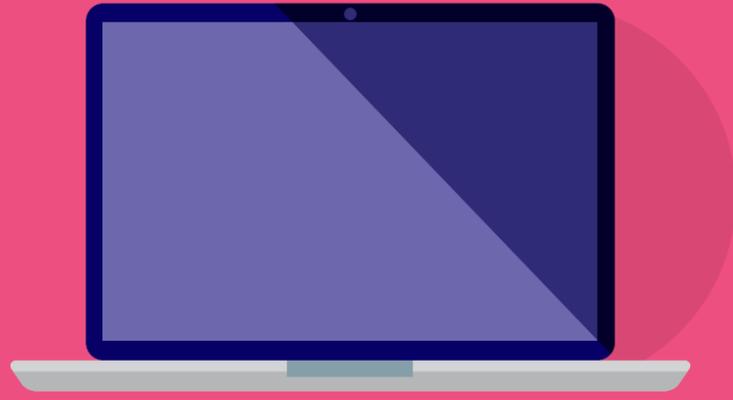
48.3%

يرون ان مدح المؤثرين والمشاهير  
للمنتجات على وسائل التواصل الاجتماعي

**يلعب دوراً كبيراً**

في التأثير على قرارات الشراء الخاصة بهم





الجهاز الرئيسي المستخدم للوصول  
إلى حسابات التواصل الاجتماعي

**1.6%**  
الحاسب اللوحي

**2.5%**  
الحاسب المكتبي

**4.3%**  
الحاسب المحمول

**91.6%**  
الهاتف المتحرك/ الجوال

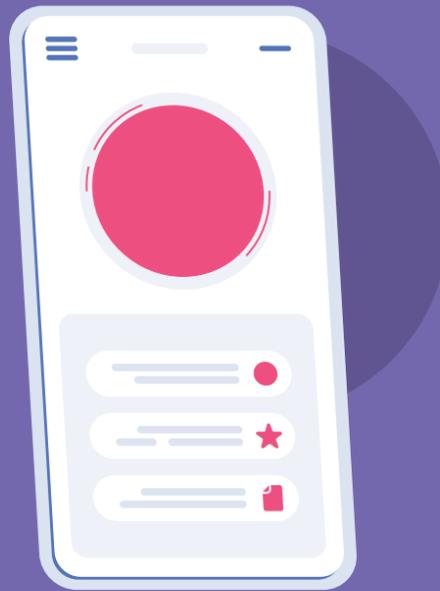


النظام الأساسي للجوال المستخدم للدخول  
إلى حسابات التواصل الاجتماعي

**5.4%**  
آخر

**20.6%**  
آي او إس

**73.9%**  
أندرويد



استخدام تطبيق الدردشة  
على حسابات التواصل الاجتماعية

**36.1%**  
كثيراً

**22.6%**  
بعض الأحيان

**4%**  
إطلاقاً

**24.7%**  
غالباً

**12.7%**  
قليلاً



82.5%

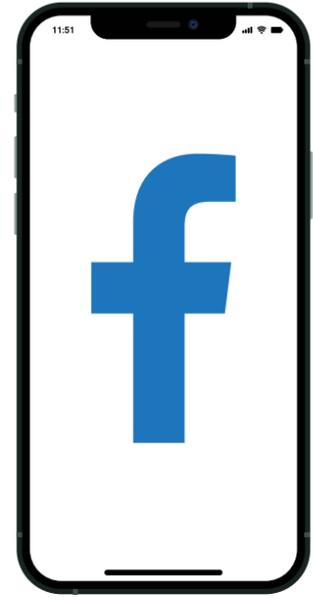
يستخدمون

حسابات منصات التواصل الاجتماعي

لتسجيل الدخول إلى المواقع الأخرى

57.3%

فيسبوك



31.7%

جوجل

11%

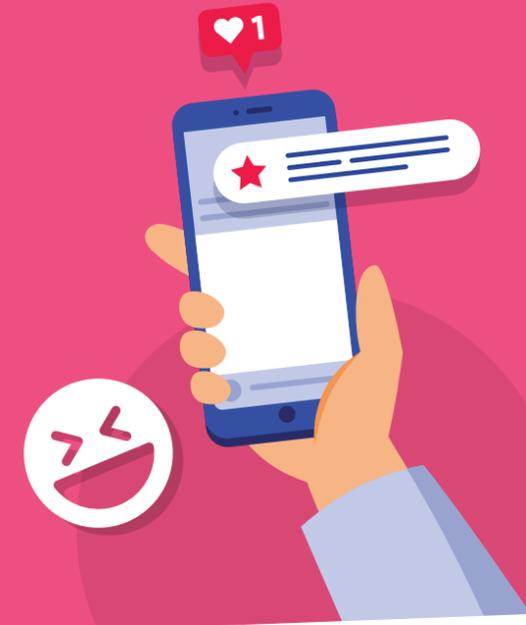
غير ذلك





## التأثيرات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على الناس والمستخدمين

ما يعتقد  
المستخدمون!



## التأثيرات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي على الناس والمستخدمين

● إضاعة الوقت

● تسبب العزله وقلة التواصل الاجتماعي من حيث العلاقات الاسرية والأصدقاء

● تساهم في نقل الاخبار الكاذبة والاشاعات

● من الممكن ان تستخدم لخداع الناس عبر استخدام اسماء وصور وهمية  
وعمليات النصب والاحتيال

● الإدمان

● التواصل مع الأشخاص بأي وقت بغض النظر عن البقعة الجغرافية

● معرفة ناس جدد وتكوين الصداقات

● معرفة آخر الأخبار والمستجدات حول العالم في أي وقت

● قرب الناس من بعضهم عبر مشاركة ومعرفة اخبارهم