

دارسة ثقة الجمهور بالإعلام الإماراتي

هيئة اتحادية | Federal Authority



مقدمة

دراسة ثقة الجمهور بالإعلام الإماراتي، عبارة عن دراسة استطلاعية ومسحية لأنماط استخدام الجمهور في دولة الإمارات لوسائل الإعلام واتجاهاتهم حول مستويات الثقة بها، مما سينعكس على جهود المجلس لتطوير قطاع الإعلام بالدولة.

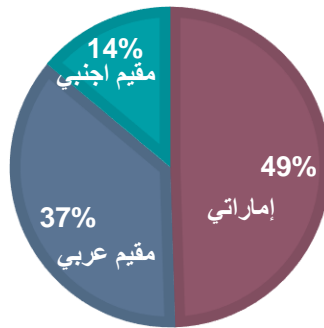
أهداف الدراسة:

- معرفة الأنماط العامة لاستخدامات وسائل الإعلام من قبل الجمهور.
- معرفة مصادر الأخبار التي يعتمد عليها الجمهور سواء الأخبار المحلية أو الإقليمية أو الدولية.
- معرفة اتجاهات الثقة في الإعلام التحليلي (مواد الرأي المتعلقة بالأحداث والتطورات).

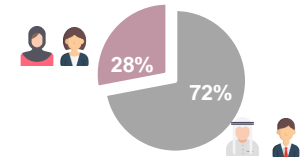
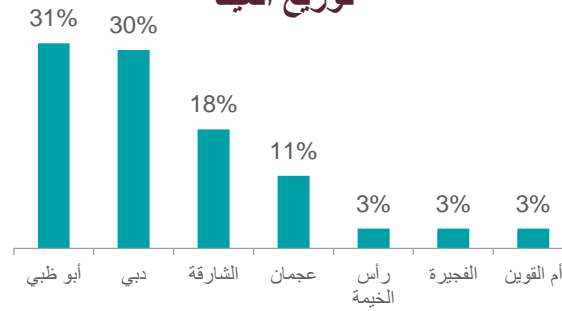
العينة: 2500

تم تصميم عينة ممثلة لمجتمع دولة الإمارات على مرحلتين:

- العينة الممثلة لسكان كل إمارة
- العينة العشوائية المنتظمة

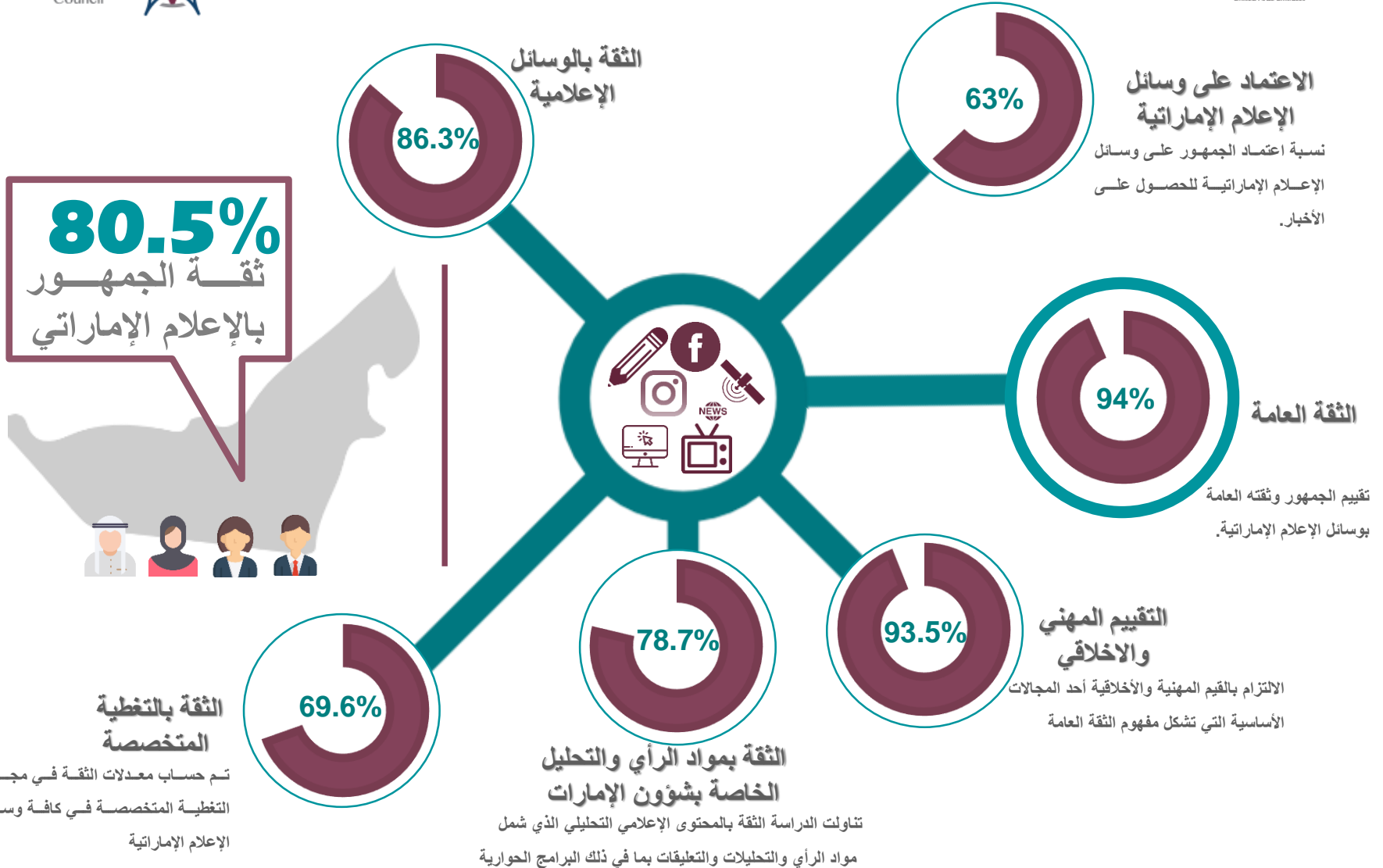


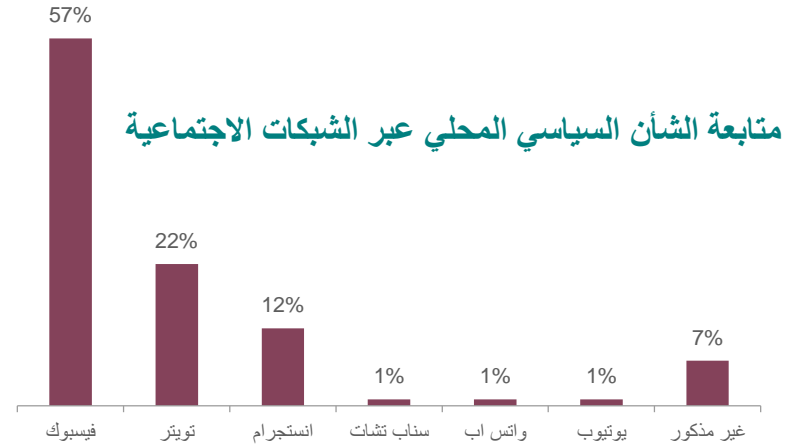
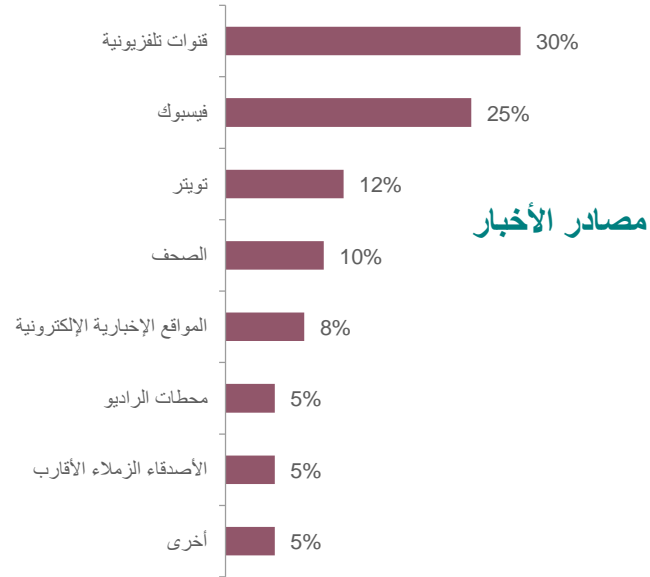
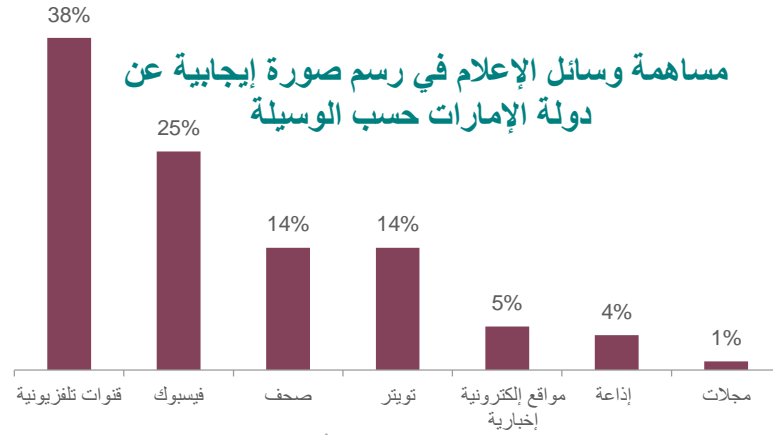
توزيع العينة



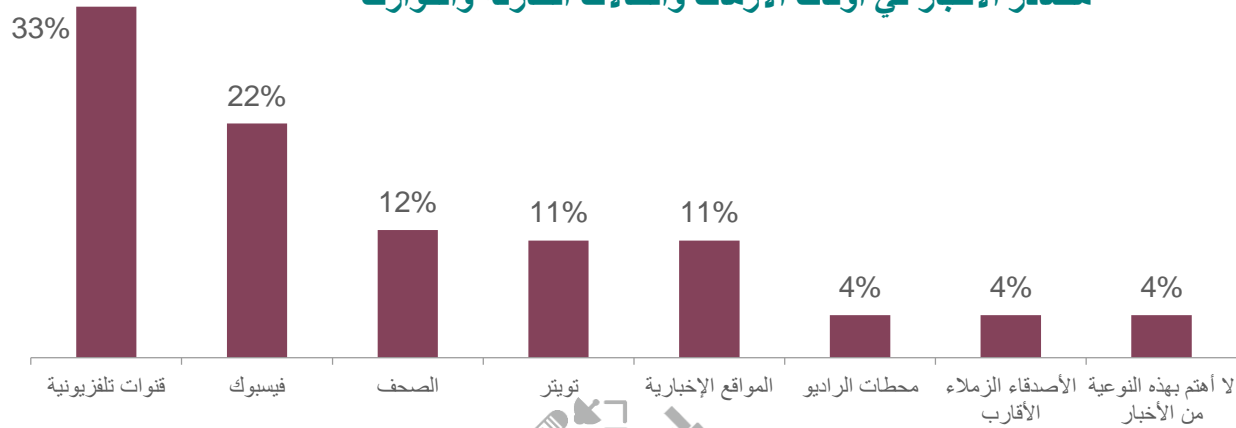
عدد المستجيبين من العينة 2487 شخصاً.



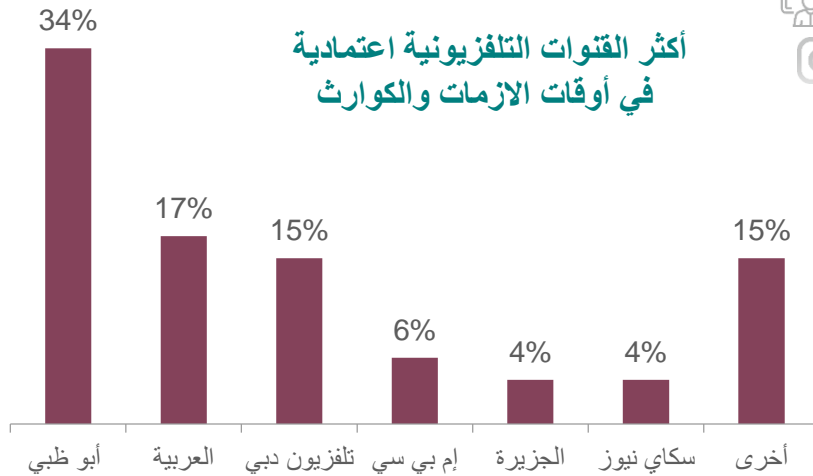




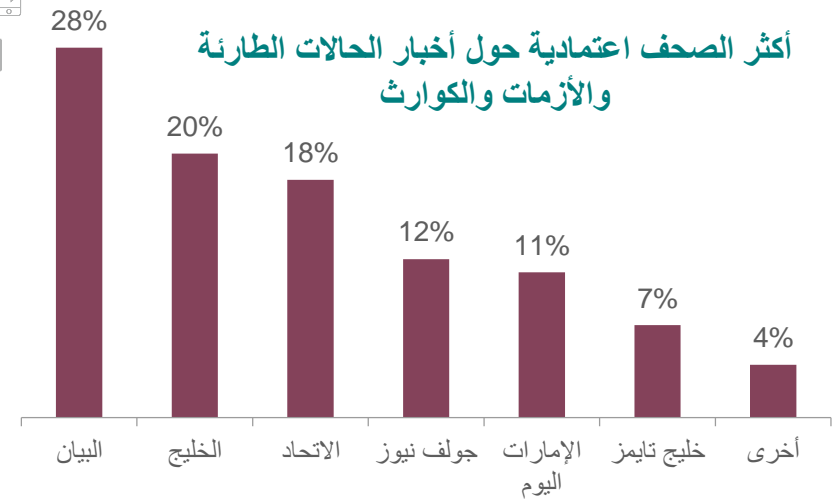
مصادر الأخبار في أوقات الأزمات والحالات الطارئة والكوارث



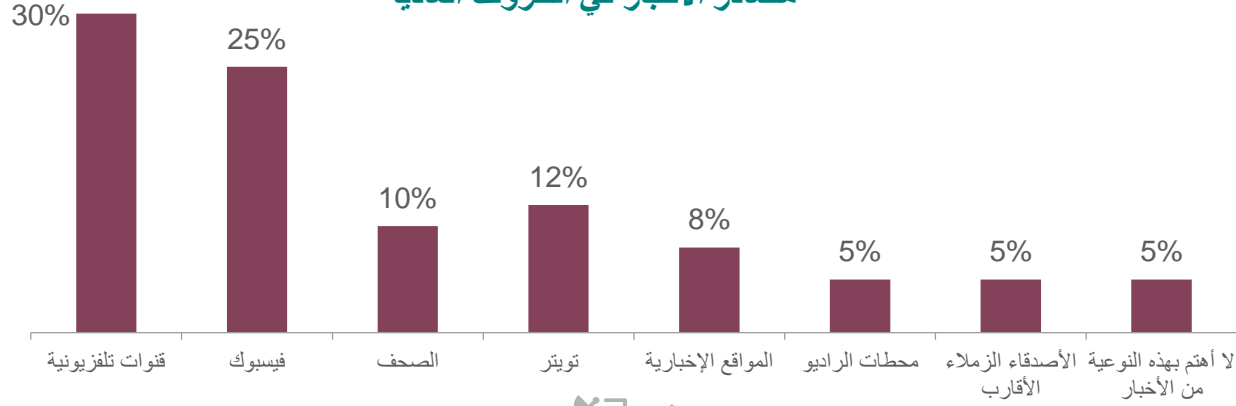
أكثر القنوات التلفزيونية اعتمادية في أوقات الأزمات والكوارث



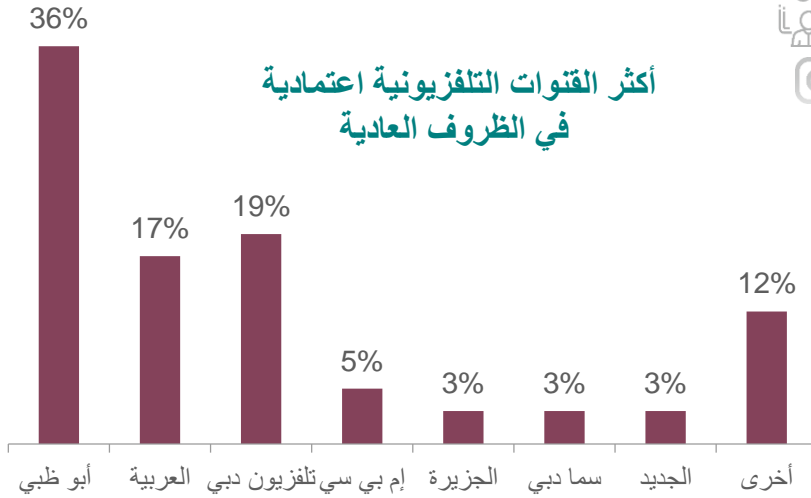
أكثر الصحف اعتمادية حول أخبار الحالات الطارئة والأزمات والكوارث



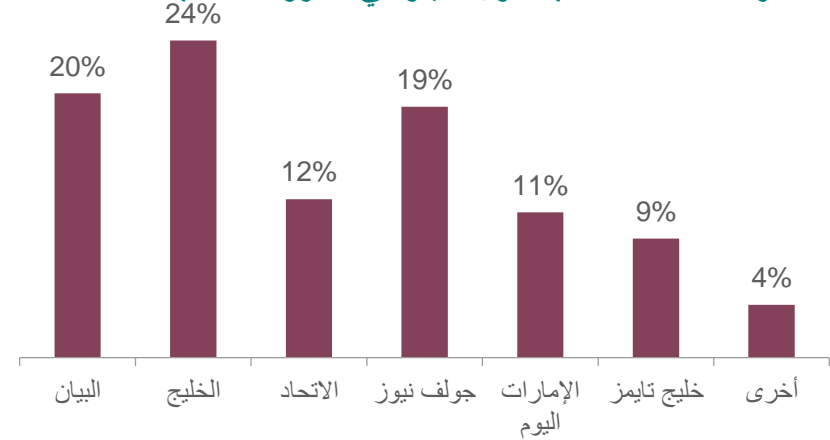
مصادر الأخبار في الظروف العادية

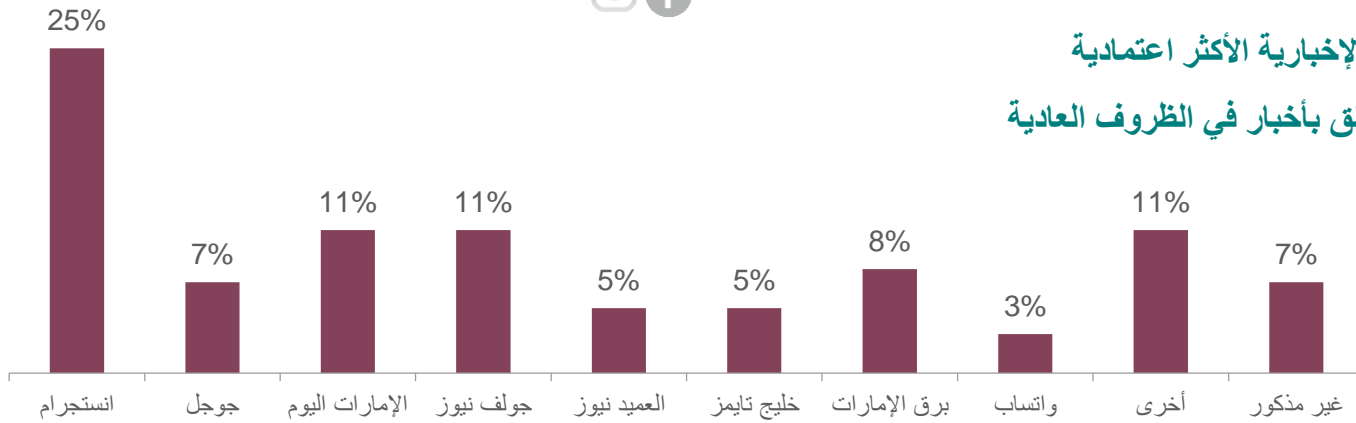
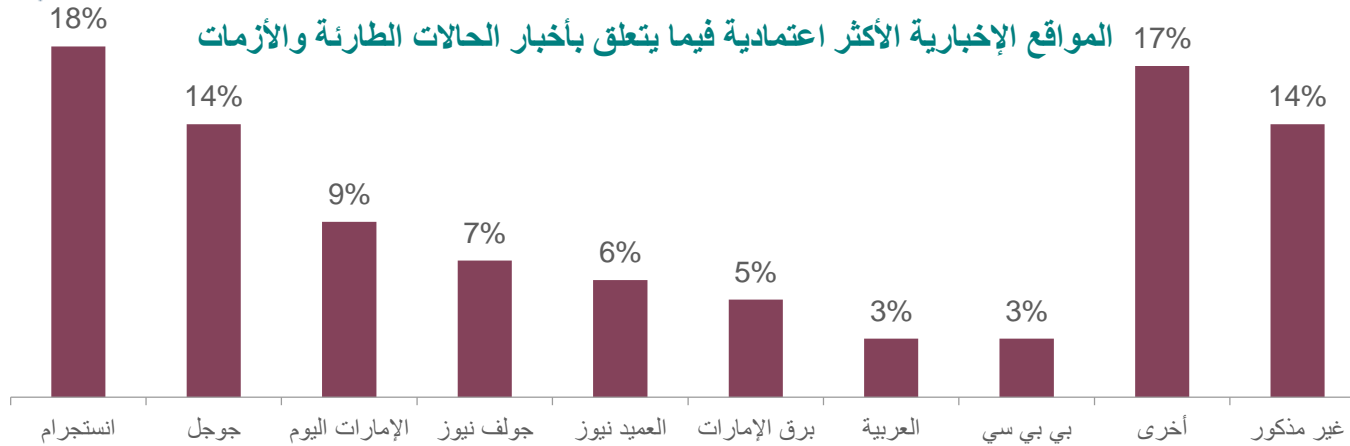


أكثر القنوات التلفزيونية اعتمادية في الظروف العادية



أكثر الصحف اعتمادية حول أخبار في الظروف العادية





المجلس
الوطني
للإعلام
National
Media
Council

