

Distr.
GENERAL

CES/SEM.52/7
2 October 2003

ARABIC
Original: ENGLISH

اللجنة الإحصائية ولجنة الأمم المتحدة الاقتصادية
لأوروبا مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية
(الأونكتاد)

مؤتمر الإحصائيين الأوروبيين
معهد اليونسكو للإحصاء

الاتحاد الدولي للاتصالات

منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي

المكتب الإحصائي للاتحادات الأوروبية

حلقة العمل الإحصائية المشتركة بين لجنة الأمم المتحدة
الاقتصادية لأوروبا والأونكتاد واليونسكو والاتحاد الدولي
للاتصالات ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي
والمكتب الإحصائي للاتحادات الأوروبية المعنية برصد مجتمع
المعلومات: البيانات والقياس والأساليب
(جنيف، ٨-٩ كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠٣)

المسح الإحصائي الثاني عشر لتطور شبكة الإنترنت في الصين

ورقة رئيسية

السيد وانغ إنفاي، مركز معلومات شبكة الإنترنت، الصين

أولاً - معلومات أساسية

١- تعد المعلومات الإحصائية عن كمية الحواسيب المضيفة، ومستخدمي شبكة الإنترنت، وتوزيع المستخدمين، وعمليات نقل المعلومات، وتسجيل أسماء النطاق وما شابهها هامة جداً لصناع القرار الحكوميين، وقيمة تماماً للمشاريع التجارية عند اتخاذها لقراراتها التجارية. وفي عام ١٩٩٧، قررت الإدارة الحكومية المعنية أن يجري المركز الصيني لمعلومات شبكة الإنترنت مسحاً إحصائياً، بدعم من منظمات محلية أخرى معنية بالشبكة. ولجعل عملية المسح عملية منهجية ومنظمة، يجري المركز الصيني لمعلومات شبكة الإنترنت عملية مسح نصف سنوية في كل من شهري كانون الثاني/يناير وتموز/يوليه منذ عام ١٩٩٨. وقد لقيت تقارير المسح هذه قبولاً حسناً من الجمهور داخل الصين وخارجها على السواء، واستشهد بها الجمهور على نطاق واسع. وهذا التقرير هو التقرير الخاص بالمسح الثاني عشر.

٢- وينبغي التأكيد على المساهمة العظيمة التي قدمتها إدارات حكومية كثيرة، مثل إدارة الاتصالات التابعة لوزارة صناعة الإعلام. وبفصل الدعم الذي قدمته هذه المنظمات المعنية بالشبكة ومنظمات مماثلة أخرى مثل مواقع الدعم على الشبكة، والصحافة ووسائل الإعلام، أجري هذا المسح بطريقة سلسة وتكامل بالنجاح.

ثانياً - محتوى المسح

٣- يتضمن المسح الإحصائي الثاني عشر لتطور الإنترنت في الصين المحتويات التالية:

(١) الوضع الكلي لتطور الإنترنت في الصين:

- عدد الحواسيب المضيئة في الصين؛
- عدد مستخدمي شبكة الإنترنت في الصين؛
- عدد أسماء النطاقات المسجلة بالامتداد CN، وتوزعها الجغرافي؛
- عدد المواقع الشبكية "www" وأسماء نطاقاتها وتوزعها الجغرافي؛
- إجمالي عرض النطاق الترددي الدولي المستخدم في الصين؛
- إجمالي عدد عناوين IP (بروتوكول الإنترنت) في الصين.

(٢) وضع مستخدمي شبكة الإنترنت في الصين:

- معلومات عامة (عن الجنس، والسن، والزواج، ودرجة التحصيل العلمي، والدخل وما إلى غير ذلك)؛
- وضع استخدام شبكة الإنترنت؛
- آراء المستخدمين بشأن القضايا الساخنة.

ثالثاً - شرح المفاهيم

مستخدم شبكة الإنترنت: يُعرف المركز الصيني لمعلومات شبكة الإنترنت مستخدم الشبكة بأنه مواطن صيني يستخدم شبكة الإنترنت ساعة واحدة في الأسبوع على الأقل.

موقع الشبكة: يقصد بموقع الشبكة الموقع الذي يكون له اسم نطاق مستقل (مسجل بالامتداد CN. وبامتدادات النطاقات العامة من المستوى الأول gTLD). ويشير اعتماد اسم النطاق المستقل إلى الوضع الذي لا ينطبق فيه اسم نطاق واحد على أكثر من موقع واحد من مواقع الشبكة. ومثال ذلك أن للنطاق "sina.com.cn" موقعاً واحداً فقط على الشبكة هو www.sina.com.cn؛ أما النطاقات ذات الصلة به، مثل news.sina.com.cn و mail.sina.com.cn، فهي قنوات مختلفة لـ www.sina.com.cn.

الحاسوب المضيف: يقصد بالحاسوب المضيف حاسوب استخدمه شخص واحد على الأقل للاتصال بشبكة الإنترنت.

إحصاءات هونغ كونغ ومكاو وتايوان لم تُدرج في المسح، ما لم يبين خلاف ذلك.

ملاحظة: تاريخ انتهاء عملية المسح هو ٣٠ حزيران/يونيه ٢٠٠٣.

رابعاً - نتائج المسح

(١) الوضع الكلي لتطور شبكة الإنترنت في الصين

ألف - الحاسوب المضيف في الصين (بالملايين)

المجموع	الخطوط المستأجرة	خطوط الاتصال عبر الهاتف	خطوط أخرى
٢٥,٧٢	٥,١٥	١٧,٣٩	٣,١٨

باء - مستخدمو الإنترنت في الصين (بالملايين)

المجموع	الخطوط المستأجرة	خطوط الاتصال عبر الهاتف	الشبكة الرقمية للخدمات المتكاملة	النطاق الترددي الواسع
٦٨,٠٠	٢٣,٤٢	٤٥,٠١	٤,٩٠	٩,٨٠

ملاحظة ١: إن عدد مستخدمي شبكة الإنترنت الذين يعتمدون سبل دخول متعددة، قد حسب مرة أخرى، ولذا فإن مجموع الأنواع المختلفة لمستخدمي شبكة الإنترنت يزيد على العدد الكلي لهؤلاء المستخدمين.

ملاحظة ٢: يقصد بمستخدمي الخطوط المستأجرة مستخدمو شبكات الاتصال المحلية التي تربط المستخدم بشبكة إيذرنيت.

ملاحظة ٣: يشمل الربط بالنطاق الترددي العريض استخدام خط الاشتراك الرقمي اللاسلكي والمودم السلبي، وما إلى ذلك.

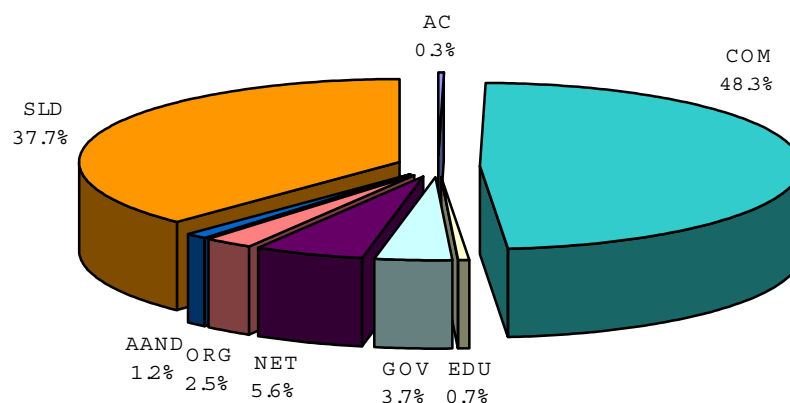
وهناك ١,٨ مليون مستخدم للإنترنت يستخدمون، بالإضافة إلى الحواسيب، مرافق أخرى (مثل المحطات الطرفية المتنقلة والأدوات المعلوماتية).

جيم - أسماء النطاقات المسجلة بالامتداد ".CN"

العدد	AC	COM	EDU	GOV	NET	ORG	AADN	SLD	المجموع
٧٠٢	١٢٠ ٩٥٧	١ ٧٨٧	٩ ٣٢٨	١٣ ٩٥٧	٦ ٣٤٢	٣ ١٠٩	٩٤ ٤٦٩	٢٥٠ ٦٥١	
النسبة المئوية	%٠,٣	%٤٨,٣	%٠,٧	%٣,٧	%٥,٦	%٢,٥	%١,٢	%٣٧,٧	%١٠٠,٠

AADN: اسم نطاق خاص بقطاع الإدارة

SLD: اسم نطاق من المستوى الثاني



التوزيع الجغرافي لأسماء النطاقات المسجلة بالامتداد CN. (لا تشمل EDU)

منغوليا الداخلية	شانكسي	هبياي	تشونغ كينغ	تيانجين	شنغهاي	بيجين	
العدد	١ ٧١٨	١ ٣٣٤	٤ ٨٤٨	٢ ٨٣١	٤ ٠٧٤	٥٧ ٣٠٧	
النسبة المئوية	٠,٧%	٠,٥%	٢,٠%	١,١%	١,٦%	٢٣,٠%	
فوجيان	أهوي	زهيجيانغ	جيانغسو	هايلونغجيانغ	جيلين	ليانينغ	
العدد	٧ ٠٨٢	٢ ٩٠٨	١٣ ٦٥٨	١٤ ٢٧١	٢ ٦٧٨	٢ ٨٨٨	
النسبة المئوية	٢,٨%	١,٢%	٥,٥%	٥,٧%	١,١%	١,٢%	
غوانغشي	غوانغ دونغ	هونان	هويي	هينان	شاندونغ	جيانغسي	
العدد	٢ ٢٠٩	٣٤ ٩٨٣	٢ ٥١٠	٤ ٥٥٤	٣ ٦٧٦	٩ ٤٣٤	
النسبة المئوية	٠,٩%	١٤,١%	١,٠%	١,٨%	١,٥%	٣,٨%	
غانسو	شانكسي	تيبيت	يون نان	غويزو	سيشوان	هاينان	
العدد	١ ٠٢٩	٢ ٧٨٣	٥٢٨	٢ ١٧٠	٩٥٨	٩٩٣	
النسبة المئوية	٠,٤%	١,١%	٠,٢%	٠,٩%	٠,٤%	٠,٤%	
			مناطق خارجية	زينجيانغ	نينغساي	كويغاي	
العدد			٢٧ ٠١٧	٢ ٤٢٧	٧٩٨	٢٨٩	
النسبة المئوية			١٠,٩%	١,٠%	٠,٣%	٠,١%	

ملاحظة: يقصد بعبارة "مناطق خارجية" أسماء النطاقات التي سجلتها بالامتداد "CN". شركات التسجيل في مناطق خارج البلاد.

دال - عدد مواقع الشبكة "WWW" (ذات الامتداد (.CN,.COM,.NET,.ORG): ٤٧٣ ٩٠٠ موقع تقريباً.

توزيع أسماء نطاقات مواقع الشبكة "WWW"

المجموع	.CN	District .CN	ORG (.CN)	NET (.CN)	GOV .CN	EDU (.CN)	COM (.CN)	AC.CN	
٤٧٣ ٩٠٠	٣٥ ١٩٦	١ ٩٠٦	٢٦ ٢٩٢	٦٠ ٤٠٨	٧ ٨٧٦		٣٤١ ٧٥٣	٤٦٩	العدد
%١٠٠,٠	%٧,٤	%٠,٤	%٥,٦	%١٢,٧	%١,٧		%٧٢,١	%٠,١	النسبة المئوية

التوزيع الجغرافي لمواقع الشبكة "WWW"

منغوليا الداخلية	شانكسي	هايبى	تشونغ كينغ	تيانجين	شنغهاي	بيجين	
٢ ٤٨٤	٢ ٦٥١	١٠ ٨٠٠	٤ ٣٨٢	٧ ٤٩١	٥٣ ٨٦٧	٩٧ ٨٥٠	العدد
%٠,٥	%٠,٦	%٢,٣	%٠,٩	%١,٦	%١١,٤	%٢٠,٦	النسبة المئوية
فوجيان	أهوي	زهيجيانغ	جيانغسو	هايلونغ جيانغ	جيلين	لياونينغ	
١٩ ٣٢٩	٥ ٧٤٠	٣٨ ٤٦١	٣٢ ٩٤٧	٤ ٧٦٥	٣ ٢٧٨	١٤ ٩٤٥	العدد
%٤,١	%١,٢	%٨,١	%٦,٩	%١,٠	%٠,٧	%٣,٢	النسبة المئوية

غوانغسي	غوانغ دونغ	هينان	هوباي	هينان	شان دونغ	جيانغسي	
٤ ٨٢١	٨٤ ٨٩٣	٥ ٨٩٥	١٠ ٤١٩	٧ ٨٤٨	٢١ ٦٥٥	٣ ٢٠٩	العدد
%١,٠	%١٧,٩	%١,٢	%٢,٢	%١,٧	%٤,٦	%٠,٧	النسبة المئوية
غانسو	شانكسي	تيبيت	يونان	غويزهو	سيشوان	هاينان	
١ ٤٩٢	٤ ٤٥١	١ ٠٦٩	٣ ٢٧٥	١ ٥١٢	١٠ ٦٥٥	٢ ٤٦٥	العدد
%٠,٣	%٠,٩	%٠,٢	%٠,٧	%٠,٣	%٢,٣	%٠,٥	النسبة المئوية
			مناطق خارجية	زينجيانغ	نينغشيا	كينغاي	
			٦ ٤٨٨	٣ ٤٠٦	٩٠٥	٤٥٢	العدد
			%١,٤	%٠,٧	%٠,٢	%٠,١	النسبة المئوية

هـ - إجمالي عرض النطاق الترددي لخطوط الاتصال المستأجرة : ١٨ ٥٩٩ ميغا بايت

وتشمل البلدان المرتبطة ارتباطاً مباشراً بشبكة الإنترنت الصينية الولايات المتحدة وكندا وأستراليا وبريطانيا وألمانيا وفرنسا واليابان وكوريا الجنوبية وغيرها. وفيما يلي معلومات مفصلة عن ذلك.

- CSTNET : ٥٥ ميغا بايت

- CHINANET : ١٠ ٩٥٩ ميغا بايت

- CERNET : ٣٢٤ ميغا بايت

- UNINET : ١ ٤٣٥ ميغا بايت

- CNCNET : ٢ ١١٢ ميغا بايت
- CHINA 169 : ٣ ٤٦٥ ميغا بايت
- CIETNET : ٢ ميغا بايت
- CMNET : ٢٤٧ ميغا بايت
- CGWNET : قيد الإعداد
- CSNET : قيد الإعداد

واو- يبلغ العدد الإجمالي لعناوين IP الموجودة على البر الرئيسي للصين:

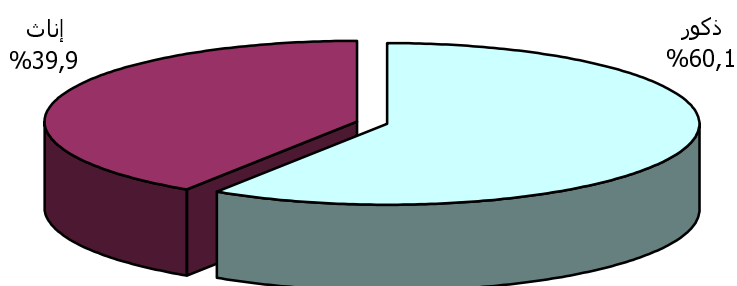
٤٨٠ ٠٨٤ ٣٢ عنواناً، أي ألف + ٢٣٣ باء + ١٤٦ جيم

- تايوان: ٩٨٤ ٥٥٣ ١٢ عنواناً، أي ١٩١ باء + ١٤٣ جيم
- هونغ كونغ: ٦٢٤ ٦٤٢ ٣ عنواناً، أي ٥٥ باء + ١٤٩ جيم
- مكاو: ٤٥ ٠٥٦ عنواناً، أي ١٧٦ جيم

(٢) مسح يتعلق بسلوك ووعي مستخدمي شبكة الإنترنت

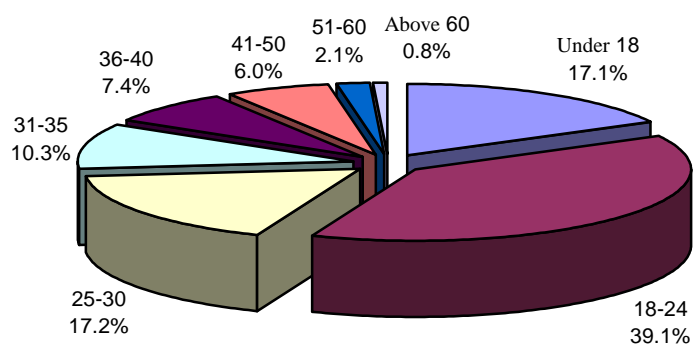
ألف- معلومات عامة

(١) * الجنس: ذكور - ٦٠,١%, إناث - ٣٩,٩%

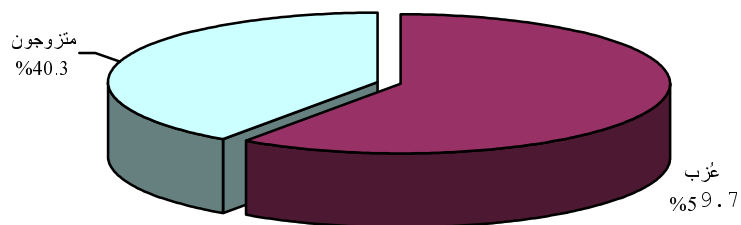


(٢) * العمر

دون ١٨	١٨-٢٤	٢٥-٣٠	٣١-٣٥	٣٦-٤٠	٤١-٥٠	٥١-٦٠	فوق ٦٠
١٧,١%	٣٩,١%	١٧,٢%	١٠,٣%	٧,٤%	٦,٠%	٢,١%	٠,٨%

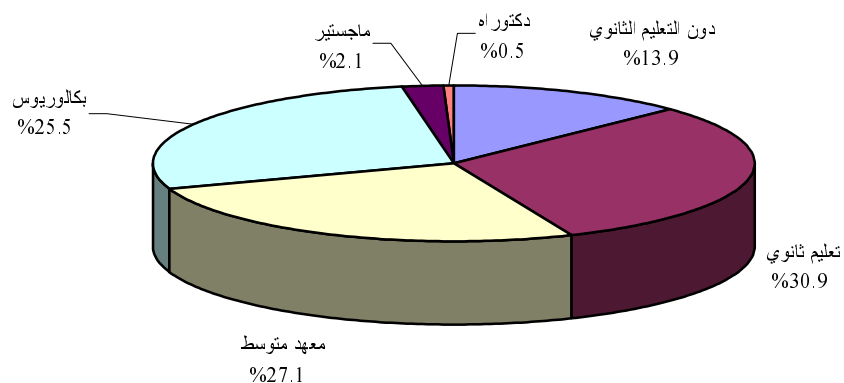


(٣) * الوضع العائلي عزب - ٥٩,٧ ٪، متزوجون ٤٠,٣ ٪



(٤) * درجة التحصيل العلمي

دكتوراه	ماجستير	بكالوريوس	معهد متوسط	تعليم ثانوي	دون التعليم الثانوي
٠,٥ ٪	٢,١ ٪	٢٥,٥ ٪	٢٧,١ ٪	٣٠,٩ ٪	١٣,٩ ٪



(٥)* توزيع المهن (لا يشمل الطلاب وأفراد الجيش والعاطلين عن العمل)

الإدارات الحكومية والأوساط الاجتماعية	النقل والتخزين	الخدمة البريدية	المعلوماتية
١١,٦٪	٤,٢٪	٠,٨٪	٩,٢٪
البيع بالجملة والتجزئة	الأطعمة والمشروبات	القطاع المالي	المكاتب العقارية
٩,٦٪	١,٣٪	٥,٥٪	١,٥٪
قطاع الخدمات	الرحلات والفنادق	الأنشطة الترفيهية	الخدمات الاستشارية
٣,٧٪	١,٨٪	٠,٩٪	٢,١٪
قطاع الإعلان	خدمات الإيجار وخدمات تجارية أخرى	الإصحاح والرعاية الاجتماعية	الثقافة والفنون
١,٣٪	١,٣٪	٤,٩٪	٠,٩٪
قطاع الرياضة	الصحافة ووسائل الإعلام	التعليم	الأبحاث العلمية
٠,٤٪	١,٢٪	١٣,٢٪	٠,٩٪
الخدمات الفنية المتكاملة	التصنيع	الهندسة المعمارية	إدارة البيئة والمرافق العامة
٢,٠٪	١١,٨٪	٣,٩٪	٠,٤٪
الزراعة والحراجة وتربية الحيوانات وصيد الأسماك	التعدين	المياه والكهرباء والاستخدام الصناعي للهواء	التنقيب الجيولوجي
١,٦٪	٠,٨٪	٢,٦٪	٠,٢٪
صيانة المياه	المنظمات الدولية	قطاعات أخرى	
٠,١٪	٠,٢٪	٠,١٪	

(٦)* التوزيع بحسب الوظيفة

موظفون حكوميون	مديرو مؤسسات الأعمال	مهندسون	معلمون
٨,٠٪	٧,٩٪	١٥,٩٪	٧,٧٪
كتيبة	عاملون في قطاعي التجارة والخدمات	فلاحون ومزارعون	عاملون في قطاعي الإنتاج والنقل
٩,٠٪	٩,١٪	٠,٩٪	٥,٨٪
أفراد جيش	طلاب	عاطلون عن العمل	آخرون
٠,٨٪	٣٠,١٪	٣,٧٪	١,١٪

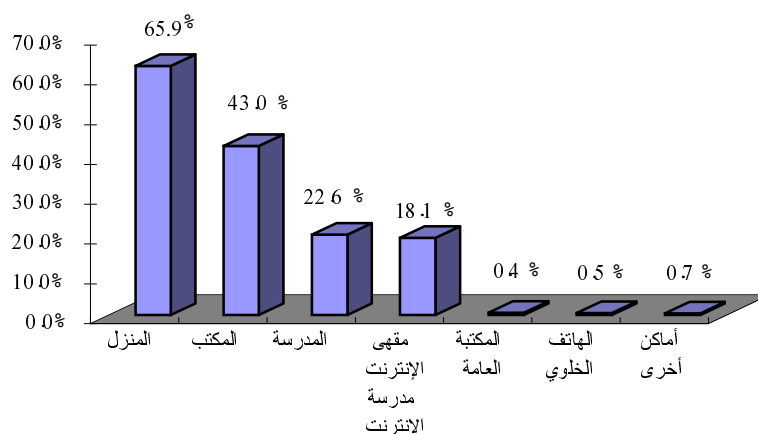
(٧)* دخل الفرد الشهري: (بالرينميني)

أقل من ٥٠٠	٥٠١-١ ٠٠٠	١ ٠٠١-١ ٥٠٠	١ ٥٠١-٢ ٠٠٠	٢ ٠٠١-٢ ٥٠٠	٢ ٥٠١-٣ ٠٠٠
٢٠,٨٪	١٨,٣٪	١٥,٩٪	٩,٨٪	٤,٦٪	٣,٧٪
٤ ٠٠٠-٣ ٠٠١	٥ ٠٠٠-٤ ٠٠١	٦ ٠٠٠-٥ ٠٠١	٦ ٠٠٠-٦ ٠٠١	أكثر من ١٠ ٠٠٠	بدون دخل
٢,٤٪	٢,٠٪	٠,٩٪	١,٠٪	١,١٪	١٩,٥٪

باء- حالة استخدام شبكة الإنترنت

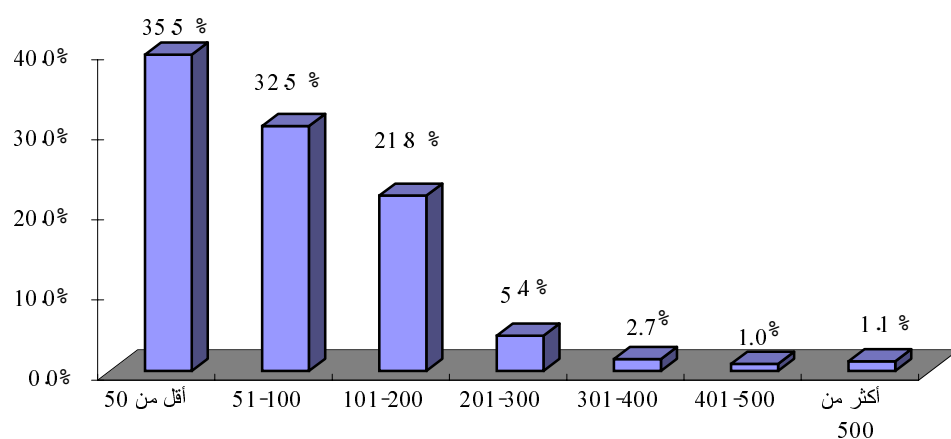
(١)* أماكن الاتصال الرئيسية بشبكة الإنترنت: (نتائج نظام الخيارات المتعددة)

المدرسة	المكتب	المدرسة	مقهى الإنترنت مدرسة الإنترنت	المكتبة العامة	الهاتف الخليوي	أماكن أخرى
٢٢,٦ %	٤٣,٠ %	٢٢,٦ %	١٨,١ %	٠,٤ %	٠,٥ %	٠,٧ %



(٢)* نفقات الاشتراك الشهري بشبكة الإنترنت (بالريمنيني)

أقل من ٥٠	٥١-١٠٠	١٠١-٢٠٠	٢٠١-٣٠٠	٣٠١-٤٠٠	٤٠١-٥٠٠	أكثر من ٥٠٠
٣٥,٥ %	٣٢,٥ %	٢١,٨ %	٥,٤ %	٢,٧ %	١,٠ %	١,١ %



ملاحظة: يشير الجدول إلى رسوم الاتصال بالإنترنت واستخدام الهاتف في آن واحد؛ وقد استثيت من ذلك رسوم الهاتف اليومية.

(٣)* متوسط المدة الزمنية للاتصال بالإنترنت: ١٣ ساعة في الأسبوع.

(٤)* متوسط عدد الأيام التي يتصل خلالها مستخدمو الإنترنت بالشبكة: ١,٤ أيام في الأسبوع.

(٥)* متى يتصل المستخدمون بالشبكة: (نظام الخيارات المتعددة)

٣:٠٠	٢:٠٠	١:٠٠	٠:٠٠
%٢,٦	%٤,٢	%٥,٦	%١٤,٥
٧:٠٠	٦:٠٠	٥:٠٠	٤:٠٠
%٢,٧	%١,٧	%١,٦	%٢,٥
١١:٠٠	١٠:٠٠	٩:٠٠	٨:٠٠
%٢٢,٦	%٢٤,٦	%٢٢,٥	%١١,٨
١٥:٠٠	١٤:٠٠	١٣:٠٠	١٢:٠٠
%٣١,٤	%٢٨,٦	%٢٤,٣	%٢٢,٦
١٩:٠٠	١٨:٠٠	١٧:٠٠	١٦:٠٠
%٣١,٣	%٢٢,١	%٢٧,٧	%٣١,٢
٢٣:٠٠	٢٢:٠٠	٢١:٠٠	٢٠:٠٠
%٢٢,٢	%٣٥,٠	%٤٣,٩	%٤٤,٠

(٦)* متوسط عدد حسابات البريد الإلكتروني: ١,٥ لكل شخص

حسابات البريد الإلكتروني المجانية: ١,٣ لكل شخص

(٧)* البريد الإلكتروني الوارد (لا يشمل البريد الإلكتروني الطفيلي): ٧,٢ رسائل في الأسبوع

البريد الإلكتروني الطفيلي الوارد: ٨,٩ رسائل في الأسبوع

البريد الإلكتروني المرسل: ٥,٣ رسائل في الأسبوع

(٨)* الهدف الأساسي من الاتصال بشبكة الإنترنت:

الحصول على المعلومات	-	%٤٦,٩
الدراسة	-	%٧,٢
الأبحاث التعليمية	-	%٠,٤
الترفيه عن النفس	-	%٢٨,٦

الاحتياجات العاطفية	-	١,٠%
التعرف إلى أصدقاء	-	٥,٧%
الحصول على موارد مجانية	-	
فتح حسابات للبريد الإلكتروني وصفحة استقبال شخصية وتنزيل الموارد	-	٧,١%
تلقي الاتصالات وإرسال الرسائل الإلكترونية والرسائل القصيرة والفاكسات	-	٢,٣%
التجارة الأسهم	-	١,٢%
التسوق على الإنترنت	-	٢,٠%
الأنشطة التجارية	-	٤,٠%
اللحاق بالركب	-	٦,٠%
أهداف أخرى	-	١,١%

(٩) الخدمات التي غالباً ما استخدمت نظام الخيارات المتعددة:

البريد الإلكتروني	-	٨,٩١%
منتدى الأخبار	-	٧,٢٠%
آلة البحث	-	٠,٧٠%
تنزيل البرامج/تصعيد البرامج	-	٠,٤٣%
الحصول على المعلومات	-	٨,٣٧%
التحاور على الإنترنت	-	٤,٤٥%
وضع لوحات إعلانات إلكترونية، إقامة منتديات مجتمعية	-	٦,٢٢%
الاستضافة المجانية لمواقع شخصية	-	٢,٦%
الحكومة الإلكترونية	-	١,٢%
توفير الألعاب على الإنترنت	-	٢,١٨%
التسوق على الإنترنت	-	٧,١١%
إرسال الرسائل القصيرة	-	٨,٧%
التعليم على الإنترنت	-	٩,٨%
قراءة المجالات الإلكترونية	-	٢,٨%
الاتصال الهاتفي عبر الإنترنت	-	٠,١%

٠,٨%	-	التطبيب على الإنترنت
٤,٣%	-	الصيرفة على الإنترنت
٥,٤%	-	التجارة بالأسهم
١,١%	-	إقامة مزادات على الإنترنت
٠,٥%	-	حجز بطاقات السفر والفنادق
٠,٥%	-	عقد اجتماعات على الإنترنت
٥,٣%	-	عرض برامج الفيديو حسب الطلب
٣,٧%	-	البث الحي
١٣,٠%	-	خدمات متعددة الوسائط (التمتع ببرامج مثل MP3 و FLASH وغيرها)
١,٢%	-	برنامج تلنت
٣,٥%	-	نشر المعلومات
٠,٩%	-	الدعاية على الإنترنت
١,٣%	-	البيع على الإنترنت
١,١%	-	النظم المحوسبة ERP و CRM و SCM
٠,٢%	-	خدمات أخرى

(١٠) المعلومات التي غالباً ما يبحث عنها (خيارات متعددة):

٧٦,٩%	-	الأخبار
٤٧,٦%	-	المعدات والبرامج الحاسوبية
٤٤,٩%	-	وسائل الترفيه
٣٢,١%	-	خدمات الحياة اليومية
١٩,٠%	-	الثقافة الاجتماعية
٣١,٥%	-	الكتب الإلكترونية
٢٨,٢%	-	العلم والثقافة
١٦,٩%	-	الرياضة بأنواعها
١٠,٢%	-	التمويل والتأمين
٤,٩%	-	العقارات

السيارات	-	٩,٦%
البحث عن عمل	-	٢٠,٣%
الأعمال والتجارة	-	٧,٥%
المشاريع	-	٦,٩%
النشرة الجوية	-	٧,٥%
السفر والنقل	-	٦,٧%
الرعاية الطبية	-	٥,٦%
الجمع بين الراغبين في الزواج	-	٢,٦%
القوانين والأنظمة والسياسات	-	٨,٢%
الحكومة الإلكترونية	-	٣,٥%
الإعلان	-	٥,٦%
معلومات أخرى	-	٠,٨%

(١١) توزيع المعلومات التي جرى استعراضها:

المواقع المحلية باللغة الصينية	-	٨٠,٩%
المواقع المحلية باللغة الإنكليزية	-	٥,٠%
المواقع الخارجية باللغة الصينية	-	٧,٧%
المواقع الخارجية باللغة الإنكليزية	-	٥,٨%

(١٢) احتياجات المستخدمين التي لا يمكن حتى الآن تلبيتها (خيارات متعددة):

الأخبار	-	٣١,٨%
المعدات والبرامج الحاسوبية	-	٢٦,٦%
وسائل الترفيه	-	٢١,٣%
خدمات الحياة اليومية	-	٢٤,١%
الثقافة الاجتماعية	-	١٣,٨%
الكتب الإلكترونية	-	٣٦,٨%
التكنولوجيا والتعليم	-	٢٢,١%

٥,٨%	-	الرياضة بأنواعها
١١,٧%	-	التمويل والتأمين
٨,٠%	-	العقارات
٧,١%	-	السيارات
٢٢,٤%	-	البحث عن عمل
١٠,٦%	-	الأعمال والتجارة
١٠,٤%	-	المشاريع
٦,٨%	-	النشرة الجوية
١٠,٥%	-	السفر والنقل
١٤,٢%	-	الرعاية الطبية
٤,٢%	-	الجمع بين الراغبين في الزواج
١٤,٦%	-	القوانين والأنظمة والسياسات
١٢,٩%	-	الحكومة الإلكترونية
٥,٤%	-	الإعلانات
٠,٨%	-	احتياجات أخرى

(١٣) النهج المتاحة لتعريف المستخدمين بالمواقع الجديدة على الشبكة (خيارات متعددة):

٨٥,٠%	-	آلة البحث
٦٧,٦%	-	وصلة الموقع الشبكي
٣٢,٨%	-	رسائل البريد الإلكتروني
٥٢,٥%	-	توصية من الأصدقاء أو من زملاء المدرسة أو من زملاء آخرين
٢٧,٢%	-	توصية من أصدقاء الإنترنت
١٦,٩%	-	كتب عن المجموعة الكاملة للمواقع الشبكية
٣٣,٦%	-	الصحف والمجلات
١٢,٥%	-	البرامج الإذاعية والتلفزيونية
٣,٤%	-	دليل الهاتف
٩,٨%	-	الإعلانات الخارجية
٠,٥%	-	نهج أخرى

(١٤) تعرف المستخدمين إلى المصطلحات التالية:

لا فكرة لديه	سمع به	يفهمه	يعرفه جيدا
الحكومة الإلكترونية	١٠,٦%	٣٩,٥%	١١,٨%
المكتبة الإلكترونية	١,٩%	٥٣,٣%	٢٨,٦%
تخطيط موارد الشركات (ERP)	٣٦,٧%	٢١,١%	٩,٢%
إدارة العلاقات مع الزبائن (CRM)	٤٦,١%	١٥,٣%	٦,٣%
إدارة سلسلة التوريد (SCM)	٥٠,٤%	١٢,٩%	٤,٥%

(١٥) درجة رضى المستخدمين عن الخدمات الحالية للشبكة:

ممتازة	مرضية	لا بأس بها	غير مرضية	مخيبة للآمال
خدمة الاتصال التقليدي بالإنترنت	٣,٩%	١٥,١%	٣٩,٦%	١٤,٦%
خدمة الاتصال بالإنترنت عبر النطاق الترددي العريض	١٩,٣%	٤٨,٧%	٢٤,٥%	١,٥%
آلة البحث	٢٣,٤%	٥٠,٣%	٢١,٥%	٠,٩%
علبة البريد الإلكتروني المجانية	٢٣,٠%	٤١,٤%	٢٥,٤%	٢,٤%
علبة البريد الإلكتروني غير المجانية	٦,٩%	٢٣,٦%	٤٠,٣%	٧,٩%
التسوق على الإنترنت	٥,٨%	٢٤,٣%	٤٦,٠%	٥,٦%
ألعاب الإنترنت	٦,٨%	٢٦,٣%	٤٩,٢%	٤,١%
الرسائل القصيرة	٩,٥%	٢٩,٠%	٤٣,٠%	٦,٣%
التعليم عبر الإنترنت	٧,٣%	٢٥,٧%	٤٨,٢%	٤,٠%
الصيرفة عبر الإنترنت	٩,٠%	٢٧,٢%	٤٥,٧%	٤,٢%
التحاور على الإنترنت	١٧,٣%	٣٩,٠%	٣٥,٧%	٢,١%

(١٦) مدى رضى المستخدمين عن الإنترنت الحالية:

ممتازة	مرضية	لا بأس بها	غير مرضية	مخيبة للآمال
السرعة	٥,٢%	٣٣,٢%	٣٦,٠%	٦,٨%
التكلفة	٢,٤%	١٤,٩%	٣٩,٠%	١١,٧%
الأمن	٢,٦%	١٧,٠%	٤٦,٥%	٧,٢%
توافر المعلومات باللغة الصينية	٦,٩%	٤٠,٠%	٣٩,٥%	٢,٤%
سهولة الاستعمال	٩,٧%	٤٣,٠%	٣٩,٠%	١,٦%
أمر عام	٢,٥%	٣٣,٣%	٥٥,٠%	١,٠%

جيم - آراء مستخدمي الإنترنت بشأن قضايا الساعة:

(١) حسابات البريد الإلكتروني التي غالباً ما يستعملها المستخدمون:

حسابات توفرها منظماتهم	-	١٠,٦%
حسابات مجانية يفتحونها شخصياً	-	٧٨,٨%
حسابات غير مجانية يفتحونها شخصياً	-	٨,٢%
حسابات قدمت لهم	-	١,٧%
ليس لديهم حساب بريد إلكتروني	-	٠,٧%

(٢) الأشخاص الذين يتصل بهم عادةً مستخدمو الإنترنت (خيارات متعددة):

الأسر	-	٢٣,٢%
الأقرباء	-	١٨,١%
الأصدقاء	-	٧٩,٦%
زملاء المدرسة	-	٥٩,١%
الرفاق أو زملاء العمل	-	٦٠,٣%
آخرون	-	٤,٥%

(٣) الجانب الذي يوليه مستخدمو البريد الإلكتروني غير المجاني الاهتمام الأكبر:

الموثوقية	-	٣٣,٣%
السرعة	-	٥,٧%
الأمن والاستقرار	-	٢٦,٦%
القدرة	-	١٧,٨%
أنماط الاستقبال المتعددة (بروتوكول البريد الثالث POP3/الهاتف الخليوي)	-	٢,٧%
مضادات الفيروسات	-	٣,١%
منع البريد الطفيلي	-	٥,٣%
لا يكثرثون	-	٤,٢%
جوانب أخرى	-	١,٣%

(٤) اعتزام مستخدمي البريد الإلكتروني المجاني الاشتراك بـ بريد إلكتروني غير مجاني في غضون سنة واحدة:

نعم	-	%٥,١
ربما نعم	-	%٣٠,٣
لا يدري	-	%٦,٨
ربما لا	-	%٢٢,٢
لا	-	%١٥,٨

(٥) الرسوم الشهرية التي يمكن أن يتحملها مستخدمو البريد الإلكتروني (بالرينميني):

أقل من ٥	-	%٦٢,٢
١٠-٦	-	%٢٩,٦
٣٠-١١	-	%٦,١
٥٠-٣١	-	%١,٦
٧٠-٥١	-	%٠,٢
١٠٠-٧١	-	%٠,٢
أكثر من ١٠٠	-	%٠,١

(٦) آراء المستخدمين بشأن إعلانات الإنترنت:

يدخلون بكثرة على مواقعها	-	%٩,٠
يدخلون إليها أحياناً	-	%٤٩,٠
نادراً ما يدخلون إليها	-	%٢٧,٧
لا يدخلون أبداً	-	%٤,٣

(٧) هل تعتبر البريد الإلكتروني الإعلاني بمثابة مراجع لشراء السلع والخدمات؟

نعم	-	%٢١,٣
لا أبالي	-	%٥٠,٤
لا	-	%٢٨,٣

(٨) هل تعتبر الإعلانات على الإنترنت بمثابة مراجع لشراء السلع والخدمات؟

غالباً	-	%١٠,٤
أحياناً	-	%٦٦,٩
أبداً	-	%٢٢,٧

(٩) الجوانب الأقل إرضاءً للمستخدمين فيما يتعلق بالإعلانات على الإنترنت:

كثرة الإعلانات	-	%١٩,٧
افتقارها للابتكار والخيال	-	%٨,٦
احتمال عدم ضمان صحتها	-	%٣٧,٨
طريقة عرضها المشوشة	-	%٣١,٧
جوانب أخرى	-	%٠,٤
لا شيء على الإطلاق	-	%١,٨

(١٠) وتيرة الدخول إلى مواقع التسوق الموجودة على الإنترنت:

كثيراً	-	%٢٠,٣
أحياناً	-	%٤٣,٧
نادراً	-	%٢٩,٣
أبداً	-	%٦,٧

(١١) هل سبق لك واشترت سلعة أو خدمات من مواقع التسوق الموجودة على الإنترنت؟

نعم	-	%٤٠,٧
لا	-	%٥٩,٣

أعدت الأسئلة من (١٢) إلى (١٨) لمن لديهم خبرة في الشراء على الإنترنت.

(١٢) أسباب الشراء على الإنترنت (نظام الخيارات المتعددة):

ادخار الوقت	-	%٤٧,٤
تخفيض التكاليف	-	%٣٩,٢
سهولة الاستعمال	-	%٤٤,٤

٣١,٧%	- البحث عن السلع النادرة
٢٢,٣%	- للتسلية أو الفضول
٢,٧%	- أسباب أخرى

(١٣) المنتجات أو الخدمات التي اشتراها المستخدمون في غضون الأشهر الإثني عشر الماضية:

٦٣,٨%	- الكتب والمجلات
٣٠,٧%	- أدوات الكمبيوتر
٧,٧%	- معدات تصوير
١٢,٥%	- أجهزة الاتصال
٣١,٤%	- المعدات والمنتجات السمعية البصرية
٨,٠%	- الأدوات الكهربائية المنزلية
٧,٨%	- الثياب
٥,٤%	- المعدات الرياضية
١٣,٥%	- الخدمات المعيشية والمنزلية
٣,٧%	- خدمات الرعاية الطبية
١١,٨%	- الخدمة الحالية
٢,٣%	- الخدمات المالية والتأمينية
٩,٦%	- الخدمات التعليمية
٤,٦%	- التذاكر
٣,٨%	- الحجز في الفنادق
٢,٠%	- أخرى

(١٤) المنتجات أو الخدمات التي لم تلب بعد احتياجات المستخدمين (نظام الخيارات المتعددة):

٨,٣%	- الكتب والمجلات
٢٦,٤%	- أدوات الكمبيوتر
١٢,٩%	- معدات تصويرية
١٩,٤%	- أجهزة الاتصال

١٧,١ %	-	المعدات والمنتجات السمعية البصرية
١٧,٨ %	-	الأدوات الكهربائية المنزلية
٢٠,٨ %	-	التياب
٩,٤ %	-	الأدوات الرياضية
١٥,٨ %	-	الخدمات المعيشية والمنزلية
١٣,٤ %	-	خدمات الرعاية الطبية
١٣,٣ %	-	الخدمة الحالية
١٢,٩ %	-	الخدمات المالية والتأمينية
١٨,٤ %	-	الخدمات التعليمية
١٣,٨ %	-	التذاكر
٨,١ %	-	الحجز في الفنادق
٠,٣ %	-	منتجات أو خدمات أخرى

(١٥) طرائق الدفع:

٢٩,٦ %	-	نقدًا
٣٣,٢ %	-	إلكترونيًا باستخدام بطاقات الائتمان أو الدين
٢٦,٨ %	-	حوالة بريدية
١٠,٢ %	-	حوالة مصرفية
٠,٢ %	-	طرائق أخرى

(١٦) وسائل التسليم:

١٧,١ %	-	البريد الدولي السريع
٧,٨ %	-	وسائل التسليم السريعة الأخرى
٤١,٠ %	-	الطرود البريدية
٣١,٩ %	-	التسليم في المنزل
١,٥ %	-	الطرود المرسلة بالطائرة أو بالقطار
٠,٧ %	-	وسائل أخرى

(١٧) العقبات الأساسية أمام الشراء على الإنترنت:

٢٥,١ %	-	عدم إمكانية ضمان الأمن
٩,٩ %	-	عدم ملائمة طريقة الدفع
٤٠,٤ %	-	عدم التمكن من ضمان جودة المنتجات وخدمات ما بعد البيع ومصدقية المنتج
٧,١ %	-	التأخر في التسليم
١٠,٣ %	-	عرض أسعار غير مغرية
٧,٠ %	-	عدم موثوقية المعلومات
٠,٦ %	-	عقبات أخرى

(١٨) هل تعتزم الشراء على الإنترنت خلال الأشهر الإثني عشر القادمة؟

٢٦,٨ %	-	نعم
٤١,٢ %	-	ربما نعم
٢٠,٧ %	-	لا أعرف
٧,٨ %	-	ربما لا
٣,٥ %	-	لا

أعدت الأسئلة من (١٩) إلى (٢١) لمن يمارس ألعاب الإنترنت.

(١٩) الوقت الذي يمضيه هواة ألعاب الإنترنت في الأسبوع: ٩,٩ ساعات

(٢٠) نمط الألعاب المفضلة لدى هواة ألعاب الإنترنت (نظام الخيارات المتعددة):

٤٥,٧ %	-	RPG
١٦,٦ %	-	RTS
١١,٢ %	-	SLG
٦٨,٦ %	-	لعب الشطرنج أو الكوتشينية أو الألغاز أو غيرها مع شخص آخر
٢,٥ %	-	ألعاب أخرى

(٢١) الجانب الذي يحظى بأكبر اهتمام عند هواة هذه الألعاب (نظام الخيارات المتعددة):

٦٨,٠ %	-	سرعة الاتصال
--------	---	--------------

٤٠,٣%	-	التكاليف
٣٦,٨%	-	سهولة العمل
٣٣,٣%	-	القصة
٢٩,٤%	-	أداء الفيديو
١٧,٥%	-	الموسيقى
١٤,٤%	-	الأنشطة المماثلة
١٩,٥%	-	خدمات الزبون
٢,١%	-	جوانب أخرى

(٢٢) تعليقك على أثر ألعاب الإنترنت على دراسة اللاعبين أو عملهم أو حياتهم:

١٠,١%	-	كبير جدا
٢٥,٣%	-	كبير
٢٧,٥%	-	لا بأس به
٢٣,٦%	-	قليل
١٣,٥%	-	معدوم

(٢٣) هل تعرض حاسوبك للغزو خلال فترة الأشهر الإثني عشر الأخيرة؟

٦٣,٠%	-	نعم
٢٧,٠%	-	لا
١٠,٠%	-	لا أعرف

(٢٤) الطرائق الرئيسية المعتمدة للحماية الأمنية (خيارات متعددة):

٢٢,٧%	-	كلمة السر
٧٩,٨%	-	البرامج المضادة للفيروسات
٦٩,١%	-	الحائط الأمني
٤,٥%	-	التوقيع الكهربائي
٦,٥%	-	طريقة غير معروفة، يتوقف اعتمادها على مديري النظام
٢,٥%	-	عدم اعتماد أي طريقة

(٢٥) تواتر تغيير مستخدمى الإنترنت لكلمة السر الخاصة بحساب يريدھم الإلكتروني؟

٦,٥ %	-	خلال شهر واحد
١٣,٨ %	-	١-٣ أشهر
١٣,٤ %	-	٣-٦ أشهر
١٤,٧ %	-	٦-١٢ شهراً
١٠,٢ %	-	أكثر من ١٢ شهراً
٤١,٤ %	-	لا يغيرونه أبداً

(٢٦) تواتر قيام المستخدمين بمسح أو قتل الفيروسات في نظام حاسوبهم:

٩,٠ %	-	يوميًا
٢٦,١ %	-	٢-٧ أيام
١١,٤ %	-	٨-١٤ يومًا
١٩,٧ %	-	من ١٥ يومًا إلى شهر واحد
١٢,٧ %	-	١-٣ أشهر
٤,٥ %	-	٣-٦ أشهر
٢,٤ %	-	٦-١٢ شهراً
١,٤ %	-	أكثر من ١٢ شهراً
١٢,٨ %	-	مسح الملفات أو قتل الفيروسات بعد الإصابة

أعدت الأسئلة من (٢٧) إلى (٣٠) للذين يستعملون خدمة الرسائل القصيرة المتاحة على مواقع الشبكة.

(٢٧) الهدف الرئيسي من استعمال خدمة الرسائل القصيرة:

٥٠,١ %	-	الاتصالات اليومية
١٢,٠ %	-	الاتصالات التجارية
٥٧,٩ %	-	تقديم التهاني بمناسبة الأعياد
٣٧,٣ %	-	الاتصالات
٣,٨ %	-	تقديم طلبات للعمل
١١,٩ %	-	اتباع الموضة

٢٢,٢%	- الترفيه عن النفس
٩,٨%	- استعراض البريد الإلكتروني
٥,٥%	- الحصول على معلومات عن سوق الأسهم
١٠,٣%	- الاطلاع على الأخبار
١٣,٧%	- معرفة النشرة الجوية
٠,٩%	- أهداف أخرى

(٢٨) الطرائق الرئيسية لاستعمال خدمات الرسائل القصيرة: (نظام الخيارات المتعددة):

٦٧,٤%	- رسالة ينشئها المستخدم نفسه
٥٧,٢%	- إرسال رسائل متوفرة على مواقع الشبكة
٣٢,٢%	- إرسال مقطوعات موسيقية متوفرة على مواقع الشبكة
٢٥,١%	- إرسال صور متوفرة على مواقع الشبكة
٨,٠%	- خدمة الرسائل المتعددة الوسائط (MMS)
٢٤,٠%	- الاشتراك في خدمة الرسائل القصيرة
٠,٣%	- أنواع أخرى

(٢٩) الأشخاص المتلقون لهذه الرسائل القصيرة: (خيارات متعددة):

٣٦,٨%	- الأسر
٢٧,٢%	- الأقارب
٨٥,٠%	- الأصدقاء
٥٧,٨%	- رفاق المدرسة
٥٢,٧%	- زملاء العمل
٢٥,٠%	- المستخدمون أنفسهم (بالاشتراك)
١,٧%	- الغرباء
٠,٦%	- آخرون

(٣٠) الجوانب الرئيسية التي ينظر فيها المستخدمون عند اختيارهم الجهة المقدمة للخدمات (موقع الشبكة):

٥١,٤%	- الاعتماد على جهة محددة
-------	--------------------------

٢٤,٤ %	-	توافر الرسائل القصيرة
١١,٤ %	-	التكلفة المتدنية للخدمة
٧,٣ %	-	الجودة العالية للخدمة
٣,٨ %	-	السرعة الفائقة للحصول على الخدمة
١,٧ %	-	جوانب أخرى

(٣١) أسباب عدم استعمال خدمة الرسائل القصيرة: (نظام الخيارات المتعددة):

٧,٢ %	-	عدم ملائمة استخدام الإنترنت
٤,٧ %	-	عدم المعرفة بوجود هذه الخدمة على موقع الشبكة
٩,٣ %	-	عدم معرفة كيفية طلب هذه الخدمة
١٠,٢ %	-	عدم معرفة استعمال هذه الخدمة
٥٩,٢ %	-	القلق من أن يكون للخدمة تكاليف باهظة
٢٢,٢ %	-	القلق من إصابة الإنترنت بفيروس
٤٧,٠ %	-	عدم الحاجة إليها
٣,١ %	-	أسباب أخرى

(٣٢) أسباب استخدام النطاق الترددي العريض:

٧٠,٤ %	-	السرعة العالية
٧,١ %	-	الكلفة المتدنية
٥,٠ %	-	توفيره الاتصال بالإنترنت ٢٤ ساعة يوميا
١,٢ %	-	تقديمه خدمات مغرية مثل عرض برامج الفيديو حسب الطلب
١٥,٧ %	-	توفره في المكاتب
٠,٦ %	-	أسباب أخرى

(٣٣) أسباب عدم استخدام النطاق الترددي العريض:

١٦,٩ %	-	الرسوم الأولية باهظة
٣٣,٩ %	-	رسوم إيجاره الشهرية باهظة
١,٤ %	-	هذه التقنية غير ناضجة بعد

١,١%	- عدم الاستقرار
١,٢%	- عدم كفاية خدمات التطبيق
٠,٩%	- الاتصال بالإنترنت لمدة ٢٤ ساعة يومياً يزيد من المشاكل الأمنية الخفية
٢٥,٨%	- عدم توفر الشروط المطلوبة (بما فيه عدم توفر الربط)
١٧,٣%	- عدم الاحتياج إليها مؤقتاً
١,٥%	- أسباب أخرى

(٣٤) اعتزام المستخدمين طلب الربط بالنطاق الترددي العريض:

٢,٧%	- خلال شهر واحد
٦,٧%	- خلال فترة ١ إلى ٣ أشهر
٩,١%	- خلال فترة ٣ إلى ٦ أشهر
١٣,١%	- خلال فترة ٦ إلى ١٢ شهراً
١٦,١%	- بعد سنة واحدة
٥٠,٤%	- غير معروفة أو غير واضحة أو يصعب تحديدها
١,٩%	- لا يعتزمون ذلك أبداً

مواضيع خاصة

(٣٥) المصادر الرئيسية لحصول مستخدمي الإنترنت على معلومات عن المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة "السارس":

٥٥,٦%	- المواقع المحلية باللغة الصينية
١,٦%	- المواقع الخارجية باللغة الصينية
٠,١%	- المواقع المحلية باللغة الإنكليزية
٠,٥%	- المواقع الخارجية باللغة الإنكليزية
٢٧,٤%	- التلفزيون
١,٥%	- الإذاعة
٩,٩%	- الصحف والمجلات
٢,٩%	- الاتصالات فيما بين الأسر والأصدقاء
٠,٥%	- مصادر أخرى

(٣٦) التغيرات التي طرأت على متوسط الفترة الزمنية للاتصال بالإنترنت أثناء فترة انتشار مرض "السارس":

ازداد	-	٤٤,٥%
نقص	-	٧,٩%
لم يتغير	-	٤١,٢%
ازداد في البداية ثم نقص	-	٤,٥%
نقص في البداية ثم ازداد	-	١,٩%

البند الذي تحمل إشارة "*" هي نتائج مسح عن طريق استطلاع آراء.

خامساً - طريقة المسح

٤- وفقاً للنظريات الإحصائية وللممارسة المتبعة دولياً واستناداً إلى عمليات المسح الإحصائي الـ ١١ التي أجريت في السابق، اعتمدنا باستخدام الحاسوب طريقة بحث إلكترونية تلقائية وعملية مسح إلكترونية، وقمنا باستطلاع آراء غير إلكتروني وتلقينا إحصاءات من مؤسسات مختصة.

مسح لعدد أسماء النطاقات ومواقع الشبكة

ألف- مواقع الشبكة المناظرة لأسماء النطاقات العامة من المستوى الأول والمسجلة في الصين:

قدمت شركات التسجيل المحلية المعنية بتسجيل أسماء النطاقات العامة من المستوى الأول هذه الإحصاءات، التي تضمنت العدد الإجمالي لهذه النطاقات وعدد النطاقات التي لها مواقع على الشبكة (www). أما الرقم الثاني، فيمكن معرفته من فئات الامتدادات التي سجلت بها النطاقات العامة من المستوى الأول (مثل com, net, org) ومن الأقاليم (مكان شركات التسجيل).

باء- عدد أسماء النطاقات المسجلة بالامتداد CN والمواقع المناظرة على الشبكة:

من البحث الإلكتروني على الحاسوب: عدد أسماء النطاقات المسجلة بالامتداد CN. وتوزيعها الجغرافي؛ وعدد مواقع الشبكة (www) المسجلة بالامتداد CN. وتوزيعها الجغرافي.

جيم- العدد الإجمالي لأسماء النطاقات ومواقع الشبكة المسجلة في الصين:

يمكن الحصول على هذا الرقم بجمع ألف مع باء.

المسح الإلكتروني

٥- يركز المسح الإلكتروني على فهم وضع مستخدمي الإنترنت وطريقة اتصالهم بهذه الشبكة واستطلاع آرائهم حول بعض قضايا الساعة. وقد وضعنا الاستبيانات على موقع المركز الصيني لمعلومات شبكة الإنترنت CNNIC

(www.cnnic.net.cn) بعدما زودناه بوصلات للدخول إلى مواقع رئيسية لتقديم المعلومات الهامة وإلى صفحات استقبال مقدمي خدمات الإنترنت/مقدمي المحتوى على الإنترنت، مشجعين بذلك مستخدمي الإنترنت على ملء الاستبيانات وتقديمها.

٦- وقد أجرى المركز الصيني لمعلومات شبكة الإنترنت المسح الإلكتروني خلال الفترة من ١١ إلى ٣٠ حزيران/يونيه ٢٠٠٣. وحصل المركز على دعم كبير من الكثير من المواقع الشبكية ووسائل الإعلام المحلية المعروفة جيداً. وتلقى ٧٢ ٧٦٧ استبياناً تضمنت ١٩ ٠٩٦ إجابة مفيدة.

استطلاع الآراء غير الإلكتروني

ركز استطلاع الآراء غير الإلكتروني على العدد الإجمالي لمستخدمي الإنترنت المحليين وعلى خصائص تصرفاتهم.

ألف - ملاحظات عامة

قسمت العينة إلى مجموعتين: مجموعة أولى تضم الأشخاص الذين يمتلكون هاتفاً في المنزل (تزيد أعمارهم عن ٦ سنوات) (المجموعة ألف)؛ ومجموعة أخرى تضم طلاب الجامعة (المجموعة باء). وفيما يتعلق بالمجموعة (ألف)، أجرينا مسحاً هاتفياً وعيّنا لكل إقليم ممثليه؛ أما فيما يتعلق بالمجموعة (باء)، فقد أجرينا مسحاً من خلال المقابلات. وحسبنا الإحصاءات النهائية باستخدام صيغة رياضية مرجحة.

باء - طريقة اختيار عينة المجموعة ألف

اتبع مبدأ التوفيق بين الطريقة العلمية والإجراءات المرنة:

وضع مبادئ توجيهية لاختيار العينات

يختلف شيوع استخدام الأسر المعيشية للهاتف، فضلاً عن متوسط عدد أفراد الأسرة، في المدن اختلافاً كبيراً عنه في القرى. ولهذا السبب، اعتمدنا "مستخدمي الهاتف في الأسرة المعيشية" عينةً لدراساتها عند حساب بيانات البلد برمته وذلك انطلاقاً من عينات درست في كل إقليم؛ واعتمدنا "شيوع استخدام جهاز الهاتف في الأسرة المعيشية" بمثابة المبدأ التوجيهي الخاص بالمدن. وللحصول على إحصاءات تقريبية وضعنا مجموعة وظائف فرعية (نموذج تنبؤ) استناداً إلى "عدد أجهزة الهاتف في الأسرة المعيشية" والمؤشرات الاقتصادية/السكانية في كل إقليم ومدينة.

عدد العينات

لضمان دقة الإحصاءات، اخترنا ٨٠٠ ٤ عينة في جميع أنحاء البلد. ومع درجة ثقة تبلغ ٩٥ في المائة وأثر تصميم يعادل ٢، اقتضت نسبة الخطأ المطلق في العدد المقدر على ٢ في المائة. وقد جمعت العينات وفقاً لتوزيع مستخدمي الهاتف على الصعيد الوطني.

طريقة الترجيح

اعتمدت طريقة الترجيح للحصول على النتيجة النهائية لعملية المسح.

بعد أن حددنا أهداف عملية المسح، أجرينا مقابلة هاتفية للحصول على بيانات مرجحة تخص المجموعة ألف. وفيما يتعلق بالمجموعة باء (طلاب الجامعة)، بما أن نسبتهم إلى سكان البلد لم تتغير وأن نسبة مستخدمي الإنترنت تبقى عالية، فقد وضعنا نموذجاً حسابياً يستند إلى نتيجة عملية المسح التي أجريت عام ٢٠٠٠. وحصلنا على النتيجة النهائية انطلاقاً من البيانات المرجحة المتعلقة بالمجموعتين.

جيم - معدل نجاح عملية المسح

وفقاً للصيغة ٣ للرابطة الأمريكية لأبحاث الرأي العام (AAPOR) كان معدل نجاح عملية المسح هو ٣٣,٥ في المائة.

دال - المعالجة الأولية للبيانات

عمدنا، قبل تحليل البيانات، إلى التحقق من عينات المتغيرات ومن العلاقات المنطقية بين المتغيرات والحصص؛ وما إلى ذلك. كما قمنا بتثبيت أو إلغاء العينات المتنافية للشروط، وبترميز جزء من المتغيرات في مرحلة لاحقة.

ويتضمن التقرير عن عملية المسح بعض المعدلات الوسطية (مثل عدد ساعات وأيام الاتصال بالإنترنت في الأسبوع، وعدد حسابات البريد الإلكتروني والرسائل التي يرسلها أو يتلقاها مستخدمو الإنترنت). وقمنا، قبل حساب هذه المعدلات الوسطية، بسحب القيم غير المعقولة من البيانات باعتماد ثلاثة انحرافات قياسية تزيد أو تقل عن المعدلات الوسطية، مع التحقق من العلاقات المنطقية بين المتغيرات.

- - - - -