

العوامل المؤثرة في الاستقطاب السياسي لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي

د/ وليد محمد الهادي عواد*

د/ أحمد كمال أحمد عبد الحافظ**

مقدمة

تعد مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت أكثر مواقع الاتصالات شعبية وانتشاراً، وفي ظل الاستخدام المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور لم تعد هذه الوسائل مكاناً فقط للتواصل أو التعارف أو التشارك مع الأصدقاء حول الأمور الشخصية أو الموضوعات الاجتماعية، لكنها أصبحت أيضاً نافذة مهمة يتعرف فيها المستخدمون على الأخبار والمعلومات ويتشاركون فيها الآراء والأفكار. ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية وكذلك الدعوة إلى حضور الندوات أو التظاهر^(١).

وعلى هذا يمكن اعتبار مواقع الشبكات الاجتماعية الآن مركزاً ضخماً لإنتاج ونشر وتبادل المعلومات السياسية، وفي نفس الوقت وسيلة مهمة تتيح النقاش حول هذه المعلومات فتعطي للجمهور حرية أكبر للحوار وإبداء الآراء، ومن ثم تراجع دور حارس البوابة الذي يملك التحكم بمنع أو تعديل أو تأخير ردود أفعال وتعليقات الجمهور، وانتقلت عملية ضبط ما يتم نشره على هذه المواقع للمستخدمين أنفسهم، الذين بدورهم تجاوزوا حدود الحوار والتفاعل^(٢) وكان من نتائج ذلك ازدياد حدة النقاش والخلاف بين الجمهور حول الموضوعات والقضايا، وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي بيئة للاستقطاب السياسي خاصة في أوقات الأزمات والخلافات السياسية^(٣).

وبناءً على ما سبق يمكن التأكيد على أن الحرية التي تمنحها الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت لا تقف عند حدود منتجها من الأفراد، بل إن الاستقطاب بأشكاله المختلفة يمثل عنصراً بنائياً في هذه المنظومة التكنولوجية الاجتماعية^(٤).

وقد أثبتت العديد من الأبحاث التي أجريت على ظاهرة الاستقطاب السياسي أن الأفراد يميلون دائماً لمناقشة القضايا السياسية والشؤون العامة مع الآخرين الذين لديهم نفس العقلية ونفس التوجهات الفكرية، وأكثر التفاعلات تكراراً في الشبكات الاجتماعية يحدث مع الشركاء والمستخدمين الأكثر انسجاماً في المناقشات والمواقف السياسية، وأن الأفراد

(*) مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة حلوان.

(**) مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة حلوان.

عند مناقشة القضايا السياسية يعالجون المعلومات المتداولة بانتقائية وتحيز شديدين^(٥)، مما يزيد من حدة الاستقطاب السياسي والتطرف في الآراء، والتباعد بين المجموعات المتناقضة والانفصال فيما بينها.

وتسمى هذه الظاهرة بغرفة الصدى (Echo Chamber) والتي يبدو فيها الاستقطاب السياسي واضحاً، نتيجة تعرض الأفراد للمعلومات والآراء التي تدعم وجهات نظرهم وتتجاهل وجهات النظر الأخرى المعارضة، وفي نطاق مثل هذه العزلة السياسية تصبح الأفكار أكثر ميلاً للتطرف بسبب ضعف الاتصال مع وجهات النظر الأخرى^(٦). فالدراسات التي أجريت حول النقاش السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي وجدت أن التفاعلات على المواقع تحدث غالباً بين الأفراد من ذوي المواقف الإيديولوجية المتشابهة، وبهذا تخلق مواقع التواصل الاجتماعي حجرات لها صدى، يردد فيها الأفراد نفس أفكارهم ووجهات نظرهم السياسية، بما يفاقم من الاستقطاب السياسي^(٧).

ويُعرف الاستقطاب السياسي Political Polarization بأنه "العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تقسيم الأفراد إلى فئتين اجتماعيتين أو مجموعتين متناقضتين في المواقف والأهداف ووجهات النظر، مع وجود عدد قليل من الأفراد المحايدة أو التي تتخذ موقفاً وسطياً"^(٨).

ويعرف أيضاً بأنه "الانفصال أو التقسيم بين المجموعات في تفضيلهم لقضية ما، وحشد هذه المجموعات حول محاور إيديولوجية"^(٩).

أو هو "العملية التي تقسم الرأي العام إلى أقطاب أو أطراف متباعدة، حيث يذهب كل قطب إلى التطرف في رأيه، ويحدث الاستقطاب السياسي نتيجة لوجود خلاف جوهري بين القوى السياسية تجاه قضية جوهرية، حيث تأخذ كل قوة سياسية موقفاً مختلفاً عن القوى الأخرى"^(١٠). ونتيجة لهذا الاستقطاب تتسع دائرة ذوي الآراء السياسية المتطرفة وفي المقابل يتلاشى ذو الآراء السياسية المعتدلة^(١١).

وفي الظروف التي تمر فيها المجتمعات بحالات انقسام سياسي حادة تتوجه أصابع الاتهام إلى وسائل الإعلام باعتبارها سبباً رئيسياً لهذا الانقسام من خلال شيطنة الآخر وصم الأذان عن وجهات النظر الأخرى^(١٢). وتعد مواقع التواصل الاجتماعي في هذه الفترات أيضاً ساحة للاستقطاب السياسي وتصفية الخلافات بين أصحاب وجهات النظر المتعارضة، وأداة للنيل من المخالفين والهجوم عليهم، وفي الوقت نفسه إضفاء الشرعية والدفاع عن وجهات النظر المؤيدة.

وتسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن ظاهرة الاستقطاب السياسي لدى الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي، والبحث عن العوامل المؤثرة في تشكيل هذه

الظاهرة، والمتغيرات التي تحكمها، وقد تم اختيار الشباب من بين الفئات العمرية الأخرى؛ لأنهم الأكثر استخداماً لهذه المواقع والأكثر تفاعلاً عليها.

الدراسات السابقة

دراسة Shira Gvirsman (2016) ^(١٣) بعنوان تماثل جمهور وسائل الإعلام : مواقع الويب الحزبية وهوية الجمهور وعمليات الاستقطاب، وقد سعت هذه الدراسة إلى توصيف جمهور وسائل الإعلام الحزبية والكشف عن مستوى تجانس وتشابه هذا الجمهور، حيث افترضت الدراسة أن خيارات جمهور وسائل الإعلام لا تقتصر فقط على المضمون والمعلومات التي يسعى للتعرف عليها، ولكنها أيضاً ترتبط بهويته وأيديولوجيته وذاته السياسية.

وتم إجراء هذه الدراسة من خلال مسح آراء عينة مكونة من ٤٠٠ شخص تم تتبعهم لمدة سبعة أسابيع قبل انتخابات عام ٢٠١٣ وبعدها، حيث تم التعرف على الآراء السياسية لهؤلاء الأشخاص من خلال تكنولوجيا تتبع الويب التي سجلت تعرضهم ومشاركاتهم.

وانتهت الدراسة إلى تقديم مفهوم جديد وهو مفهوم تماثل الجمهور Audience Homophily حيث يفضل جمهور وسائل الإعلام الحزبية دائماً مواقع الويب التي تتماثل وتتشابه وتتجانس مع تفكيره، ويمكن تفسير تجاذب الجمهور نحو هذه المواقع في حاجته إلى الاتساق والتوافق النفسي حيث يسعى إلى اختيار المضامين السياسية والأخبار التي تتوافق وهويته الإيديولوجية .

حيث أثبتت الدراسة أن هوية الجمهور لها دور مؤثر في تشكيل خياراته نحو وسائل الإعلام، وأن الاستقطاب الذي يحدث على مواقع الويب ينتج من فكرة تماثل الجمهور وتشابهه، فسمات الفرد أو معتقداته أو هويته الذاتية تقوده نحو منفذ ويب متوافق معه، وفي نفس الوقت فإن تعرضه لهذا المنفذ يدعم معتقداته وهويته السياسية، وأن الأفراد الذين لديهم إيديولوجيات متطرفة يظهرون مستوى أعلى لفكرة تماثل الجمهور، ولديهم استقطاب أعلى من غيرهم ولا يتمتعون بمستوى عالٍ من التفاعل مع الآخرين.

دراسة Francis L.F. Lee (2016) ^(١٤) بعنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استقطاب الرأي في أوقات مختلفة، وقد سعت الدراسة إلى الكشف عن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديدة في استقطاب الآراء من عدمه، وتم تطبيق الدراسة على ٨١٤ مبحثاً من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بهونج كونج، باستخدام المقابلات التليفونية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتم المسح قبل وأثناء حركة أمبريلا الحديثة في هونج كونج (حركة أمبريلا هي حملة احتجاج سياسية استغرقت ٧٩ يوماً قام بها شعب هونج كونج فيما بين سبتمبر وديسمبر ٢٠١٤ ضد الحكومة الصينية) وقد توصلت الدراسة

إلى أن التأثير الاستقطابي لوسائل الإعلام الجديدة لا يتحقق دائماً، وإنما يرتبط بالسياق السياسي المباشر والأنّي، كما أن التأثيرات الاستقطابية لمواقع التواصل من المحتمل جداً أن تظهر في أوقات تزايد النزاعات السياسية، فقد أظهرت النتائج أن الاستقطاب السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي في هونج كونج كان أكثر أثناء الاحتجاجات الخاصة بحركة أمبريلا، حيث إن المشاركين في أنشطة التواصل الاجتماعي كانت لديهم أثناء الحركة اتجاهات أكثر تطرفاً، إذا ما قورنت بالفترة التي سبقت الاحتجاجات الخاصة بالحركة، مما يعني أن السياق السياسي يُعد العامل الأكثر تأثيراً في إنتاج الاستقطاب على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تظهر تأثيرات الاستقطاب بصفة خاصة إزاء القضايا الخلافية شديدة الوضوح، وحينما يكون المجتمع ككل يتحرك فعلاً نحو الاستقطاب ومهياً لنزاعات سياسية شديدة.

دراسة سارة طلعت (٢٠١٦)^(١٥) بعنوان الاستقطاب السياسي في معالجة الصحف والتلفزيون لأحداث العنف السياسي بمصر ودوره في تشكيل اتجاهات المراهقين نحوها، وقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن استراتيجيات وآليات وأبعاد الاستقطاب السياسي الذي قدمته الصحف الإلكترونية والبرامج الحوارية في معالجتها لأحداث العنف السياسي ومدى اعتماد المراهقين على الصحف الإلكترونية والبرامج الحوارية في متابعة أحداث العنف السياسي، وانعكاس هذا على اتجاهاتهم نحو تلك الأحداث، واختارت الباحثة صحيفة الشروق وصحيفة الشعب كعينة ممثلة للصحف الإلكترونية، وبرنامج هنا العاصمة وبرنامج حديث الثورة كعينة ممثلة للبرامج الحوارية خلال الفترة من ٢٠١٣/٥/١ حتى ٢٠١٥/٧/٣٠، كما تم اختيار ٤٠٠ مراهق من جامعتي عين شمس وجامعة ٦ أكتوبر لإجراء الدراسة عليهم .

وانتهت الدراسة إلى أن معالجة الصحف الإلكترونية والبرامج الحوارية لأحداث العنف السياسي اتسمت بالأحادية واستبعاد الآخر وكانت عملية إغفال وإقصاء صوت الجانب الآخر عاملاً مشتركاً بين صحف وبرامج الدراسة، كما عكست نتائج الدراسة مجموعة من مؤشرات الاستقطاب السياسي على مستوى المعالجة الإعلامية لأحداث العنف السياسي منها: التحيز السياسي لصالح أحد طرفي العنف، والسعي نحو تجزئة وتفنييت الجماهير، وعدم خلق أرضية مشتركة للتفاهم وتقبل الآخر، كما كانت أهم مؤشرات الاستقطاب السياسي لدى المراهقين تتمثل في: التعرض الانتقائي للمضامين الإعلامية، والنظرة العدائية لوسائل الإعلام المعارضة، كما كشفت الدراسة أن المتغيرات الديموغرافية للمراهقين لم تحظ بالتأثير القوي على اتجاهاتهم نحو معالجة وسائل الإعلام لأحداث العنف السياسي.

دراسة (16) Morales & et. al (2015) بعنوان قياس الاستقطاب السياسي: تويتر يعرض الجانبين في فنزويلا، حيث سعت الدراسة إلى الكشف عن مستوى الاستقطاب السياسي في فنزويلا بعد وفاة الرئيس الفنزويلي هوجو شافيز، حيث إن البيئة السياسية في فنزويلا وقتها كانت مهيأة للاستقطاب، حيث قام الباحثان بتحليل ١٦٣٨٣٤٩٠ تغريدة كتبها ٣١٧٣٠٩٠ مستخدماً خلال الفترة من ٢٠١٣/٢/٤ حتى ٢٠١٣/٥/٤ وهي الفترة التي سبقت إعلان وفاة شافيز بشهر والإعداد للانتخابات الجديدة، وتم قياس الاستقطاب على تويتر وفقاً لمعادلة رياضية أعدها الباحثان، وانتهت الدراسة إلى أن تويتر عكس صورة حقيقية للاستقطاب السياسي في المجتمع الفنزويلي حيث عرض للجانبين المستقطبين في فنزويلا خلال هذه الفترة، بل وجاءت تغريدات المستخدمين سواء من الجانب المؤيد أو المعارض على تويتر متشابهة مع نتائج الانتخابات في البلديات المختلفة، حيث عكست مستوى الاستقطاب الحقيقي في المناطق التي صوتت للمرشحين أو عارضتهم، مما يعني أن البيانات التي تم جمعها من على شبكة تويتر كانت مؤشراً قوياً لاكتشاف الاستقطاب الحقيقي في المجتمع.

كما أشارت النتائج أيضاً إلى أن تغريدات النخب السياسية على شبكة تويتر في هذه الفترة كانت مؤثرة في آراء الآخرين، وأسهمت في إنتاج محادثات شديدة الاستقطاب من الناحية السياسية.

دراسة (17) Pablo Barbera (2015) بعنوان كيف تقلل شبكات التواصل الاجتماعي من الاستقطاب السياسي: دليل من ألمانيا وإسبانيا والولايات المتحدة الأمريكية، وقد سعت الدراسة لاختبار فرضية رئيسية وهي أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من الاستقطاب السياسي، وذلك على عكس ما توصلت إليه دراسات عديدة سابقة. وقام الباحث بابتكار أسلوب لقياس المواقف الإيديولوجية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في ألمانيا وإسبانيا والولايات المتحدة الأمريكية، وأيضاً لقياس ومعرفة التكوين الإيديولوجي لشبكات تواصلهم الاجتماعي الشخصي، وقد أكدت نتائج الدراسة أن معظم مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي قد حدث تغيير لهم من الناحية الإيديولوجية نتيجة تعرضهم للآراء أو وجهات النظر المختلفة، فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كان له تأثير إيجابي ظهر في ممارسات الاعتدال السياسي لدى المستخدمين، وانتهت النتائج أيضاً إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل نطاقاً واسعاً لعرض ونشر الآراء السياسية أكثر من التي تحدث بين الأفراد في التفاعل الطبيعي لغير المتصلين بالإنترنت، وهذا يدفع بدوره نحو الاعتدال السياسي على المستوى الفردي، ومن ثم يساعد على تقليص الاستقطاب السياسي الضخم عكس ما كان معروفاً عن مواقع التواصل الاجتماعي من قبل.

دراسة إسلام أحمد (٢٠١٥)^(١٨) بعنوان تعرض الشباب المصري للحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة وعلاقته بمستوى التعصب السياسي لديهم، حيث اهتم هذا البحث بدراسة الحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة المصرية عام ٢٠١٤ للتعرف على ملامح الخطاب المقدم بهذه الحملات، وللكشف عن أنماط التسويق السياسي المستخدمة به، وعلاقته بمستوى التعصب السياسي لمتابعي هذه الحملات. وتضمن البحث تحليل عينة من مضمون الحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة المصرية عام ٢٠١٤، واستبيان رأي عينة من الشباب المصري المتابع لها بلغ عددهم ٤٠٠ شاب. وانتهى البحث إلى تنوع الخطاب المقدم بهذه الحملات ما بين العدائية والحميمية، إلا أن سمة التعصب كانت هي الأكثر ظهوراً، كما خلص البحث إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى متابعة الشباب المصري للحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة عام ٢٠١٤ ومستوى التعصب السياسي لديهم، واختلفت شدة هذه العلاقة باختلاف الحملة، وإن كانت في ذات الاتجاه الإيجابي في جميع الحالات.

دراسة Seyedreza & Bin (2014)⁽¹⁹⁾ بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في الاستقطاب السياسي، وقد هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الاستقطاب السياسي لدى النخب السياسية في المجتمع الأمريكي بالتطبيق على أعضاء مجلس النواب البالغ عددهم ١١٣ عضواً، وقد تم تحليل صفحاتهم الشخصية على موقع تويتر وتم تحليل ١٠٦ آلاف تغريدة كتبها ١١٣ عضواً من مجلس النواب وتضمن التحليل تاريخ وزمن وعدد التغريدات وعدد الذين يفضلونها وهذا لكل تغريدة يضعها العضو، وقوائم بكل أصدقاء الأعضاء على تويتر، وتوصلت الدراسة إلى أن النخب السياسية من أعضاء مجلس النواب يتواصلون على موقع تويتر بشكل استقطابي، إذ يتفاعلون بشكل قوي مع المجموعات المتشابهة معهم في توجهاتهم السياسية والحزبية، مقارنة بتفاعل أقل مع المجموعات الأخرى المعارضة لتوجهاتهم الحزبية، على الرغم من حاجتهم إلى التعرض لمجموعة متنوعة من الأفكار؛ ليكونوا قادرين على اتخاذ قرارات أكثر استنارة تعكس اهتمامهم بمصالح كل فئات المجتمع.

دراسة Jae kook & et. al (2014)^(٢٠) بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي وانعدام التجانس والانسجام في الشبكات، حيث سعت الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في استقطاب آراء مستخدميها أو تأثيرها في انعدام تجانسهم في أثناء مناقشتهم السياسية، وتم تطبيق الدراسة على عينة احتمالية لمجموعة من البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية بلغ عددهم ١٠٣٢ مبحوثاً، وذلك خلال الفترة من ٢٠١٢/٥/٣ وحتى ٢٠١٢/٥/١٠ وتم تحديد أبعاد الاستقطاب في البعد الحزبي والبعد الإيديولوجي وبعد القضية المثار حولها النقاش.

وانتهت الدراسة إلى أن المبحوثين من عينة الدراسة كانوا بشكل عام يميلون لمناقشة الشؤون السياسية مع المستخدمين الذين لديهم نفس الرؤى والتوجهات السياسية الخاصة بهم، وأن أكثر التفاعلات على شبكات التواصل الاجتماعي تكررًا كانت تتم مع الشركاء الأكثر انسجاماً في الآراء والتوجهات، كما أن معالجة هؤلاء الأفراد للمعلومات والأخبار السياسية كانت تتسم بانتقائية وتحيز كبيرين.

وقد كان للبعد الحزبي والإيديولوجي تأثير أكبر في مستوى الاستقطاب السياسي من البعد المرتبط بالقضية، وأوضحت النتائج أيضاً أن بعض هؤلاء المبحوثين (٢٢%) منهم كانوا لا يضعون بوستات سياسية أو روابط تتعلق بمضمون سياسي خوفاً من إهانة أو انتقاد الآخرين لهم، وهذه الرقابة الذاتية التي وضعها المبحوثون على أنفسهم قد حالت دون تكوين مجال عام مثالي على مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة ياسمين عبد المنعم (٢٠١٣)^(٢١) بعنوان أطر معالجة أزمة الاستقطاب السياسي في المجتمع المصري في الصحافة الأمريكية والبريطانية، قد هدفت الدراسة إلى التعرف على أطر المعالجة الصحفية التي وظفتها الصحافة الأمريكية والبريطانية في أزمة الاستقطاب السياسي في المجتمع المصري ومدى تباينها من صحيفة لأخرى، وتحديد الأطراف والقوى الفاعلة والشخصيات المحورية ذات الصلة بالأزمة، وقد اختارت الباحثة صحيفتي النيويورك تايمز والواشنطن بوست الأمريكية، وصحيفتي الجارديان والديلي ميل البريطانية، خلال الفترة من ٢٢ نوفمبر ٢٠١٢ وهو تاريخ إصدار الإعلان الدستوري وحتى ٢٥ ديسمبر ٢٠١٢ وهو تاريخ إعلان نتيجة الاستفتاء على الدستور.

وانتهت الدراسة إلى أن إطار الصراع السياسي احتل المرتبة الأولى في الصحف الأمريكية عينة الدراسة تلاه إطار التصنيف، وكذلك أيضاً الصحف البريطانية حيث احتل إطار الصراع السياسي المرتبة الأولى تلاه إطار التصنيف في المرتبة الثانية، أما عن أبرز القوى الفاعلة التي تناولتها الصحافتان الأمريكية والبريطانية في معالجهما لأزمة الاستقطاب السياسي فكان الرئيس مرسي في المرتبة الأولى وغلبت السمات السلبية المنسوبة له على السمات الإيجابية، وفي المرتبة الثانية جاءت المعارضة، وفي المرتبة الثالثة البرادعي، وفي المراتب اللاحقة جاء القضاة الذين وصفوا بالمدافعين عن سلطة القانون.

دراسة إيمان محمد (٢٠١٣)^(٢٢) وقد هدفت الدراسة إلى فحص علاقة سلوكيات التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي بمستوى الاتجاهات التعصبية السياسية لدى طلبة الجامعات المصرية في الفترة من أول أكتوبر ٢٠١٢ حتى منتصف ديسمبر من العام نفسه، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٤٠٠ مفردة موزعة

بالتساوي بواقع ٢٠٠ مفردة لكل من طلاب الكليات النظرية والعملية، وانتهت الدراسة إلى وجود ارتباط موجب شديد الدلالة بين مدى تقدير الشباب المصري الجامعي للصفحات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الاتجاهات التعصبية لدى المبحوثين، فكلما زاد تقدير المبحوثين لهذه الصفحات كمصادر للمعلومات السياسية زاد مستوى الاتجاهات التعصبية لديهم.

دراسة (2012) Ellen & et. al ^(٢٣) بعنوان المشاركة السياسية عبر الإنترنت: الفيس بوك والسماوات الشخصية، وقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثيرات السماوات الشخصية لطلاب الجامعات (الانبساطية، والمقبولية، والعصابية، ويقظة الضمير، والانفتاح على الخبرة) في المشاركة السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تم إجراء الدراسة على ٤٣٣ طالباً من طلاب الجامعات في بلجيكا، وانتهت الدراسة إلى التأثير القوي لسمة الانفتاح على الخبرة والانبساطية في جميع أنماط المشاركة السياسية للطلاب عبر الفيس بوك، بينما السماوات الثلاث الأخرى (المقبولية، والعصابية، ويقظة الضمير) كان تأثيرها أقل في المشاركة السياسية.

دراسة (2012) Anatoliy Gruzd ⁽²⁴⁾ بعنوان التحقق من الاستقطاب السياسي على تويتر: من منظور كندي، وقد سعت الدراسة إلى تحديد عما إذا كان الاستقطاب السياسي شائعاً في مواقع التواصل الاجتماعي، مستخدمة تحليلاً شبكياً اجتماعياً لعينة شملت ٥,٩١٨ تغريدة من موقع تويتر قام بنشرها ١,٥٩٢ مستخدماً، خلال الانتخابات الفيدرالية الكندية لعام ٢٠١١، للبحث في إمكانية قيام مستخدم موقع تويتر الذي يعد منصة شعبية للتدوين المصغر لتبادل الرسائل القصيرة بالتجمع حول مصالح سياسية مشتركة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن المستخدمين يميلون إجمالاً إلى الاحتشاد حول آراء سياسية مشتركة على تويتر؛ لأن مؤيدي كل حزب من الأحزاب الأربعة الواردة في الدراسة كانوا أميل إلى إرسال تويتات إلى مؤيدي آخرين لذات الحزب أكثر من ميلهم إلى إرسال تويتات إلى مؤيدي الأحزاب الأخرى. وأشارت النتائج إلى أن التفاعل المنخفض بين مؤيدي الأحزاب المختلفة ربما يشير إلى أن مؤيدي الأحزاب يتجنبون المواجهات المفتوحة مع بعضهم على تويتر تبعاً منهم لإستراتيجية تجنب الصراع، وأشارت النتائج أيضاً إلى أنه يمكن القول إجمالاً إنه على الرغم من وجود اتصالات قليلة نسبياً بين مؤيدي الحزب المحافظ ومؤيدي الأحزاب الأخرى فإن أقل من نصفها كان مشحوناً بالعدوانية.

دراسة (2011) M.D. Conover & et.al ⁽²⁵⁾ بعنوان الاستقطاب السياسي على تويتر، وقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن مستوى الاستقطاب لدى مستخدمي تويتر، حيث

تم تحليل ٢٥٠ ألف تغريدة سياسية كتبها أكثر من ٤٥ ألف مستخدم، وذلك خلال الفترة من ١٤ سبتمبر حتى ١ نوفمبر ٢٠١٠ وقبيل الانتخابات النصفية للكونجرس الأمريكي التي أجريت يوم ٤ نوفمبر ٢٠١٠، وانتهت الدراسة إلى أن المستخدمين المتجانسين سياسياً يتفاعلون مع بعضهم البعض، ونادراً ما يشتركون في التفاعل مع الأشخاص الآخرين المختلفين معهم ولا يتأثرون بالمشاركات أو الحقائق الأخرى المناقضة لآرائهم، حيث إن الضغوط الاجتماعية التي تؤدي إلى استقطاب الجماعات على تويتر أقوى من أن يتمكن معظم المستخدمين من التغلب عليها.

دراسة Young & et.al (2011) ^(٢٦) بعنوان الاستقطاب في بيئة الحملات الدعائية والتفاعل بين المؤثرات الفردية والسياقية، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الحملات الدعائية الخاصة بالمرشحين في زيادة الاستقطاب السياسي لدى الناخبين، وسعت أيضاً للكشف عن تأثير السياقات السياسية في استقطاب الأفراد أثناء الانتخابات، واعتمدت الدراسة على بيانات الحملات الدعائية الخاصة بانتخابات الرئاسة الأمريكية بين ماكين وأوباما، وكذلك على بيانات السلوك الانتخابي للناخبين في ٢٠٨ منطقة بالولايات المتحدة الأمريكية.

وانتهت الدراسة إلى أن الأفراد الذين كانوا يعيشون في مناطق بها حملات دعائية ضخمة وقوية كان لديهم استقطاب سياسي عال عن غيرهم من الأفراد الذين لم يتعرضوا لهذه الحملات الدعائية القوية، كما خلصت الدراسة أيضاً إلى أن سياق الحملات الدعائية كان له تأثير مباشر على اختيارات الأفراد أثناء التصويت الانتخابي، وأن الأفراد المنتمين للأحزاب كان لديهم ميل لجمع المعلومات الانتقائية التي في صالح مرشحهم، في حين أن الأعضاء غير المنتمين للأحزاب كان لديهم معالجة منظمة للمعلومات التي يتلقونها، وأحياناً كانوا ينسحبون ببساطة من اتخاذ القرار تبعاً لمستوى مشاركتهم في الانتخابات.

دراسة Morris & Samuel (2008) ⁽²⁷⁾ بعنوان الاستقطاب السياسي لدى الجمهور الأمريكي، حيث قام الباحثان بمسح الأدبيات التي تناولت الاستقطاب الجماهيري، ثم عملت دراسة نقدية لأنواع الأدلة المختلفة التي تم استخدامها لدراسة الاستقطاب، وتوصلت الدراسة إلى أن قدراً كبيراً من الأدلة تعاني من مشكلة ضعف الاستنتاج مما يجعل النتائج محل شك، وأن الدليل الأكثر حداثة الذي يدور حول مواقف المواطنين بشأن قضايا السياسة العامة يشتمل على دليل ضعيف أو يخلو من أي دليل يثبت تزايد الاستقطاب الجماهيري خلال الفترة الممتدة من العقدين إلى الثلاثة عقود الماضية. وتم التصنيف استناداً إلى الانتماء الحزبي حيث يتم الربط بين تبني آراء سياسية معينة والانتماء لحزب معين، وذلك على الرغم من المبالغة أحياناً في نطاق هذا الأمر. وأضافت النتائج أن الاستقطاب الجغرافي الذي يعني الميل المفترض للناس من أصحاب الأفكار

المماثلة نحو التجمع سوياً لا يزال محل نظر. ولم يتم التوصل حتى الآن إلى دليل حاسم على أن استقطاب النخبة يحفز الناخبين نحو الاستقطاب من ناحية أو نحو الانسحاب من السياسة من ناحية أخرى.

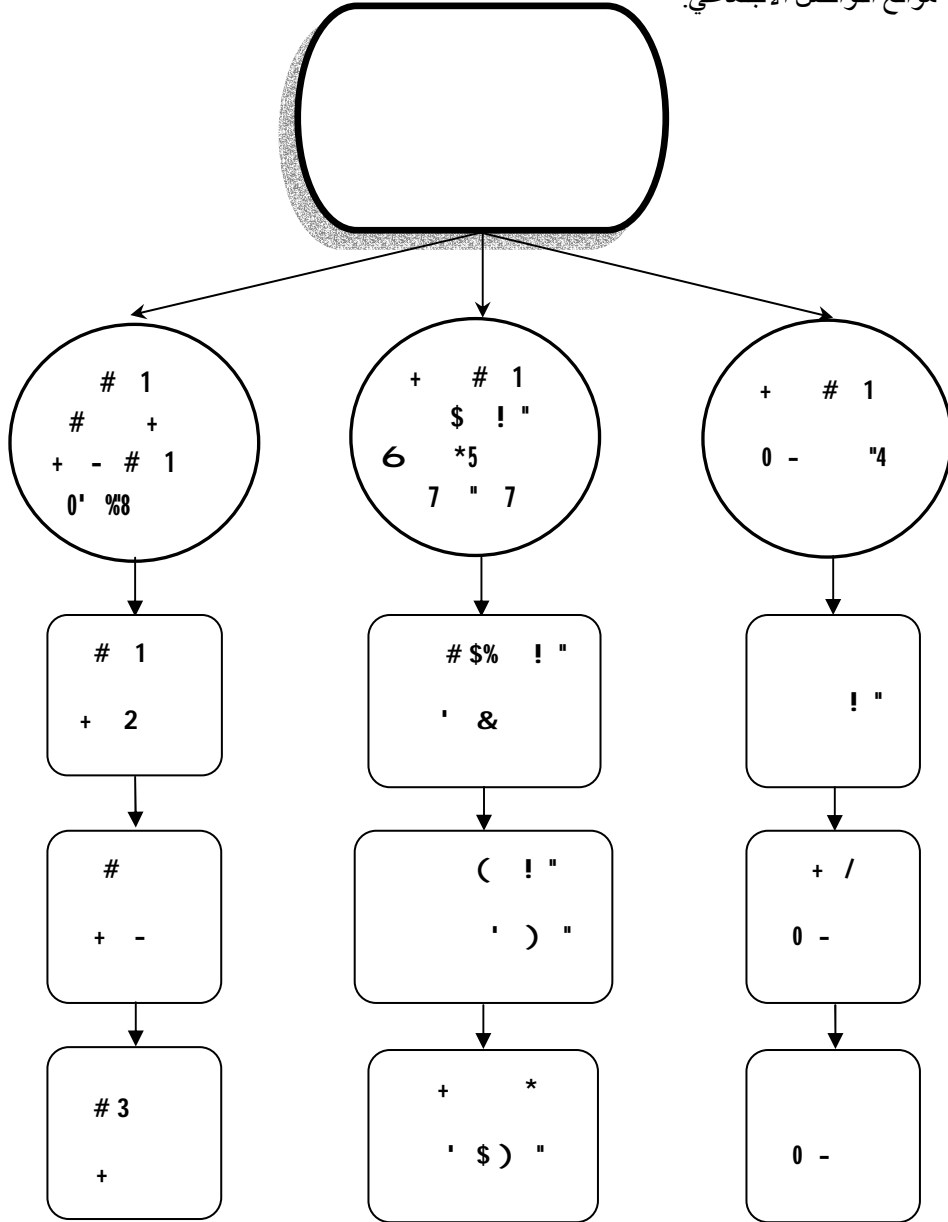
التعليق على الدراسات السابقة

- قلة الدراسات العربية في مجال الإعلام التي اهتمت بدراسة ظاهرة الاستقطاب السياسي، وحتى هذه الدراسات القليلة لم تتناولها على مواقع التواصل الاجتماعي ولكن اهتمت بها في البرامج الحوارية والصحف ما عدا دراسة إيمان محمد حسني، في حين اهتمت الدراسات الأجنبية بظاهرة الاستقطاب السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي وأولتها أهمية كبيرة .
- كانت الانتخابات مصدراً خصباً للاستقطاب السياسي بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضاً فترات الاحتجاجات والاضطرابات السياسية، حيث إن مستويات الاستقطاب السياسي المرتفع على مواقع التواصل الاجتماعي لا تظهر إلا في فترات الحراك السياسي.
- إن ظاهرة الاستقطاب السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي هي ظاهرة شائعة ومنتشرة في كثير من المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء. فهناك دراسات سابقة تناولت ظاهرة الاستقطاب السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية، وكندا، وألمانيا، وأستراليا، وبلجيكا، وهونج كونج، وفنزويلا، ومصر.
- انتهت كثير من الدراسات السابقة التي تم استعراضها إلى أن المبحوثين كانوا يميلون بشكل كبير لمناقشة الشئون السياسية وتبادل الآراء ووجهات النظر على مواقع التواصل الاجتماعي مع من لديهم نفس الرؤى والتوجهات السياسية المشابهة لهم، وأن تفاعلاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي كانت تنسم بانتقائية وتحيز كبيرين.

مشكلة الدراسة

تحدد مشكلة الدراسة في رصد وتوصيف ظاهرة الاستقطاب السياسي لدى الشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، ولا نكتفي مشكلة الدراسة عند توصيف ظاهرة الاستقطاب بل تسعى إلى الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل هذه الظاهرة، سواء كانت تلك العوامل مرتبطة بأنماط استخدام الشباب للمواقع (نوع الموقع، كثافة الاستخدام، دوافع الاستخدام) أو العوامل المتعلقة بنوع المحتوى السياسي الذي يتعرضون له (نوع الصفحات التي يمارس فيها الاستقطاب، نوع القضايا السياسية التي يتناقشون حولها في مواقع التواصل الاجتماعي، والقوى الفاعلة والمؤسسات السياسية التي يتناقشون حول

أدوارها) أو العوامل المتعلقة بالمبجوثين أنفسهم من الشباب (المتغيرات الديموغرافية، السمات الشخصية، الاتجاهات السياسية والإيديولوجية). والشكل التالي يوضح العوامل التي يفترض الباحثان تأثيرها في الاستقطاب السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي.



أهمية الدراسة

- ١- تتبع أهمية هذه الدراسة من قلة الدراسات الإعلامية العربية التي تناولت ظاهرة الاستقطاب السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي، على الرغم من كثرة الدراسات الأجنبية التي اهتمت بهذه الظاهرة وأولتها الاهتمام الكافي على المستوى البحثي.
- ٢- تعد ظاهرة الاستقطاب السياسي من الظواهر الشائعة والمنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى هذا تظهر أهمية الدراسة في سعيها لتوصيف هذه الظاهرة والكشف عن العلاقات والمتغيرات المؤثرة في تشكيلها لدى الشباب.
- ٣- يعاني المجتمع المصري في هذه الفترة من حالة استقطاب سياسي نظراً للتحويلات والتحديات السياسية التي يشهدها حالياً، ومن ثم تظهر أهمية هذه الدراسة في مواكبتها لتطورات المجتمع المصري في هذه المرحلة.
- ٤- تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها من الدراسات البينية التي تربط بين علم الإعلام والسياسة وعلم النفس من خلال دراسة ظاهرة سياسية (الاستقطاب السياسي) في وسيلة إعلامية (مواقع التواصل الاجتماعي) مع الكشف عن الخصائص والسمات النفسية لمستخدمي هذه الوسيلة والمؤثرة في هذه الظاهرة.

تساؤلات الدراسة وفروضها

- يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في رصد ظاهرة الاستقطاب السياسي التي يمارسها الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي، مع الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل هذه الظاهرة، وتحقيقاً لهذا الهدف تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية :
- ١- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يمارس فيها الشباب الاستقطاب السياسي؟
 - ٢- ما دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن آرائهم السياسية؟
 - ٣- ما أكثر الصفحات التي يتناول فيها الشباب آراءهم حول الموضوعات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - ٤- ما القضايا السياسية التي يدور حولها استقطاب سياسي لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - ٥- ما أكثر القوى الفاعلة والمؤسسات السياسية التي هي محور استقطاب آراء الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي؟

كما تسعى الدراسة لاختبار هذه الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب في التعبير عن آرائهم السياسية ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الصفحات التي يعبر الشباب فيها عن آرائهم السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع القضايا السياسية التي يتناقش الشباب حولها في مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القوى الفاعلة والمؤسسات السياسية التي يدور حولها نقاش قوي على مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاتجاهات السياسية للشباب (ليبرالي/ إسلامي / اشتراكي) ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الشخصية للشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي الذي يمارسونه على هذه المواقع.

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

الإطار النظري للدراسة

نظرية المجال العام public sphere

يُعد المجال العام من أكثر المفاهيم شيوعاً وأكثرها نقاشاً في القرن العشرين، وهو واحد من المفاهيم القليلة التي جذبت الانتباه من مجموعة واسعة في التخصصات، وعلى الرغم من التاريخ الفكري الغني بالفعل للمفهوم، فإن العديد من العلماء لا يزالون مختلفين حول استخدامه الصحيح وتعريفه (٢٨).

وقد ذاع انتشار هذا المصطلح مع ترجمة نظرية جورجين هابرماس "التحول الهيكلي للمجال العام " The Structural transformation of the public sphere من الألمانية إلى الإنجليزية، وهكذا تنسب نظرية المجال العام Public sphere إلى

جورجين هابرماس (Jurgen Habermas) (١٩٦٢) وهي تركز على نشأة وتكوين الرأي العام، وقد أشار هابرماس إلى أن المجال العام يظهر إلى الوجود من خلال كل حوار يتجمع فيه الأفراد لتشكيل هيئة عامة، دون اعتبار للفروق الاجتماعية التي تكون بينهم^(٢٩).

ويعرف هابرماس المجال العام بأنه " شبكة اتصالية في مجتمع افتراضي ليس من الضروري أن يتواجد في مكان معروف أو مميز، ويتكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات واهتمامات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور دون أي قيود أو إجبار، يتفاعلون مع بعضهم على قدم من المساواة حول قضايا ذات اهتمام مشترك، حيث يتحدثون عن الشؤون العامة ويحددون حاجات المجتمع مع الدولة، والتي يمكن فيها الوصول إلى موافقة عامة على قيم ومعايير تعمل كميكانيزمات لحل المشكلات الاجتماعية والسياسية، وهو المجال الذي يتشكل فيه الرأي العام دون اعتبار للفروق الاجتماعية التي تكون بينهم"^(٣٠).

ووفقاً لما قاله هابرماس فإن المجال العام هو إطار عام للحياة الاجتماعية يضم مجموعة من الأفراد يشتركون في خصائص واهتمامات مشتركة ويعتبر كل منهم جزءاً من هذا المجال، وقادراً على الوصول إليه وإثارة الجدل والنقاش فيه حول القضايا العامة، مما يعني أن هناك مجالاً عاماً مشتركاً يجمعهم^(٣١). فالمجال العام بحث على حرية التعبير والحوار والمناقشة، ويؤكد على حق المشاركة بحرية في صنع القرار السياسي في المجتمع، ويشجع المهتمين على الانخراط في الحوار العام حول مختلف القضايا والموضوعات^(٣٢). ويجب على أعضاء المجال العام أن يلتزموا بمجموعة من القواعد التي تمثل حالة الخطاب العام، وهذه القواعد هي^(٣٣):

- ١- كل الموضوعات المطروحة للنقاش تأخذ مساحة لها في المجال أو الخطاب.
- ٢- يسمح لكل شخص بطرح أسئلة عما يشاء من موضوعات.
- ٣- يسمح لكل شخص بتقديم أي موضوع أياً كان النقاش.
- ٤- يسمح لكل شخص بالتعبير عن اتجاهاته ورغباته واحتياجاته.
- ٥- لا يمنع أي متحدث عن طريق مصدر إكراه داخلي أو خارجي من ممارسة حقوقه المنصوص عليها في النقاط السابقة.

ويري هابرماس أن المجال العام يتوقف على مجموعة من العوامل^(٣٤):

- ١- مدى الوصول أو الإتاحة The extent of access: أي تكون الإتاحة عالمية كلما أمكن.
- ٢- درجة التحكم الذاتي The degree of control: حيث يجب أن يكون المواطنون أحراراً ويتخلصوا من السيطرة والهيمنة والإجبار.
- ٣- رفض السلطة The rejection of hierarchy: فكل الأفراد يشاركون الآخرين على قدم المساواة.

- ٤- حكم القانون The rule of law: أن يكون دور القانون واضحاً وفعالاً.
- ٥- السياق Context: وجود سياق مجتمعي ملائم.
- واستناداً إلى مفهوم هابرماس للمجال العام، حدد كولهان Calhoun أربعة مفاهيم رئيسية تحكم المؤسسات التي تمارس المجال العام وهي (٣٥):
- ١- مفهوم المصلحة العامة التي تفترض المساواة وحصر الفروق بين الأفراد.
 - ٢- الحكم الوحيد في أية قضية هو أفضل حجة عقلانية وليست هوية المتحدث.
 - ٣- جميع مجالات الموضوعات مفتوحة للنقاش مادامت مصنفة من قبل الجمهور على أنها موضوعات ذات اهتمام مشترك.
 - ٤- مبدأ الشمولية.
- ولقد ساهم ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية في بروز مجال اجتماعي عام جديد يمارس خلاله الأفراد حريتهم في معارضة النظم السياسية وفي الحوار حول الشؤون العامة وتبادل الأفكار ونشر المعلومات، وذلك نظراً لأن كثيراً من المستخدمين يدخلون في جدل حول قضايا ذات اهتمام محلي أو عالمي مما يسفر عن تحدٍ للتدفق الرأسي للمعلومات ومن تقوية المجال العام (٣٦).
- كما تقوم نظرية المجال العام في بنيتها الجديدة على محاولة فهم حدود الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة في إتاحة النقاش العام وتسهيل بلورة توافقات تعبر عن الرأي العام النشط، ممثلة في المدونات والمنتديات ومجموعات النقاش السياسي والاجتماعي من أجل تعزيز المشاركة العامة (٣٧). وهناك مجموعة من الخصائص الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي جعلتها مجالاً عاماً مفتوحاً بشكل أكبر أمام الأفراد للتعبير عن أنفسهم بحرية تامة على نحو يؤدي إلى تعزيز فكرة المجال العام، ومن هذه الخصائص (٣٨):
- ١- تفاعلية الوسيلة: التي أصبح بفضلها الاتصال الجماهيري قريباً من الاتصال الشخصي.
 - ٢- الطبيعة اللاتزامنية للوسيلة الاتصالية: بمعنى أن وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة تسمح للقائم بالاتصال والمتلقي بتبادل المعلومات الاتصالية في الأوقات التي تناسبهما.
 - ٣- لم تعد المعلومات تتدفق من أعلى إلى أسفل كما هو معروف من مؤسسات الإعلام إلى الجمهور، بل أصبح بإمكان أي فرد أن يكون مصدراً للحدث العام.
 - ٤- وسائل الإعلام الجديدة لا تعمل وفق مفهوم حراسة البوابة كما هو الحال مع الوسائل التقليدية ومن ثم اختفت الرقابة.
 - ٥- وسائل الاتصال الجديدة ذات طابع دولي؛ إذ تخطت حدود الزمان والمكان وأوجدت مجتمعات افتراضية ذات نظم خاصة تخطت تقاليد وأعراف وقيود المجتمعات التقليدية.

فقد دعمت مواقع التواصل الاجتماعي فكرة ساحات النقاش حول المجال العام المشترك الذي يجمع أفراد الرأي العام ويدخلهم في حالة حوار حول القضايا التي يهتمون بها، ويتأسس هذا النوع من النقاش على فكرة التفاعلية التي تفوق به الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية، إذ يسرت تبادل الرأي والمعلومات حول القضايا الخلافية^(٣٩)، وعلى مستوى المضمون وفرت مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد مناقشة القضايا بقدر أكثر حرية من ذي قبل ومنها^(٤٠):

- مناقشة القضايا التي تشغل اهتمام الجميع وتصعيدها من المستوى المحلي إلى النطاق العالمي.

- مناقشة قضية الديمقراطية وتوفير المعلومات بقضية حقوق الإنسان والديمقراطية وتحديث المعلومات عن الأحداث الجارية في جميع أنحاء العالم.

- إيجاد معلومات حول القضايا والسماح للأفراد بمناقشتها مع ممثليهم وطرح وجهة النظر الخاصة بهم قبل التصويت عليها.

وقد وجه العديد من الباحثين والمفكرين بعض الانتقادات لنظرية المجال العام، حيث رأوا أن فكرة المجال العام التي قدمها هابرماس تنطوي على العديد من الصعوبات، ومن هذه الانتقادات أن هابرماس قد رأى أن المجال العام يهدف إلى الإجماع ويتسم بالموضوعية والجدية ويتم تبادل الحجج فيه دون أغراض شخصية، في حين يرفض ليوتار هذه الدعوى ويرى أن التنازع هو الأصل بينما الاجتماع هو الاستثناء، حيث إن التنازع بالنسبة له هو أساس التواصل فالذات تهدف من المناظرة إلى إفحام الخصم والانتصار عليه بشتى الطرق^(٤١).

وهذا ما جعل مواقع التواصل الاجتماعي تتحول من ساحة للنقاش السياسي والحوار وتدعيم جوهر المجال العام إلى ساحة للتصارع، حيث يقوم كل شخص بإنشاء منفذ إعلامي خاص به يعرض فيه وجهة نظره مما يؤدي إلى صدور أصوات متضاربة ومزعجة عن عدد كبير من الأفراد، وفي ظل غياب الجدل النقدي ينزع المشاركون نحو طرح ومشاركة الآراء الداعمة لهم والمنسجمة معهم، مما يُشكل مجالات متضادة ومستقطبة يصعب تحاورها بشكل عقلاني ونقدي مع وجهات النظر المعارضة، وهذا يزيد من الاستقطاب ويحد من اللقاءات غير المخططة وغير المتوقعة.

وإن كان هذا لا ينفى أو يقلل من كون مواقع التواصل الاجتماعي تظل مجالاً عاماً بامتياز، لأنها تتيح للأفراد التعبير عن آرائهم بحرية دون قيود وتعزز المشاركة العامة، وهو ما لا توفره وسائل الإعلام الأخرى، هذا فضلاً عن استحوادها على كل من خصائص الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي.

الإطار المنهجي للدراسة

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والظاهرة التي تستهدف الدراسة وصفها هي ظاهرة الاستقطاب السياسي لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي عند تعرضه للمضامين السياسية على هذه المواقع، مع الكشف عن العلاقات والمتغيرات المؤثرة على هذه الظاهرة.

منهج الدراسة

في إطار الدراسة الوصفية لظاهرة الاستقطاب السياسي يستخدم الباحث منهج المسح Survey، حيث يقوم الباحثان بمسح آراء واتجاهات عينة من جمهور الشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على مظاهر الاستقطاب السياسي لديهم.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتألف مجتمع الدراسة من الشباب المصري بمختلف قطاعاته، وحدد الباحثان عدة معايير لا بد أن تتوفر في المبحوث ليكون مفردة صالحة لإجراء الدراسة عليه، وهذه المعايير هي:

- أن يكون من المشاركين بأرائه السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- أن يتراوح عمره ما بين ١٨ - ٣٥ عاماً وهو السن الذي اعتمده الباحثان لفترة الشباب.
- أن يراعى التنوع في اختيار المبحوثين من الشباب، بحيث يتم تمثيل متغيرات النوع (ذكور وإناث) والمستوى التعليمي (متوسط - فوق المتوسط - جامعي - فوق الجامعي) وفئات السن (من ١٨-٢١، من ٢٢-٢٥، من ٢٦-٣٥).
- وعند سحب العينة راعى الباحثان التنوع الجغرافي في سحب مفرداتها، حيث تم سحبها بواقع ١٠٠ مفردة من محافظة القاهرة (العاصمة) و ١٠٠ مفردة من محافظة أسيوط (الوجه القبلي) و ١٠٠ مفردة من محافظة الشرقية (الوجه البحري) بإجمالي ٣٠٠ مفردة من المحافظات الثلاث. وتم توزيع الاستمارات على الشباب خلال الفترة من ٢٠١٧/٤/١ حتى ٢٠١٧/٦/٢٥.

كما قام الباحثان بتطبيق نسخة إلكترونية من استمارة الاستبيان على الإنترنت، وتم وضع الرابط الخاص بها على مواقع التواصل الاجتماعي، وتم إرسالها للمتطوعين الذين قاموا بدورهم بإرسالها إلى أصدقائهم ممن تنطبق عليهم الشروط السابقة لسحب العينة، وبلغ إجمالي عدد من استجابوا لأسئلة الاستمارة ٢٤٨ مبحوثاً، وقام الباحثان بعد الفحص

الدقيق لإجابات كل استمارة باستبعاد ٤/٨ منها، لعدم اتساق إجابات مبحوثيها، وعلى هذا بلغ حجم العينة ممن تنطبق عليهم الشروط ٥٠٠ مفردة.

أدوات جمع البيانات

يتمثل هدف الدراسة الأساسي في التعرف على ظاهرة الاستقطاب السياسي لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي، ولهذا تعد استمارة الاستقصاء هي الأداة المناسبة لجمع بيانات الدراسة، وبناء على هذا قام الباحثان بتصميم استمارة استقصاء تتكون من عدة محاور:

(١) **المحور الأول:** وتضمن التعرف على أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب، ومعدل استخدامهم لها، ودوافع اعتمادهم على هذه المواقع في مناقشة الآخرين حول الموضوعات والأحداث السياسية، والصفحات التي يعبرون فيها عن آرائهم السياسية، والقضايا التي يدور حولها استقطاب الآراء بين الشباب، وكذلك القوى الفاعلة والمؤسسات السياسية التي هي محور مناقشتهم مع الآخرين.

(٢) **المحور الثاني:** وتناول مقياس الاستقطاب السياسي الذي قام الباحثان ببنائه، وتكون من ١٣ عبارة تم وضعها على مقياس اتجاه خماسي الدرجات، تناولت هذه العبارات مظاهر الاستقطاب السياسي الذي يمارسه الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي مثل: مدى تمسكه بمواقفه السياسية على مواقع التواصل أثناء تفاعله مع الآخرين حول الموضوعات السياسية، واستعداده للهجوم على الأشخاص المختلف معهم سياسياً واستخدامه للحجب block مع بعضهم أحياناً، وسعيه للاشتراك في الصفحات التي تتوافق مع وجهة نظره وبها منشورات تدعم آراءه عن غيرها من الصفحات الأخرى، وتأثير النقاش السياسي مع الزملاء على مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير آراءه السياسية ومواقفه المسبقة، واستعداده لإرسال أو قبول طلبات صداقة مع الأشخاص الذين يختلف معهم في آرائهم السياسية أو الذين لهم مواقف معارضة لمواقفه، وتخوفه من الاشتراك في الصفحات ذات التوجهات السياسية الواضحة على مواقع التواصل الاجتماعي حتى لا يحسب على أحد فيها، وعدم تعبيره عن رأيه السياسي أحياناً أو الدفاع عنه خوفاً من الهجوم عليه، ومدى موافقته على أن النقاش السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي يفسد العلاقات بين الزملاء والأصدقاء. وقد قام الباحثان ببناء هذا المقياس بناءً على استفادتهما من الدراسات السابقة التي سبق عرضها.

وتم تقسيم المقياس إلى ثلاثة مستويات: مستوى الاستقطاب المنخفض وهو الذي يحصل فيه المبحوث على درجة تتراوح من (١٣ إلى ٣٠)، ومستوى الاستقطاب المتوسط يتراوح من (٣١ إلى ٤٧)، والمستوى المرتفع يصنف فيه المبحوث عند

حصوله على درجة تتراوح من (٤٨ إلى ٦٥). ويمكن الاطلاع على مقياس الاستقطاب السياسي في ملحق الدراسة.

(٣) المحور الثالث: وتضمن مقياس السمات الشخصية وقد استعان الباحثان بمقياس جون دوناھيو وكنتيل (Jones, Danahau & Kentle 1991) لقياس السمات الشخصية وذلك للكشف عن تأثير السمات الشخصية للشباب في الاستقطاب السياسي الذي يمارسونه على مواقع التواصل الاجتماعي، ويتكون المقياس من ٤٤ عبارة موزعة على خمسة عوامل كبرى للشخصية، كل عامل منها يقيس سمة من سمات الشخصية، وهذه السمات هي: الانبساطية Extraversion، والعصابية Neuroticism، والانفتاح على الخبرة Openness to Experience، والمقبولية Agreeableness، ويقظة الضمير conscientiousness^(٤٢).

ولقد لقي نموذج العوامل الخمسة الكبرى للشخصية The Big Five Factor Model الذي اعتمد عليه مقياس جون دوناھيو وكنتيل اهتماماً متزايداً من الباحثين في مجال الشخصية، حيث يعد الآن من أكثر النماذج قبولاً واتساقاً في وصفه للسمات الشخصية، إذ يسهم هذا النموذج في حل واحدة من أبرز القضايا التي شغلت أذهان الباحثين عبر عدة عقود ماضية وهي كيف يمكن تصنيف المئات من السمات الشخصية في إطار تصنيفي عام أو داخل بنية نظرية واحدة^(٤٣).

وتتوزع السمات الشخصية في مقياس جون دوناھيو وكنتيل على النحو التالي :

أبعاد الشخصية	رقم العبارة في المقياس
الانبساطية	(١)، (٦)، (١١)، (١٦)، (٢١)، (٢٦)، (٣١)، (٣٦).
العصابية	(٤)، (٩)، (١٤)، (١٩)، (٢٤)، (٢٩)، (٣٤)، (٣٩).
الانفتاح على الخبرة	(٥)، (١٠)، (١٥)، (٢٠)، (٢٥)، (٣٠)، (٣٥)، (٤٠)، (٤١)، (٤٤).
المقبولية	(٢)، (٧)، (١٢)، (١٧)، (٢٢)، (٢٧)، (٣٢)، (٣٧)، (٤٢).
يقظة الضمير	(٣)، (٨)، (١٣)، (١٨)، (٢٣)، (٢٨)، (٣٣)، (٣٨)، (٤٣).

ويمكن الاطلاع على مقياس جون دوناھيو وكنتيل في ملحق الدراسة، أما بالنسبة للسمات الشخصية التي يتناولها المقياس فيمكن التعرف عليها على نحو تفصيلي كالتالي^(٤٤).

١ - الانبساطية Extraversion: وهي سمة من سمات الشخصية يتصف أفرادها بالقدرة على التفاعل الاجتماعي والنشاط والتوافق مع الجماعة والبحث عن الإثارة والانفعال الإيجابي.

فالانبساطيون هم أشخاص محبوبون للاختلاط بالآخرين واجتماعيو النزعة، ويحبون الناس ويفضلون وجودهم وسط جماعات وتجمعات كبيرة، ويتصفون بالحماس والحيوية والنشاط والإيجابية والجرأة وعدم الخجل، ويقابل صفة الانبساطية الانطوائية، فالشخص المنطوي يتوجه داخلياً ويركز على أفكاره ومشاعره وإدراكه، ويجد صعوبة في الاتصال بالعالم الخارجي ويميل إلى الاستبطان والتأمل على العكس من المنبسط الذي يهتم بالآخرين والعالم المحيط به ويتوجه نحو الفعل.

٢- **العصابية Neuroticism**: وهي سمة من سمات الشخصية يميل صاحبها إلى عدم الاتزان، والنزوع إلى القلق الدائم والتقلبات المزاجية، وضعف القدرة على ضبط الانفعالات وسهولة الاستثارة والانفعاية، وعدم القدرة على تحمل الضغوط، ويقابل سمة العصابية الاتزان الانفعالي، حيث يتميز الأفراد الذين يتسمون بهذه السمة بالهدوء، والقدرة على التحكم في الانفعالات وتنظيمها، والشعور بالرضا والقدرة على مواجهة الإحباطات والتغلب على الصعوبات.

٣- **الانفتاح على الخبرة Openness to Experience**: وتشير هذه السمة إلى قدرة الفرد على الانفتاح على خبرات الآخرين والميل إلى التجديد والإبداع، والشخص المنفتح يتسم بأنه متنوع الاهتمامات واسع الخيال ذكي ومبتكر ومحب للاستطلاع والفنون، ولديه اهتمامات جمالية وأدبية، ويعيد النظر في القيم الاجتماعية. وفي الطرف الآخر لهذه السمة، يظهر المتحفظ أو المنغلق على خبرته والذي يتسم بعدد أقل من الاهتمامات ويبدو أكثر تمسكاً بالتقاليد، ويكون أكثر راحة مع الأشياء المألوفة ويفتقد للثقافة والخبرة والابتكار.

٤- **المقبولية Agreeableness**: وأطلق بعض الباحثين على هذه السمة مسميات أخرى مثل سمة المجارة الاجتماعية، والمقبولية الاجتماعية، والطيبة وحسن المعشر، وبالرغم من تعدد المسميات لهذه السمة فقد ظلت المقبولية أكثر الأسماء شيوعاً، وتشير هذه السمة إلى مدى قبول الفرد من قبل الأشخاص المحيطين به بسبب طبيعته السمحة، حيث يسعى الفرد لاختيار الاستجابات التي يعتقد أن الآخرين يختارونها، أو يحبذونها أو يفضلون أن يختاروها، أو ترضيهم وتجعله مقبولاً عندهم، والشخص الذي يتمتع بقبول اجتماعي يسعى لمساعدة الآخرين في أزماتهم، والدفاع عن حقوقهم والميل للإيثار والتواضع والانصياع ورقة الطبع.

وعلى الطرف الآخر من هذه السمة يوجد الشخص المتحدي الذي يكون أكثر تركيزاً على معايير وحاجته الخاصة منه على معايير وحاجات الجماعة، ويتسم بالتنافر والعدائية والشك في الآخرين والأنانية وافتقاد القدرة على إقامة علاقات اجتماعية.

٥- **يقظة الضمير conscientiousness** : ويسمى البعض هذه السمة بمسمى آخر هو السعي نحو الإنجاز والاستقلالية، وتشير سمة يقظة الضمير بصفة عامة إلى المثابرة وضبط الذات والقدرة على الإنجاز والالتزام بالواجبات والتنظيم في تحقيق الأهداف. ويتسم أصحاب هذه السمة بالكفاءة والنظام والإحساس بالواجب والالتزام بما يمليه عليهم ضميرهم، والتقيد بالقيم الأخلاقية بصرامة، بجانب الاجتهاد في الإنجاز والطموح، والتخطيط، واليقظة، والتروي قبل اتخاذ القرار أو القيام بأي فعل، وعلى الطرف الآخر من هذه السمة يوجد الشخص الذي يتسم بافتقار الدافعية والتخلي عن المسؤولية، وفقدان الهدف، والإهمال والسهو، واللامبالاة.

(٤) **المحور الرابع**: وتناول مقياس الاتجاهات السياسية للشباب وتكون من ١٥ عبارة تم وضعها على مقياس اتجاه خماسي الدرجات، وطلب من المبحوث أن يوضح موقفه أمام كل عبارة من هذه العبارات، وتم تمثيل الاتجاه الليبرالي بخمس عبارات تناولت: الإصلاح السياسي يقوم على احترام الحقوق والحريات العامة لكل فرد من أفراد المجتمع دون تمييز، تحقيق التقدم والنهضة لا يتم إلا بتقبل الجديد والانفتاح على كل الحضارات والثقافات حتى لو تعارضت مع قيمنا، اعتبار التداول السلمي للسلطة والانتخابات الديمقراطية الحرة هي النظام الأنسب لانتقال الحكم، والتأكيد على حق الجماعات في تشكيل الأحزاب السياسية وإصدار الصحف للتعبير عن آرائها ومعتقداتها السياسية دون قيود، والتأكيد على حرية الفرد في المجتمع مادام يراعي ضميره ولا يؤدي أحداً وليس مهماً في هذا الشأن أن يكون متديناً أو ملتزماً. وتم تمثيل الاتجاه الإسلامي بخمس عبارات تناولت: طاعة الحكام وولاية الأمور أفضل لاستقرار الأوطان من المظاهرات والانتخابات الديمقراطية، ضرورة العقاب الرادع والصارم للمتجاوزين في حدود الدين تحت دعاوي الحرية والإبداع والتجديد، والسماح للأحزاب الدينية بالمشاركة في السلطة وعدم حظر أنشطتها أو التضييق عليها، وتدهور أحوالنا الاقتصادية والاجتماعية يرجع إلى عدم تمسكنا بتعاليم الدين وأخلاقياته في المعاملات اليومية، وأخيراً ضرورة تنقية القوانين السياسية والاقتصادية مما يخالف الشريعة الإسلامية.

أما الاتجاه الاشتراكي فقد تم تمثيله بخمس عبارات تمثلت في: ضرورة دعم الدولة للسلع والخدمات حتى تصبح متاحة للمواطنين كل حسب احتياجه، والنظام المتعدد للأحزاب يؤدي إلى الفوضى والفساد وتمزق الوحدة الوطنية لذلك لا يجب السماح إلا بتكوين حزب واحد فقط، والحفاظ على القطاع العام لأنه ركيزة الاقتصاد الوطني والضمان لحل مشاكل الفقراء وتلبية احتياجاتهم، والتفاوت الطبقي الحاد وسوء توزيع الدخل ينتج عن سياسة الاقتصاد الحر، وعلى الحكومة أن تتيح للفقراء فرص الالتحاق بالمدارس والجامعات بالمساواة مع الأغنياء وأن توفر لهم فرص العمل.

وتم جمع درجات كل اتجاه من الاتجاهات الثلاثة لكل مبحوث على حدة، واعتبر المبحوث اتجاهه السياسي يميل إلى الليبرالية إذا كانت درجاته نحو عبارات الليبرالية أكبر من درجاته نحو عبارات الاتجاه الإسلامي والاشتراكي، واعتبر المبحوث اتجاهه السياسي يميل إلى الإسلامي إذا كان مجموع درجات العبارات الإسلامية لديه أعلى من عبارات الاتجاه الاشتراكي والليبرالي، واعتبر المبحوث اتجاهه السياسي يميل إلى الاشتراكية إذا كان مجموع درجات العبارات الاشتراكية لديه أعلى من عبارات الاتجاه الإسلامي والليبرالي، وفي حالة تساوي درجات المبحوث في اتجاهين معاً أو أكثر اعتبر المبحوث غير مبين الاتجاه. وقد استعان الباحثان في بناء مقياس الاتجاهات السياسية للشباب ببعض العبارات التي وردت في مقياس الباحث عطا أحمد علي الذي صممه لقياس تأثير الاتجاهات السياسية في الانتماء السياسي لدى الشباب^(٤٥)، وقد أضاف الباحثان عبارات أخرى في مقياس الاتجاهات السياسية تتناسب وطبيعة بحثهما. ويمكن الاطلاع على مقياس الاتجاهات السياسية في ملحق الدراسة.

(٥) المحور الخامس: وتضمن المتغيرات الديموغرافية للشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من حيث النوع، وشرائح السن، ومستوى التعليم، وذلك لقياس تأثير هذه المتغيرات على مستوى الاستقطاب السياسي لدى الشباب.

اختبار الصدق والثبات

لتحديد مدى صدق الاستمارة وتحقيقها لأهداف الدراسة تم عرضها على مجموعة من المحكمين الأكاديميين في تخصص الإعلام، وعلم النفس، والسياسة لإبداء آرائهم حولها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً للآراء والملاحظات التي تم الإجماع عليها (*). أما بالنسبة لثبات الاستمارة فتم استخدام أسلوب إعادة الاختبار test / retest من خلال تطبيق الاستمارة على ٥٠ مبحوثاً من الشباب يمثلون ١٠% من عينة الدراسة، ثم إعادة تطبيق الاستمارة عليهم مرة أخرى بعد عشرة أيام من إجراء التطبيق الأول، وقد وصلت نسبة الثبات ٨٥%.

نتائج الدراسة

جدول رقم (١)

بوض خصائص عينة الدراسة

الإجمالي	مستوى التعليم				السن						النوع				
	فوق جامعي		جامعي		متوسط		٢٦-٣٥		٢٢-٢٥		١٨-٢١		إناث	ذكور	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	
٥٠٠	١١	٥٥	٧٤	٢٣٧	١١	٤٥	٧٣	٤١٧	٢٢	٦١	١١٣	٣٧	٤١٨	٧٤	٢٠٥

يتضح من الجدول السابق أن خصائص عينة الدراسة من الشباب قد توزعت من حيث النوع على (٤١%) من الذكور و (٥٩%) من الإناث، وفيما يتعلق بمتغير السن فقد توزعت عينة الدراسة على ثلاث شرائح عمرية، حيث جاءت نسبة المبحوثين من الذين تتراوح أعمارهم من ١٨ إلى ٢١ (٤٠%) ، في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من ٢٢ إلى ٢٥ (٣٧,٤%) وأخيراً نسبة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من ٢٦ إلى ٣٥ كانت (٢٢,٦%).

وفيما يتعلق بمستوى التعليم فقد تراوحت نسبة التعليم المتوسط (٣,٤%) في حين بلغت نسبة التعليم فوق المتوسط (١١,٤%) ونسبة التعليم الجامعي (٧٤,٢%) وفوق الجامعي (١١%) وهذا يعني أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة كانت من ذوي المؤهلات العليا الجامعية.

جدول رقم (٢)

يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يتناقش فيها الشباب حول الموضوعات السياسية

النسبة	التكرار	النتائج
٩٥,٢%	٤٧٦	المواقع
١٨%	٩٠	الفايس بوك
١٣%	٦٥	التويتير
٤%	٢٠	اليوتيوب
٧,٤%	٣٧	جوجل بلس
		أخرى تذكر
٥٠٠		ن

يتضح من قراءة الجدول السابق أن الفايس بوك تصدر المواقع التي يتناقش فيها الشباب حول الموضوعات والأحداث السياسية بنسبة (٩٥,٢%)، في حين احتل المرتبة الثانية وبفارق كبير موقع (تويتير) بنسبة (١٨%)، وفي المرتبة الثالثة ظهر موقع (اليوتيوب) بنسبة (١٣%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء موقع جوجل بلس بنسبة (٤%). في حين ذكر مبحوثون آخرون تطبيق الواتس أب تحت فئة أخرى تذكر بنسبة بلغت (٧,٤%).

جدول رقم (٣)

يوضح كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	النتائج
		كثافة الاستخدام
٤٥,٨ %	٢٢٩	طوال اليوم عن طريق التليفون
٢٤,٨ %	١٢٤	أكثر من ثلاث ساعات
١٣,٢ %	٦٦	من ساعة إلى أقل من ساعتين
١١,٦ %	٥٨	من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات
٤,٦ %	٢٣	أقل من ساعة
١٠٠,٠ %	٥٠٠	المجموع

يتضح من قراءة الجدول السابق أن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي طوال اليوم عن طريق التليفون المحمول احتل المرتبة الأولى بنسبة (٤٥,٨%)، وجاء في المرتبة الثانية أكثر من ثلاث ساعات يومياً بنسبة (٢٤,٨%)، واحتل المرتبة الثالثة من ساعة لأقل من ساعتين بنسبة (١٣,٢%)، وتعكس هذه النسب جميعها ارتفاع معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث ساعد انتشار أجهزة التليفون المحمول على سهولة استخدام الشباب لهذه المواقع بشكل آني ومستمر على مدار اليوم.

جدول رقم (٤)

يوضح دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في مناقشة الموضوعات والقضايا السياسية

النسبة	التكرار	النتائج
		الدوافع
٥٨,٠ %	٢٩٠	سرعة وفورية نقلها للأحداث يجعلها ساحة آنية لتبادل الآراء والخبرات بشكل كبير
٤٧,٨ %	٢٣٩	تتيح لي حرية الرأي والتعبير دون قيود
٤٦,٨ %	٢٣٤	مجال جيد لمناقشة الأفكار بين الأصدقاء
٢٣,٤ %	١١٧	تتيح لي مستخدمين يشاركونني نفس الآراء ويتبنون نفس موقفي
٢٢,٦ %	١١٣	وسائل الإعلام الأخرى لا تتيح لي النقاش السياسي مثل مواقع التواصل الاجتماعي
٨,٤ %	٤٢	أثق في مصداقيتها عن وسائل الإعلام الأخرى التي يكون لها مصالح وأجندات خاصة
٣,٢ %	١٦	أخرى تذكر
٥٠,٠ %		ن

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الثلاثة دوافع الأولى التي تصدرت أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في مناقشة الموضوعات السياسية تمثلت في: فورية نقلها للأحداث كونها ساحة لتبادل الآراء بنسبة (٥٨%)، ثم إتاحتها لحرية الرأي والتعبير دون قيود بنسبة (٤٧,٨%)، ثم كونها مجالاً جيداً لمناقشة الأفكار بين الأصدقاء بنسبة (٤٦,٨%)،

مما يعني أنها تحولت من كونها مواقع للتواصل الاجتماعي إلى مواقع للنقاش والحوار وإبداء الآراء بحرية، وفي المرتبة الرابعة من دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في مناقشة الأحداث السياسية جاء أنها تتيح للشباب مستخدمين يشاركونهم نفس الأداء ويتبنون نفس مواقفهم بنسبة (٤, ٢٣%)، وفي المرتبة الخامسة جاء من دوافع الاستخدام أيضاً أن وسائل الإعلام الأخرى لا تتيح النقاش السياسي بنسبة (٦, ٢٢%)، وفي المرتبة الأخيرة كونها مصدر مصداقية عن وسائل الإعلام الأخرى التي يكون لها مصالح وأجندات خاصة بنسبة (٤, ٨%)، في حين ذكر مبحوثون آخرون دوافع أخرى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مناقشة الآراء السياسية: منها أنها وسيلة جيدة للتوعية السياسية، وأستطيع أن أعرف من خلالها كل ما يدور في العالم بسهولة، وانخفاض تكلفة استخدامها عن شراء الصحف، وسهولة استخدامها في أي وقت وفي أي مكان.

جدول رقم (٥)

أهم الصفحات التي يعبر فيها الشباب عن آرائهم السياسية مع الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	النتائج
٨٥,٤ %	٤٢٧	صفحتي الشخصية على مواقع التواصل (حسابي الشخصي)
٢٦,٠ %	١٣٠	صفحات المواقع الإخبارية
١٥,٠ %	٧٥	الصفحات الاجتماعية الساخرة
١٤,٦ %	٧٣	صفحات الصحف الإلكترونية
١٢,٨ %	٦٤	الصفحات السياسية الساخرة
١٢,٢ %	٦١	صفحات قنوات الراديو والتلفزيون
٩,٨ %	٤٩	صفحات المشاهير من السياسيين ونشطاء الرأي
٥,٨ %	٢٩	صفحات القوى والحركات السياسية
٤,٠ %	٢٠	صفحات الأحزاب السياسية
٥٠٠		الإجمالي

يتضح من قراءة الجدول السابق أن الصفحات الشخصية للشباب على مواقع التواصل الاجتماعي كانت هي المنفذ الأكثر استخداماً لدى الشباب في التعبير عن آرائهم السياسية مع الآخرين بنسبة (٨٥,٤%). تلتها وبفارق كبير المواقع الإخبارية في المرتبة الثانية بنسبة (٢٦%) وجاء أكثر المواقع الإخبارية التي يعبر فيها الشباب عن آرائهم السياسية: موقع مصراوي، وأخبارك، وأخبار مصر، ودوت مصر. ثم في المرتبة الثالثة الصفحات الاجتماعية الساخرة بنسبة (١٥%) وكانت أكثر الصحف الاجتماعية الساخرة استخداماً من جانب الشباب صفحة الكومنت الفصيل، وفاصل مش إعلاني، وفاصل ونعود، وكومنتاتك. وفي المرتبة الرابعة جاءت صفحات الصحف الإلكترونية بنسبة (٤,٦%)

وكانت أكثر الصفحات ظهوراً اليوم السابع، والمصري اليوم، والوطن، والأهرام، والشروق، وفيتو، و البوابة نيوز، وأخبار اليوم، والجمهورية، والعربي الجديد. وجاء في المرتبة الخامسة الصفحات السياسية الساخرة بنسبة (١٢,٨%) مثل صفحة بورتو طرة من أجلك أنت، صفحة خالد سعيد، وقمنا عاملين ثورة، والبوست السياسي. وفي المرتبة السادسة صفحات الراديو والتلفزيون على التوالي بنسبة (١٢,٢%) مثل صفحة سي بي سي، وإم بي سي، وراдио ٩٠ ٩٠، و بي بي سي، والقاهرة والناس، والجزيرة، وصدى البلد، و سي إن إن. وفي المرتبة السابعة صفحات المشاهير من السياسيين ونشطاء الرأي بنسبة (٩,٨%) وجاءت أكثر صفحات السياسيين ظهوراً حمدين صباحي، ونبيل الحلفاوي، والبرادعي، وخالد تليمة، ويسري فودة، وعمرو واكد. وفي المرتبة الثامنة جاءت صفحات القوى والحركات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٥,٨%) وكانت صفحة حركة ٦ ابريل، ورصد، والاشتراكيون الثوريون، وحركة كفاية أكثر صفحات الحركات السياسية ظهوراً. وفي المرتبة الأخيرة كانت صفحات الأحزاب السياسية بنسبة (٤%) وكانت صفحة حزب الوفد، والمصريين الأحرار، وحزب النور من أكثر صفحات الأحزاب ظهوراً.

جدول رقم (٦)

القضايا السياسية التي يتبادل فيها الشباب الآراء مع الآخرين في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	النتائج	القضايا
٤٤,٦%	٢٢٣		قضية مكافحة ومحاربة الإرهاب
٤٤,٢%	٢٢١		قضية سيادة جزيرتي تيران وصنافير
٣٣,٢%	١٦٦		قضايا الفساد والرشوة
٢٨,٨%	١٤٤		قضية عودة النظام السابق (نظام مبارك)
٢٤,٤%	١٢٢		قضية كفاءة الأداء الحكومي للوزراء والمسؤولين
٢٤,٤%	١٢٢		الخلاف حول ثورة ٣٠ يونيو
٢٤,٢%	١٢١		الخلاف حول ثورة ٢٥ يناير
٢٣,٢%	١١٦		قضية جدوى المشروعات القومية الكبرى
٢١,٢%	١٠٦		الديمقراطية وتداول السلطة
١٢,٦%	٦٣		قضية إدارة الحكومة لأزمة سد النهضة
٩,٨%	٤٩		قضية حقيقة المؤامرات الداخلية والخارجية
٥,٦%	٢٨		أخرى تذكر
٥٠٠			الإجمالي

يتضح من قراءة الجدول السابق أن قضية مكافحة ومحاربة الإرهاب وسيادة جزيرتي تيران وصنافير جاءتا كأكثر القضايا السياسية التي يدور حولها نقاش شديد لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة وصلت إلى (٤٤,٦%) و (٤٤,٢%) لهما على التوالي، وجاءت في المرتبة الثالثة قضايا الفساد والرشوة بنسبة بلغت (٣٣,٢%)، وفي المرتبة الرابعة جاءت قضية عودة النظام السابق (نظام مبارك) بنسبة بلغت (٢٨,٨%)، تلتها في المرتبة الخامسة قضية الخلاف حول شرعية ٣٠ يونيو وقضية كفاءة الأداء الحكومي للوزراء والمسؤولين بنسبة بلغت (٢٤,٤%) لكل واحدة منهما، وفي المرتبة السادسة وبنسبة متقاربة منهما جاءت قضية الخلاف حول شرعية ٢٥ يناير بنسبة (٢٤,٢%)، ثم جدوى المشروعات القومية الكبرى في المرتبة السابعة بنسبة (٢٣,٢%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت قضية حقيقة المؤامرات الداخلية والخارجية على مصر بنسبة (٩,٨%)، كما ذكر بعض المبحوثين قضايا أخرى شغلت اهتمامهم في المناقشة على مواقع التواصل الاجتماعي: مثل قضايا الحريات العامة، وقانون الإرهاب الجديد، وقضية الفتنة الطائفية، والقضايا النقابية والعمالية، وملف العلاقات الخارجية لمصر.

ويمكن تفسير ظهور قضية مكافحة ومحاربة الإرهاب في المرتبة الأولى كأكثر القضايا التي يتناقش الشباب حولها في مواقع التواصل الاجتماعي إلى أنها تظل القضية الأهم والتحدي الأكبر أمام المجتمع المصري، حيث مازال المجتمع يعاني من تداعيات العمليات الإرهابية بعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣، وبالنسبة لظهور قضية سيادة جزيرتي تيران وصنافير في المرتبة الثانية ضمن القضايا التي اهتم بها الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي فيمكن تفسيره إلى أن القضية كانت الأكثر بروزاً أثناء تطبيق استمارة البحث حيث كانت منظورة أمام القضاء ومجلس النواب، أما عن ظهور قضايا الفساد والرشوة في المرتبة الثالثة فيمكن تفسيره إلى كشف الجهات الرقابية في الفترة الأخيرة عن عدد من قضايا الفساد تورط فيها مسؤولون حكوميون في مواقع تنفيذية متعددة.

جدول رقم (٧)

يوضح أهم القوى الفاعلة والمؤسسات السياسية التي يدور حولها نقاش قوي على مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب

النسبة	التكرار	النتائج
٥٤,٢ %	٢٧١	القوى الفاعلة
		الحكومة والوزراء
٣٩ %	١٩٥	جهاز الشرطة
٣٨,٦ %	١٩٣	مؤسسة الرئاسة
٣٥,٨ %	١٧٩	منظمات المجتمع المدني
٢٨,٨ %	١٤٤	مجلس النواب
٢٥,٤ %	١٢٧	مؤسسة القضاء
٢٤,٢ %	١٢١	الحركات والجماعات السياسية
١٥,٢ %	٧٦	الأحزاب السياسية
٣,٨ %	١٩	أخرى تذكر
٥٠٠		الإجمالي

يتضح من قراءة الجدول السابق أن الوزراء ومسئولي الحكومة جاءوا كأكثر القوى الفاعلة التي يتناقش الشباب حول أدوارها على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٥٤,٢%)، يليهم في المرتبة الثانية والثالثة بنسب متقاربة جهاز الشرطة والرئاسة بنسبة (٣٩%) و (٣٨,٦%) لهما على التوالي، وفي المرتبة الرابعة جاءت منظمات المجتمع المدني بنسبة (٣٥,٨%)، ثم مجلس النواب في المرتبة الخامسة بنسبة (٢٨,٨%)، وفي المرتبة السادسة مؤسسة القضاء بنسبة (٢٥,٤%)، وفي المرتبة السابعة الحركات والجماعات السياسية (٢٤,٢%)، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة الأحزاب السياسية بنسبة (١٥,٢%)، كما حدد مبحوثون آخرون قوى سياسية بعينها يدور حولها النقاش في مواقع التواصل الاجتماعي مثل: جماعة الإخوان المسلمين والمجلس القومي لحقوق المرأة.

ويمكن تفسير ظهور الحكومة والوزراء وجهاز الشرطة ومؤسسة الرئاسة في المراتب الثلاثة الأولى كأكثر القوى الفاعلة في المجتمع التي يتناقش الشباب حول أدوارها على موقع التواصل الاجتماعي، إلى أنهم يمثلون السلطة التنفيذية المعنية بتقديم الخدمات للمواطنين، والمنوط بها حل مشكلاتهم اليومية، كما يتأثر المواطنون بمستوى أدائهم وكفاءتهم وينعكس هذا الأداء على حياة المواطنين اليومية.

جدول رقم (٨)

يوضح مقياس الاستقطاب السياسي لدى الشباب عينة الدراسة

النسبة	التكرار	النتائج
٣٥,٢%	١٧٦	المنخفض
٥١,٦%	٢٥٨	المتوسط
١٣,٢%	٦٦	المرتفع
١٠٠%	٥٠٠	المجموع

يوضح الجدول السابق أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديها استقطاب سياسي متوسط تمارسه عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة الاستقطاب المتوسط على مقياس الدراسة (٥١,٦%)، في حين بلغت نسبة الاستقطاب السياسي المنخفض (٣٥,٢%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء الاستقطاب السياسي المرتفع بنسبة (١٣,٢%).

جدول رقم (٩)

يوضح مقياس الاتجاهات السياسية لدى الشباب عينة الدراسة

النسبة	التكرار	النتائج
٥١%	٢٥٥	الاتجاه السياسي الاشتراكي
٢٥,٢%	١٢٦	الليبرالي
٩,٦%	٤٨	الإسلامي
١٤,٢%	٧١	غير مبين الاتجاه
١٠٠%	٥٠٠	المجموع

يتضح من قراءة الجدول السابق أن نصف عينة الدراسة من الشباب كان اتجاهها السياسي يميل نحو الاشتراكية بنسبة بلغت (٥١%)، في حين بلغت نسبة الاتجاه الليبرالي (٢٥,٢%)، ونسبة الاتجاه الإسلامي (٩,٦%). وكان هناك شباب من عينة الدراسة اتجاههم السياسي غير واضح بنسبة بلغت (١٤,٢%)، ويمكن تفسير غلبة الاتجاه الاشتراكي على الشباب من عينة الدراسة بالنسبة (٥١%) إلى حاجة الشباب إلى مزيد من الخدمات الحكومية والدعم وتوفير فرص العمل وتحقيق العدالة الاجتماعية حيث مازال يعول الشباب على الحكومة في تلبية احتياجاته الأساسية، وتوفير حياة كريمة له.

اختبار الفروض

الفرض الأول :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب في التعبير عن آرائهم السياسية ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار t-test وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (١٠)

يوضح نتائج اختبار العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب في التعبير عن آرائهم السياسية ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم

نتائج الاختبار						
اسم الموقع	المجموعات	عدد المبحوثين	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة "ت" المعنوية
الفيس بوك	لا يستخدم	٢٤	١,٧٩١٧	٠,٥٨٨٢٣	٤٩٨	١,٣٢٦
	يستخدم	٤٧٦	١,٦٥٣٤	٠,٤٩٣٧٦		
اليوتيوب	لا يستخدم	٤٣٤	١,٦٥٤٤	٠,٤٩٩٧٨	٤٩٧	٠,٥٧١
	يستخدم	٦٥	١,٦٩٢٣	٠,٤٩٧٥٩		
التويتر	لا يستخدم	٤٠٦	١,٦٥٥٣	٠,٤٩٦٠٤	٤٩٧	٠,٣٨٧
	يستخدم	٩٠	١,٦٧٧٨	٠,٥١٥٥٥		
جوجل بلس	لا يستخدم	٤٧٩	١,٦٥٣٤	٠,٤٩٧٨٤	٤٩٧	١,٢٨٧
	يستخدم	٢٠	١,٨٠٠٠	٠,٥٢٣١٥		

- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون من الشباب موقع الفيس بوك في مستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة ت = ١,٣٢٦ وهي غير دالة إحصائياً عند درجة حرية ٤٩٨ ومستوى معنوية ٠,١٨٥ .
- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون من الشباب موقع اليوتيوب في مستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة ت = ٠,٥٧١ وهي غير دالة إحصائياً عند درجة حرية ٤٩٧ ومستوى معنوية ٠,٥٦٨ .
- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون من الشباب موقع تويتر في مستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة ت = ٠,٣٨٧ وهي غير دالة إحصائياً عند درجة حرية ٤٩٧ ومستوى معنوية ٠,٦٩٩ .
- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون من الشباب موقع جوجل بلس في مستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة ت = ١,٢٨٧ وهي غير دالة إحصائياً عند درجة حرية ٤٩٧ ومستوى معنوية ٠,١٩٩ .

وبناء على ما سبق يتبين عدم صحة الفرض الأول من فروض الدراسة إذ أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين أنواع مواقع التواصل التي يستخدمها الشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار التباين One Way Anova وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (١١)

يوضح نتائج اختبار العلاقة بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم

مصادر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٥	١,٥٠٧	٠,٣٧٧	١,٥٢٠	٠,١٩٥
داخل المجموعات	٤٩٥	١٢٢,٦٩٣	٠,٢٤٨		
المجموع	٥٠٠	١٢٤,٢٠٠			

- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين مجموعات مستوى كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة $F = 1,520$ وهي غير دالة إحصائياً إذ بلغت قيمة مستوى المعنوية $0,195$.

وبناء على ما سبق يتبين عدم ثبوت صحة الفرض الثاني إذ أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل شبه متقارب من حيث نوعية المواقع التي يطالعونها وكثافة استخدامهم، إضافة إلى أن الدراسة الميدانية كانت على فئة عمرية واحدة وهي الشباب، فارتفاع كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى غالبيتهم (٧٠,٦%)، فضلاً عن اتجاه الغالبية العظمى من أفراد العينة لاستخدام موقع الفيس بوك بنسبة (٩٥%) جعل تأثير كثافة الاستخدام ونوع الموقع غير ذي دلالة إحصائية.

الفرض الثالث

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار t-test وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (١٢)

يوضح نتائج اختبار العلاقة بين دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم

نتائج الاختبار						نوع الدوافع	
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين		
٠,١٩٣ غير دال	١,٣٠٤	٤٩٨	٠,٥٠٦٤٦	١,٦٣٢٢	٢٦١	غير موافق	تتيح لي حرية الرأي والتعبير دون قيود
			٠,٤٨٩٧٦	١,٦٩٠٤	٢٣٩	موافق	
٠,٧٦١ غير دال	٠,٣٠٤	٤٩٨	٠,٤٩٦٨٦	١,٦٥٦٣	٣٧٨	غير موافق	وسائل الإعلام الأخرى لا تتيح لي النقاش السياسي مثل مواقع التواصل
			٠,٥٠٧٨٤	١,٦٧٢٦	١١٣	موافق	
٠,٠١٨ دال	٢,٣٦٣	٤٩٨	٠,٥٠١٦١	١,٦٤٤١	٤٥٨	غير موافق	أثق في مصداقيتها عن وسائل الإعلام الأخرى التي يكون لها مصالح وأجندات خاصة
			٠,٤٣٧١٠	١,٨٣٣٣	٤٢	موافق	
٠,٥٣٧ غير دال	٠,٦١٨	٤٩٨	٠,٥٠٨٥٩	١,٦٧٢٩	٢٦٦	غير موافق	مجال جيد لمناقشة الأفكار وتبادلها بين الأصدقاء
			٠,٤٨٨٣٢	١,٦٤٥٣	٢٣٤	موافق	
٠,٣٢٧ غير دال	٠,٩٨١	٤٩٨	٠,٤٩٥٢٣	١,٦٨٥٧	٢١٠	غير موافق	سرعة وفورية نقلها للأحداث يجعلها ساحة لتبادل الآراء والخبرات بشكل كبير
			٠,٥٠١٥٧	١,٦٤١٤	٢٩٠	موافق	
٠,٠٣٨ دال	٠,٠٣٨	٤٩٨	٠,٥٠٨٦٣	١,٦٣٤٥	٣٨٣	غير موافق	تتيح لي مستخدمين يشاركونني نفس الآراء ويتبنون نفس موقفي
			٠,٤٥٧٧٧	١,٧٤٣٦	١١٧	موافق	

- وجود فروق دالة إحصائية بين من يستخدم من الشباب مواقع التواصل الاجتماعي لأنه يثق في مصداقيتها عن وسائل الإعلام الأخرى التي يكون لها مصالح وأجندات خاصة

ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة (ت) = ٢,٣٦٣ وهي دالة إحصائياً عند درجة حرية ٤٩٨ ومستوى معنوية ٠,٠١٨

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من يستخدم من الشباب مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تتيح له مستخدمين يشاركونه نفس الآراء ويتبنون نفس مواقفه ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة (ت) = ٠,٠٣٨ وهي دالة إحصائياً عند درجة حرية ٤٩٨ ومستوى معنوية ٠,٠٣٨.

- بينما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين بقية الدوافع الأخرى لاستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن آرائهم السياسية ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاء مستوى المعنوية لهذه الدوافع أكبر من (٠,٠٥) كما هو موضح بالجدول السابق.

وبناء على ما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض الثالث جزئياً إذ أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين من يستخدمون من الشباب مواقع التواصل الاجتماعي لأنه يثق في مصداقيتها عن وسائل الإعلام الأخرى التي يكون لها مصالح وأجندات خاصة، ولأنها تتيح له مستخدمين يشاركونه نفس الآراء ويتبنون نفس مواقفه. بينما لم تكن هناك فروق دالة إحصائياً بين بقية الدوافع الأخرى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لدى الشباب.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء ثقة الشباب في مصداقية مواقع التواصل باعتبار أنها ليس لها أجندات خاصة أو مصالح معينة كبقية وسائل الإعلام الأخرى، حيث يرى الشباب أنها عبارة عن مواقع للتواصل والتلاقي لا يملكها أحد وبالتالي لا يؤثر على مصداقيتها، على عكس وسائل الإعلام الأخرى التي هي مؤسسات لها سياسات تحريرية وإعلامية واضحة وتتأثر بالسياق السياسي والاقتصادي والقانوني الذي تعمل فيه.

وفيما يتعلق بوجود فروق دالة إحصائياً بين الاستقطاب السياسي لدى الشباب ودافعه لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تتيح له مستخدمين يشاركونه نفس الآراء والمواقف، فيمكن تفسيره في ضوء ظاهرة غرف الصدى التي ترى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يسعون للاشتراك والانضمام والتعليق على الصفحات التي تتوافق مع مواقفهم واتجاهاتهم السياسية لتدعيم وجهة نظرهم وتحقيق التوافق الذاتي لهم.

الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أنواع الصفحات التي يعبر الشباب فيها عن آرائهم السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار t-test وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (١٣)

يوضح نتائج اختبار العلاقة بين نوع الصفحات التي يعبر الشباب فيها عن آرائهم السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم

نتائج الاختبار						نوع الصفحات
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	المجموعات
٠,٠٨٣ غير دال	١,٧٣٥	٤٩٨	٠,٤٦٤٩٠	١,٧٥٣٤	٧٣	لا يستخدم
			٠,٥٠٣٢٦	١,٦٤٤٠	٤٢٧	يستخدم
٠,٠٠٧ دال	٢,٢١٥	٤٩٨	٠,٥٠١٤٤	١,٦٢٤٣	٣٧٠	لا يستخدم
			٠,٤٧٩٠٨	١,٧٦١٥	١٣٠	يستخدم
٠,٠١٣ دال	٢,٥٠٦	٤٩٨	٠,٥٠٩٨٥	١,٦٣٧٠	٤٢٧	لا يستخدم
			٠,٤٠٦٨٥	١,٧٩٤٥	٧٣	يستخدم
٠,١٩٤ غير دال	١,٢٩٩	٤٩٨	٠,٤٩٦٥١	١,٦٤٩٢	٤٣٩	لا يستخدم
			٠,٥١٣٢١	١,٧٣٧٧	٦١	يستخدم
٠,١٢٢ غير دال	١,٥٤٨	٤٩٨	٠,٥٠٦٥٢	١,٦٤٦٨	٤٣٦	لا يستخدم
			٠,٤٣٦٤٤	١,٧٥٠٠	٦٤	يستخدم
٠,٠٦٠ غير دال	١,٨٨٨	٤٩٨	٠,٤٩٩١٤	١,٦٤٢٤	٤٢٥	لا يستخدم
			٠,٤٨٨٧٩	١,٧٦٠٠	٧٥	يستخدم
٠,٠٤٥ دال	٢,٠١٤	٤٩٨	٠,٥٠١٦٤	١,٦٤٥٢	٤٥١	لا يستخدم
			٠,٤٥٥٥٠	١,٧٩٥٩	٤٩	يستخدم
٠,٢٠١ غير دال	١,٢٨٢	٤٩٨	٠,٥٠١٧٥	١,٦٥٤٢	٤٨٠	لا يستخدم
			٠,٤١٠٣٩	١,٨٠٠٠	٢٠	يستخدم
٠,٠٠٢ دال	٣,٠٣٩	٤٩٨	٠,٥٠١٢٢	١,٦٤٣٣	٤٧١	لا يستخدم
			٠,٣٧١٣٩	١,٩٣١٠	٢٩	يستخدم

- وجود فروق دالة إحصائية بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون المواقع الإخبارية في التعبير عن آرائهم السياسية ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم إذ جاءت قيمة ت = ٢,٢١٥ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠٧ ودرجة حرية ٤٩٨.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون صفحات الصحف الإلكترونية في التعبير عن آرائهم السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. إذ جاءت قيمة (ت) = 2,06 وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,013.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون صفحات المشاهير من السياسيين في التعبير عن آرائهم السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. إذ جاءت قيمة (ت) = 2,04 وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,045.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون صفحات القوى والحركات السياسية في التعبير عن آرائهم السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. إذ جاءت قيمة (ت) = 3,039 وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,002.

- بينما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون من الشباب صفحاتهم الشخصية، وصفحات القنوات التلفزيونية والراديو، والصفحات السياسية الساخرة، والصفحات الاجتماعية الساخرة، وصفحات الأحزاب السياسية. إذ جاء مستوى المعنوية لكل هذه الصفحات أكبر من (0,05) كما هو موضح بالجدول السابق.

وبناءً على ما سبق نتبين صحة الفرض الرابع جزئياً إذ أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون من الشباب كلاً من المواقع الإخبارية، وصفحات الصحف الإلكترونية، وصفحات المشاهير من السياسيين، وصفحات القوى والحركات السياسية ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، بينما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين من يستخدمون ومن لا يستخدمون الصفحات الأخرى.

الفرض الخامس :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أنواع القضايا السياسية التي يتناقش الشباب حولها في مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار t-test وكانت النتائج كالتالي :

جدول رقم (١٤)

يوضح نتائج اختبار العلاقة بين نوع القضايا السياسية التي يتناقش الشباب حولها في مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم

نتائج الاختبار							نوع القضية
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	المجموعات	
٠,٣٨٥ غير دال	٠,٨٦٩	٤٩٨	٠,٤٩٤٩٦	١,٦٤٢٦	٢٧٧	غير موافق	مكافحة ومحاربة الإرهاب
			٠,٥٠٤٠١	١,٦٨١٦	٢٢٣	موافق	
٠,٠٨٨ غير دال	١,٧٠٧	٤٩٨	٠,٥٠٢٥٨	١,٦٣٨٥	٣٧٩	غير موافق	الخلاف حول شرعية ٢٥ يناير
			٠,٤٨٣٠٥	١,٧٢٧٣	١٢١	موافق	
٠,٣٩٩ غير دال	٠,٨٤٥	٤٩٨	٠,٥٠٩١١	١,٦٤٦٧	٣٣٤	غير موافق	قضايا الفساد والرشوة
			٠,٤٧٨٠٧	١,٦٨٦٧	١٦٦	موافق	
٠,١٦٠ غير دال	١,٤٠٦	٤٩٨	٠,٥٠٠٣٣	١,٦٤٩٧	٤٥١	غير موافق	حقيقة المؤامرات الداخلية والخارجية
			٠,٤٨٠٠٤	١,٧٥٥١	٤٩	موافق	
٠,١٨٦ غير دال	١,٣٢٦	٤٩٨	٠,٥٠٠٠١	١,٦٤٤٧	٣٩٤	غير موافق	الديمقراطية وتداول السلطة
			٠,٤٩٢٩٠	١,٧١٧٠	١٠٦	موافق	
٠,٢٣٣ غير دال	١,١٩٤	٤٩٨	٠,٥٠٥٥٥	١,٦٤٩٩	٤٣٧	غير موافق	إدارة الحكومة لسد النهضة
			٠,٤٤٧٤٤	١,٧٣٠٢	٦٣	موافق	
٠,٠١٨ دال	٢,٣٧٩	٤٩٨	٠,٥١٢٦٩	١,٦٢٦٤	٣٥٦	غير موافق	عودة النظام السابق (نظام مبارك)
			٠,٤٥٤١٤	١,٧٤٣١	١٤٤	موافق	
٠,٠٧٧ غير دال	١,٧٧٤	٤٩٨	٠,٥٠٨١٥	١,٦٣٧٦	٣٧٨	غير موافق	كفاءة الأداء الحكومي للوزراء والمسؤولين
			٠,٤٦٤٢٠	١,٧٢٩٥	١٢٢	موافق	
٠,٤٥٥ غير دال	٠,٧٤٧	٤٩٨	٠,٥٠٨٤٦	١,٦٤٥٢	٢٧٩	غير موافق	سيادة تيران وصنافير
			٠,٤٨٧٠٦	١,٦٧٨٧	٢٢١	موافق	
٠,٥٨٧ غير دال	٠,٥٤٣	٤٩٨	٠,٤٩٣٦٥	١,٦٦٦٧	٣٨٤	غير موافق	جدوى المشروعات القومية
			٠,٥١٧٤٦	١,٦٣٧٩	١١٦	موافق	
٠,٢٥٣ غير دال	١,١٤٤	٤٩٨	٠,٥٠٥٩٣	١,٦٤٥٥	٣٧٨	غير موافق	الخلاف حول ثورة ٣٠ يوليو
			٠,٤٧٥٦٦	١,٧٠٤٩	١٢٢	موافق	

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من يناقش ومن لا يناقش قضية عودة النظام السابق (نظام مبارك) من الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة (ت) = ۲,۳۷۹، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ۰,۰۱۸ .

ويمكن تفسير وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب ممن يناقشون قضية عودة النظام السابق (نظام مبارك) على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إلى أن الرئيس الأسبق حسني مبارك ونظام حكمه مازال محل حضور و جدل ونقاش قوي بين الشباب، حيث هناك من الشباب من يدافع عن مبارك ونظامه ويتحيز له، ويرى فترة حكمه من أفضل الفترات التي عاشتها مصر، وآخرين يهاجمون مبارك ونظامه ويرونه سبباً في كثير من المشكلات التي تعاني منها مصر الآن، وهذا هو ما جعله موضعاً للاستقطاب السياسي بينهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

- بينما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين من يناقش ومن لا يناقش من الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي قضية مكافحة ومحاربة الإرهاب، والخلاف حول شرعية ثورة ۲۵ يناير، وقضايا الفساد والرشوة، وحقبة المؤامرات الداخلية والخارجية علي مصر، والديمقراطية وتداول السلطة، وإدارة الحكومة لأزمة سد النهضة، وكفاءة الأداء الحكومي للوزراء والمسؤولين، وسيادة جزيرتي تيران وصنافير، وجدوى المشروعات القومية، والخلاف حول ثورة ۳۰ يونيو ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. إذ جاء مستوى المعنوية لهذه القضايا أكبر من (۰,۰۵) كما هو موضح بالجدول السابق.

وبناء على ما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض الخامس جزئياً إذ أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين من يناقش ومن لا يناقش من الشباب قضية عودة النظام السابق (نظام مبارك) ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، بينما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين من يناقش ومن لا يناقش بقية القضايا الأخرى.

الفرض السادس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القوى الفاعلة والمؤسسات السياسية التي يناقش الشباب حول أدوارها على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار t-test وكانت النتائج كالتالي :

جدول رقم (١٥)

يوضح نتائج اختبار العلاقة بين القوى الفاعلة والمؤسسات السياسية التي يدور حولها نقاش قوي على مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم

نتائج الاختبار						القوى الفاعلة والمؤسسات السياسية
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	
٠,٤٨٨ غير دال	٠,٦٩٤	٤٩٨	٠,٤٩٥٩٨	١,٦٧٦٩	٢٢٩	غير موافق
			٠,٥٠١٨٢	١,٦٤٥٨	٢٧١	موافق
٠,٦٥٤ غير دال	٠,٤٤٩	٤٩٨	٠,٥٠٣٧١	١,٦٥٤٢	٣٧٣	غير موافق
			٠,٤٨٦٠٣	١,٦٧٧٢	١٢٧	موافق
٠,٨١٢ غير دال	٠,٢٣٨	٤٩٨	٠,٤٩١٥٧	١,٦٥٧٠	٣٧٩	غير موافق
			٠,٥٢٢٦٣	١,٦٦٩٤	١٢١	موافق
٠,٠٤٧ دال	١,٩٨٨	٤٩٨	٠,٥٠٧٢٠	١,٦٣٧١	٣٢١	غير موافق
			٠,٤٥٩٠١	١,٧٤٥٣	١٧٩	موافق
٠,١١٥ غير دال	١,٥٧٨	٤٩٨	٠,٤٩٨٦١	١,٦٣٧٦	٣٥٦	غير موافق
			٠,٤٩٧٠٣	١,٧١٥٣	١٤٤	موافق
٠,٦٤٦ غير دال	٠,٤٥٩	٤٩٨	٠,٤٩٥١٩	١,٦٥٥٧	٤٢٤	غير موافق
			٠,٥٢١٨١	١,٦٨٤٢	٧٦	موافق
٠,٠٥ دال	١,٨٩٨	٤٩٨	٠,٥٠٤٥٥	١,٦٢٦٢	٣٠٥	غير موافق
			٠,٤٨٦٥١	١,٧١٢٨	١٩٥	موافق
٠,٥٠٦ غير دال	٠,٦٦٦	٤٩٨	٠,٥٠٤٩٠	١,٦٤٨٢	٣٠٧	غير موافق
			٠,٤٨٩٩١	١,٦٧٨٨	١٩٣	موافق

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من يناقش ومن لا يناقش من الشباب دور منظمات المجتمع المدني على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة (ت) = ١,٩٨٨، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٤٧.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين من يناقش ومن لا يناقش من الشباب دور جهاز الشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة (ت) = ١,٨٩٨، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٥.

ويمكن تفسير وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب تجاه دور الشرطة ومنظمات المجتمع المدني، إلى انقسام مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بين من يؤيد الشرطة ودورها في المجتمع، ومن يقلل من أدوارها، وفيما يخص منظمات المجتمع المدني فهي الأخرى تشهد انقساماً حول أدوارها كمنظمات مدنية تدافع عن الحقوق والحريات أو على النقيض الآخر هناك من يرى أنها منظمات عميلة تدعمها جهات خارجية هدفها إسقاط الدولة المصرية.

- بينما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين من يناقش ومن لا يناقش من الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي دور مسئولى الحكومة والوزراء، ومؤسسة القضاء، والحركات والجماعات السياسية، ومجلس النواب، والأحزاب السياسية، والرئاسة. إذ جاءت مستوى المعنوية لكل قوى من هذه القوى أكبر من (٠,٠٥) كما هو موضح بالجدول السابق.

وبناء على ما سبق يتبين ثبوت صحة الفرض السادس جزئياً، إذ أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين من يناقش ومن لا يناقش من الشباب دور منظمات المجتمع المدني والشرطة على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، بينما تبين عدم وجود فروق بين من يناقش ومن لا يناقش أدوار بقية القوى الفاعلة والمؤسسات السياسية الأخرى.

الفرض السابع :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاتجاهات السياسية للشباب (ليبرالي / إسلامي / اشتراكي) ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار التباين One Way Anova وكانت النتائج كالتالي :

جدول رقم (١٦)

يوضح العلاقة بين الاتجاهات السياسية للشباب
ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم على مواقع التواصل الاجتماعي

مصادر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٢	٢,٣٢٩	١,١٦٥	١,٦١٣	٠,٢٠٠
داخل المجموعات	٤٩٧	٣٥٨,٨٧١	٠,٧٢٢		
المجموع	٤٩٩	٣٦١,٢٠٠			

أسفرت نتائج الاختبار عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الاتجاهات السياسية للشباب (ليبرالي/إسلامي/اشتراكي) ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ جاءت قيمة (ف) = ١,٦١٣ وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٢٠٠ .

-وبناء على ما سبق يتبين عدم ثبوت صحة الفرض السادس إذ أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الاتجاهات السياسية للشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، وتختلف هذه النتائج مع دراسة **Jae kook & Yonghwan** ^(٤٦) التي انتهت إلى أن البعد الحزبي والإيديولوجي كان الأكثر تأثيراً في مستوى الاستقطاب السياسي، ويمكن تفسير هذا الاختلاف عن نتائج الدراسة الحالية إلى أن البعد الحزبي والإيديولوجي في المجتمعات الغربية أكثر بروزاً وتأثيراً، حيث تنشط الأحزاب السياسية في هذه المجتمعات ويكون لها دور فاعل في الحياة السياسية هناك، وفي كثير من الأحيان تتناوب وتتداول السلطة فيما بينها مما يجعل حدة الصراع السياسي بينها قوية، وهذا على عكس المجتمع المصري الذي تتراجع فيه أدوار الأحزاب في الحياة السياسية مما يجعلها ضعيفة أو غير ذات تأثير في الاستقطاب السياسي.

الفرض الثامن:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الشخصية للشباب (سمة الانبساطية، والمقبولية، ويقظة الضمير، والعصابية، والانفتاح على الخبرة) ومستوى الاستقطاب السياسي الذي يمارسونه على مواقع التواصل الاجتماعي. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام اختبار التباين One Way Anova وكانت النتائج كالتالي :

جدول رقم (١٧)

يوضح العلاقة بين السمات الشخصية للشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم على مواقع التواصل الاجتماعي

نتائج الاختبار					السمات الشخصية
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	
٠,٨٧٧ غير دال	٠,١٣١	٠,٠٣٣	٠,٠٦٥	٢	بين المجموعات
		٠,٢٥٠	١٢٤,١٣٥	٤٩٧	داخل المجموعات
		-	١٢٤,٢٠٠	٤٩٩	المجموع
٠,٠٠١ دال	٦,٨٧٨	١,٦٧٢	٣,٣٤٥	٢	بين المجموعات
		٠,٢٤٣	١٢٠,٨٥٥	٤٩٧	داخل المجموعات
		-	١٢٤,٢٠٠	٤٩٩	المجموع
٠,٣٨٨ غير دال	٠,٩٤٨	٠,٢٣٦	٠,٤٧٢	٢	بين المجموعات
		٠,٢٤٩	١٢٣,٧٢٨	٤٩٧	داخل المجموعات
		-	١٢٤,٢٠٠	٤٩٩	المجموع
٠,٥٠٨ غير دال	٠,٦٧٧	٠,١٦٩	٠,٣٣٨	٢	بين المجموعات
		٠,٢٤٩	١٢٣,٨٦٢	٤٩٧	داخل المجموعات
		-	١٢٤,٢٠٠	٤٩٩	المجموع
٠,١٣٥ غير دال	٢,٠١٣	٠,٤٩٩	٠,٩٩٨	٢	بين المجموعات
		٠,٢٤٨	١٢٣,٢٠٢	٤٩٧	داخل المجموعات
		-	١٢٤,٢٠٠	٤٩٩	المجموع

- وجود فروق دالة إحصائية بين سمة المقبولية لدى الشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة (ف) = ٦,٨٧٨ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن مستخدمي مواقع التواصل الذين يتسمون بالمقبولية أقل استقطاباً من غيرهم، حيث يسعون إلى التوافق مع المخالفين معهم في الآراء حتى يشعروا أنهم مقبولون من الآخرين، في حين أن الذين يفتقدون هذه السمة ويتسمون بالعداء أو التنافر أو افتقاد القدرة على إقامة العلاقات الاجتماعية مع الآخرين يكونون أكثر استقطاباً لمعتقداتهم وآرائهم ووجهات نظرهم وأكثر تمسكاً بها، وهذا ما جعل سمة المقبولية سمة دالة ومؤثرة في الاستقطاب السياسي أكثر من السمات الأخرى.

- بينما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين كل من سمة الانبساطية، وبقطة الضمير، والعصائية، والانفتاح على الخبرة الخاصة بالشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت مستوى المعنوية لكل سمة أكبر من (٠,٠٥).

وتختلف هذه النتائج مع دراسة Ellen & et.al^(٤٧) التي انتهت إلى أن صفة الانفتاح على الخبرة والانبساطية كانتا ذات تأثير في أنماط المشاركة السياسية للطلاب عبر الفيس بوك عن بقية السمات الأخرى، ويمكن رد هذا الاختلاف إلى تغير الثقافة المجتمعية ما بين المجتمع المصري والمجتمعات الغربية، واختلاف سمات الشخصية في المجتمعات الغربية عن سمات الشخصية المصرية.

ونستنتج من ذلك ثبوت صحة الفرض الثامن جزئياً إذ أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين سمة المقبولية لدى الشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم. بينما تبين عدم وجود فروق في السمات الأخرى للشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

الفرض التاسع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للشباب (النوع / السن / مستوى التعليم) ومستوى الاستقطاب السياسي الذي يمارسه الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي. واختبار هذا الفرض تم استخدام مقاييس t-test ، والتباين One Way Anova ، وكأ. وكانت النتائج كالتالي :

جدول رقم (١٨)

يوضح نتائج اختبار العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية ومستوى الاستقطاب السياسي الذي يمارسه الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي

نتائج الاختبار						الاختبار	العلاقة بين
مستوى المعنوية	قيمة "ت"	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	"ت" (T-Test)	النوع ومستوى الاستقطاب السياسي
			٠,٥١٣٤٣	١,٦٦٣٤	٢٠٥		
٠,٨٩٩	٠,١٢٧	٤٩٨	٠,٤٨٩٤١	١,٦٥٧٦	٢٩٥		الإناث
مستوى المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصادر التباين	تحليل التباين (ANOVA)	السن ومستوى الاستقطاب السياسي
			١٢٠,٨٩٠	٢	بين المجموعات		
			٢٩,٥٠٧	٤٩٧	داخل المجموعات		
٠,٠١٧	٤,٠٩٧	-	١٤٦٦٥,١٧١	٤٩٩	المجموع		
مستوى المعنوية (P)			درجات الحرية	قيمة كا	كا	مستوى التعليم ومستوى الاستقطاب السياسي	
٠,٠٠٠			٦	٥١,١٨٧			

- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث من الشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم على مواقع التواصل الاجتماعي إذ جاءت قيمة (ت) = ٠,١٢٧ وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٨٩٩.

- وجود فروق دالة إحصائية بين فئات السن لدى الشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، إذ جاءت قيمة (ف) = ٤,٠٩٧، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١٧.

وجاءت الفروق كالتالي:

- وجود فروق بين من لديهم من (١٨ - ٢١) عاماً، ومن تتراوح أعمارهم ما بين (٢٦ - ٣٥) عاماً لصالح فئة من تتراوح أعمارهم ما بين (٢٦ - ٣٥) عاماً، وكان مستوى المعنوية ٠,٠٠٧ وهذا يعني أن الأكبر سناً (٢٦ - ٣٥) عاماً كان أكثر استقطاباً من (١٨ - ٢١) عاماً. أي أنه كلما زاد السن زاد الاستقطاب.

- وجود فروق بين من تتراوح أعمارهم من (٢٢ - ٢٥) عاماً ومن أعمارهم (١٨ - ٢١) عاماً، لصالح من تتراوح أعمارهم ما بين (٢٢ - ٢٥) عاماً حيث كان مستوى المعنوية $0,006$ وهذا يعني أن الأكبر سناً (٢٢-٢٥) كان أكثر استقطاباً من (١٨ - ٢١) عاماً، أي أنه كلما زاد السن زاد الاستقطاب، ويمكن تفسير ذلك أن الفئات الأكبر عمراً من الشباب (٢٦ - ٣٥)، (٢٢ - ٢٥)، يكون لديها تمسك بآرائها ووجهات نظرها السياسية أكثر من الفئات العمرية التي من (١٨ - ٢١) الذين يسعون إلى تكوين آراء حول الأحداث والقضايا السياسية ولم تتشكل لديهم وجهات نظر ثابتة أو مستقرة.

- وجود فروق دالة إحصائية بين مستوى التعليم لدى الشاب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم على مواقع التواصل الاجتماعي إذ جاءت قيمة $\chi^2 = 187,01$ ، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

وجاءت الفروق فيما بين المجموعات الأربعة لمستوى التعليم لصالح فئة من لديهم مؤهل جامعي أي أنهم كانوا الأكثر استقطاباً من بين فئات التعليم الأخرى. وهذه النتيجة تحتاج إلى مزيد من البحوث للوقوف على تفسير استقطاب أصحاب المؤهلات الجامعية أكثر من غيرهم من مستويات التعليم الأخرى.

ونستنتج من ذلك ثبوت صحة الفرض التاسع جزئياً إذ أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين فئات السن ومستوى التعليم لدى الشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم، بينما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين فئة النوع من الشباب ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى رصد ظاهرة الاستقطاب السياسي التي يمارسها الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي مع الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل هذه الظاهرة، وقد تم تقسيم هذه العوامل إلى ثلاث فئات: العامل الأول متعلق بأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ويندرج تحت هذه العامل (نوع الموقع، وكثافة الاستخدام، ودوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي)، أما العامل الثاني فيتعلق بنوع المحتوى السياسي الذي يتعرض له الشباب ويناقشه على مواقع التواصل الاجتماعي ويندرج تحت هذا العامل (نوع الصفحات التي يظهر فيها الاستقطاب السياسي لدى الشباب، ونوع القضايا التي يختلّفون حولها، وكذلك القوى الفاعلة والمؤسسات السياسية التي يتناقشون حول أدوارها)، أما العامل الثالث فيرتبط بالسّمات والمتغيرات الخاصة بالشباب أنفسهم ويندرج تحت هذا العامل (المتغيرات الديموغرافية، والسّمات الشخصية، والاتجاهات السياسية) ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

وطبقت الدراسة على عينة مكونة من ٥٠٠ شاب ممن يشاركون بأرائهم السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وراعى الباحثان في اختيار العينة أن تكون ممثلة لقطاعات الشباب في المحافظات المختلفة (القاهرة، أسيوط، الشرقية) بمعدل ١٠٠ مفردة من كل محافظة، كما قام الباحثان بتطبيق نسخة إلكترونية من استمارة الاستبيان على الإنترنت بواقع ٢٠٠ استمارة.

وانتهت الدراسة إلى أنه فيما يتعلق بالعوامل المؤثرة في ظاهرة الاستقطاب السياسي لدى الشباب لم يكن للعامل الأول الخاص بأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير فيما يخص نوع الموقع، وكثافة الاستخدام، بينما كان لدوافع الاستخدام تأثير في ظاهرة الاستقطاب السياسي خاصة في دافعي الثقة في مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كونها ليس لها أجندات خاصة عن وسائل الإعلام الأخرى، ودافع إتاحتها للشباب مستخدمين يشاركونهم نفس آرائهم ويتبنون مواقفهم، ويمكن تفسير ذلك في ضوء ظاهرة غرف الصدى كما أشار عدد من الدراسات السابقة من أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يميلون إلى مناقشة آرائهم السياسية مع الأفراد المنسجمين معهم في اتجاهاتهم ومواقفهم السياسية، وفي نطاق مثل هذه العزلة تصبح الأفكار والآراء أكثر ميلاً للتطرف والاستقطاب بسبب ضعف الاتصال مع أصحاب وجهات النظر المعارضة.

وفيما يتعلق بالعامل الثاني الخاص بنوع المحتوى السياسي الذي يتعرض له الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في ظاهرة الاستقطاب السياسي لديهم، فقد انتهت الدراسة إلى أن تعرض الشباب لبعض الصفحات كان ذا تأثير في ظاهرة الاستقطاب السياسي مثل (صفحات المواقع الإخبارية، والصحف الإلكترونية، وصفحات المشاهير من السياسيين، وصفحات القوى والحركات السياسية).

وبالنسبة لنوع القضايا السياسية ومدى تأثيرها في ظاهرة الاستقطاب لدى الشباب لم يظهر تأثير واضح لأية قضية في ظاهرة الاستقطاب سوى قضية عودة النظام السابق (نظام مبارك)، التي أظهرت النتائج وجود فروق دالة بين الشباب في مناقشتهم لهذه القضية ومستوى الاستقطاب السياسي لديهم.

أما القوى الفاعلة والمؤسسات السياسية التي كان النقاش حولها بين الشباب ذا تأثير في ظاهرة الاستقطاب السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي، فكان جهاز الشرطة ومنظمات المجتمع المدني. بينما لم يظهر لمناقشات الشباب حول بعض القوى الفاعلة الأخرى تأثير في ظاهرة الاستقطاب السياسي لديهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

أما العامل الثالث المتعلق بالسمات والمتغيرات الخاصة بالشباب أنفسهم وتأثيرها في ظاهرة الاستقطاب السياسي لديهم، فقد أثبتت النتائج وجود تأثير لعاملي السن والتعليم في الاستقطاب السياسي لدى الشباب، بينما لم يظهر لعامل النوع أي تأثير، وفيما يتعلق بتأثير متغير السمات الشخصية للشباب في ظاهرة الاستقطاب السياسي فقد انتهت الدراسة إلى تأثير سمة المقبولية في الاستقطاب السياسي لدى الشباب، على عكس السمات الأخرى التي لم يظهر لها تأثير (الانبساطية، والعصابية، ويقظة الضمير، والانفتاح على الخبرة).

وبالنسبة لدور الاتجاهات السياسية للشباب (الليبرالية، الإسلامية، الاشتراكية) وتأثيرها في ظاهرة الاستقطاب السياسي، فقد انتهت الدراسة إلى عدم وجود تأثير واضح لهذه الاتجاهات في ظاهرة الاستقطاب السياسي لديهم (*).

- (1) على محمد مثنى القاضي، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣، ص ٢ - ٣.
- (2) أحمد كمال أحمد عبد الحافظ، أخلاقيات نشر تعليقات القراء في المواقع الإخبارية وفي صفحاتها على الفيس بوك : دراسة للمضمون ومعايير القائم بالاتصال في النشر، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الرابع عشر، العدد الثاني، أبريل - يونيو ٢٠١٥.
- (3) Francis L.F. Lee, impact of social media on opinion polarization in varying times, *Communication and the Public* Vol. 1(1) 56 –71, 2016. Available at: <http://ctp.sagepub.com/content/1/1/56.full.pdf>, P. 56.
- (4) أحمد سمير حماد، شبكات التواصل الاجتماعي بين الحرية والاستقطاب، *كراسات صحفية وإعلامية*، معهد الأهرام الإقليمي للصحافة، مؤسسة الأهرام، السنة الأولى، العدد الثاني، مارس ٢٠١٢، ص ٩.
- (5) Jae Kook Lee & Yonghwan Kim, Social Media Network Heterogeneity and Opinion Polarization, *journal of communication*, Volume 64, Issue 4 August 2014, Available at [v=1&t=j5xlq8mg&s=f4837fe2d5a9d5d86da1accfa38ad2f492ead720](http://jic.sagepub.com/content/64/4/374.full.pdf), P 716.
- (6) Anatoliy Gruz, Investigating Political Polarization on Twitter: A Canadian Perspective, *Internet, Politics, Policy Big Data, Big Challenges?* Oxford, UK, September 20-21, 2012, available at http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/Gruz2012_OI_IPP_Political_Polarization_Aug_15_2012.pdf, P. 1.
- (7) Pablo Barbera, How Social Media Reduces Mass Political Polarization. Evidence from Germany, Spain, and the U.S., Paper prepared for the 2015 APSA Conference, available at http://pablobarbera.com/static/barbera_polarization_APSA.pdf, P. 6
- (8) Pedro H, Wagner Meira, Clair Cardie, Robert Kleinberg, A Measure of Polarization on Social Media Networks Based on Community Boundaries, available at: <https://www.google.com/eg/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.cs.cornell.edu/home/cardie/papers/ICWSM13-Polarization.pdf&ved=2ahUKEwiAn578r5TcAhUIOpoKHVaDEUQFjABegQIABAB&usq=AOvVaw1i5Z3N8IuFeslPy8FNZJ2v>, P. 1.

-
- (9) Kaitlin Thornal, PARTISAN MEDIA AND POLARIZED POLITICS: A META-ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN PARTISAN SELECTIVE EXPOSURE AND POLITICAL POLARIZATION, Master Thesis Presented to the Faculty in Communication and Leadership Studies School of Professional Studies, Gonzaga University, **available at:** http://web02.gonzaga.edu/comltheses/proquestftp/Thornal_gonzaga_0736M_10483.pdf P. 6
- (10) ياسمين أسامة عبد المنعم، أطر معالجة أزمة الاستقطاب السياسي في المجتمع المصري في الصحافة الأمريكية، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد الأول، أبريل – مايو ٢٠١٣، ص ٢٠٨.
- (11) سارة طلعت عباس، الاستقطاب السياسي في معالجة الصحف والتلفزيون لأحداث العنف السياسي بمصر ودوره في تشكيل اتجاهات المراقبين نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٦، ص ٧٠.
- (12) المرجع السابق نفسه، ص ٢.
- (13) Shira Dvir-Gvirsman, Media audience homophily: Partisan websites, audience identity and polarization processes, *New Media & Society*, Vol. 19, Issue 7, 2017, **available at:** <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444815625945>
- (14) Francis L.F. Lee, Impact of social media on opinion polarization in varying times, *Communication and the Public* 2016, Vol. 1(1) 56 – 71 **available at** <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2057047315617763>.
- (15) سارة طلعت عباس، مرجع سابق.
- (16) A. J. Morales, J. Borondo, J. C. Losada, and R. M. Benito, Measuring political polarization: Twitter shows the two sides of Venezuela, (2015), **available at** https://www.researchgate.net/publication/274398233_Measuring_Political_Polarization_Twitter_shows_the_two_sides_of_Venezuela.
- (17) Pablo Barbera, **Op.ct**, P1-46
- (18) إسلام أحمد عثمان، تعرض الشباب المصري للحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة وعلاقته بمستوى التعصب السياسي لديهم: دراسة تطبيقية علي انتخابات ٢٠١٤، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، أبريل / يونيو ٢٠١٥، ص ٢٥٥ - ٣٢٣

-
- (19) Seyedreza Mousavi and Bin Gu, The Role of Online Social Networks in Political Polarization, Twentieth Americas Conference on Information Systems, Savannah, 2014, **available at** <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1559&context=amcis2014>.
- (20) Jae Kook Lee, Jihyang Choi, Cheonsoo Kim, Yonghwan Kim, **Op.ct**, P. 702–722
- (21) ياسمين أسامة عبد المنعم، مرجع سابق، ص ص ٢٠٢ - ٢٢١.
- (22) إيمان محمد حسني ، التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات التعصبية للشباب المصري ، المؤتمر الدولي التاسع عشر: الإعلام وثقافة الديمقراطية، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، إبريل ٢٠١٣ .
- (23) Ellen Quintelier, KU Leuven, Belgium, Yannis Theocharis, Online Political Engagement, Facebook, and Personality Traits, Social Science Computer Review Vol. 31, Issue 3, 2012, **available at** <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0894439312462802>
- (24) Anatoliy Gruzd, Investigating Political Polarization on Twitter: A Canadian Perspective, Internet, Politics, Policy Big Data, Big Challenges? Oxford, UK, September 20-21, 2012, **available at** http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/Gruzd2012_OII_IPP_Political_Polarization_Aug_15_2012.pdf
- (25) M.D. conover, J. Ratkiewicz, M Francisco, B Goncalves, A. Flammini, F . Menczer ,Political Polarization on Twitter, Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, **available at** <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/viewFile/2847/3275>
- (26) Young Mie Kim,& Ming Wang ,Melissa R . Gotlieb, Itay Gabay, and Stephanie Edgerly ,Ambivalence Reduction and Polarization in the Campaign Information Environment, The Interaction Between Individual- and Contextual-Level Influences, Communication Research, Vol 40, Issue 3, 2011, **available at** <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0093650211431884>.

(27) Morris P. Fiorina and Samuel J. Abrams, Political Polarization in the American Public, Annual Review of Political Science, Volume publication date 15 June 2008, P: 563-588, **available at <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.053106.153836>**.

(28) Adrian Rauchfleisch: The Public sphere as an essentially contested concept: A co-citation analysis of the last 20 years of public sphere research, communication and the public 2017, Vol. 2, **available at : journals.sagepub.com/home/ctp, P. 3.**

(29) محمود حمدي عبد القوي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩، ص ١٥٥٦

(30) Mike Westling: Expanding the public sphere: **the impact of facebook on political communication**, U W Madison, 2007, p4.

(31) سعود عيد محمد العجمي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٦، ص ٤٢.

(32) إيمان محمد حسني، تعليقات المستخدمين في الصحف الإلكترونية وصلاحياتها لتكوين الرأي العام المصري في المداولات العامة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، يولييه - سبتمبر ٢٠١٣، ص ٣٩٤ - ٣٩٥

(33) ولاء عبد التواب صالح، تغطية صفحات المواطن في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية لبعض الأحداث السياسية الجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، ٢٠١٧، ص ٧٦.

(34) Tanner, Eliza, chilene conversations: internet forum participation depute, **journal of communication**, vol.51, issue 25, summer 2001, pp 386-387

(35) Ali Sayed Mohamed, Between the Hammer and The Anvil: Blog, Bloggers, and the public sphere in Egypt, Ph.D dissertation, Presented to the Faculty of Graduate Studies and Research, McGill University. Montreal, August, 2010, **Available at: <http://digitool.library.mcgill.ca/thesisfile96971.pdf>, P. 19.**

(36) أمال كمال، علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالمشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية المصرية ٢٠١٢/٢٠١١ بالتطبيق على موقع Facebook : دراسة ميدانية، **المجلة**

المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد ٤٢، أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٢، ص ١١.

(37) هشام عطية عيد المقصود ، دراسة لخطاب المدونات العربية :التعبيرات السياسية والاجتماعية لشبكة الإنترنت ، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ص ٣٣٢.

(38) ولاء عبد التواب صالح، مرجع سابق، ص ٨١ - ٨٢

(39) عبد الله محمد أبو رأس، معالجة مواقع الإنترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠٠٧، ص ١١٩.

(40) مها مصطفى محمود، دور التعرض للفيس بوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية : دراسة تطبيقية على انتخابات الرئاسة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠١٥ ، ص ١١٣.

(41) ولاء عبد التواب صالح، مرجع سابق، ص ٨٧.

(42) Jone, Danahau & Kentle, RL: **The Big Five inventory versions**, university of California, 1991.

(43) نصره منصور عبد المجيد، الذكاء الوجداني وعلاقته بالعوامل الخمسة الكبرى للشخصية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٦٤.

(44) يمكن الرجوع في ذلك إلى:

- فاطمة السيد اليماني، اتخاذ القرارات وعلاقته بكل من العوامل الخمسة الكبرى للشخصية والذكاء الوجداني لدي القيادات في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، ٢٠١٤، ص ١٨-٢٠.

- هبة محمود محمد، سمات الشخصية الخمس الكبرى وأساليب مواجهة المشقة كمنبهات بأعراض الاكتئاب والقلق لدى طلاب الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب جامعة حلوان، ٢٠١٢، ص ٤٠-٥٠.

- نصره منصور عبد المجيد، مرجع سابق، ص ٦٦-٧٤.

- محمد عباس محمد، العوامل الخمسة الكبرى للشخصية، مجلة البحوث التربوية والنفسية، مركز الدراسات التربوية والأبحاث النفسية، جامعة بغداد ، ٢٠١١ ، ص ٣١٣-٣٣٤.

- عطا أحمد علي شفقة، الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات التربوية، ٢٠١١.

- مرفت محمد إبراهيم، العوامل الخمسة الكبرى للشخصية لطلاب المرحلة الثانوية في ضوء التنشئة الأسرية، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، ٢٠١٥، ص ١١-٢٣.

- عبد الله جاد محمود، التوافق الزوجي في علاقته ببعض عوامل الشخصية والذكاء الانفعالي،
مجلة كلية التربية، العدد ٦٠، جامعة المنصورة، يناير ٢٠٠٦، ص ١٠٩-٥٠.

(45) عطا أحمد علي شفقة، الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات التربوية، ٢٠١١، ص ١٩٨ - ٢٠٢.

(* هؤلاء المحكمون هم :

أ.د/ أمال كمال طه: أستاذ الصحافة بقسم الإعلام ، كلية الآداب، جامعة حلوان.
أ.د/ أحلام السعدي: أستاذ ورئيس قسم العلوم السياسية، كلية التجارة، جامعة حلوان.
أ.د/ جمال أبو شنب: أستاذ علم الاجتماع السياسي، كلية الآداب، جامعة حلوان.
أ.م.د/ خالد عبد الفتاح: أستاذ علم الاجتماع المساعد، كلية الآداب، جامعة حلوان.
أ.د/ سحر فاروق الصادق: أستاذ الصحافة بقسم الإعلام ، كلية الآداب، جامعة حلوان.
أ.د/ سهام عبد الرازق نصار: عميد كلية الإعلام ، جامعة سيناء.
أ.د/ سيد عبد المطلب غانم: أستاذ العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.

أ.د/ شريف درويش اللبان: أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
أ.م.د/ شيماء عزت: أستاذ علم النفس المساعد، كلية الآداب، جامعة حلوان.
أ.م.د/ عبد المريد عبد الجابر: أستاذ علم النفس المساعد، كلية الآداب، جامعة حلوان.
أ.د/ محمد سعد: عميد المعهد العالي للإعلام بالشروق.
أ.د/ محمد عبد الحميد: أستاذ الصحافة بجامعة حلوان.
أ.د/ نائلة إبراهيم عمارة: أستاذ ورئيس قسم الإعلام ، كلية الآداب، جامعة حلوان.
أ.م.د/ هبة محمد محمود: أستاذ علم النفس المساعد، كلية الآداب، جامعة حلوان.
أ.م.د/ هشام محمد عبد الغفار: أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام ، كلية الآداب، جامعة حلوان.

(46) Jae Kook Lee & Yonghwan Kim, **Op.ct**, P. 702-722.

(47) Ellen Quintelier, Yannis Theocharis, **Op.ct**, P. 1-24.

(*) 9\$ +

&

6 :	6	\$	9	9 :	درجة الاتجاه العبارات
					١- أجادل زملائي على مواقع التواصل الاجتماعي حول الموضوعات السياسية ويحتد بيننا النقاش بشكل كبير بسبب تمسكي بمواقفي.
					٢- الزملاء المختلف معهم سياسياً على مواقع التواصل الاجتماعي لا أتورع عن الهجوم عليهم والنيل منهم.
					٣- الاختلاف السياسي مع الزملاء على مواقع التواصل الاجتماعي يصل بيننا أحياناً إلى الحجب (block)
					٤- النقاش السياسي بين الزملاء على مواقع التواصل الاجتماعي لا يغير من آرائي السياسية أو مواقفي المسبقة التي اتخذتها من قبل.
					٥- أسعى إلى الاشتراك في الصفحات التي تتوافق مع وجهة نظري السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي و بها منشورات تدعم آرائي.
					٦- أجادل الزملاء على مواقع التواصل الاجتماعي حول الموضوعات السياسية وأحترم رأي الآخرين منهم وأقدره حتى وإن كنت أختلف معه.
					٧- النقاش السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي مفيد لتبادل الآراء ووجهات النظر مع الآخرين.

				٨- إذا كان هناك نقاش سياسي محتدم حول بعض الموضوعات السياسية على مواقع التواصل فإنني لا أسعى إلى التعبير عن رأيي أو الدفاع عنه خوفاً من الهجوم علي.
				٩- النقاش السياسي حول الموضوعات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي يفسد العلاقات بين الزملاء ويجعلني أخسر أصدقائي.
				١٠- لا أرى فائدة أو جدوى من النقاش السياسي بين الزملاء على مواقع التواصل الاجتماعي لأن كل إنسان يتمسك بوجهة نظره ويدافع عنها.
				١١- لا أفضل الاشتراك في الصفحات ذات التوجهات السياسية الواضحة على مواقع التواصل الاجتماعي حتى لا أحسب على أحد.
				١٢- لا أقوم بإرسال أو قبول طلبات صداقة على مواقع التواصل الاجتماعي من أشخاص أختلف معهم في الآراء والتوجهات السياسية.
				١٣- أميل إلى مناقشة آرائي السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي مع الزملاء الذين يشاركونني نفس الآراء ولهم مواقف منسجمة معي.

مقياس الاتجاهات السياسية للشباب

معارض جداً		معارض	محايد	موافق	موافق جداً	درجة الاتجاه العبارات
						١- على الدولة دعم السلع وتقديم الخدمات المجانية للمواطنين كل حسب احتياجاته وعليها أيضاً حمايتهم من جشع رجال الأعمال.
						٢- النظام المتعدد الأحزاب يؤدي إلى الفوضى والفساد وتمزق الوحدة الوطنية لذلك لا يجب السماح إلا بإنشاء حزب واحد فقط.
						٣- طاعة الحاكم وولي الأمر أفضل لاستقرار الوطن من المظاهرات والانتخابات الديمقراطية.
						٤- الإصلاح السياسي يقوم على احترام الحقوق والحريات العامة لكل فرد في المجتمع دون تمييز.
						٥- لا ينبغي البيع أو التخلص من القطاع العام لأنه ركيزة الاقتصاد الوطني والضمان لحل مشاكل الفقراء وتلبية مطالبهم.
						٦- ليس مهماً أن يكون الفرد متديناً وملتزماً مادام يراعي ضميره ولا يؤدي أهداً.
						٧- لا بد من العقاب الرادع والصارم للمتجاوزين في حدود الدين تحت دعاوى الحرية والإبداع والتجديد.

				٨- إذا أردنا التقدم والنهضة فعلينا بتقبل الجديد والانفتاح على كل الحضارات والثقافات والمجتمعات حتى لو تعارضت مع قيمنا.
				٩- التداول السلمي للسلطة والانتخابات الديمقراطية الحرة هي النظام الأنسب لانتقال الحكم.
				١٠- تدهور أحوالنا الاقتصادية والاجتماعية يرجع إلى عدم تمسكنا بتعاليم الدين الإسلامي وأخلاقه في المعاملات اليومية.
				١١- من حق أي جماعة أن تشكل حزباً سياسياً أو صحيفة للتعبير عن آرائها وتوجهاتها ومعتقداتها السياسية دون قيود.
				١٢- ينبغي السماح للأحزاب الدينية بالمشاركة في السلطة ولا يجب حظر أنشطتها أو التضييق عليها
				١٣- التفاوت الطبقي الحاد وسوء توزيع الدخل ينتج عن سياسة الاقتصاد الحر.
				١٤- يجب تنقية القوانين السياسية والاقتصادية والإدارية مما يخالف الشريعة الإسلامية.
				١٥- ينبغي أن تتيح الحكومة للفقراء والكادحين فرص الالتحاق بالمدارس والجامعات والوظائف بالمساواة مع الأغنياء.

مقياس السمات الشخصية للشباب

6 :	6	\$	9	9 :	درجة الاتجاه السمات
					١- أرى نفسي كثير الكلام ولبقاً.
					٢- أسعى للبحث عن عيوب الآخرين.
					٣- متقن في أدائي لعملي.
					٤- حزين (مكتئب).
					٥- أرى نفسي مبدعاً وأفكاري جديدة.
					٦- أنا إنسان متحفظ وكتوم.
					٧- متعاون مع الآخرين وغير أناني.
					٨- مهمل إلى حد ما.
					٩- أرى نفسي هادئ الطبع وقادراً على مواجهة الضغوط.
					١٠- أحب الاطلاع في مجالات مختلفة.
					١١- أرى نفسي نشيطاً ومتحركاً (مليء بالحيوية).
					١٢- أبدأ النزاع والخلاف مع الآخرين (مشاكس).
					١٣- يُعتمد علي في العمل (محل ثقة الآخرين).
					١٤- أنا إنسان متوتر وعصبي.

				١٥- أرى نفسي عميق التفكير/ مبدعاً.
				١٦- قادر على استثارة حماس الآخرين.
				١٧- أنا متسامح مع الآخرين.
				١٨- فوضوي وغير منظم غالباً.
				١٩- أرى نفسي شخص كثير القلق (قلوق).
				٢٠- أنا واسع الخيال (لدى خيال خصب وتصور فعال).
				٢١- أميل إلى الهدوء (هادئ).
				٢٢- أنا محل ثقة الآخرين.
				٢٣- أنا شخص كسول.
				٢٤- أرى نفسي متزناً انفعالياً ويصعب استقزازي.
				٢٥- أرى نفسي مبدعاً.
				٢٦- أنا حازم في اتخاذ القرارات والأمور.
				٢٧- غير مهتم (لا مبالي).
				٢٨- مثابر في أداء العمل حتى الانتهاء منه.
				٢٩- أنا إنسان متقلب المزاج.
				٣٠- أنا محب للفن ومقدر للجمال.
				٣١- أنا خجول ومنسحب أحياناً.
				٣٢- أقدر الآخرين ولطيف في التعامل معهم.
				٣٣- أودى عملي بكفاءة.

					٣٤- أرى نفسي هادئ الأعصاب في المواقف الضاغطة.
					٣٥- أحب العمل الروتيني (التقليدي).
					٣٦- أنا إنسان اجتماعي / منبسط ومنفتح على الآخرين.
					٣٧- أتعامل مع الآخرين بحفاء في بعض الأوقات.
					٣٨- مخطط ومنفذ جيد للخطط.
					٣٩- سريع التوتر والاستثارة (أتعصب بسهولة).
					٤٠- أرى نفسي سريع الاستجابة وسريعاً في استدعاء الأفكار.
					٤١- قليل الاهتمام بالفنون.
					٤٢- متعاون مع الآخرين.
					٤٣- ينتشنت انتباهي بسهولة.
					٤٤- محب للفن أو الموسيقى أو الأدب.