

دور الصفحات الإلكترونية للأحزاب بعد 30 يونيو في تعزيز المشاركة السياسية وتمكين الشباب .دراسة ميدانية

د إيمان عبد المنعم خطاب*

ملخص الدراسة:

تستهدف الدراسة الوقوف على دور صفحات التواصل الاجتماعي الرسمية للأحزاب السياسية في تعزيز المشاركة السياسية، و رصد وقياس دورها في تشكيل اتجاهات الشباب نحو وتمكين الشباب ونشر الوعي السياسي لدى المواطنين والقدرة على تعبئة الرأي العام نحو أهداف رؤية الدولة 2030.

تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية التحليلية، استخدمت الباحثة نظريتي الغرس الثقافي والمسئولية الاجتماعية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، وصحيفة الاستبيان الإلكتروني لعينة عمدية قوامها 300 مفردة من الشباب الغير منتمين لأحزاب سياسية، ودليل المقابلة المتعمقة للعينة المتاحة من قيادات الأحزاب السياسية وأعضاء تنسيقية شباب الأحزاب وقوامها 9، وتوصلت الدراسة إلى أن 54% من إجمالي الباحثين دائماً ما يتابعون الصفحات الإلكترونية للأحزاب السياسية، وجاء في المرتبة الأولى الاستخدام الأسبوعي بنسبة 33%، أن الصفحات الإلكترونية للأحزاب قادرة إلى حد ما على تفعيل المشاركة السياسية في المرتبة الأولى بنسبة 39%، جاءت فاعلية صفحات الأحزاب في تشكيل الوعي السياسي بنسبة 38.3% متوسط الفعالية في المرتبة الأولى، وجاءت عبارة "أصبح لدي رغبة في الانضمام لحزب سياسي" في المرتبة الأولى للأثار السلوكية بنسبة 75.3%، فيما أكد المسئولين في المقابلات المتعمقة بأن الوعي السياسي هو "الإلمام بكل التفاصيل الخاصة بالسياسة والأحزاب والمجالس النيابية، كذلك الإطلاع الدائم أولويات الأمن القومي والأمن السياسي - وضرورة الإنخراط في الشارع والبحث في حياة المواطن ومدى اتساقها مع قرارات الدولة وتحركاتها"، وبنسبة 100% اتفقوا أن الأحزاب السياسية لها دور فعال ومؤثر في الثلاثة محددات المتمثلين في "عكس اهتمامات وقضايا المواطن - تثقيف الشباب - دعم خطط الدولة في كل المجالات".

الكلمات المفتاحية: الصفحات الإلكترونية، الأحزاب السياسية، الإعلام و ٣٠ يونيو، ثورة ٣٠ يونيو، المشاركة السياسية، تمكين الشباب ، الوعي السياسي

*المدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام- جامعة سيناء"القنطرة"

The role of the parties' websites after June 30 in promoting political participation and youth empowerment

Abstract

The study aims to identify the role of the official social networking pages of political parties in promoting political participation, and to monitor and measure their role in shaping youth attitudes towards and empowering youth and spreading political awareness among citizens and the ability to mobilize public opinion towards the goals of the State Vision 2030.

This study belongs to descriptive analytical studies, the researcher used the theories of cultural implantation and social responsibility, and the study relied on the media survey method and the comparative method, and the electronic questionnaire newspaper for a deliberate sample of 300 individuals from young people not affiliated with political parties, and an in-depth interview guide for the available sample of political party leaders and coordination members The youth of the parties and their strength 9 , The study found that 54% of the total respondents always follow the electronic pages of political parties, and the weekly use came first with 33%, that the electronic pages of the parties are able to some extent to activate political participation in the first place by 39%, the effectiveness of the parties' pages came In forming political awareness, 38.3% average effectiveness in first place , The phrase "I have a desire to join a political party" ranked first in behavioral effects with a rate of 75.3%, while officials stressed in the in-depth interviews that political awareness is "familiarity with all the details of politics, parties and parliaments, as well as permanent awareness of the priorities of national security and political security - and the necessity of Engaging in the street and researching the life of the citizen and its consistency with the state's decisions and actions." And 100% agreed that political parties have an effective and influential role in the three determinants of "reflecting the interests and issues of the citizen – educating the youth – supporting the state's plans in all fields."

Key words: Websites, Social media, political parties, Media and 30 June, June 30 revolution, Political participation, Youth empowerment, Political awareness

مقدمة

مرت الحياة الحزبية في مصر بالعديد من التغيرات والتطورات بعد ثورتي 25 يناير و30 يونيو، حيث خرجت من حالة الإنسداد والجفاف إلى حالة أكثر تعدد وشمولية؛ محاولة تنشيط وتدعيم ممارسة الديمقراطية وزيادة الوعي المجتمعي في الاتجاهات التنموية والسياسية، وتفعيل دورها كحلقة وصل بين المسؤولين والشعب عامدة تنشيط الحياة السياسية ففتحت أبوابها أمام ملايين المصريين لتدخل مصر مرحلة التحول الديمقراطي التي تنتقل بموجبها من النظام السلطوي اللاديموقراطي إلى النظام التعددي الديموقراطي القائم على المشاركة والمنافسة، ولاشك أن حالة الأحزاب السياسية من حيث القوة أو الضعف تعد مؤشراً على حالة النظام السياسي ودرجة تطوره في أية دولة.

ومع زيادة الأحزاب وانتشار المنافسة عقب ثورة 30 يونيو، ووجود دور ملموس لها بعد سنوات من التجريف السياسي وتجاهل الشباب، أصبح مهم لدى كل حزب استقطابهم وإعادتهم للمشهد والحياة السياسية إفاقاً مع رؤية الدولة (منذ تولى الرئيس عبد الفتاح السيسي منصب رئيس الجمهورية عام 2014م) المهمة بتكثيف الاهتمام بالشباب والمحاولات المستمرة لخلق كوكبة من القيادات الشبابية المؤهلة في مجالات مختلفة، مما أثر على رؤية الأحزاب السياسية بشكل كبير خاصة في إتاحة فرص كثيرة للشباب وصلت لتولي مناصب في الحياة السياسية والبرلمانية.

ونظراً لإستحالة قيام العملية السياسية ومخاطبة واستقطاب الشباب بدون بوق إعلامي يتناسب مع اهتماماتهم فتوجهت القوى السياسية المختلفة والأحزاب إلى الإعلام، وفي ظل التطور التكنولوجي فضلت الإعلام الجديد المتمثل في مواقع التواصل الإجتماعي ودشنت صفحات رسمية لها تساهم في نشر رؤى وأفكار الحزب وتسعى لإقناع الرأي العام بقضايا محددة وتغطية لأحداث معينة خاصة تلك التي تزيد الوعي السياسي وتمكين الشباب وتدعم خطة الدولة 2030، وتزج بالشباب في العملية السياسية والميدان العام وتزرع قيم المواطنة والوطنية والانتماء، وتعزز المضامين والمفاهيم التي تخلق هوية وطنية.

وبالفعل كان لتلك الصفحات دور بارز فأصبح لكل حزب منبر إعلامي يؤكد من خلاله على رؤية الدولة والحريات والحقوق وقيم الديمقراطية، كما تكون صورة ذهنية عن الحزب وتدريب المواطنين على التواصل والمشاركة السياسية، ونشر الوعي السياسي وتعبئة الرأي العام.

مشكلة الدراسة

من المتفق عليه أن:-

- الأحزاب السياسية لها دور كبير وهام داخل أي نظام سياسي خاصة في فترات التحول الديمقراطي وعقب التغييرات الجذرية في أنظمة الدول.
- تشكيل الوعي السياسي يعد المرحلة الأولى للمشاركة السياسية.
- اختلاف المشهد السياسي للأحزاب في مصر بعد ثورتها 25 يناير و30 يونيو.
- انتشار استخدام "مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك" بين الطبقات المختلفة في الأونة الأخيرة، ومحاولة كل القوى السياسية والأحزاب استغلاله لترويج البرامج السياسية والأفكار والرؤى والتأثير في المواطنين.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في الوقوف على دور صفحات التواصل الاجتماعي الرسمية للأحزاب السياسية في تعزيز المشاركة السياسية، ورصد وقياس دورها في تشكيل اتجاهات الشباب نحو وتمكين الشباب ونشر الوعي السياسي لدى المواطنين والقدرة على تعبئة الرأي العام نحو أهداف رؤية الدولة 2030.

أهمية البحث

- تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية الأحزاب بصفة عامة حيث إنها المحرك الأساسي للحياة السياسية، وكذلك من أهمية الخطاب السياسي على الساحة السياسية، ودوره في تشكيل الاتجاهات عبر رسائل موجهة للشعب والنخبة، وأيضاً من رصد الدور المجتمعي للأحزاب عبر نشاطاتهم وممارساتهم على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للوصول للمواطنين ودعم الدولة، والقيام بالدور التوعوي فضلاً عن زيادة المشاركة المجتمعية للشباب ودعم خطط الدولة.

- تسهم في مدى إفادة الصفحات الرسمية للأحزاب في خدمة أهداف الأحزاب السياسية وتلبية رغبات الشباب في التنشيط السياسي حول القضايا المختلفة.

- تنبع أهمية البحث من خلال المساعدة في وضع تصور مقترح، وتوصيات تفيد في تطوير صنع السياسات الإعلامية للأحزاب السياسية، وتطوير فاعليتها في تنمية الوعي السياسي.

أهداف البحث

- تحديد دور الصفحات الإلكترونية التابعة للأحزاب في عرض وتسويق أفكار ورؤى الأحزاب عينة الدراسة.
- تحديد كيفية إستفادة الأحزاب والقوى السياسية من مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة أهدافها وبرامجها.
- تحديد المضامين التي ركزت عليها الأحزاب لجذب الشباب وترويج الأفكار.
- تحديد ملامح الخريطة الإعلامية لصفحات الأحزاب السياسية.
- الكشف عن دور الصفحات الإلكترونية للأحزاب في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب.
- معرفة درجة الثقة بمصداقية صفحات الأحزاب، ومدى اعتماد الشباب عليها.
- كشف حجم التغير الحزبي في ثقافة استخدام الاعلام قبل وبعد 2011.

تساؤلات البحث

تساؤلات ميدانية

- 1- ما مدى استخدام الشباب لصفحات الأحزاب السياسية؟
- 2- ما درجة الثقة بمصداقية صفحات الأحزاب السياسية من قبل الشباب؟
- 3- ما اسباب اعتماد الشباب على صفحات الأحزاب لتعزيز وعيهم السياسي؟
- 4- ما التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن استخدام صفحات الأحزاب لرفع وعيهم السياسي؟
- 5- ما دور الصفحات الرسمية للأحزاب في تشكيل اتجاهات الشباب نحو العملية السياسية؟
- 6- هل أثرت هذه الصفحات في دفع الشباب للانضمام للأحزاب السياسية وتمكين الشباب ؟
- 7- هل تقدم معلومات كافية وداعمة لخطة الدولة 2030؟

المقابلات المتعمقة

- 1- ما هية الوعي السياسي وعلاقته بالحياة الحزبية والسياسية؟
- 2- كيف تلعب الأحزاب السياسية دور مؤثر في النظام السياسي المصري؟
- 3- كيف تعكس الأحزاب السياسية قضايا واهتمامات المواطنين؟
- 4- ما دور إعلام الأحزاب في التنقيف السياسي للمواطنين؟
- 5- ما ملامح الخريطة الإعلامية للأحزاب السياسية ؟

6- ما هي التغيرات الحزبية في استخدام الإعلام قبل وبعد 2011م؟

7- كيف يمكن تعزيز صفحات الأحزاب للمساهمة في تنمية الوعي السياسي؟

فروض الدراسة

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية و رغبتهم في المشاركة السياسية
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية واتجاهاتهم نحو دور الصفحات الحزبية
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية و رغبتهم في الانضمام الي الاحزاب السياسية
4. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية ودور تلك الصفحات في زيادة الوعي السياسي

الدراسات السابقة

المحور الأول: دور الأحزاب السياسية في تنمية الوعي السياسية

- دراسة "عبد الحميد يونس 2021م"¹، استهدفت الدراسة محاولة الكشف عن تأثير عملية توظيف المال السياسي على واقع الأحزاب السياسية الجديدة ومسار تطورها في إطار تحليل معوقات تطوير تلك الأحزاب، إضافة إلى مستقبل الأداء الحزبي في سياق صراع القوى والمصالح بعد ثورة يناير، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المدخل التحليلي، أظهرت الدراسة وجود توافق بين المهتمين والمنظرين بالنظام السياسي المصري حول وجود خلل في بنى ووظيفة الأحزاب السياسية دون استثناء قبل ثورة يناير، مما أسس تحدياً جوهرياً لتطوير النظام الحزبي، وكان سبباً في تحول تنظيم المطالبات نحو الحركات الاجتماعية الاحتجاجية، تلك التي أودت بالنظام وأحدثت زلزال التحولات السياسية التي شهدتها مصر. وجاء الانهيار السياسي كنتيجة لعدم اهتمام النظام ببناء مؤسسات سياسية فاعلة.
- دراسة "ياسر سليمان 2021م"²، سعت الدراسة الراهنة نحو الكشف عن دور الخطاب السياسي في تشكيل الرأي العام المصري، وقسمت الدراسة إلى جانبين الأول تم تخصيصه للجانب النظري الذي يتناول أهم مفاهيم الدراسة وتوجهها النظري وعرض التراث النظري لتحليل الخطاب السياسي، أما الجانب الثاني تعلق بالدراسة الميدانية من خلال تحليل محتوى مجموعة من الخطابات السياسية لرؤساء الأحزاب السياسية في مصر اعتماداً على منهج تحليل

الخطاب، مع عرض لطبيعة العلاقة بين فئات الخطاب السياسي ومتغيراته، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج التي حققت ايجابية العلاقة بين متغيري الدراسة مع صياغة مجموعة من التوصيات العملية لتفعيل التوجه المستقبلي في دراسة تحليل الخطاب السياسي.

• **دراسة "فراج أمل 2021م"**³، هدفت إلى تفحص الواقع الحزبي المصري بعد ثورة 25 يناير، وتحديد الدور الذي تلعبه الأحزاب السياسية في النظام السياسي المصري. وانطلاقاً من ذلك يدور التساؤل الرئيس للبحث حول: ما هودور الأحزاب السياسية في النظام السياسي المصري عقب ثورة 25 يناير 2011؟، اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي. ومنهجية قائمة على التكامل بين المسح الاجتماعي بالعينة، والمقابلة المتعمقة، وتنقسم عينة البحث إلى عينة عمدية من المواطنين غير المنتمين حزبياً روعي في اختيارها التنوع النوعي والعمرى والديني والطبقي والتعليمي (مكونة من 250 مفردة. وعينة من أعضاء بعض الأحزاب السياسية (150 مفردة). وعدد من قيادات الأحزاب السياسية (رؤساء- أعضاء مكتب سياسي وتنظيم مركزي). واعتمدت الدراسة في جمع البيانات على استمارة استبيان- دليل مقابلة. أما أسلوب التحليل والتفسير فقد اعتمد على المزوجة بين التحليل الكمي والكيفي.

• **دراسة "الطاهر عبد الرحمن 2021م"**⁴، هدفت الدراسة إلى تحليل ودراسة التطور التاريخي لنشاط الحركة الوطنية السودانية الذي افرز تيارات سياسية بدأت بالتنظيمات السياسية والجمعيات وتطورت إلى أحزاب سياسية قادت العمل الوطني وحققت تقرير المصير والاستقلال، اعتمدت الدراسة المنهج التاريخي والوصفي والتحليلي في جمع المعلومات، وخلصت إلى بالرغم من أن نشأة الأحزاب السياسية السودانية كان عفوية إلا ان وجودها كان حتماً لحسم الرؤية الاستعمارية التي ترى أن البلاد لم تصل بعد المرحلة التي تؤهلها لقيادة نفسها، وأوصت الدراسة بضرورة تنفيذ البرامج الانتخابية للأحزاب وانجاز المهام والأهداف الوطنية.

• **دراسة "أسعد الشمالان 2020م"**⁵، جاءت الدراسة انطلاقاً من الإهتمام بمتابعة مستجدات البحث في علم السياسة، وتتناول بالشرح والتحليل صياغة جديدة لمفهوم الخطاب السياسي دفعت بها "مدرسة أسكس لتحليل الخطاب السياسي" ضمن مقاربة مستجدة ترمي إلى اختطاط أفق جديدة للتحليل السياسي يتغذي على التطورات المنهجية المعاصرة، ويوضح البحث أن الإهتمام بتطوير مفهوم الخطاب يأتي على خلفية الحاجة لتجاوز مفهوم الايدلوجيا وقدراته التحليلية المتضائلة لاسيما عن تناول الحركات السياسية الجماهيرية، وتهتم الدراسة بالاستقصاء والتعمق المعرفي في الخلفيات والتطورات النظرية والفلسفية القابعة خلف بعض الصياغات المفاهيمية التي تحفل بها نظرية تحليل الخطاب السياسي، متوخية في ذلك ما يساعد المهتم بهذه الوجهة في التحليل السياسي على تيسير مواصلة استيعابه لهذه المقاربة التحليلية.

• **دراسة "حسن مروان 2019"6**، سعت تلك الدراسة إلى توضيح ماهية الخطاب السياسي والذي يقصد به خطاب السلطة الحاكمة في شائع الاستخدام وهو الخطاب الموجه عن قصد إلى متلق مقصود، بقصد التأثير فيه وإقناعه بمضمون الخطاب، ويتضمن هذا المضمون أفكاراً سياسية أو يكون موضوع هذا الخطاب سياسياً، والخطاب السياسي يهتم بالأفكار والمضامين، ولهذا نجد المادة اللفظية قليلة في حين يتسع المعنى الدلالي لتلك الألفاظ، فالمرسل يعتني بالفكرة أكثر من الألفاظ في الخطاب السياسي، وتشكل الأحزاب السياسية أحد المنتجين الرئيسيين للخطاب السياسي.

• **دراسة "علياء محمد 2017م"7**، هدفت الدراسة على الكشف عن طبيعة الآليات التي تستند إليها الأحزاب "الوفد" و"النور في حشد المواطنين، واعتمدت الدراسة على المنهج المقارن واستمارة استبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن المشاركة السياسية كانت تنسم بالسلبية قبل ثورة يناير، كما أن الأمتناع عن التصويت كان يرجع إلى احساس المناخبين بعدم نزاهة العملية الانتخابية، ولكن هناك عوامل حولتها إلى الاتجاه الإيجابي بعد ثورة يناير، حيث أن نسبة المشاركة في الانتخابات قبل الثورة كانت ضئيلة بسبب انتشار التزوير لصالح الحزب الوطني أما بعد الثورة فقد وصلت المشاركة إلى 80% من المبحوثين.

• **دراسة "عمرو سيد 2016م"8**، سعت الدراسة للتعرف على دور الكيانات السياسية في التأثير على المشاركة لديهم، واعتمدت على منهج المسح الاجتماعي بالعينة معتمدة على استمارة استبيان ودليل مقابلة، وتوصلت إلى أن أغلب الشباب العاملين بالقطاع العام والحكومي مهتمون بمتابعة القضايا السياسية ويشاركون في الحياة السياسية من خلال التصويت في الانتخابات فقط، ولكنهم غير مهتمين بالمشاركة في باقي الأنشطة السياسية مثل عضوية الأحزاب، وتجسدت أسباب عدم المشاركة السياسية في عدم الاقتناع بأهمية المناقشة وعدم الثقة في نزاهة الانتخابات.

• **دراسة أكويبا 2014م"9**، هدفت إلى الكشف عن الدور التي تلعبه الأحزاب السياسية في عملية التحول الديمقراطي حيث إنها تمثل وسطاً هاماً للنجاح والفشل السياسي والتي تعد أساسية في تحقيق التنمية، اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي للصحف والتعرف منها على أدوار الأحزاب السياسية، وتوصلت الدراسة إلى غياب الديمقراطية الداخلية داخل الأحزاب المستمرة، كما أن النظام الحزبي في نيجيريا لا يزال ضعيف مع عدم وجود دلائل واضحة على توطيد الديمقراطية، وأرجعت أن ضعف الديمقراطية بسبب ضعف الأحزاب نتاج استمرار العنف وعدم وجود برامج متنسقة ومتناسكة بداخل الحزب تعكس مجمل توقعات ورغبات الجمهور.

• دراسة "كرستوفر انتوني 2014م"¹⁰ عن الاحزاب السياسية والتحول الديمقراطي في عصر الأزمة الاقتصادية والاصلاح العام، هدفت إلى التعرف على العلاقة بين الأحزاب السياسية والإندماج الديمقراطي في الدول التي تدعو إلى عملية التحول الديمقراطي، وركزت الدراسة على حالة الحزب المتطرف والحزب البيروني في الأرجنتين وتأثيرهما على عملية التحول الديمقراطي بعد عام 1983م، وتوصلت إلى إنه مازال هناك تهميش لدور الأحزاب السياسية في الحياة السياسية في الأرجنتين بعد إرساء أوامر الديمقراطية بالإضافة إلى أن التغيير وإعادة التوازن يزيد من أهمية الأدوار التي تلعبها الأحزاب السياسية في الوقت الذي لا تستطيع فيه الاحزاب تحوي الصراع السياسي وتجميع مطالب الجماهير.

المحور الثاني: دور الإعلام في زيادة الوعي السياسي

• دراسة "خديجة ريغي 2022"¹¹ دور المنصات الالكترونية في تشكيل الوعي السياسي للطلبة الجامعيين في الفضاء الافتراضي: دراسة ميدانية لتأثير الفيسبوك على عينة من طلبة الإعلام والاتصال في جامعة سيدي بلعباس، استهدفت الدراسة محاولة البحث في دور المنصات الالكترونية في تشكيل الوعي السياسي للطلبة الجامعيين وخاصة منها موقع الفيسبوك من خلال اعتماد مقاربتين اثنتين، الأولى نظرية مبنية على تراكمات معرفية تناولت بالتحديد التأثير السياسي لوسائل الإعلام الحديثة على الفرد والمجتمع، ومقاربة ثانية مبنية على نتائج الدراسة الميدانية بالاعتماد على منهج المسح الاجتماعي، حيث تم فيها سؤال 220 طالبا وطالبة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها ما يلي: - نسبة كبيرة من الطلبة ليس لديهم أي انتماء سياسي، كما أنهم يميلون إلى العزوف عن المشاركة السياسية. - أضحى الفيسبوك يمثل فضاء افتراضيا جديدا يساهم في بلورة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين.

• دراسة "حامد السعيد 2021"¹²، كشفت الدراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو أزمة سد النهضة. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي. وقسمت الدراسة إلى عدة عناصر، اعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية فجوة المعرفة.. وتمثلت أدواتها في استمارة استبيان الالكتروني، والتي تم تطبيقها على عينة مكونة من (400) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج والتي منها، وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدي الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة أزمة سد النهضة والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد، كما أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات الوجدانية الناتجة عن الاعتماد بحسب المؤهل حيث تبين أن قيمة "ف" بلغت 7.479 وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها عند مستوي أقل من (0.05). وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة بتوظيف الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة أهدافها، وذلك بالنشر والتحديث الدائم والتفاعل مع المستخدمين لتقديم إعلام جاد يحترمه المتابعون.

● **دراسة "سهام الفايدي 2021"13**، سعت الدراسة الحالية البحث في أهمية دور الأسرة في الحد من آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الطالبات، لتحقيق ذلك تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، على عينة مؤلفة من (150) من أهالي في منطقة حفر الباطن، واستخدمت لذلك أداة مؤلفة من محورين وهما آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الطالبات ودور الأسرة في الحد منها، ونتج عن الدراسة أن للأسرة دور فاعل في الحد من آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الطالبات، بحيث يمكن للأسرة الحد من استخدامها من خلال تحديد ساعات استخدام أبنائهم لها، ووضع قانون وبرنامج حماية ومراقبة لاستخدام أطفالها، وكذلك تحديد موعد للقاء الأسرة ومناقشة القضايا المعروضة على وسائل التواصل الاجتماعي مع أبنائهم.

● **دراسة "مرام محمد 2020"14** هدفت هذه الدراسة إلى معرفة درجة اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لديهم، كما سعت هذه الدراسة إلى معرفة أنماط استخدام طلبة الجامعات الأردنية لموقع الفيسبوك، إضافة إلى معرفة أهم القضايا والأخبار التي يبحث عنها طلبة الجامعات، ومعرفة التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية التي تنتج عن اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك لرفع درجة وعيهم السياسي، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي والاستبان توصلت نتائج الدراسة إلى وجود درجة متوسطة لدرجة الاعتماد على الفيس بوك في تشكيل الوعي السياسي، ووجود درجة مرتفعة لأسباب الاعتماد على موقع الفيسبوك، ووجود درجة متوسطة لأهم القضايا والأخبار التي يعتمد عليها طلبة الجامعات من خلال الفيسبوك، كما أظهرت النتائج وجود درجة متوسطة للآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية، كما أن غالبية أفراد عينة الدراسة يقضون من ساعة إلى أربع ساعات وذلك بنسبة (54.5%)، كما أن أغلبهم يستخدمون الفيس بوك في المنزل بنسبة (60.0%)، كما أظهرت النتائج أن غالبية أفراد عينة الدراسة لا يوجد لديهم وقت محدد لتصفح الفيس بوك وذلك بنسبة (57.0%)، كما أن درجة الثقة بمصادقية الفيس بوك جاءت بدرجة متوسطة.

● **دراسة "هدار خالد 2019"15**، تناولت موضوع الوعي السياسي ودور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيله، وينطلق من تساؤل رئيسي هو: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري؟، متقصيا بذلك مدى اعتماد الطلبة على الشبكات الاجتماعية في استيقاء المعلومات والمعارف خاصة السياسية منها وتأثيرها على المشاركة السياسية لديهم، وقد أسفرت الدراسة على أن: شبكات التواصل الاجتماعي قد ساهمت في تشكيل المعارف السياسية لدى الشباب من خلال متابعتهم للقضايا المطروحة سياسيا في العالم العربي وكذا المحلية منها. في حين أنها لم تساهم في دعم المشاركة السياسية لدى الشباب، فقد لاحظنا أن الشباب الجزائري لا يهتم بالمشاركة السياسية وبعضهم لا يملكون بطاقة الناخب كما أنهم لا يتفاعلون مع الأحزاب السياسية ولا يهتمون بنشاطاتها، وقد لعبت دورا في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري،

فقد ساهمت في تشكيل المعارف السياسية لدى الشباب، ودعمت الموقف السلبي الذي اتخذته الشباب نحو المشاركة السياسية نظراً لظروف كثيرة.

• **دراسة وفاء براد 2019**¹⁶، سعت الدراسة إلى رصد علاقة المواقع الاخبارية بتشكيل اتجاهات الشباب نحو الاحزاب السياسية، خاصة بعد تنامي عددها بعد ثورة يناير، وقد تم إجراء الدراسة الميدانية على 400 مفردة من الشباب الذين يستخدمون المواقع الإخبارية، كما تم عقد مقابلات مقننة مع بعض القيادات الحزبية، وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية تمثل بديلاً للشباب عن الإعلام التقليدي بنسبة 52.8% من إجمالي المبحوثين، وكشفت النتائج عن ارتفاع درجات الاعتماد على المواقع الاخبارية كمصدر للمعلومات عن الاحزاب السياسية، وعن اعتقاد الشباب بأن المواقع الاخبارية لديها القدرة على تفعيل عمليات المشاركة السياسية في مصر.

• **دراسة "2018 Amani G. Jarrar & Muwafaq Abu Hammud"**¹⁷، هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور الاعلام الإجتماعي في تطوير المسؤولية الاجتماعية والوعي السياسي للشباب الأردني، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال تطبيق استبيان محدد على عينة قوامها 200 طالب جامعي، وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الأهمية لدور الإعلام الإجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي السياسي لدى الشباب الأردني.

• **دراسة "مرودة عبدالله 2018"**¹⁸، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المكون الإعلامي (المواقع الإخبارية – القنوات الفضائية) والمكونات الأخرى المرتبطة بطبيعة البناء الاجتماعي والثقافي والسياسي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو العلاقات الخارجية، واعتمدت الدراسة في منهج المسح لعينة قوامها 410 مفردة من طلاب الجامعات، كذلك أجريت 20 مقابلة شخصية متعمقة مع الطلاب، وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الثقة في المضامين التي تقدمها المواقع الإخبارية الإلكترونية والقنوات الفضائية، وبين تشكيل الاتجاهات نحو العلاقات المصرية التركية، ويعني ذلك: أنه كلما زادت ثقة الشباب في المصدر – سواء كان موقعاً إخبارياً أو قناة فضائية – كانت اتجاهاتهم نحو تركيا تتفق مع ما يقدمه المصدر، كما توصلت الدراسة على وجود فروق دالة إحصائية في مستوى اعتماد الشباب عينة الدراسة على قوة الحجج والبراهين التي تقدمها المواقع الاخبارية الالكترونية والقنوات الفضائية في مقابل مدى جاذبية المواقع عن تشكيل الاتجاهات.

عينة الدراسة

1- عينة عمدية من الشباب "فئة عمرية من 20 لـ 40" الغير منتمين لأحزاب سياسية والمتابعين للصفحات الخاصة بالاحزاب، قوامها 300 مفردة. **جدول (1) عينة الشباب**

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	إناث	176	58%
	ذكور	124	42%

المستوى التعليمي	جامعي	192	64%
	فوق الجامعي	108	36%
السن	من 20 لـ 30	160	53%
	م 30 لـ 40	140	47%
المجموع		300	100%

2- عينة متاحة من قيادات الأحزاب السياسية وأعضاء تنسيقية شباب الأحزاب والسياسيين. جدول (2) عينة المقابلات المتعمقة

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	إناث	4	44.4%
	ذكور	5	55.6%
الجهة	تنسيقية شباب الأحزاب	3	33.3%
	حزب سياسي	6	66.7%
المجموع		9	100%

الاطار المنهجي

نوع الدراسة

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والأهداف، وتصوير وتحليل خصائص مجموعة معينة ومواقف محددة للحصول على معلومات دقيقة، حيث تسعى الدراسة لوصف وتفسير دور الصفحات الإلكترونية الرسمية للأحزاب عينة الدراسة في تنمية الوعي السياسي للشباب وتشكيل اتجاهاتهم نحو دعم خطة الدولة 2030.

منهجية الدراسة

اعتمدت الباحثة على:-

منهج المسح الإعلامي الذي يعد من المناهج الأساسية للدراسات الميدانية التي تدرج تحت تقسيمات المنهج الوصفي، والذي ينطلق من توصيف الظاهرة موضع الدراسة، من خلال دراسة مدى تحقيق الصفحات الإلكترونية الرسمية لأهداف الحزب من تنمية الوعي السياسي للشباب عبر منشوراتهم، تشكيل اتجاههم نحو دعم خطط الدولة

المنهج المقارن الذي يعتمد على المقارنة بين ظاهرتين وإبراز أوجه الاختلاف والتشابه للظاهرة محل الدراسة، وقد تم توظيفه من خلال المقارنة بين دور الصفحات الرسمية للأحزاب المختلفة، ومدى فاعليتها في التأثير على الشباب.

أدوات جمع البيانات

1- صحيفة الاستقصاء الإلكتروني: اعتمدت عليها الباحثة في البحث الميداني لجمع البيانات من الشباب عينة الدراسة، وهدفت الصحيفة لقياس اتجاه الشباب المتابعين للصفحات نحو الأحزاب وخطط الدولة، ومدى تأثرهم معرفياً وسلوكياً بالمضامين التي يتعرضوا لها، وقياس درجة الوعي السياسي والمشاركة السياسية.

2- دليل مقابلة متعمقة: هي أحد الأدوات المستخدمة في الحصول على بيانات كيفية وهي عبارة عن مقابلات شخصية مباشرة وغير مقننة مع قادة الأحزاب عينة الدراسة، وتوجيه عدد من الاسئلة وحث المبحوثين على الإجابة عنها، في محاولة للكشف عن الدوافع والاتجاهات نحو إعلام الأحزاب ومدى فاعلية دورها وتأثيرها على اتجاهات الشباب السياسية.

الإطار الزمني

- تم تطبيق الدراسة الميدانية والمقابلة المتعمقة خلال شهر "يوليه 2021م"

الإطار النظري

الغرس الثقافي

تعد نظرية الغرس الثقافي إحدى النظريات التي قدمت مبكراً لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام، كما تهتم بالتأثير التراكمي طويل المدى لوسائل الإعلام، حيث يشير الغرس إلى تقارب إدراك جمهور الإعلام للواقع الاجتماعي، وتشكيل طويل المدى لتلك الإدراكات والمعتقدات عن العالم نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام، ويرجع ملفين ديفلير بدايات وجذور نظرية الغرس الثقافي إلى مفهوم والتر ليبمان للصورة الذهنية، التي تتكون في أذهان الجماهير من خلال وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت عن أنفسهم أو عن الآخرين، وتصنف ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام¹⁹، بحيث لا تضخم في وسائل الإعلام ولا تقلل من هذه القوة،، لذا فقد أكد جربنر Gerbner وزملاؤه على أن نظرية الغرس ليست بديلاً وإنما مكملاً للدراسات والبحوث التقليدية لتأثيرات وسائل الإعلام، وفي الوقت الذي تظل فيه نظرية الغرس الثقافي محل نقاش في إطار التليفزيون، كشفت دراسة نشرتها مجلة "Mass Communication and Society" مؤخرًا عن أهمية التفكير في تطبيق النظرية على وسائل الإعلام الجديد، لأن تلك الوسائل جعلت البث أكثر ملاءمة وانتشارًا، حيث أن منصات التواصل الاجتماعي تمكن الجمهور من أن يكونوا مشاركين فاعلين ومساهمين في وسائل الإعلام وهذا التفاعل يخلق تبادلاً بين منتج الوسائط والموزع والمستهلك.

وتم تطبيق النظرية في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن التعرض لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الرسمية للأحزاب، ومدى تأثيرها على اتجاهات المبحوثين حول القضايا المختلفة خاصة خطة الدولة 2030.

نظرية المسؤولية الاجتماعية

نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام تتركز على ثلاث أبعاد رئيسية يتصل البعد الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر ويتصل البعد الثاني بمعايير الأداء بينما يتصل البعد الثالث بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي ففي ما يخص الأداء الإعلامي فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية تهتم بوضع المعايير التي تشمل المعايير الأخلاقية للأفراد إضافة إلى معايير الوسائل الإعلامية وموائيقها الأخلاقية سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة والمعايير المهنية التي تضعها الهيئات الإعلامية المختلفة إضافة إلى مجموعة التشريعات والقوانين التي تحكم وتنظم وسائل الإعلام، وتشكل معايير الأداء الإعلامي في مجملها العام الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي في إطار المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية التي تحتم على الإعلام أن يقوم بواجبه تجاه المجتمع كما ينعم بحقه في الحرية وكذلك عرض الحقائق والمعلومات التي تدعم الديمقراطية وتضمن مشاركة الرأي العام في الأحداث الجارية²⁰

ومن هنا فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية تشير إلى أهم العناصر التي يجب الالتزام بها حتى تحقق وسائل الإعلام دورها المسئول في المجتمع، ومن ثم تفيد النظرية في مناقشة نتائج الدراسة فيما يتصل بدور الصفحات الرسمية للأحزاب في نشر الوعي السياسي لدى الشباب وحثهم على المشاركة السياسية والقيام بدور فعال في المجتمع، وكذلك مسؤولية تلك الصفحات تجاه تشكيل اتجاهات الشباب نحو رؤية وخطط الدولة المصرية.

الإطار المعرفي

أولاً: ملامح الحياة الحزبية في مصر

مرت الحياة الحزبية في مصر بتاريخ طويل من التطور وتعرضت للعديد من التقلبات والهزات، حيث بدأت في مصر عام 1907 حين تم إنشاء الحزب الوطني «الثاني» على يد الزعيم المصري مصطفى كامل والذي كان دافعا إلى نشأة أحزاب أخرى ولكنها كانت محكومة في ذلك الوقت بالإطار الموضوعي الذي كانت تعيش فيه البلاد ممثلا في الاحتلال البريطاني حيث جاءت لتشاركه في قضية التحرير الوطني مثل حزب الأمة وحزب الوفد، ثم توالى بعد ذلك تكوين عشرات الأحزاب الصغيرة والتي جاء معظمها كانشقاقات عن أحزاب رئيسية مثل حزب الإصلاح وحزب النبلاء والحزب الدستوري وحزبي الوطني الحر والحزب المصري كما كانت أحزاب الكتلة السعدية والأحرار الدستوريين وغيرها من الأحزاب المنشقة عن حزب الوفد.

وإثر ثورة 1952 بدأت الحياة الحزبية مرحلة جديدة كانت بمثابة عملية تدوير وفك الارتباط بين هذه الأحزاب التي تحولت جميعها إلى تنظيم واحد بعد إصدار قرار حل الأحزاب في 16

يناير 1953 والتي كانت ترى الثورة أنها سبب مباشر في بقاء الاحتلال وأن أغلبها كان يوصف بالعميل للاحتلال أو بالمولاة للقصر²¹.

وظلت الأحزاب محظورة لنحو 25 عاماً، إلى أن عادت للظهور مرة أخرى عام 1976، بقرار من الرئيس الراحل أنور السادات، وبدأت مرحلة التعددية الحزبية والانفتاح السياسي، وفي يونيو 1977 صدر قانون تنظيم الأحزاب والذي يقضي بالتحول للنظام التعددي مع عدم إلغاء الاتحاد الاشتراكي الذي أعطيت له الكثير من الصلاحيات ومنها حق الموافقة على تأسيس الأحزاب الجديدة عبر المادة السابعة من قانون الأحزاب فيما قبل تعديل 1981.

ثم اتبع الرئيس السادات هذه الخطوات بتأسيس حزب جديد أطلق عليه الحزب الوطني الديمقراطي ودعا من خلاله أعضاء حزب مصر الاشتراكي إلى الانضمام إليه وتولي رئاسته²².

وفي عهد الرئيس الراحل مبارك تنوعت طرق إنشاء الأحزاب السياسية، منها قرارات من لجنة شؤون الأحزاب، والتي وافقت على تأسيس عدد من الأحزاب من بينها حزب الوفاق القومي عام 2000، وحزب الغد عام 2004، والجهة الديمقراطية عام 2007..

واتخذ عدد من الأحزاب طريقاً آخر لتأسيسها وهوساحات القضاء بعد رفض لجنة شؤون الأحزاب إعطائهم تصريحات للعمل، وحكم لصالحهم، منها حزب مصر الفتاة عام 1990، والحزب الناصري عام 1995، وحزب شباب مصر عام 2005، كما شهدت تلك الفترة صعود حركات الاسلام السياسي وانخراطها في الحياة السياسية كـ"الاخوان المسلمين".

لكن يذكر أن نشأت الأحزاب السياسية جاءت في ظروف لا توفر البيئة التنافسية السليمة التي تمكنها من عملها، حيث ظلت الاحزاب تتراوح بين موقف المعارض أو التابع، حيث كان الحزب الوطني هو التنظيم السياسي الوحيد الذي يسيطر على السلطة، ومن ثم كان التحول نحو التعددية تحولاً تقوده نخبة ذات جذور سلطوية وكأنه جزءاً من التنظيم السياسي الواحد، وباتت الأحزاب قبل ثورة يناير 2011 أشبه بالمصالح الحكومية حيث فرضت الدولة قيود على العمل الحزبي.

وبعد قيام ثورة يناير، وصدور قرر المجلس الأعلى للقوات المسلحة بتعديل قانون الأحزاب السياسية عام 2011م أصبح تأسيس الحزب بالإخطار وعدم الاعتراض، حيث قفز عدد الأحزاب السياسية من 22 حزباً سياسياً إلى 102 حزباً قائماً، ومع ذلك ظلت الأحزاب بعيدة عن الجماهير، وغائبة عن قضايا الوطن كالإرهاب والتنمية الاقتصادية الديمقراطية.. وغابت عن ممارسة الديمقراطية وترشيح ممثلين لمجلس النواب، واثبتت عدم قدرتها على القيام بدورها في عملية التنشئة السياسية أو المشاركة في التنمية.

إلا ان وصول تنظيم الإخوان للحكم، ومطالبة الشعب بإنتخابات مبكرة وصولاً للمطالبة بالرحيل، كان للأحزاب السياسية دور مهم للغاية في 30 يونيو، فساهمت في كشف كذب وتضليل تنظيم الإخوان وفضحت نوايا ضد، وكان لها دور في حث المصريين على ضرورة المشاركة واجتمعت كل الأحزاب قبل ثورة 30 يونيو على اختلاف أيدلوجياتهم وتوجهاتهم، من أجل إعلاء مصلحة الوطن، الذي كان ينظر له الإخوان على أنه حفنة من التراب، حيث وحدث ثورة 30 يونيو كل القوى والأحزاب السياسية على اختلاف أيدلوجياتها.

ثانياً: استخدام الأحزاب السياسية لوسائل الإعلام

إن العلاقة بين وسائل الإعلام والأحزاب قائمة على المصلحة المتبادلة، فوسائل الاعلام الجماهيرية تعد مكوناً أساسياً لأي نظام ديموقراطي، ولها دور فاعل في مجال السياسة، حيث تضطلع بتوفير المعلومات السياسية، ومحاولة تشكيل الاتجاهات السياسية للرأي العام، والتأثير على القرار السياسي لدى المواطنين وتقديم رموز وكوادر سياسية، والقيام بدور حلقة الوصل بين القيادات والشخصيات السياسية وتشجيع المواطن على المشاركة السياسية وممارسه دور الرقيب، ولاشك أن قدرة الحزب على إدارة عمليات الاتصال والتواصل مع المواطنين تعد احد المؤشرات الاساسية لقوة جهازه التنظيمي، حيث تعمل على حشد المواطنين للتصويت لصالحها، وكسبه في ظل التعددية والتنافس لتحقيق النفوذ السياسي.

لذا يمكن القول ان علاقة الاحزاب بالاعلام تسير في اتجاهين²³، أولاً استخدام الاحزاب للاعلام كوسيلة دعائية للترويج لها ولنقل رسائلها إلى الجمهور لإقناعه بسياستها وبرامجها، وكسب تأييدها ودعمها من خلال التصويت لصالحها في الانتخابات، ثانياً: تعتمد وسائل الاعلام على الاحزاب كمصدر للأخبار، ويذكر أيضاً تجربة الاعلام الحزبي لزيادة المساحة الدعائية والايخبارية للأحزاب.

وفي ظل التطور التكنولوجي وإقبال الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها في الاحداث السياسية التي شهدها الشرق الاوسط جراء 2011م، توجهت الاحزاب إلى تدشين صفحات رسمية لترويج افكارها وأرائها ورسم صورة ذهنية محددة، والاستفادة منها في تعبئة الجماهير وتصنيفهم إلى شرائح، والتواصل مع كل شريحة بأسلوب يناسبها، وساعدت التكنولوجيا الاحزاب في اداء دورها المتمثل في تشكيل الرأي العام وإثارة الاهتمام بقضايا المجتمع، حيث التواصل المباشر مع المواطنين ورجع الصدى من خلال التفاعل مع المنشورات على الصفحات الرسمية للحزب.

ثالثاً: دور الاحزاب في عملية التنشئة السياسية

تلعب الاحزاب دور أساسي في عملية التنشئة السياسية من خلال وجهتين، دعم الثقافة السياسية بشكل يرفع من قدرة النظام السياسي على أداء وظائفه وخلق ثقافة سياسية جديدة، الوجهة الثانية هي دور الشباب في المشاركة

السياسية والتي تعد جوهر الحياة الديمقراطية في أي مجتمع وطريق لتحقيق التنمية الشاملة²⁴. فتقدم المشاركة السياسية للشباب فرصاً متساوية للإسهام في الحياة السياسية لأن الحياة الديمقراطية السليمة تركز على اشراك الشباب في مسؤوليات التفكير والعمل من اجل المجتمع وتفرغ شحناتهم النفسية والسلوكية تجاه الأمور السياسية بممارسة فعلية تشعرهم بالذاتية والوجود كعنصر فعال في المجتمع²⁵، وبذلك تكون كل من التنشئة السياسية والمشاركة السياسية العمليتين اللتين يعتمد عليهما الشباب في تنمية وعيهم العام، ووعيهم السياسي الخاص بالقضايا والمشاكل السياسية.

رابعاً: المشاركة الشبابية بعد ثورتي 25 يناير و30 يونيو

برز دور الشباب في المشاركة السياسية أثناء ثورة يناير، ووصفت بإنها ثورة الشباب وكانت دليل قوي للمشاركة السياسية الفعالة ونمى لدى الشباب شعور برغبتهم في معرفة حقوقهم السياسية والاجتماعية، كما عبر الشباب خلالها عن الضغوط السياسية والاحتجاج على الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية متمثلة في مظاهر القمع وكبت الحريات والقبضة الامنية، وتفاقم البطالة وتزايد الفقر، وعدم تطبيق عدالة توزيع الثروة، كما جاءت مشاركتهم في ثورة 30 يونيو للتعبير عن مدى معاناتهم مع نظام الرئيس المعزول محمد مرسي وجماعته وحزبه، وتدني الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

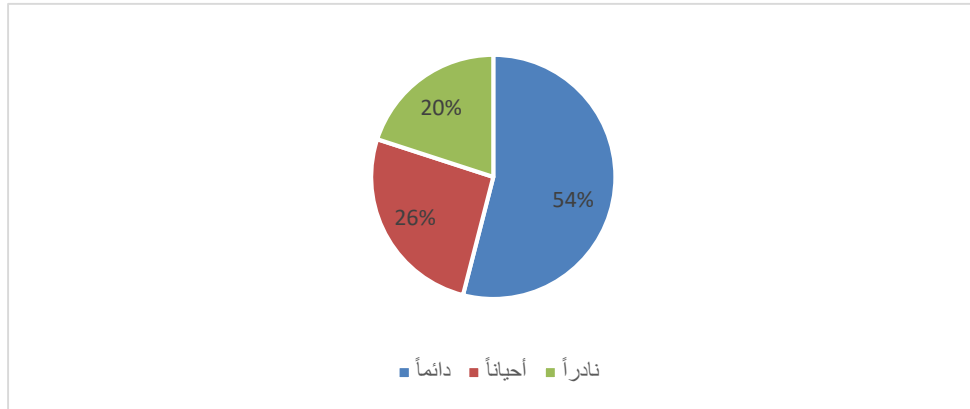
وخلقت هذه الاحداث عمليات مراجعة شاملة للإطار الدستوري والقانوني المنظم للحياة السياسية، وشهدت إهتمام ملحوظ في إنشاء الاتحادات والمنظمات والأحزاب السياسية الجديدة القائمة على الشباب المصري الذي اتضح لهم قدرة على تطوير الحياة السياسية والمشاركة الإيجابية²⁶.

ومن ثم ظهور العديد من الاحزاب والائتلافات الشبابية، التي ساهمت في إطلاق طاقات الشباب، ودفعتهم إلى الاهتمام بالمشاركة في الحياة العامة والسياسية، وأثر على الوعي السياسي وتغلب على عزوف الشباب عن المشاركة لفقدانهم الثقة في قيمة مشاركتهم وإقتناعهم بأن اصواتهم بلا قيمة، لذا عمدت الاحزاب السياسية على جذب الشباب، عبر فتح الكثير من الطاقات والافاق والتقدم في الحياة الحزبية دون عقبات، وتقديم فرص غير مقننة، وإعطاء كامل الحق في المناقشة وإبداء الرأي والمشاركة في صنع القرار.

خاصة في ظل الاختبار السياسي الهام الذي تمر به الاحزاب بعد توجيه الرئيس عبد الفتاح السيسي 26 ابريل 2022 بحوار وطنى يهدف لتحديد أولويات العمل خلال المرحلة الراهنة، وبالتالي وجب على الاحزاب استغلال الفرصة ومراعاة كافة المُتغيرات الإقليمية والدولية وأيضًا التحديات الداخلية، والانخراط مع كافة التيارات الشبابية والتنسيق المشترك ما بين القوى الحزبية الفاعلة والمؤثرة على أرض الواقع²⁷.

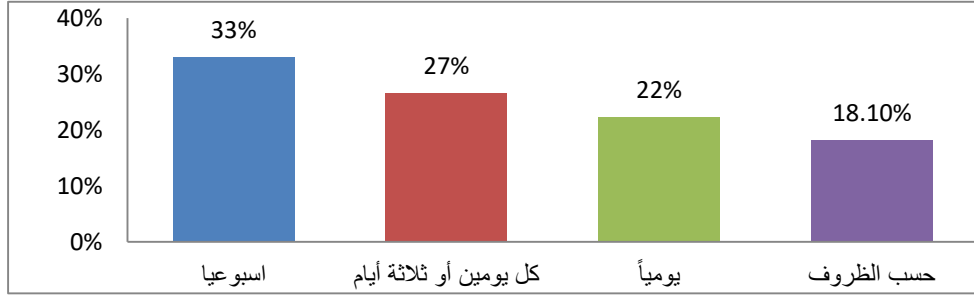
نتائج الدراسة الميدانية

يذكر أن حوالي 54% من إجمالي الباحثين دائماً ما يتابعون الصفحات الإلكترونية للأحزاب السياسية، وفي المرتبة الثانية تأتي المتابعة أحياناً بنسبة 26%، وفي المرتبة الأخيرة تأتي المتابعة لصفحات الأحزاب نادرة بنسبة 20%، ويذكر أن العديد من الباحثين في سؤال السبب حول المتابعة أكدوا وجود العديد من الصفحات للحزب الواحد " أمانة الحزب في أكثر من محافظة" مما يجعل المتابعة مستمرة وكثيرة للبعض، ويجعل الأمر يختلط على البعض الآخر.



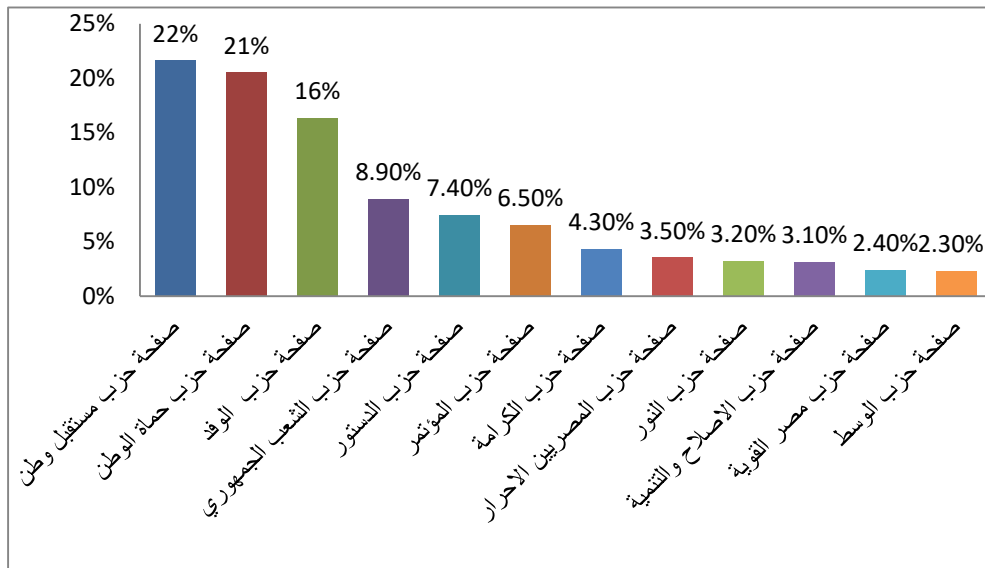
شكل (1)
متابعة الصفحات الحزبية

يذكر أن معدل الإستخدام بين الباحثين جاء في المرتبة الأولى استخدام اسبوعي بنسبة 33%، تلاه في المرتبة الثانية الإستخدام كل يومين أو ثلاثة بنسبة 26.6%، وفي المرتبة الثالثة جاء الاستخدام اليومي بنسبة 22.3%، وحسب الظروف بنسبة 18.1%، وهذا نتاج قصد الدخول على الصفحة مباشرةً لمتابعة منشوراتها حول الأحداث والقضايا السياسية، أي أن النسبة الأكبر من الباحثين تتردد على الصفحة بشكل أسبوعي.



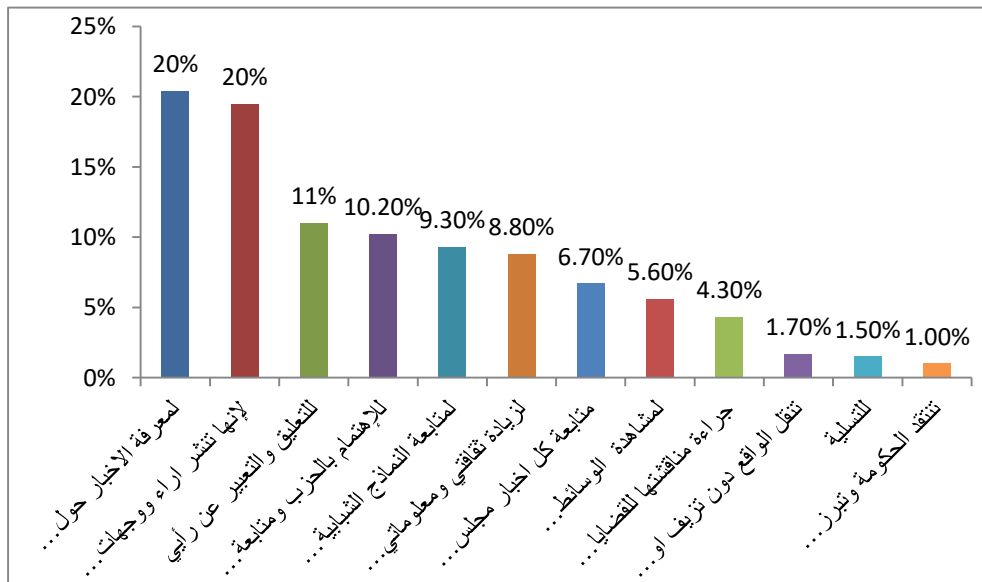
شكل (2)
معدل استخدام الصفحات الحزبية

طبقاً لإختيارات الباحثين للصفحات الإلكترونية للأحزاب الأكثر متابعة، تم إختيار 12 حزب من أصل 20 حزب، أي ان هناك 8 أحزاب لا يتابعهم الباحثين ومنهم "حزب مصر الحديثة – حزب صوت الحرية – حزب التحالف..)، كما أن ن لا تساوي 300 حيث اتيح للباحثين إختيار أكثر من حزب، وجاءت نسب المتابعة لصفحات الأحزاب متباينة حيث جاء في المرتبة الأولى حزب مستقبل وطن بنسبة 21.6%، تلاه صفحة حزب حماة وطن بنسبة 20.5% وهي النسب المرتفعة نظراً لإنخراطها في العمل السياسي واستخدامها لوسائل الاعلام بشكل متكرر وكثرة بياناتها ودعمها لخطط الدولة وظهور اعضائها ونشاطهم، في المرتبة الثالثة الوفد بنسبة 16.3% بالرغم من كساد نسبي في صفحة الحزب لكن ربما يعود ذلك لتاريخ الوفد واستمراره على مر العصور، في المرتبة الرابعة جاء حزب الشعب الجمهوري والذي ربطه الباحثين بشخص رجل الأعمال أبو هشيمة بنسبة 8.9%، يليه حزب الدستور بنسبة 7.4% ثم حزب المؤتمر بنسبة 6.5%، وفي المرتبة السابعة حزب الكرامة بنسبة 4.3% يليه حزب المصريين الاحرار بنسبة 3.5% وحزب النور التابع للسلفيين بنسبة 3.2% وحزب الاصلاح والتنمية التابع للجماعة الإسلامية بنسبة 3.1%، وحزب مصر القوية بنسبة 2.4% وفي المرتبة الثانية عشر حزب الوسط بنسبة 2.3%.



شكل (3)
معدل متابعة الصفحات الحزبية

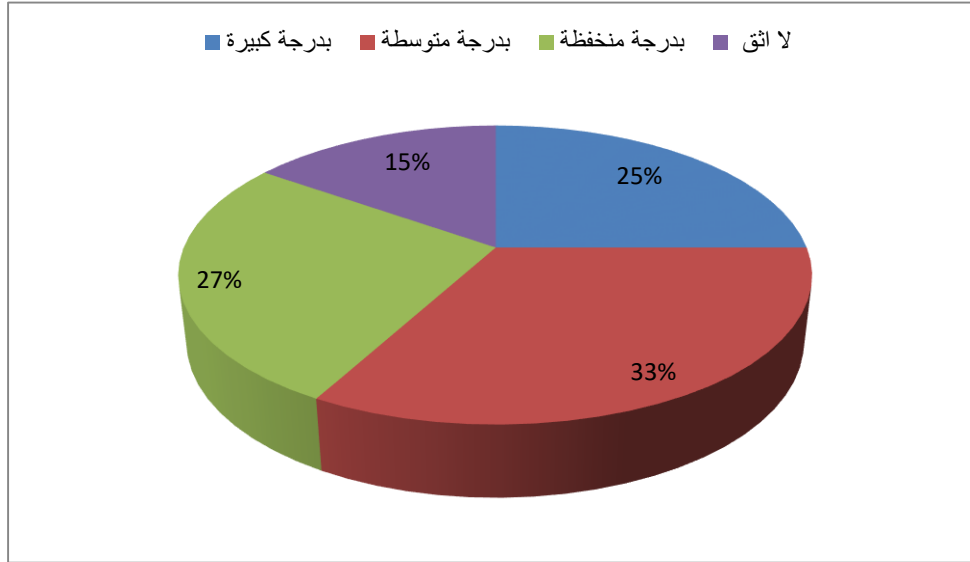
• اتضح أن اسباب ودوافع المبحوثين في متابعة الصفحات الإلكترونية للأحزاب السياسية مختلفة ومتعددة، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 20.4% متابعة تلك الصفحات لمعرفة الأخبار نحو القضايا السياسية، يليها بنسبة 19.5% لمعرفة وجهات النظر والآراء المختلفة حول تلك القضايا السياسية، وهذين السببين جاءوا الأكثر إختياراً بإجمالي 40% من النسبة العامة للإختيارات المتعددة وهذا يشير إلى الإقبال نحو المعرفة السياسية والثقافة حول الموضوعات والقضايا السياسية المختلفة من فئة الشباب المتمثلة في المبحوثين، يليها في المرتبة الثالثة بنسبة 11% للتعليق على المنشور والتعبير عن رأيي وهذا يشير إلى وجود نسبة تسعى للمشاركة السياسية، وفي المرتبة الرابعة بنسبة 10.2% جاء بسبب اهتمام المبحوثين بالحزب ومتابعه أخباره ونشاطاته وبياناته حول الموضوعات المختلفة، وفي المرتبة الخامسة جاء لمتابعة النماذج الشبابية الناجحة من أعضاء الحزب وخارجه ممن يحظوا بمنشورات عنهم داخل تلك الصفحات بنسبة 9.3% وهذا يؤكد أن نسبة من المبحوثين يبحثون عن قدوة سياسية ونموذج يحتذى به، ليتوالى بعدها لزيادة ثقافتني ومعلوماتي السياسية بنسبة 8.8% ثم متابعة اخبار مجلس النواب بنسبة 6.7%، وبنسبة 5.6% لمشاهدة الوسائط المتعددة الصور والفيديوهات التي تنشرها الصفحات، فيما جاء سبب ان الصفحات تنتقد الحكومة وتبرز اخفاها بنسبة 1%، أما لأنها تنقل الواقع دون تزييف أو تسييس بنسبة 1.7% وهذا يدل على استمرار عدم ثقة المبحوثين في أداء الأحزاب والقيام بدورها الرقابي.



شكل (4)

اسباب استخدام الصفحات الحزبية

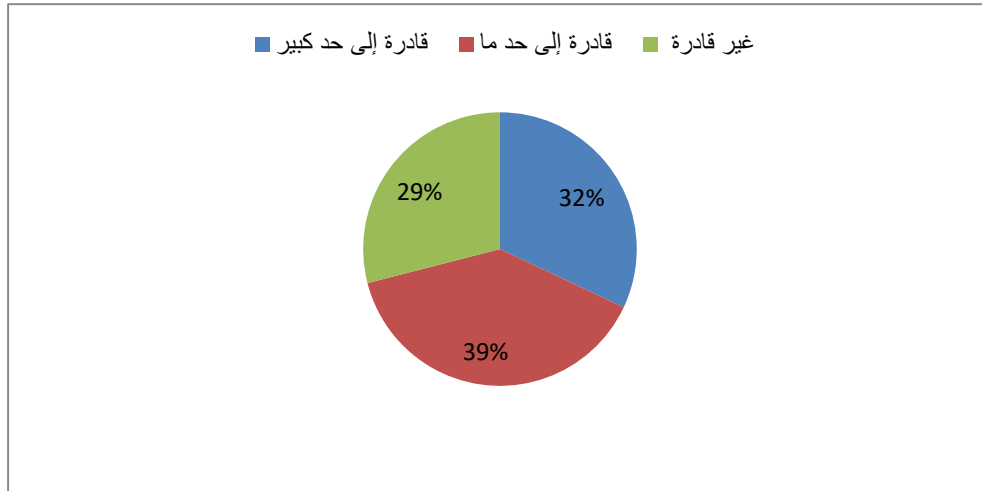
• وهذا يفسر نسبة إجابة المرتبة الأولى أن الثقة بدرجة متوسطة بنسبة 33% أي *قاربة ثلث عينة المبحوثين، يليها بدرجة منخفضة بنسبة 26.7%، وفي المرتبة الثالثة ثقة المبحوثين بدرجة كبيرة بنسبة 25%، وجاءت لا اثق بنسبة 15.3% في المرتبة الأخيرة، لكن تلك النسب تشير إلى أن الشباب مازالت لا تثق في الاحزاب السياسية بالقدر الكافي ولا في المنشورات الموجودة على صفحة تلك الاحزاب، وفي ذكر السبب حول انخفاض أو عدم الثقة جاءت اغلب الإجابة لإن المنشورات دعائية أكثر من إنها خدمية، ولإنها دائما ما تؤيد الحكومة وتدعم قراراتها ووجود تشابه في المضامين لبعض الأحزاب، وهذا يشير إلى وجود درجة وعي سياسي لدى المبحوثين يلزم أن يتبعه جهد من الأحزاب في القيام بدورها الخدمي والرقابي لجذب نسب أكبر من الشباب.



شكل (5)

ثقة المبحوثين في الصفحات الحزبية

•وأكد المبحوثون أن الصفحات الإلكترونية للأحزاب قادرة إلى حد ما على تفعيل المشاركة السياسية في المرتبة الأولى بنسبة 39%، وفي المرتبة الثانية قادرة بدرجة كبيرة على تفعيل المشاركة السياسية بنسبة 32%، فيما جاء في المرتبة الأخيرة عدم قدرة الصفحات الحزبية على تفعيل المشاركة السياسية بنسبة 29%، وهذا يشير إلى ان قرابة ثلث العينة لم تتأثر خلال متابعتها للصفحات الحزبية ولم تشارك في العملية السياسية ولا تتحرك لديها الرغبة.



شكل (6)
قدرة الصفحات على تفعيل المشاركة السياسية

*جاءت فاعلية صفحات الأحزاب في تشكيل الوعي السياسي بنسبة 38.3% متوسط الفعالية في المرتبة الأولى، يليها فاعلية عالية في تشكيل الوعي بنسبة 32%، وفي المرتبة الثالثة ضعيف بنسبة 29.7%، حيث جاء ترتيب العبارات على النحو التالي في المرتبة الأولى قدرة الصفحات على تشكيل الاتجاه نحو قضية معينة بنسبة 86.8%، وفي المرتبة الثانية تعميق الشعور بالمسؤولية والوطنية والانتماء بنسبة 81.8%، وفي المرتبة الثالثة عبارة "تشكيل الرأي العام نحو القضايا السياسية الدولية والمحلية" بنسبة 80%، يليها عبارة "تشاهم في تشكيل اتجاهات الشباب نحو القضايا الداخلية" بنسبة 79.3% وجاءت عبارة "زيادة الرغبة في الانتماء لحب سياسي" بنسبة 72.3%، بالرغم انه في المرتبة الأخيرة جاءت عبارة "زيادة الوعي بالحياة الحزبية" بنسبة 38.3% وهذه نسبة قليلة حيث من المفترض أن تقوم صفحة الحزب بالتوعية السياسية والتوعية الحزبية أيضاً الهيكل الحزبي المهام الموكلة للجان الترشح أو الاختيار لعضوية المجالس النيابية...

جدول رقم (3) يوضح فاعلية الصفحات في تشكيل الوعي السياسي

مدى الفاعلية	ك	%
ضعيف	89	29.7
متوسط	115	38.3
عالي	96	32.0
الإجمالي	300	100.0

* حول الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية للمبحوثين نتاج متابعتهم للصفحات التابعة للأحزاب، جاءت التأثيرات السلوكية في المرتبة الأولى بقياس عالي بنسبة 40.7% يليها التأثيرات الوجدانية بنسبة 33.7% وفي المرتبة الأخيرة التأثيرات المعرفية بنسبة 32%، أما بمقياس متوسط فجاءت التأثيرات المعرفية في المرتبة الأولى بنسبة 51.3% يليها التأثيرات الوجدانية بنسبة 38.7% وفي المرتبة الأخيرة التأثيرات السلوكية بنسبة 38.3%، وبمقياس ضعيف جاء في المرتبة الأولى التأثيرات الوجدانية ضعيفة بنسبة 27.7% يليها التأثيرات السلوكية بنسبة 21% وفي المرتبة الأخيرة التأثيرات المعرفية بنسبة 16.7%.

جدول (4) التأثيرات (المعرفية – الوجدانية – السلوكية) للمبحوثين

التأثيرات			التأثيرات			التأثيرات		
%	ك	التأثيرات	%	ك	التأثيرات	%	ك	التأثيرات
21.0	63	ضعيف	27.7	83	ضعيف	16.7	50	ضعيف
38.3	115	متوسط	38.7	116	متوسط	51.3	154	متوسط
40.7	122	عالي	33.7	101	عالي	32.0	96	عالي
100	300	الإجمالي	100	300	الإجمالي	100	300	الإجمالي

* تشير إجابات المبحوثين واختياراتهم للعبارات المختلفة أن الآثار المعرفية جاءت في المرتبة الأولى متمثلة في عبارة " ساهمت في زيادة معرفتي السياسية" بنسبة 78%، يليها عبارة "اتاحت لي معلومات نحو القضايا السياسية بنسبة 71.8%، وفي المرتبة الثالثة عبارة "قدمت لي تحديث دقيق للمستجدات السياسية بنسبة 64.8%، وهذا يشير إلى قدرة وفاعلية الصفحات على زيادة الوعي السياسي عبر تسليط الضوء على المعلومات والآراء المختلفة عن القضايا السياسية داخلياً وخارجياً، ويؤكد ذلك نسبة عبارة "لم تفسر أي أزمة سياسية بشكل دقيق" حيث جاءت 40.3%، وجاءت في المرتبة الأخيرة عبارة "قدمت مضامين ومفاهيم سياسية جديدة" بنسبة 39.3% وعبارة "لم تضيف لمعلوماتي بنسبة 34.5%، أي أن قرابة الـ 10% من المبحوثين لم تضيف لهم صفحات الأحزاب معلومات جديدة وقد يحدث ذلك نتاج تداول المعلومات والأخبار في أكثر من جهة على مواقع التواصل الإجتماعي، وقد تتعرض للمعلومة أكثر من مرة عبر مصادر مختلفة.

* أما عن الآثار الوجدانية ففي المرتبة الأولى جاءت عبارة "الخوف من الأزمات الداخلية والخارجية" بنسبة 68.3% وفي المرتبة الثانية "عدم التردد في إبداء رأيي" بنسبة 65.6%، وفي المرتبة الثالثة

عبارة "الشعور بخطورة الاحداث والقضايا السياسية" بنسبة 65%، وتساوت عبارتي "التعاطف مع المسؤولين حيال الأزمات" و "القلق على مستقبل البلد" بنسبة 64.3%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الشعور بالثقة في المسؤولين بنسبة 60.8% وهي نسبة فوق المتوسطة، وها يشير إلى أن اغلب الآثار الوجدانية الناتجة عن متابعة صفحات الأحزاب انقسمت بين "القلق والجراءة" التي تشير على ارتفاع نسبة الوعي السياسي بين الشباب أو نسبة المشاركة حيث عدم التردد في ذكر آرائهم والتعليق على المنشورات، وكذلك القلق على البلد خلال الازمات المختلفة.

* وجاءت عبارة "أصبح لدي رغبة في الإنضمام لحزب سياسي" في المرتبة الأولى للأثار السلوكية بنسبة 75.3%، يليها في المرتبة الثانية بنسبة 70.8% عبارة "سأعبر عن رأيي في أي نقاش"، وفي المرتبة الثالثة بنسبة 66.8% عبارة "زادت مشاركتي في الندوات والمؤتمرات، وجاءت عبارة " زادت رغبتني في متابعة الأحداث السياسية" بنسبة 66.3%، يليها في المرتبة الخامسة عبارة " زادت مشاركتي في النقاشات حول القضايا السياسية بنسبة 66%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة "زادت رغبتني في العمل المجتمعي" بنسبة 65.3%، وخلال متابعة النسب فقرابة ثلثي المبحوثين اصبح لديهم أثار سلوكية أقرب للمشاركة المجتمعية والسياسية ومحاولة التواجد وخلق دور ومكان لهم في العملية الحزبية.

* وجاءت الإتجاهات العامة للمبحوثين عن دور الصفحات الحزبية في المرتبة الأولى إيجابية بنسبة 48%، يليها محايد بنسبة 31.3%، وفي المرتبة الأخيرة سلبية بنسبة 20.7%، حيث جاءت العبارة الأولى بنسبة 87.8% "لديها قدرة على الاقناع بأفكار ورؤى معينة"، يليها في المرتبة الثانية بنسبة 71% عبارة "أثبتت فاعلية بعد ثورتي يناير ويونيو"، وجاءت عبارة "تدعم خطة الدولة 2030 في المرتبة الثالثة بنسبة 69.3%، يليها عبارة "ساهمت في التعبير عن آراء الجمهور" بنسبة 68%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة "لها دور في تمكين الشباب" بنسبة 63.3%.

جدول (5) اتجاهات المبحوثين

اتجاهات المبحوثين	ك	%
سلبية	62	20.7
محايد	94	31.3
ايجابي	144	48.0
الإجمالي	300	100.0

إختبار الفروض

1- ثبوت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية وزيادة الوعي السياسي لدى الشباب، يشكل كلي بمعدل 0.424 لمعامل بيرسون وهذا يعني إنها علاقة طردية

متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية زيادة الوعي السياسي	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
	**0.424	0.000	دال
حجم العينة (ن)			300

2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية ورغبتهم في الانضمام الي الاحزاب السياسية بمعدل بيرسون 0.253 عند مستوى معنوي 0.1 أي أن العلاقة طردية

متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية ورغبة الانضمام الي الاحزاب	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
	**0.253	0.000	دال
حجم العينة (ن)			300

3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية واتجاهاتهم نحو دور الصفحات الحزبية

متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية اتجاهاتهم نحو دور الصفحات الحزبية	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
	**0.296	0.000	دال
حجم العينة (ن)			300

4- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية ورغبتهم في المشاركة السياسية

متابعة عينة الدراسة لصفحات الاحزاب السياسية المشاركة السياسية	معامل ارتباط بيرسون	مستوي المعنوية	الدلالة
	**0.252	0.000	دال
حجم العينة (ن)			300

5- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين عينة الدراسة في متابعتهم لصفحات الاحزاب السياسية وفقا للمتغيرات الديموجرافية، وذلك يتضح في النوع حيث أن الإنحراف المعياري للذكور 1.22 والإناث 1.02، وكذلك يتضح في السن حيث أنه أعلى في الفئة العمرية من (20-30) بإنحراف معياري 1.27 بينما في الفئة العمرية من (31-40) بإنحراف معياري 1.22، أما المؤهل التعليمي لم يؤثر على المتابعة والتأثير وغير دال إحصائياً... أي أن الفرض بوجود علاقة بين المتغيرات الديموجرافية والوعي السياسي نتاج المتابعة للصفحات ثبت جزئياً.

متابعتهم لصفحات الاحزاب السياسية المتغيرات الديموجرافية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية
				درجة الحرية الاختبار
				مستوي المعنوية

النوع	ذكر	176	1.91	1.229	ت=1.373	298	0.049-دال
المؤهل التعليمي	جامعي	192	2.825	0.39389	ت=0.738	298	0.126 غير دال
	فوق الجامعي	108	2.79	0.42046			
السن	من 20 الي 30	160	2.05	1.274	ت=4.502	298	0.012 دال
	من 31 الي 40	140	1.97	1.223			

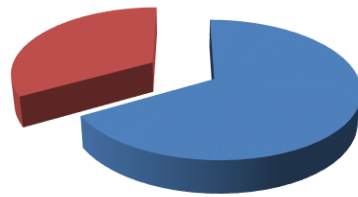
المقابلات المتعمقة

1- ماهية الوعي السياسي والحياة الحزبية والسياسية

أوضحت نتائج المقابلات أن مفهوم الوعي السياسي والحياة الحزبية والسياسية عند كلاً من شباب التنسيقية وقيادات الأحزاب في مجملها مفاهيم مرتبطة لا يمكن فصلها ولا حتى ترتيبها فقد يأتي الوعي السياسي بعد الإنشغال بالعمل الحزبي ومتابعة التفاصيل السياسية والإستفادة من التجارب الدولية، وقد يتم الإشتراك والإندماج في الحياة السياسية والحزبية نتاج وجود ثقافة سياسية ووعي مجتمعي.

وعرفت العينة الوعي السياسي بأنه "الإلمام بكل التفاصيل الخاصة بالسياسة والأحزاب والمجالس النيابية، كذلك الإطلاع الدائم أولويات الأمن القومي والأمن السياسي - وضرورة الإنخراط في الشارع والبحث في حياة المواطن ومدى اتساقها مع قرارات الدولة وتحركاتها"، وهذا التعريف أجمع عليه 6 من أصل 9 مفردة أي بنسبة 66.7%، وهما الدكتور عمرو عبد المجيد "أمين إعلام مركزية مستقبل وطن، ود/ نيفين نخلة رئيس لجنة خدمة المجتمع بمركزية حزب حماة وطن، وأ/ محسن عليوة الأمين العام للعمال حزب حماة وطن، وأ/ ريهام خيرى مساعد أمين لجنة الشباب بحزب المؤتمر، ود/ جيهان مديح رئيس حزب مصر أكتوبر، / احمد حمزة مساعد رئيس حزب المؤتمر، في حين أجمع 3 مبحوثين من أصل 9 مبحوث أي بنسبة 33.3% أن الوعي السياسي ما هو إلا مفهوم واسع يندرج تحت مظلة السياسة الداخلية والإقليمية والدولية بكل معاييرها"، وهما أ/ محمود عز، / طه محمد، / سها سعدالله أعضاء التنسيقية.

الوعي السياسي



■ الوعي السياسي داخلياً 66.7%
■ شمولية الوعي السياسي 33.3%

شكل (7) الوعي السياسي

2- دور الأحزاب السياسية " تثقيف الشباب – دعم النظام – عكس اهتمامات المواطن".

تُفيد نتائج المُقابلات المُتعمقة بأن جميع الأفراد (عينة الدراسة) ممن ينتمون للأحزاب أوللتنسيقية، أوضحوا أن الأحزاب السياسية لها دور فعال ومؤثر في الثلاثة محددات المتمثلين في "عكس اهتمامات وقضايا المواطن – تثقيف الشباب – دعم خطط الدولة في كل المجالات" بنسبة 100%، حيث جاءت إجاباتهم على النحو التالي:-

- د/ عمرو عبد المجيد: الأحزاب تحقق أهداف تخص المصلحة العامة للدولة من خلال اكتساب ثقة أكبر قدر ممكن من المواطنين بالاهتمام بمشاكلهم وقضاياهم ونقل نبض الشارع، وكذلك زيادة الوعي والثقافة السياسية وإمام المواطن بالمشكلات الداخلية للدولة وصولاً للتوعية بشأن خطط الدولة ودعمها حزبياً وشعبياً، وهذا ما اتفق مع رؤية أ/ سها سعيد ود/ جيهان مديح، مضيفين أن حل المشكلات للمواطنين تزيد ثقة المواطن في الأحزاب وتجعلهم يتبعون خطاهم ويقتنعون برؤيتهم وأفكارهم نحو قضايا الدولة.

- أ/ محسن عليوة: أدوار الأحزاب كثيرة وكلها تصب في إطار خدمة المجتمع وعمليات التنمية المختلفة به وتلبية احتياجات أفرادها، حسب الظروف والأزمات التي يمر بها هذا المجتمع والاحتياجات التي يسعى لإشباعها، وأغلب الأحزاب تهتم كثيراً بالدور المجتمعي.

- د/ نيفين نخلة: أكدت تصاعد إهتمام الأحزاب بالقضايا الوطنية وجعلت الأولوية للمواطن مؤكدة أن الأهم هو تلبية كثير من احتياجات الجماهير، وفتح الباب للتفاعل معهم في جميع القضايا المهمة، وتشجع على روح العطاء والانتماء وذلك بالتبعية سيضمن مصداقية الحزب وزيادة الإقبال عليه ويساعده في أداء دوره السياسي، وهذا ما اتفق مع رؤية أ/ ريهام خيرى وأ/ طه محمد مؤكدين أن العملية السياسية لن تحقق المرجو منها إلا بإقبال المواطنين خاصة الشباب لإنهم النسبة الأكبر.

- أ/ احمد حمزة: الدور المجتمعي للأحزاب قوامه الأول هو الإعلام حيث يستهدف إستقطاب الشباب للعمل الحزبي والسياسي وإدراكهم للمنظومة كاملة، وبالتالي ذلك لن يحدث إلا من خلال التوعية والتثقيف عبر وسائل الإعلام المختلفة، كذلك تسليط الضوء على تحركات وفاعليات الأحزاب تزيد من ثقله المجتمعي والسياسي، فيتردد اسمه في دائرة المواطنين، ويحقق دوره في الوسط

السياسي، كما ان وجود نماذج شبابية في الاحزاب وقيامهم بمبادرات ولقاءات شبابية يساهم في نشر الوعي والثقافة والتخلص من التجريف السياسي الذي حدث على مدار سنوات.

- / محمود عز "عضوالمكتب الإعلامي لوزارة التخطيط – عضوتنسيقية شباب الأحزاب: سياسة الأحزاب هي تحقيق مكاسب سياسية والآن أصبحت تلك المكاسب تتفق مع رؤى الدولة لذا في ليس بمعزل عن مبادرات الشباب التي تطلقها الدولة وسعيها في نشر الوعي والمعرفة لديهم وإشراكهم في العملية السياسية لذا تسعى مختلف الأحزاب لجذب الشباب، وتختلف طرق الجذب والتوعية لكنها تصب في نفس الهدف وتحققه بنسب تختلف باختلاف الأحزاب.

3- الخريطة الاعلامية للأحزاب وتقييمها خاصة بعد ثورتي يناير ويونيو.

اجمعت العينة البحثية أن الأحزاب السياسية دورها وفعاليتها اختلفت وتطورت كثيراً بعد ثورة 30 يونيو، بفضل دور الدولة في دعم الأحزاب وخلق حياة سياسية قوية:-

- أكد د/ عمرو أن الاحزاب خرجت من إطار الأوراق الدعائية إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأصبح لها إعلامها الخاص الذي من شأنه يبيث كل تحركاتها ونشاطها لحظة بلحظة، كما يتسنى له الوصول بشكل أسرع وأقوى للجمهور وإطلاق بياناته في أي وقت تزامناً مع الأحداث، وكان للثورات فضل كبير في قيام الأحزاب بدورها وقدرتها على إثبات مواقفها والتغلغ في الحياة السياسية بقرارات تأخذها الدولة في الاعتبار.

- د/ نيفين أضافت أن الأحزاب أصبح أكثر تلامس مع الشارع من خلال الانشطة المرتبطة بالجمهور، وكذلك قدرة الأحزاب على عمل دورات تدريبية وتثقيفة تربط المواطنين بالمسؤولين عبر علاقة تبادلية.

- أشار أ/ محمود عز أن الوزن السياسي للأحزاب أصبح اكثر قوة بعد ثورة يناير وأن الخريطة الحزبية تغيرت وأصبحت متسعة لأنواع وايدلوجيات مختلفة " ليبرالي / إسلامي /يساري"، وبالطبع تغيرت الخريطة الإعلامية واصبحت نشطة جداً لجذب الشباب وتسليط الضوء على اعمال الحزب،والذي من شأنه دعم متكامل لسياسة الدولة في أوقات الأزمات والظروف الحالكة التي تمر بها مصر.

- فيما أكد كلاً من أ/ سها، وأ/ محسن أنه برغم اختلاف الاحزاب وطريقتها الإعلامية إلا أن الحوار الوطني جعل هناك تقارب في الرسائل الإعلامية لأن الهدف الاسمي هو الدولة وإعلاء شأنها، لذا تتقارب وجهات النظر ومضامين الرسائل والأهم هوتكوين جبهة شبابية أكثر وعي وإدراك سياسياً.

- أما د/ جيهان مديح أكدت من خلال تجربتها الحزبية إن إعلام الأحزاب اصبح أكثر انفتاح

وحرية وقدرة على إيصال المعلومة وتبسيطها للجمهور لتنمية المشاركة السياسية، حيث الإيمان الكامل بأن بناء الدولة ينبع من المجتمع بمشاركة جميع طبقاته وفئاته.

- وأكدت / ريهام إن يونيو أحدثت تغييرًا جذريًا في الحياة الحزبية فوصل عدد الأحزاب لـ 105 حزب وعملت على اكتساب ثقة المواطنين والوصول للبرلمان، وذلك من خلال حل المشكلات والسعي لتتقيفهم من خلال عقد ندوات ومؤتمرات، وبث ذلك على الصفحات الرسمية للأحزاب للوصول لأكبر عدد من المواطنين.

4- مقترحات لتطوير دور صفحات الأحزاب في نشر الوعي السياسي ودعم الدولة.

تمحورت توصيات ومقترحات العينة البحثية في ضرورة استمرار فاعليات الأحزاب السياسية وتوسيع الدائرة الإعلامية والتحرك للإعلام المباشر جنباً إلى جنب مع الإعلام الإلكتروني، حيث أن التأثير على الجمهور يكون أقوى في الندوات والمناقشات المفتوحة، وجاءت المقترحات على النحو التالي:-

* ضرورة الربط بين إعلام الأحزاب وأولويات الأمن القومي، لدعم القرارات والإجراءات التي تتخذها القيادة السياسية للتصدي للأخطار التي تواجهها مصر في الداخل والخارج، لتحقيق صمود الجبهة الداخلية والاصطفاف الشبابي خلف القيادة السياسية.

* توحيد جهود الإعلام الحزبي لزيادة وعي الشباب السياسي من خلال زيادة الندوات والأنشطة وإختيار نماذج شبابية مؤثرة تبث فيديوهات عبر صفحات الأحزاب بمنتهى الوعي والإدراك، وأن تكون دائماً في اتجاه الرأي العام الواحد للدولة المصرية.

* فتح المجال لإعلام كل الأحزاب لأن التعددية تنوع وإثراء فكري وثقافي، بشرط عدم وجود سلطات موازية أو جماعات ضغط أو فصائل طائفية ذات مصالح خاصة بها.

* تفعيل دور الإعلام الثقافي للأحزاب في مواجهة الإعلام المضاد، عبر القيام بدور مجتمعي للرد على الشائعات التي تخص قضايا سياسية، ونشر التفاصيل والمعلومات الكاملة عن هذه القضايا.

* الانتقال إلى الإعلام المباشر عبر تنظيم قوافل ثقافية إبداعية لمختلف مناحي ومؤسسات الدولة، شأنها ترويجاً للأفكار التي تعزز قيم المجتمع سياسياً وأمنياً وفكرياً، وتحافظ على هوية المجتمع المصري، وكذلك نشر الوعي بأهمية العمل السياسي في مراكز الشباب والجامعات من أجل إعلاء مصلحة الوطنية والاستفادة من الكوادر البشرية.

مناقشة النتائج

ما بين " عينة الإستبيان وعينة المقابلات المتعمقة".

- يتضح من المقابلات المتعمقة إجماع العينة الحزبية والسياسية على إن الأحزاب أهم اولوياتها هي العمل لصالح المواطن والتطرق إلى مشكلاته وقضاياه والبحث في تقديم إحتياجاته، لجعل المواطن أكثر ثقة في الحزب، وهذا ما يختلف من وجهة نظر المبحوثين غير المنتمين لأحزاب حيث يؤكدون أن الأحزاب تعمل لمصالح سياسية ودولية أكثر من المواطن، وأن مستوى الثقة في الأحزاب نسبته 33% وضعف الثقة 26.7% وعدم الثقة 15.3%.
- يبدو من خلال إجابات عينة " المقابلات المتعمقة " تشابه الإجابات إلى حد ما، وإستخدام مصطلحات ومضامين متقاربة أشبه بسياق عام للكيانات الحزبية المختلفة، وربما ذلك بسبب ما طرح على الساحة السياسية مؤخرا "الحوار الوطني" الذي يتطلب التقارب في وجهات النظر وتقديم أطروحات للدولة، لكنه لا يختلف المنافسة الحزبية التي تصب في النهاية التسابق في خدمة المواطنين وتقديم فاعليات لصالحه.
- اتفاق رؤية عينة المقابلات المتعمقة حول انتعاش الحياة الحزبية بعد ثورتي يناير ويونيو، وهذا يتفق مع المبحوثين "الشباب" الذين أكدوا الاحزاب اثبتت فاعليتها بعد الثورتين بنسبة كبيرة 54.7% وبنسبة متوسطة 35.7%.
- برز من خلال اجابات عينة المقابلات مدى إهتمام الاحزاب بدعم الدولة أولاً في كل قراراتها وخططها وذلك نظراً للتحديات الحالية، وهوما اتفق مع نسب إجابات المبحوثين في اتجاهاتهم نحو دور الصفحات الحزبية، حيث في جملة "تدعم الدولة وقراراتها" جاءت النسبة متوسطة بنسبة 42.3% وكبيرة بنسبة 34%.
- أما ما لم يتفق مع العينة البحثية هو تعبير الاحزاب عن آرائهم، حيث أكد جميع أفراد المقابلات أن الحزب يهتم بالمواطنين لإنهم الناخبين من ناحية ولإنهم القوام الحزبي وكذلك اتساق مع رؤية الدولة لدعم الشباب أما إجابات الشباب حول جملة "اسهمت في التعبير عن آراء الجمهور" جاءت منخفضة بنسبة 44%، ومتوسطة بنسبة 21.7%.

مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

- أكدت "عينة المقابلات" أن الكتلة الشبابية هي الأكثر استهداف من قبل إعلام الاحزاب لإستقطابها للعمل السياسي عبر توعيتها وتنقيفها، وهذا يتفق مع دراسة "أحمد فاروق 2012" الذي يؤكد أن آراء الشباب قد تكون سبل لإرشادهم في القيادة والسياسة،

- كما تتفق مع رسالة "Patrick undende 2016" في ان صفحات الاحزاب خلقت و عي سياسي عام بالعملية الحزبية
- في اختبار الفروض تتفق الدراسة مع دراسة "حامد السعيد 2021" ودراسة "شيركوجبار 2011" في وجود علاقة ارتباطية دالة بين تعرض الشباب لحملات التوعية السياسية ووعيمهم بالقضايا السياسية، وتختلف مع دراسة " kikruno 2016"، في وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً للمؤهل الدراسي والتأثر بصفحات الاحزاب، بينما تتفق معها في الفروق طبقاً للنوع حيث إنها دالة احصائياً بمستوى معنوي.049.
 - اختلفت نتائج الدراسة مع نتائج دراسة "هدار خالد 2019" التي اكدت ان الشباب لا يهتم بالاحزاب ولا يتأثر بها، وهذا بسبب اختلاف العينة بين الشباب المصري والشباب الجزائري، في حين جاء الاتفاق نحو الدور الذي يلعبه اعلام الاحزاب في تشكيل الوعي السياسي والمعارف السياسية بالقضايا المختلفة.
 - تتفق نتائج المقابلات المتعمقة مع نتائج دراسة "فراج أمل 2021" التي خلصت لقوة دور الاحزاب السياسية بعد ثورة يناير 2011 و ثورة يونيو 2013م، كما اتفقت مع دراسة "عبد الحميد يونس 2021م، في وجود خلل في الاحزاب السياسية قبل ثورتها، في حين أشارت عينة المقابلات إلى وجود توافق بين الأحزاب للعمل لصالح الدولة وتجاوز الاختلافات الايدولوجية والتغلب على التحديات.
 - في حين اكدت الدراسة تغير جزبي يتضح بتحقق العديد من توصيات الدراسات السابقة، ومنها دراسة "خديجة ريفي 2022" التي اقترحت زيادة التفاعل مع الشباب عبر مواقع التواصل واللقاءات والندوات الحزبية، دراسة "حامد السعيد 2021" التي أوصت بضرورة اهتمام المؤسسات والاحزاب بتوظيف الاعلام الجديد لخدمة أهدافه، والوصول للمتابعين وقياس ردود أفعالهم.

مناقشة النتائج في ضوء النظرية البحثية

- نظرية الغرس الثقافي التي ترتبط بمدى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، طبقاً لنتائج الدراسة الميدانية يتضح نجاح صفحات الأحزاب السياسية في الغرس الثقافي لنسبة كبيرة من الشباب، حيث جاءت الآثار المعرفية للشباب متنوعة بين زيادة معرفة الشباب السياسية والمعلومات حول القضايا المختلفة " بوزن نسبي 78، وجاءت تفسير صفحات الاحزاب للقضايا المصرية وتقديم معلومات كافية حول المستجدات بوزن نسبي 64.8، فيما جاءت الآثار الوجدانية مؤكدة زيادة الحماس والفاعلية لدى الشباب وتحرك إيجابي إثر

تعرضهم للصفحات الحزبية والحصول على المعلومات، حيث جاء عدم الخوف من المشاركة السياسية وإبداء الرأي بوزن نسبي 68.3، وجاء التعاطف مع المسؤولين حيال الأزمات بوزن نسبي 64.3% متساوياً مع شعورهم بقدرة المسؤولين على حل الأزمات، وجاءت الآثار السلوكية تؤكد تغير سلوك الشباب تجاه القضايا والمسؤولين والمشاركة السياسية والرغبة في الانضمام لحزب إلى معيار إيجابي بوزن نسبي يتراوح من 86.8 إلى 72.3.

- أكدت نتائج المقابلات المتعمقة إدراك القوة الفاعلة في الأحزاب وتنسيقية شباب الأحزاب، للمسئولية الاجتماعية لإعلام الأحزاب، عبر التأكيد على بدور الصفحات الرسمية للأحزاب في نشر الوعي السياسي لدى الشباب وحثهم على المشاركة السياسية والقيام بدور فعال في المجتمع، وكذلك مسئولية تلك الصفحات تجاه تشكيل اتجاهات الشباب نحو رؤية وخطط الدولة المصرية، والتي أكدت العينة البحثية قدرة وفاعلية ونجاح الأحزاب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الأخرى للوصول إلى هدفه في تشكيل الوعي العام تجاه قضايا وخطط الدولة لإقناع الشباب وتشكيل الوعي السياسي الكافي لديهم، وكذلك حث الشباب على الانضمام للحزب أو تأييد أعضائه.

التوصيات

- ضرورة وجود بحوث مستقبلية لدراسة الخطابات الحزبية ومدى اتساقها مع رؤية الدولة، وكذلك دور أفعال الجمهور على تلك المنشورات على صفحات التواصل الاجتماعي لتأكيد مدى اهتمامها بقضايا المواطنين وشعور المواطنين بذلك.
- وضع خطط منهجية من القائمين على العمل السياسي لإشراك الكفاءات السياسية والإعلامية في الأحزاب ذات التأثير المتوسط والضعيف للوصول لحياة حزبية قوية.
- تكثيف الزيارات الميدانية للأحزاب في مختلف المناطق والتواصل بشكل دوري مع الشعب، وطرح مشكلاتهم على دوائر النقاش جنباً إلى جنب دعم خطط الدولة.
- وضع برامج تلبي حاجة المواطنين وتبني ثقافتهم ووعيهم السياسي بعيداً عن سياسة منهجية العقل الواحد دعم التفكير النقدي وبناء رؤى وأفكار مختلفة لكنها واعية.
- التوعية بإيجابيات وسلبيات التواصل الاجتماعي وإدراك مخاطره لتطوير التعامل وتوظيفه المواطنين والدولة ومصالح الحزب.
- توخي الحذر من وقوع العمل الحزبي، وكذلك صفحاته الإعلامية ما بين "الجزر المنعزلة" أو حالة "الانفلات الحزبي" التي يواجه فيها المواطن الكثير من التوجيهات والأفكار تصل إلي حد التشويش"،

ولا سياسة المؤسسة الواحدة"، التي تتضح بنسبة في إجابات مبحثين المقابلات المتعمقة، وحين طرح ذلك كانت الردود "ربما بسبب التقارب الفكري الناتج عن الحوار الوطني".

- ضرورة توثيق الصفحات الإلكترونية الرسمية للأحزاب، مثل "حماة وطن" و"مستقبل وطن"، حيث هناك صفحات كحزب الدستور، حزب الإصلاح الديمقراطي، حزب الإصلاح والتنمية جميعهم موثقين، وحين طرح ذلك التساؤل، أكد المبحثين إنهم بالفعل قائمين عليها لكن الأوراق المطلوبة من الأحزاب الكبيرة كثيرة للغاية.

الهوامش والمراجع

- 1- زيد عبد الحميد يونس ، الحراك السياسي الحزبي بعد ثورة يناير 2011م.: دراسة ميدانية لأثر توظيف المال السياسي في الأحزاب السياسية ، مجلة كلية آداب جامعة عين شمس ، مج49 ، ص1-51 ، أكتوبر 2021م
- 2- ياسر سليمان محمد ، دور الخطاب السياسي في تشكيل الرأي العام المصري "تحليل خطاب بعض الأحزاب السياسية نموذجاً" ، مجلة كلية الآداب والعلوم الانسانية ، جامعة قناة السويس- كلية الآداب والعلوم السياسية ، ع 38 ، ص 251-297 ، أكتوبر 2021.
- 3- فراج أمل حسن أحمد ، الأحزاب السياسية في المجتمع المصري: دراسة سوسيولوجية حول تصورات المصريين عقب ثورة 25 يناير ، مجلة البحث العلمي في الآداب ، جامعة عين شمس – كلية البنات للآداب والعلوم والتربية ، ع 22 ، ج 4 ، ص48-127 ، إبريل 2021م.
- 4- فتح الرحمن الطاهر عبد الرحمن ، الجذور التاريخية لنشأة الأحزاب السياسية السودانية ، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية ، المجلد السابع عشر ، العدد الأول ، ص 113-128 ، 2021م.
- 5- أسعد صالح الشمالان ، من الأيدلوجيا إلى الخطاب : دراسة في المقاربة ما بعد البنوية لمفهوم الخطاب السياسي ، معهد الأمير سعود الفيصل للدراسات الدبلوماسية ، الرياض ، المجلد 21 ، ع 2 ، إبريل 2020م.
- 6- حسن مروان ، الخطاب السياسي الحزبي وسائل التأثير ومظاهر التحول بعد دستور 2012 ، مجلة المركز الديمقراطي العربي ، برلين – ألمانيا ، ع 9 ، 2019م .
- 7- علياء محمد عبد الغني سالم ، ثقافة الحشد وآلياته في المجتمع المصري .دراسة مقارنة بين حزبي الوفد والنور بمحافظة السويس ، رسالة ماجستير غير منشورة ، 2017م
- 8- عمرو سمير سيد ، المشاركة السياسية لدى الشباب عقب ثورة يناير :دراسة ميدانية على الشباب العاملين بالقطاعين الحكومي والخاص ، 2016م.
- 9 -Akubo,A.Aduku, political parties and democratic consolidation in Nigeria's fourth republic, , European Centre for Research Training and Development UK,Nigeria, Global Journal of Political Science and Administration, Vol.2,No.3, pp.79-108, September 2014.
- 10 - (32 Christopher Anthony Sabatini, political parties and democratization in the time of economic crisis and reform: a case study of the radical and peronist parties in Argentina, 1983-1995, 2014
- 11- خديجة ريغي ، فلاق شبره صالح ، دور المنصات الإلكترونية في تشكيل الوعي السياسي للطلبة الجامعيين في الفضاء الافتراضي: دراسة ميدانية لتأثير الفيسبوك على عينة من طلبة الإعلام والاتصال في جامعة سيدي بلعباس ، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية ، مجلد 8 ، عدد 1 ، ص 285-306 ، 2022م.

