

**الاتصال المباشر في التسويق الاجتماعي
للقضية السكانية في مصر**

إعداد

الباحثة / منار حمدي حلمي دور

**باحثة بقسم علم الاجتماع
كلية الآداب- جامعة أسيوط**

المقدمة:

تعتبر العلاقة بين المنظومة الاعلامية ومنظومة القيم الاجتماعية والاخلاقية علاقة فاعلة ومتداخلة، على اعتبار أن وسائل الاعلام فى اى مجتمع هى والوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم، وبالتالي فهى تساهم فى خلق جانب كبير من الثقافة الاجتماعية وطريقة حياة اى شعب او اى مجموعة سكانية معينة.

فالاتصال كونه وظيفه اجتماعية مهمة ، الهدف منها تنظيم وتوجيه مجموع المعاملات الإنسانية التي تحدث فى المجتمع ، فإنه بات أيضا مهما فى المؤسسة مهما كان النشاط الذي تؤديه فى المجتمع من منطلق أنها وحدة اجتماعية تتكون من مجموعة أفراد تجمعهم علاقات العمل والتي تتطلب تنظيمها وتوجيهها وفق ما يخدم نشاط المؤسسة وهذا طبعا لا يتحقق إلا باستخدام عامل الاتصال كأداة للوصول إلى الغاية المطلوبة.

وقد اهتم فقهاء الاتصال بالوظائف الاجتماعية لوسائل الاعلام، وحاولوا تحديد ادوار تلك الوسائل ازاء المجتمع، ورصد نتائج وتأثيرات هذه الادوار، وباعتبار ان المشكلة السكانية قضية هامة تشغل الراى العام والسياسيين وذات تأثير قوى على كافة محاور المجتمع، لذا كان لا بد ان يكون للاعلام بصفة عامة والاتصال الشخصى بصفة خاصة دور حيوى وقوى فى التأثير على سلوكيات الافراد وتوجيههم من خلال زيادة وعيهم باهمية تنظيم الاسرة والاقبال على الحلول المناسبة للحد من خطورة هذه المشكلة لما لها من انعكاسات ومردود ايجابى على معدلات التنمية الاقتصادية فى مصر.

منار حمدى حلمى دور

الاتصال المباشر فى التسويق الاجتماعى
للقضية السكانية فى مصر

٧٢

لذا يحاول هذا البحث رصد دور الاتصال المباشر كاداه من ادوات الاعلام فى
التسويق الاجتماعى لقضية اجتماعية هامة كالمشكلة السكانية بالتطبيق
على جمهور من محافظة اسيوط بشقيه الحضر والريف

الاجراءات المنهجية :

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على دور الاتصال المباشر كشكل من أشكال الاتصال بأشكاله وأساليبه المختلفة في التسويق لمعالجة المشكلة السكانية.

أهمية الدراسة:

يرجع السبب في اختيار هذه الدراسة لما تمثله من أهمية على النحو التالي:
١) أهمية القضية السكانية لما تمثله من تحدى كبيراً لمسارات التنمية في مصر.

٢) أهمية دراسة أشكال الاتصال المختلفة وخاصة الاتصال المباشر ومعرفة مدى تأثيره على الأفراد في تشكيل الاتجاهات والأفكار والآراء.

٣) أهمية دراسة الرأي العام والتعرف على اتجاهاته نحو القضية السكانية.

٤) التعرف على مدى قدرة الاتصال المباشر على تغيير بعض العادات المجتمعية المتصلة بالقضية السكانية.

٥) التعرف على أشكال وأساليب الاتصال المتبعة في استخدام الاتصال المباشر.

٦) التعرف على دور الجهات المسؤولة عن التسويق للقضية السكانية والأساليب التي استخدمتها

٧) التوصل الى وضع استراتيجيية لمعالجة المشككلة السكانية من خلال الاتصال المباشر.

نظرية التسويق الاجتماعي :

تقوم على وجود حلقة وصل بين التسويق والمثل والمبادئ والأخلاقية في ممارسة الهيئات الربحية وغير الربحية معا، من خلال الممارسات التسويقية لا تعني فقط برفاهية المستهلكين وإنما بمصلحة المجتمع ورفاهيته وسلامته الكلية.

ويتميز مفهوم التسويق الاجتماعي عن أشكال الاتصالات بأنه يهتم بالتركيز على الجمهور المستهدف فجوهر مهمة التسويق تقوم على تحديد وتعريف احتياجات ومتطلبات الجمهور، شكل المنتجات، والخدمات المفضلة ليهم. وتتسم أهمية التسويق الاجتماعي في انه يتوجه إلى جماهير تتسم بالاختلاف والتنوع، ويتصدى لتغير في اتجاهات اجتماعية ترسخت عبر سنوات عديدة إلى جانب يستهدف للتأثير في معارف واتجاهات سلوك الأفراد مما يتطلب مجهودا كبيرا يتسم بالاستمرارية حيث يرفض الأفراد تغير أفكار وسلوكيات تشكل

معتقدات وأنماط اجتماعية اكتسبت قوة من قيم وعادات المجتمع (١).

نظرية التعلم الاجتماعي:

تفترض نظرية التعلم الاجتماعي أن عمليات التعلم هي المسؤولة عن تغيير الاتجاه، ويعد "دوب" ١٩٤٧ من أوائل الباحثين الذين قدموا نظرية التعلم، وقد

افتراض دوب أن هذه الاتجاهات هي استجابات غير مرئية يتم تعلمها وتغييرها، ومن خلال تطبيق مبدأ الثواب والعقاب، ومثلها في ذلك مثل جميع أنواع الاستجابات الأخرى، وتتغير الاتجاهات اعتمادا على تطبيق مبدأ الثواب والعقاب، يعنى إمكانية تطبيق مبدأ الارتباط الشرطي والكلاسيكي والوظيفي في عملية تغيير الاتجاهات ومن الجدير بالذكر في هذا الصدد أن اتجاهات الأفراد في هذا الصدد يمكن أن تتبدل وتتغير حتى وان لم يهدفوا ذلك وهم نادرا ما يسعون لذلك. ولكنهم عادة ما يتعرضون لمواقف ومعلومات تجعلهم يفكرون، ومن ثم تتغير مشاعرهم تجاه بعض الأشياء أو القضايا وبالتالي تتطور وتتغير اتجاهاتهم(٢):

أهداف الدراسة:

الهدف العام:

تقييم دور الاتصال المباشر فى التسويق الاجتماعى للمشكلة السكانية فى
مصر

من خلال دراسة ميدانية على الجمهور المحلى بمحافظة اسيوط بشقيه الريفى
والحضرى

الأهداف التفصيلية:

- ١- تحديد اهتمام الجمهور بالمشكلة السكانية فى المرحلة الراهنة.
 - ٢- معرفة اسباب اهتمام الجمهور او عدم الاهتمام بالمشكلة السكانية .
 - ٣- تحديد الاوزان النسبية ل أشكال الاتصال المباشر كأدوات تسويق
اجتماعى للمشكلة السكانية.
 - ٤- رصد تفضيلات الجمهور لاساليب الاتصال المباشر فى معالجة المشكلة
السكانية.
 - ٥- تحديد الوزن النسبى بدور القائم بالاتصال المباشر فى التسويق
الاجتماعى للمشكلة السكانية.
 - ٦- رصد صعوبات ومعوقات العملية الاتصالية فى التسويق الاجتماعى
للمشكلة السكانية.
- تساؤلات الدراسة:

ما مدى اهتمام الجمهور بالقضية السكانية فى المرحلة الراهنة؟

ماهى الاوزان النسبية ل اشكال الاتصال المباشر فى التأثير كأدوات تسويق
اجتماعى للقضية السكانية؟

ما هى فاعلية الاتصال المباشر فى التأثير على الجمهور ازاء المشكلة
السكانية؟

ما هى درجة تفضيل الجمهور لأساليب الاتصال المباشر فى التسويق للقضية
السكانية؟

ما هو حجم دور القائم بالاتصال المباشر فى التسويق للقضية السكانية؟
ماهى صعوبات ومعوقات العملية الاتصالية فى التسويق الاجتماعى للقضية
السكانية؟

نوع الدراسة والمناهج المستخدمة:

نوع الدراسة:-

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الميدانية التى لا تقف عند حد
جمع البيانات فحسب إنما تمتد إلى تصنيف هذه البيانات والحقائق التى يتم
جمعها فى استمارات الاستقصاء وتفسيرها تفسيراً شاملاً واستخلاص نتائج
ودلالات مفيدة منها.

المناهج المستخدمة:-

نوع الدراسة والمناهج المستخدمة:

نوع الدراسة:-

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الميدانية التي لا تقف عند حد جمع البيانات فحسب إنما تمتد إلى تصنيف هذه البيانات والحقائق التي يتم جمعها في استمارات الاستقصاء وتفسيرها تفسيراً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها.
المناهج المستخدمة:-

منهج المسح بالعينة بمستوياته الوصفى والتحليلي :-

سيتم استخدام منهج المسح بالعينة بمستوياته الوصفى والتحليلي وذلك باعتبار ان منهج المسح هو المنهج الملائم لهذه الدراسة، حيث يسمح بجمع المعلومات عندما تشتمل الدراسة على عينة كبيرة ومنتشرة بشكل يصعب معه الاتصال بمفرداتها وذلك للتعرف على السمات والخصائص الخاصة بعينة الدراسة بوصف حجمها وتركيبها وتصنيف الدوافع والحاجات التي تدفعها للتعرض إلى وسائل الإعلام.

المنهج المقارن:-

سوف يتم استخدام المنهج المقارن لرصد العلاقات المتبادلة بين المتغيرات الديموجرافية المختلفة التي أخذتها الدراسة في الاعتبار وهي (النوع - محل الإقامة - التعليم) في علاقتها بما يلي:-

التعرض لمضامين تخص القضية السكانية

دوافع التعرض لمضامين القضية السكانية

تفضيلات التعرض لوسائل الإعلام

تكامل الثقافة الخاصة بـ (تنظيم الأسرة - الصحة الإيجابية - الكثافة
السكانية)

مجتمع الدراسة:-

سوف يتم اختيار مفردات عينة الدراسة بطريقة عشوائية من قطاعي محافظة
أسيوط الريفي والحضري بحيث تتمثل بعض الخصائص الديموجرافية
للمجتمع من حيث المستويات التعليمية والتوزيع الجغرافي والفئات العمرية
والديانة وتبلغ عينة الدراسة (٤٠٠ مفردة).

منهج المسح بالعينة بمستوييه الوصفي والتحليلي :-

سيتم استخدام منهج المسح بالعينة بمستوييه الوصفي والتحليلي وذلك
باعتبار ان منهج المسح هو المنهج الملائم لهذه الدراسة، حيث يسمح بجمع
المعلومات عندما تشتمل الدراسة على عينة كبيرة ومنتشرة بشكل يصعب معه
الاتصال بمفرداتها وذلك للتعرف على السمات والخصائص الخاصة بعينة
الدراسة بوصف حجمها وتركيبها وتصنيف الدوافع والحاجات التي تدفعها
للتعرض إلى وسائل الإعلام.

المنهج المقارن:-

سوف يتم استخدام المنهج المقارن لرصد العلاقات المتبادلة بين المتغيرات الديموجرافية المختلفة التى أخذتها الدراسة فى الاعتبار وهى (النوع- محل الإقامة- التعليم) فى علاقتها بما يلى:-
التعرض لمضامين تخص القضية السكانية
دوافع التعرض لمضامين القضية السكانية
تكامل الثقافة الخاصة بـ (تنظيم الأسرة- الصحة الإيجابية-الكثافة السكانية)
مجتمع الدراسة:-

سوف يتم اختيار مفردات عينة الدراسة بطريقة عشوائية من قطاعي محافظة أسيوط الريفي والحضري بحيث تتمثل بعض الخصائص الديموجرافية للمجتمع من حيث المستويات التعليمية والتوزيع الجغرافي والفئات العمرية والديانة وتبلغ عينة الدراسة (٤٠٠ مفردة).

الاطار النظرى:

الاعلام السكانى فى مصر خلال القرن العشرين:
يبدأ وضع السياسة السكانية فى مصر منذ عام ١٩٦٢، حيث اعلنت الدولة موقفها الرسمى وقامت بطرح تنظيم الاسرة كأداة لمواجهة النمو السريع فى السكان. وقد بدأت الجهود الاعلامية فى هذه الآونة فى مجال السكان - وان كانت محدودة وغير مخططة - واعتمدت على مبادرات بعض الاعلاميين الذين تبنوا القضية.
وفى عام ١٩٧١ تم وضع البرنامج الاول للسكان وتنظيم الاسرة (١٩٧١-١٩٧٥) والذى تم تمويله من قبل صندوق الامم المتحدة للسكان (UNEP)، وقد تزامن

وضع هذا البرنامج مع تصاعد الاهتمام الاعلامى بالمشكلة السكانية وقضية تنظيم الاسرة، حيث تمثل احد اهداف البرنامج فى تطوير اساليب الاعلام والتعليم والاتصال لزيادة تقبل الافراد لنمط الاسرة الصغيرة (٣).

وقد صدرت اول وثيقة للسياسة القومية للسكان فى عام ١٩٧٣، وقد تضمنت تسعة ابعاد اساسية تهدف الى الاسراع بخفض النمو السكانى، جاء الاعلام والتوعية فى الترتيب الثامن من بين العديد من العوامل والابعاد الاخرى مثل: رفع المستوى الاجتماعى والاقتصادى للأسرة، تخفيض معدل وفيات الأطفال، الضمان الاجتماعى.... وغيرها. وعلى الرغم من أن هذه السياسة قد حددت أهدافا كمية لبعض هذه الأبعاد، إلا أن الاعلام لم يكن بينها.

وفى عام ١٩٧٥ تم تعجيل السياسة السكانية لتؤكد على ابعاد ثلاثة للمشكلة السكانية، وهى: النمو، التوزيع الجغرافى غير المتوازن، الخصائص المتدنية للسكان، وقد تزامن ذلك مع زيادة الاهتمام بالتنسيق بين الاعلام والتعليم والاتصال وتوجيههم نحو التوعية بالمشكلة السكانية وتفضيل نمط الاسرة الصغيرة من خلال الاذاعة والتلفزيون، بالإضافة الى تدريب القائمين بالاتصال وتزويد الاعلاميين بالبيانات الصحيحة عن اتجاهات الافراد نحو تنظيم الاسرة، وتأثير وسائل الاعلام فى هذا الاتجاه.

وفى عام ١٩٧٧ بدأ برنامج المشروعات الثانى لصندوق الامم المتحدة والسكان الذى استمر لمدة ٤ سنوات، واكد على أن احد اهداف الانشطة الاعلامية هو خلق مناخ افضل لانتشار وممارسة تنظيم الاسرة وشهد هذا البرنامج ظهور الوعى بالحاجة الى حزمة متكاملة من الانشطة فى مجال الاعلام وضرورة التنسيق بين هذه الأنشطة.

وقد تلا ذلك قيام وكالة التنمية الدولية الأمريكية فى عام ١٩٧٩ بتمويل مشروع "أسرة المستقبل" والذى أدى الى تصاعدا لاهتمام ببرامج الاعلام، حيث كان يهدف الى خلق الوعى والاهتمام بتنظيم الاسرة من خلال الاعلان فى الاذاعة والتليفزيون والصحف وفى نفس العام تم تنفيذ مشروع انشاء مركز الاعلام والتعليم والاتصال التابع للهيئة العامة للاستعلامات بتمويل من وكالة التنمية الدولية الامريكية بالتعاون مع وزارة الاعلام المصرية بهدف نشر الدعوة لتنظيم الأسرة والتصدي للمشكلة السكانية (٤)

وفى عام ١٩٨٣ تم توقيع برنامج المشروعات الاول لوكالة التنمية الدولية الامريكية، وقد تضمن أنشطة للاعلام والتعليم والاتصال عن طريق حملات اعلامية جماهيرية لبرامج تنظيم الاسرة والسكان بهدف زيادة الوعى العام بالحاجة الى تحديد حجم الاسرة والقضاء على المعارضة التي تواجه ممارسة تنظيم الأسرة، وذلك من خلال الاعلان عن مواقع تقديم خدمات تنظيم الاسرة من خلال وسائل الاعلام الجماهيرية المتاحة.

وقد جاء انشاء المجلس القومى للسكان عام ١٩٨٥ كنتيجة لتوصيات المؤتمر القومى للسكان والذى عقد عام ١٩٤٨ برئاسة السيد رئيس الجمهورية، وقام المجلس بوضع وثيقة السياسة القومية للسكان عام ١٩٨٦ والتي تضمن ١٠ اساليب مقترحة لتحقيق اهداف هذى السياسة (خفض معدل النمو السكانى، توزيع جغرافى فضل، الارتقاء بالخصائص السكانية)، وتمثل احد هذه الاساليب فى اعداد برنامج اعلامى يركز على الاتصال الشخصى.

وفى عام ١٩٨٩ قام صندوق الامم المتحدة للسكان بالتعاون مع منظمة اليونيسكو بتمويل مشروع برنامج "الاعلام والتعليم والاتصال السكانى" بهدف تعزيز القدرة التخطيطية والتنسيقية فى هذا الصدد وشرح الاستراتيجيات الاعلامية للعاملين فى مجال الاعلام السكانى، وتدريبهم بما يسهم فى تسهيل ادائهم لمهامهم، بالإضافة الى تصميم البرامج الاعلامية القومية وانشاء وحدة للاعلام السكانى بكل من المجلس القومى للسكان ووزارة الاعلام.

وبداية من اواخر التسعينيات فى القرن الماضى مع توقف التمويل الأجنبي سواء من صندوق الامم المتحدة للسكان او هيئة التنمية الدولية الامريكية بدا الاهتمام بالاعلام السكانى فى الهبوط تدريجيا حتى وصل الى مستوى غير مرضى (٥).

مداخل الاستراتيجيات الاعلامية فى مجال السكان خلال القرن العشرين فى مصر:
(٦)

شهد القرن العشرين حدوث تطور فى المداخل التى ركزت عليها السياسة
السكانية، ومن ثم الاستراتيجيات والبرامج الاعلامية المرتبطة بها، وفيما يلى
ملخص لمراحل تطور مداخل السياسة السكانية فى مصر:
١- المدخل الطبى:

تم الاعتماد على المدخل الطبى فى السياسة السكانية فى الستينيات والذى تم
فيه التركيز على اتاحة مراكز تقديم الددمة وتوفير وسائل تنظيم الاسرة
وتوفير مقدمى الخدمة الطبية، وانحصر دور الاعام فى هذه المرحلة فى
المساعدة على خلق الظروف المواتية لتقبل فكرة تنظيم الاسرة واستخدام
وسائلها.

٢- المدخل الاجتماعى والاقتصادى:

فى بديى السبعينيات من القرن الماضى تبنت السياسة السكانية القومية
للمدخل الاجتماعى والاقتصادى لمواجهة المشكلة السكانية، وشهدت هذه الفترة
اول اشارة لدور الاعلام فى هذا المجال، فقد ركز هذا المدخل على الدور
الفعال الذى يمكن ان تلعبه المتغيرات الاجتماعية الاقتصادية محددة بتسعة
عوامل هى: المستوى الاجتماعى والاقتصادى للأسرة، التعليم ورفع سن
العمالة الى ١٥ سنة حتى يتسنى للأطفال اتمام مرحلة التعليم الأساسى، تشغيل

المرأة، ميكنة الزراعة، تصنيع الريف، تخفض معدل وفيات الاطفال، الضمان الاجتماعى، الاعلام والتوعية، توفير الخدمات متضمنة خدمات تنظيم الأسرة. ٣- المدخل التنموى:

مع منتصف السبعينيات تطورت السياسة القومية وبدأت تأخذ بالمدخل التنموى لمواجهة المشكلة السكانية مع التركيز على دور الاعلام فى حل هذه القضية، وتضمن الاطار الاستراتيجى للبرنامج القومى لتنظيم الأسرة الذى تم اعلانه سنة ١٩٨٠ ثلاثة مجالات اساسية هي: الارتقاء بخدمات تنظيم الأسرة بصورة متكاملة مع الخدمات الصحية والاجتماعية، اعداد وتصميم برامج للتنمية الاجتماعية والاقتصادية على المستوى المحلى مما يؤدى الى زيادة ممارسة تنظيم الأسرة، الارتقاء ببرامج الاعلام والاتصال والتعليم ومناهج التربية السكانية التي تهدف الى تغيير السلوك الانجابى

يوضح اسباب اهتمام المبحوثين بالمشكلة السكانية طبقا لمتغيرات (السن-مستوى التعليم-محل الإقامة) (%)

تشير بيانات الجدول السابق الى:

عبر المبحوثون عن دوافع اهتمامهم بالمشكلة السكانية بدوافع متعددة جاء فى مقدمتها وفى الترتيب الاول (لاى اعانى من رغبة الاخرين فى انجاب المزيد من الأطفال) وبلغت نسبتهم ما يقرب من ربع العينة (٢٤.٥%) وفاقت الاثا الذكور فى ذلك وحقق الحاصلين الحاصلين على المؤهل الجامعى مقارنة بباقي

المؤهلات العلمية اكبر نسبة فى ذكر هذا السبب (١٧.١%) وكذلك تفوق الحضر على الريف بنسبة (١٤.٥%)

وجاء فى المركز الثانى دافع (الندوات واللقاءات التى حضرتها) بنسبة عامة

بلغت (١٧.٥%) ولم يفرق الذكور على الاثاث كثير حيث بلغت نسبة

الذكور (٩.٣%) بينما الاثاث (٨.٣%) وكانت اكبر فيما يتعلق بالمستوى لتعليمى

للحاصلين على مؤهل جامعى حيث بلغت نسبتهم (١١.٤%)، ولم يختلف الحضر

عن الريف كثيرا فقد حقق الحضر نسبة (٩.٣%) ينما الريف (٨.٣%).

وجاء فى الترتيب الثالث دافع (ارى انها سبب من اسباب مشكلات الصحة) بنسبة

فاقت ثمن العينة (١٥.٥%) وفاقا الاثاث الذكور فى ذكر هذا الدافع حيث سجل

الذكور (٤.١%) بينما الذكور (١١.٩%)، وفيما يتعلق بالمستوى التعليمى حقق ايضا

الجامعيين على اعلى نسبة (١١.٤%) مقارنة بباقى المستويات التعليمية، وتفوق

الحضر على الريف فى ذكر هذه المشكلة وبفارق كبير حيث كانت نسبة

الحضر (١١.٤%) مقارنة بالريف (٤.١%).

وجاء فى ذيل القائمة دافع (لاى ارى انها سبب من اسباب مشكلات المرور) حيث

بلغ الاجمالى (٠.٥%) مما يشير الى وجود عدم احساس المبحوثين بالمشاكل

التي تسببها الزيادة السكانية وفيما يخص المتغيرات كان هذا ما ذكرته الاثاث

بنفس النسبة (٠.٥%) والحاصلين على اقل من ثانوية عامة وما يعادلها

بنسبة (٠.٥%) والحضر (٠.٥%).

جدول رقم (٢)

تشير بيانات الجدول السابق الى تباين نسب تفضيل المبحوثين لوسائل الاتصال التى اقتنعهم عند عرض المشكلة السكانية حيث نجد: جاءت الخطب الدينية فى المركز الاول بنسبة ثلث العينة (٢٠.٤%) بشكل عام ولم يختلف الذكور كثيرا عن الاناث فى ذلك فبلغت نسبة الذكور (٩.٥%) مقارنة بالاناث (١١%) وحقق الجامعيون اكبر نسبة فيما يتفق بمتغير المستوى لتعليمى (١٤.٦%) اى مايفوق ثمن العينة ولم يختلف الريف كثيرا عن الحضر فى ذلك فقد بلغت نسب الحضر (١١%) مقارنة بالريف (٩.٥%) وجاء فى المركز الثانى مصدر زيارة الرندات الريفيات فى المنازل بنسبة بلغت (١٩%)، ولم تختلف الاناث ع الذكور فتساوت النسب تقريبا فالذكور نسبة (٨.١%) والاناث (٨.٩%) وسجل الجامعيون اكبر نسبة فى المستوى التعليمى (١٠%) وسجل الريف نسبة اعلى من الحضر بلغت (١٠.٦%) لى للريف مقارنة بالحضر (١٠.٦%)

وتقاربت كلا من المصادر الاخرى بفوارق بسيطة لا تذكر وتأتى فى المرتبة الاخيرة وفى ذيل القائمة الاعلانات المعلقة فى الشوارع بنسبة بلغت (٣.٧%).

جدول رقم (٣) يوضح نسبة تغير وجهة نظر المبحوثي تجاه لقضية السكانية بعد تعرضهم لمضامين تدور حولها

تشير بيانات الجدول السابق الى ارتفاع نسبة المبحوثين الذين تغيرت وجهات نظرهم بشكل عام بنسبة فاقت نصف العينة (٩٥.٥%) وكان الاناث اكثر اقتناعا من الذكور حيث بلغت نسبتهم (٣٢%) مقارنة بالذكور (٢٧.٥%) وسجل المستوى التعليمى اكبر

نسبة عن باقى المستويات التعليمية الاخرى حيث بلغت (٣٩.٥%)، وتفوق الرخصر عن الريف بنسبة ليست كبيرة حيث بلغ نسبة (٣١%) مقارنة بالحضر (٢٨.٥%). وجاء فى المركز الثانى ايضا من تغيرت وجهة نظرهم بنسبة بلغت (١٩%) اى ما يقرب من ثلث العينة وكانت الاناث ايضا اكثر ايجابيه من الذكور فى ذلك وكذلك المستوى الجامعى حقق اعلى مستوى من بينهم المستويات التعليمية الاخرى فيما جاء الحضر متفوقا عن الريف

واشارت النتائج الى ان المركز الثالث والاخير كان من نصيب الذين لم تتغير وجهة نظرهم فى بنسبة تجاوزت ثلث العينة (٢١.٥%) و اشار متغير النوع الى ارتفاع نسبة الاناث عن الذكور فى عدم الاقناع ثم وبالمثل فى المستوى التعليمى كان الجامعيون هما اعلى نسبة ثم فى محل الاقامة جاء الحضر اعلى من الريف. جدول رقم (٤) يوضح نسبة تغير وجهة نظر المبحوثين تجاه المشكلة السكانية بعد تعرضهم لمضامين خاصة بها

جاء فى المركز الاول عنصر (زادت قناعتى بضرورة تنظيم الاسرة) بوجه عام وبنسبة بلغت (٣٧.٥%) وتفوقت الاناث على الذكور فى هذا الاقتناع حيث بلغت نسبته الاناث (٢٢%) مقارنة بالذكور (١٥.٧%) وجاءت اكبر نسبة للجامعيين فى متغير المستوى التعليمى بنسبة بلغت ربع العينة (٢٥.٨%) وزادت قناعة الريف عن الحضر بنسبة فاقت ثمن العينة واقتربت من ربع العينة فسجل الريف (٢٠.٨%) والحضر (١٧%).

وجاء فى المركز الثانى الاقتناع بان (لدينا سوء توزيع للسكان وليس زيادة سكانية) بنسبة بلغت (٣٠.٤%) وجاء نسبة الاناث اكثر اقتناعا بهذا الامر عن الذكور حيث بلغت نسبة الاناث (١٦.٤%) مقارنة بالذكور (١٣.٨%) وفيما يتعلق بالمستوى التعليمى رصد الجدول اكبر نسبة للحاصلين على مؤهل جامعى بنسبة بلغت (٢١.٤%) فيما بلغ نسبة الريف (١٦.٤%) والحضر (١٣.٨%) ويكاد يتساوى معها فى المركز الثانى الاقتناع (ارى ان الزيادة السكانية يمكن استغلالها بشكل افضل بنسبة بلغت (٢٩%) وجاءت اخر نسبة وفى ذيل القائمة الاقتناع بعدم تنظيم الاسرة بنسبة اجمالية بلغت (٣%).

خلاصة البحث

خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج هى كالاتى:

١- وجود قصور فى التوعية بالمشكلة السكانية عن طريق الاتصال المباشر حيث حققت وسائل الاتصال الجماهيرية نسبة اعلى منه على الرغم انه جاء الاتصال المباشر بعد التليفزيون مباشرة.

٢- عدم الاهتمام بتوعية الذكور حيث ان جميع متغيرات النوع اشارت الى ان الذكور هم الفئة الاقل فى الاهتمام بابعاد المشكلة السكانية اقل تعرضا لمضامينها وان الاناث اكثر تجاوبا فى الاهتمام والاقتناع بحل المشكلة وبما اننا نعيش فى مجتمع يغلبه الطابع الذكوى فينبغى توجيه الرسالة الاتصالية اكثر بفئة الذكور والاهتمام بها.

٣- ان المستويات التعليمية الاقل من الجامعى دائما ليس لديهم وعى بالمشكلة السكانية وابعادها وكانت نسبة تعرضهم وتأثرهم قليلة جدا مقارنة بالجامعيين بل يفضلون انجاب الذكور والتمسك بالعادات والتقاليد دون وعى ان ذلك من اهم اسباب المشكلة السكانية

٤- ان يجب التركيز فى توجيه الرسالة الاتصالية للريف حيث انه يمثل نسبة كبيرة من حجم سكان مصر بلوحسب الدراسة كانت النسبة الاقل دائما من نصيب الريف فى كافة النتائج والرغبة فى عدم التعرض للمضامين الخاصة بالمشكلة والوعى بالابعاد المختلفة لها من مشكلات صحة ومرور واسكان وتعليم

مراجع البحث

(١) كريمان فريد: "المسئولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعى" دار النهضة العربية
ط ١ ٢٠٠٦ ص ٢٩

(٢) شيماء ذو الفقار زغيب: "تظريات فى تشكيل اتجاهات الرأى العام"، الدار المصرية
البنانية ط ١ ٢٠٠٤ ص ٢٥

(٣) تحليل الاداء الاعلام السكاني تجاه القضايا الصحية الانجابية وتنظيم الأسرة،

تقرير مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، جمهورية مصر العربية، اغسطس ٢٠٠٨

SAS Institute Inc., Selecting Statistical Techniques for (٤)

٢٠٠٠٨ Social Data: A Guide for SAS Users, NC'USA

(٥) المجلس القومى للسكان، "الخطة الاستراتيجية القومية للسكان فى
مصر (٢٠٠٧-٢٠١٢)، القاهرة، ٢٠٠٧.

(٦) مصطفى ربيع، هند سمير، "تقييم أثر الوسائل الاعلامية على

الوعى والاتجاهات الانجابية فى مصر"، ورقة بحثية قدمت فى

الدورة الرابعة لاستطلاع رأى "اتجاه امواطنين نحو القضية

السكانية والرسائل الاعمية الخاصة بها"، مركز استطلاع الرأى

العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، رئاسة مجلى الوزراء،

مصر، اكتوبر ٢٠١٠.