

# منظور النخبة الإعلامية والأكاديمية والدينية لدور القنوات المرئية والمنصات الرقمية المصرية في بناء الوعي الجمعي تجاه القضية السكانية وفق رؤية مصر ٢٠٣٠

أ.م.د. إنجي أبو العز \*

## ملخص الدراسة:

تعتبر القضية السكانية من أهم القضايا التي تواجه مصر في الوقت الحالي، حيث تؤثر بشكل كبير على التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. وفي إطار رؤية مصر ٢٠٣٠، تسعى الدولة إلى تحقيق التوازن بين النمو السكاني والنمو الاقتصادي، من خلال تقليل معدلات الزيادة السكانية وتحسين جودة الحياة للمواطنين. وفي هذا السياق، تلعب القنوات التلفزيونية المرئية والمنصات الرقمية المصرية دوراً مهماً في بناء الوعي الجمعي تجاه القضية السكانية، وذلك من خلال تقديم البرامج والمحتوى الإعلامي الذي يتناول هذه القضية بمختلف جوانبها.

ويعد "الوعي الجمعي" مصطلحاً يستخدم لوصف مجموعة من المعتقدات والقيم والأفكار التي تشترك فيها ثقافة أو مجتمع معين. فهذا المفهوم، الذي أسسه العالم الاجتماعي الفرنسي إميل دوركهايم، يشير إلى كيفية تأثير الصفات الجماعية للمجتمع على تصرفات وأفكار الأفراد. يُعتبر الوعي الجمعي غير متجسد ولا يمكن قياسه بشكل مباشر، لكن تأثيره يمكن ملاحظته في النظم الاجتماعية والثقافية، والسلوكيات، وحتى في القوانين والسياسات العامة. فالوعي الجمعي يتشكل ويتطور من خلال عمليات مختلفة بما في ذلك الإعلام، الدين، التعليم، والتقاليد، والمؤسسات الدينية، على سبيل المثال، لها دور محوري في كيفية إعادة تشكيل وتأكيد القيم الأساسية ضمن المجتمع. ويمكن للإعلام أن يعكس ويؤثر في الوعي الجمعي من خلال ترويج الأفكار والمواضيع التي تساعد على تشكيل الرأي العام. من ناحية أخرى، يُستخدم مفهوم الوعي الجمعي في دراسة الظواهر مثل الانتشار السريع للمعلومات والاتجاهات في عصر وسائل التواصل الاجتماعي. كما يمكن دراسة تأثيره على ظواهر مثل "ديناميكية الحشود" وكيف يمكن أن تؤدي تصورات الجماعة إلى تعبيرات وتصرفات متنسقة. وفي هذا الإطار، تم في تلك الدراسة عقد مجموعة نقاش بؤرية مركزة بين مجموعة

\* أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام- جامعة بني سويف

من خبراء الإعلام والأكاديميين المعنيين بالدراسات الإعلامية والسكانية، لمناقشة رؤاهم حول دور القنوات المرئية والمنصات الرقمية المصرية في بناء الوعي الجمعي تجاه القضية السكانية وفق رؤية مصر ٢٠٣٠، وأشارت النتائج إلى ضرورة توحيد جهود الوزارات المختلفة مع وسائل الإعلام المرئية والرقمية في نشر التوعية بأخطار الزيادة السكانية على التنمية في مصر، مع تبسيط للمحتوى المرئي ليناسب كافة شرائح المجتمع، وضرورة توحيد المفاهيم المستخدمة داخل وسائل الإعلام عن طريق إعداد برامج تدريبية لكافة الصحفيين والإعلاميين للتعامل مع القضايا السكانية بمختلف أبعادها.

**الكلمات المفتاحية:** نموذج بناء الوعي الجمعي، الزيادة السكانية، التنمية المستدامة، البرامج الإعلامية، شبكات التواصل الاجتماعي.

## Perceptions of the Elite Media, Academic, and Religious Figures on the Role of Egyptian Visual Channels and Digital Platforms in Building Collective Awareness of the Population Issue According to Egypt Vision 2030

Dr. Engi Abou El-Ezz \*

### Abstract:

The population issue is one of the most important issues facing Egypt today, as it greatly affects economic, social, and political development. Within the framework of Egypt's Vision 2030, the state seeks to achieve a balance between population growth and economic growth, by reducing population growth rates and improving the quality of life for citizens. In this context, Egyptian television channels and digital platforms play an important role in building collective awareness towards the population issue, by presenting programs and media content that address this issue from various angles.

"Collective consciousness" is a term used to describe a set of beliefs, values, and ideas that are shared by a particular culture or society. This concept, founded by the French sociologist Émile Durkheim, refers to how the collective characteristics of society affect the actions and thoughts of individuals. Collective consciousness is considered intangible and cannot be directly measured, but its impact can be observed in social and cultural systems, behaviours, and even in laws and public policies.

Collective consciousness is shaped and developed through

---

\* Associated Professor of Broadcasting and Television, Vice Dean for Graduate Studies and Research Faculty of Mass Communication, Beni-Suef University

various processes including media, religion, education, and traditions, and religious institutions, for example, have a central role in how to reshape and reaffirm core values within society. Media can reflect and influence collective consciousness by promoting ideas and topics that help shape public opinion.

In this context, a series of focus group discussions were held with a group of media experts and academics concerned with media and population studies to discuss their visions on the role of Egyptian visual channels and digital platforms in building collective awareness towards the population issue according to Egypt's Vision 2030. The results indicated the need to unify the efforts of different ministries with visual and digital media in spreading awareness about the dangers of population growth on development in Egypt, simplifying visual content to suit all segments of society, and the need to unify the concepts used within the media by preparing training programs for all journalists and media professionals to deal with population issues in all their dimensions.

**Keywords:** Collective awareness building model - Population growth - Sustainable development - Media programs - Social media networks

#### مقدمة:

تعد القضية السكانية من أهم القضايا التي تواجه مصر في الوقت الراهن، حيث تؤثر بشكل كبير على التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، حيث تُعرف المشكلة السكانية بأنها عدم التوازن بين عدد السكان والموارد والخدمات المتاحة في الدولة، وتعد مصر من الدول التي تعاني من مشكلة الزيادة السكانية الكبيرة، حيث ارتفع عدد سكانها من ٢.٥ مليون نسمة في عام ١٨٠٠ إلى حوالي ١٠٦ مليون نسمة عام ٢٠٢٤ وفقاً للساعة السكانية التابعة للجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء؛ مما أثار على الخدمات والبنية التحتية للدولة، وتسبب في صعوبة تحقيق التنمية بشكل فعال، حيث أشارت نتائج بعض الدراسات أهمية اقتراح طرق فعالة تمكن الدولة من استثمار المورد البشري في ضوء رؤية مصر 2030، وتوحيد جهود الدولة من جهات حكومة ومجتمع مدني؛ لتوعية وتنمية الأسرة المصرية من خلال اتباع رؤية الدولة وتوجهات السيد رئيس الجمهورية عبد الفتاح السيسي، وإنشاء مدن جديدة مثل: العالمين الجديدة،

والعاصمة الإدارية؛ تستوعب تلك الزيادة الرهيبة، وتقلل من التكدسات في المدن وخصوصا القاهرة.

ويعد الإعلام بمخلف أنواعه أداة تواصل قوية يمكن أن تعزز التغيير الاجتماعي الإيجابي وتسلط الضوء على القضايا المهمة، ويعمل على تثقيف أفراد المجتمع، ويرفع الوعي بالقضايا الاجتماعية مثل: الفقر، والعنف، ويسمح بتبادل الأفكار. وهو الأمر الذي أكدت عليه العديد من الدراسات بأهمية وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في إبلاغ المجتمع وتعزيز الروابط المجتمعية وخلق رأي عام ووعي بطريقة فعالة. الشهرى، هند. (٢٠١٩).

وفي هذا السياق، لا بد أن تقوم القنوات التليفزيونية والمنصات الرقمية المصرية بدور مهم في بناء الوعي الجمعي للجمهور المصري تجاه القضية السكانية، وذلك من خلال تقديم البرامج والمحتوى الإعلامي الذي يتناول هذه القضية بمختلف جوانبها. وهو الأمر الذي سنتناوله هذه الدراسة، من حيث التعرف على رؤى الخبراء من الإعلاميين والأكاديميين المعنيين بالدراسات السكانية والقضايا المجتمعية، في دور الإعلام المرئي الرقمي في بناء الوعي الجمعي تجاه قضية الزيادة السكانية في إطار رؤية مصر ٢٠٢٣.

#### الدراسات السابقة:

تم الرجوع للعديد من الدراسات الأجنبية والعربية التي تناولت موضوعات تخص دور الإعلام في بناء وتشكيل الوعي بالقضايا المستدامة وأهداف التنمية ورؤية مصر ٢٠٣٠، حيث تتناول هذه الدراسات بشكل أساسي قدرة وسائل الإعلام، سواء أكانت تقليدية أم حديثة، على تشكيل الرأي العام والتأثير على سلوك الأفراد تجاه قضايا مجتمعية مختلفة. وذلك على النحو التالي:

#### أ. دور الإعلام في بناء وتشكيل الوعي الاجتماعي العام:

هدفت دراسة **Bin Jwain, (2020)** و دراسة **Mayo, Sherry, (2018)** إلى التركيز على أهمية وسائل الإعلام كأدوات فعالة لرفع الوعي الاجتماعي وتثقيف وتمكين المستخدمين، ليصبحوا مواطنين أكثر فاعلية من خلال زيادة المشاركة المجتمعية، ففي دراسة **Bin Jwain, (2020)** تم جمع البيانات من خلال مقابلات فردية مع ٢٥ طالباً أمريكياً في جامعة جنوب إلينوي، وأظهرت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يحسن حياة الناس، بالإضافة إلى ذلك، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تخلق منصة لأصوات المواطنين ليتم سماعها ويمكن أن يكون لها تأثير إيجابي على حياتهم. وهو الأمر الذي اتفقت فيه مع نتائج دراسة **Mayo, Sherry, (2018)** حيث أشار أنه في القرن العشرين، كانت وسائل الإعلام الحديثة تشبه مصنعاً ينتج الثقافة ويوزعها على الجماهير من خلال الراديو والتلفزيون والصحف، حيث كانت هذه الأشكال الفنية تُعاد إنتاجها بشكل متكرر، لكنها كانت

منفصلة عن الطقوس والأصالة، بينما في القرن الحادي والعشرين، شهدت وسائل الإعلام تحولاً نحو "وعي اجتماعي" حيث أصبحت الجماهير أكثر نشاطاً في توليد ومشاركة المحتوى، وأصبح التواصل والتعاون أكثر سهولة. وقد ساعدت تقنيات الويب ٢.٠ في هذا التحول، حيث سمحت للناس بإنشاء محتوى خاص بهم ومشاركة أفكارهم مع الآخرين.

وعلى صعيد الدراسات العربية، أشارت دراسات مثل الشحري، سامح، (٢٠٢٢)، وعثمان، نظمية، (٢٠٢٢)، والحزامي، نوف، (٢٠٢١)، وعرعور، مليكة، وحميدي، سامية، (٢٠١٦)، إلى الدور الحيوي لوسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي والمجتمعي، فقد أظهرت تلك الدراسات أن وسائل الإعلام، سواء التقليدية أو الحديثة، تؤثر بشكل كبير في فهم الجمهور للقضايا المختلفة، مثل المشروعات الزراعية، البيئة، والإرهاب. ومع ذلك، كشفت هذه الدراسات أيضاً عن وجود فجوات في تغطية هذه القضايا، ودعت إلى ضرورة تطوير محتوى الإعلام ليكون أكثر دقة وجاذبية، مع التركيز على الاستفادة من إمكانات وسائل التواصل الاجتماعي. وتؤكد هذه الدراسات على أهمية الإعلام في توجيه الرأي العام ودعم التنمية المستدامة. فقد أشارت دراسة الشحري، (٢٠٢٢) إلى تقييم دور وسائل الإعلام، سواء التقليدية أو الحديثة، في تنمية الوعي بالمشروعات الزراعية التي تُنفذ في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠، وذلك لدى عينة من النخبة المصرية، بالاعتماد على منهج المسح، على عينة من ١٠٠ فرد يمثلون النخبة الزراعية المصرية، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها، تصدرت شبكات التواصل الاجتماعي قائمة وسائل الإعلام التي يحرص غالبية النخبة الزراعية على متابعتها، تليها مواقع الصحف على الإنترنت والمواقع الإخبارية الإلكترونية، ثم الصحف المطبوعة، وأخيراً القنوات التلفزيونية. واعتبرت النخبة الزراعية أن "وسائل الإعلام الحديثة" تفوقت على "وسائل الإعلام التقليدية" في تقديم خدمة توعية بالمشروعات الزراعية وفقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠، كما أكدت الدراسة إلى الحاجة إلى مزيد من البحوث لدراسة دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بقضايا أخرى ذات صلة بالتنمية المستدامة في مصر. وفي نفس السياق، بحثت دراسة عثمان، (٢٠٢٢)، في دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى المجتمع اليمني، بالتطبيق الاستمراري على عينة مكونة من ٢٠٠ فرد. وجاءت أبرز نتائج الدراسة إلى: وجود قصور بنسبة (٥٥%) في دور الإعلام اليمني بمختلف وسائله في جهود التوعية البيئي، وضعف الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني المتعلق بحماية البيئة، وحول توصيات الدراسة، أشارت إلى ضرورة تفعيل دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، والتركيز على القضايا البيئية في التغطية الإعلامية، وتخصيص برامج إعلامية للتوعية البيئية، وتوعية الجمهور بأهمية حماية البيئة. بينما تناولت دراسة الحزامي، (٢٠٢١)، تحليل ظاهرة الوعي الجمعي، كحالة عقلية للأفراد، ومدى وجود علاقة بينها وبين سمات مواقع التواصل الاجتماعي، بتطبيق المنهج الاستقرائي عبر مراجعة الأدبيات السابقة حول الوعي الجمعي وتحليلاتها، والخروج

بتساؤلات وفرضيات يمكن قياسها فيما بعد، حول مواقع التواصل الاجتماعي كونها بيئة محفزة للوعي الجمعي للمستخدمين. وأشارت النتائج أن وسائل الإعلام تؤثر في فهم الجمهور للواقع بشكل كبير؛ لأنها تخبرهم بما هو واقعي وما غير واقعي. وفي نفس الإطار، أشارت دراسة **عرعور، وحميدي، (٢٠١٦)** أن الإعلام يُزوّد الإنسان بالحقائق والمعلومات التي تُشكّل الوعي الاجتماعي، والذي يعرف على أنه آلية تُنظّم سلوك أفراد المجتمع، ولذلك تسعى الأنظمة السياسية والاقتصادية إلى تشكيله من أجل توجيه الأفراد والسيطرة على الشعوب، ممّا يُؤثر على سلوكه وتفاعله مع المجتمع. وأشارت الدراسة أن للوعي الاجتماعي دورًا هامًا في مواجهة الإرهاب، من خلال دعم المجتمع وفعالياته وتوجيه التغيير الاجتماعي وحماية المجتمع ومؤسساته. وأكدت النتائج على أن الإعلام أداة قوية يمكن استخدامها في نشر الوعي بمخاطر الإرهاب وحشد الجهود لمحاربه.

بينما تسلط دراسات كل من؛ **الشهري، هند، (٢٠١٩)**، و**دراسة القوس، (٢٠١٨)**، و**سوالقة، رولا، الرواشدة، ميساء. (٢٠٢٠)**، **جلال، أشرف، (٢٠٢٣)**، و **Chouhan, Vasita, & Goswami (2020)**، الضوء على الدور المحوري لوسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي، لا سيما لدى الشباب، ففي دراسة أجريت على طلاب المرحلة الثانوية في مدينة أبها بالسعودية، وجدت **الشهري (٢٠١٩)** أن الطلاب والطالبات يرون في هذه الوسائل أداة فعالة لتوفير المعلومات وتسهيل المشاركة في الأعمال التطوعية، وبالمثل، أكدت دراسة **القوس (٢٠١٨)** على أهمية "واتس آب" في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي، وأنهم يتفاعلون بشكل كبير مع "الأحداث السياسية والإخبارية" و "القضايا الاجتماعية" و "القضايا الصحية"، وتوصي الدراسة بضرورة إيجاد برامج هادفة على مواقع التواصل الاجتماعي تناسب عمر الشباب وتهدف إلى تنمية الوعي الاجتماعي، بالإضافة إلى وضع آلية واضحة من قبل أجهزة الدولة للوقاية من أخطار ومهددات مواقع التواصل الاجتماعي. وفي سياق متصل، أظهرت دراسة **سوالقة والرواشدة (٢٠٢٠)** أن المشاركة عبر وسائل الإعلام الإلكترونية تساهم في زيادة الوعي الاجتماعي لدى طلاب الجامعات الأردنية، وتسهم أيضا في تحقيق التكيف الاجتماعي. كما سلطت دراسة **جلال (٢٠٢٣)** الضوء على دور وسائل التواصل الاجتماعي في توفير معلومات موثوقة خلال جائحة كورونا، حيث أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة قوية بين استخدام هذه الوسائل ومستوى الوعي بالجائحة، كما جاءت أهم النتائج لتؤكد وجود ارتباط قوي بين مستوى المعرفة بالفيروس ومستوى الوعي به، بالإضافة إلى وجود ارتباط بين مستوى الوعي والثقة في مواقع التواصل كمصدر للمعلومات التي يمكن الاعتماد عليها، وكذلك وجود ارتباط بين مستوى الاعتماد على مواقع التواصل وسلوك الجمهور تجاه اتباع الإجراءات الاحترازية.

وتتماشى هذه النتائج مع دراسة **Chouhan** وزملاؤه (٢٠٢٠) التي أكدت على دور وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في بناء الوعي الاجتماعي حول فيروس كوفيد-١٩، حيث هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير الوعي الأمني في الهند، من خلال توظيف منهجية كمية باستخدام مواقع متعددة من وسائل التواصل الاجتماعي لجمع البيانات من خلال استبيانات Google Docs، حيث تم استطلاع آراء ١٦٠٠ مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي، وتم استخدام نموذج تحليل التأثير البنوي (SEM) لتقييم الدراسة والتأكد من صحتها. وأظهرت النتائج الرئيسية تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الصحي العام خلال فترة الجائحة، كما أظهرت أن معرفة الجمهور بالصحة العامة وتحسين السلوكيات المتعلقة بالصحة العامة قد تأثرت بشكل كبير بهذه الوسائل، إضافة إلى ذلك، يمكن أن يكون لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي على فهم الجمهور للصحة العامة وتحسين السلوكيات والأمن العام والوعي الجمعي. ومع ذلك، حذرت الدراسة من انتشار الأخبار المزيفة والشائعات التي يمكن أن تؤثر سلباً على الوعي العام.

#### **ب. العلاقة بين اللغة الإعلامية وتشكيل الوعي في العصر الرقمي:**

أشارت العديد من الدراسات أن العصر الحالي يشهد تداخلاً معقداً لعوامل تؤثر على تشكيل وعي الأفراد، حيث تلعب اللغة المستخدمة في الإعلام دوراً محورياً في هذا السياق، ففي ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية، أصبحت اللغة أداة قوية لتشكيل الرأي العام وبناء المعرفة، حيث أشارت دراسات متعددة، منها دراسة **Yassin, Sojood and Ali, Asem.** (2022)، (2021) إلى أن اللغة المستخدمة في الإعلام تلعب دوراً حيوياً في جذب الانتباه وتشكيل الوعي الجمعي؛ فالإعلام، بوصفه المصدر الرئيسي للمعلومات، يؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على معتقدات وآراء الأفراد، ولذلك، فإن تحليل اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام المختلفة يعتبر ضرورة ملحة لفهم تأثيرها وتطوير استراتيجيات فعالة للتعامل معها، ولتحقيق ذلك، تشدد هذه الدراسات على أهمية الكوادر الإعلامية المهنية والشفافة، وتوصي بتقديم برامج إعلامية هادفة تراعي احتياجات المجتمع وتخضع للتقييم المستمر. كما أوصت الدراسات إلى قديم برامج إعلامية وصحفية هادفة تراعي احتياجات المجتمع، مع التأكيد على أهمية تقييم محتوى هذه البرامج قبل طرحها لضمان فعاليتها. وهو الأمر ذاته التي تم الوصول إليه في دراسة **Sharma, (2019)** والتي أكدت أن لغة الإعلام الجمعي دوراً هاماً وجوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة. فالإعلام الجمعي يعد المصدر الرئيسي الذي يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية. وتعود أهمية ذلك إلى فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع. فهو بقدرته على التحرك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، يمتلك إمكانية التأثير الذي لا يأخذ



صورة مباشرة، إنما يقوم بالتأثير على الوعي الجمعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة،  
وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة دون مقدمات.

### ج. دور الإعلام في تعزيز التنمية المستدامة والوعي بأهدافها:

حيث تتناول هذه الدراسات دور الإعلام في دعم جهود التنمية المستدامة من خلال نشر  
الوعي بأهداف التنمية المستدامة، حيث أجمعت عدة دراسات، من بينها دراسات الحربي،  
فوزية، (٢٠١٦) وبريك، أيمن، (٢٠١٦) و **Genc Ruhet (2016)**، على أن الإعلام يلعب  
دورًا محوريًا في تعزيز التنمية المستدامة، حيث أشارت دراسة الحربي (٢٠١٦) إلى مجموعة  
واسعة من الأدوات الإعلامية التي تساهم في هذا الدور، في حين ركزت دراسة بريك على دور  
وسائل التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بأهداف التنمية المستدامة، لا سيما في سياق رؤية  
٢٠٣٠، بينما، أشارت دراسة **Genc Ruhet (2016)**، على أهمية تأسيس حوار فعال بين  
المؤسسات والجمهور، مع مراعاة التنوع الثقافي والاجتماعي.

وفي سياق آخر، أشارت دراسة كل من عثمان، نصر الدين (٢٠١٧)، وأمين، رضا  
(٢٠١٧)، وعكاشة، وجبريل (٢٠٢١)، وكنازة وضيف الله (٢٠١٨)، إلى أن الإعلام العربي  
يواجه تحديات كبيرة في تغطية قضايا التنمية المستدامة بشكل شامل ومنصف، فبينما يعتمد  
الجمهور بشكل كبير على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، إلا أن هذه الوسائل غالبًا ما  
تركز على الجوانب الإيجابية للتنمية وتتجاهل التحديات والعقبات التي تواجهها. وتؤكد هذه  
الدراسات على أهمية دور الإعلام في تعزيز التنمية المستدامة من خلال نشر الوعي، وتشجيع  
المشاركة المجتمعية، وتسهيل الضوء على القضايا الملحة، ومع ذلك، تشير الدراسات إلى أن  
الإعلام العربي لا يستغل إمكاناته الكاملة في هذا المجال، فغالبًا ما يفتقر إلى التحليل النقدي  
للقضايا التنموية، ويقصر في تقديم حلول عملية للمشكلات. وبالتالي توصي نتائج هذه الدراسات  
أنه لتحقيق التنمية المستدامة، يتطلب الأمر تضافر جهود جميع الأطراف، بما في ذلك الإعلام؛  
لذا، يجب على وسائل الإعلام العربية أن تلعب دورًا أكثر فاعلية في توعية الجمهور بالقضايا  
التنموية، وتشجيع الحوار والنقاش حول هذه القضايا، وتقديم نماذج ناجحة يمكن الاستفادة منها.  
كما يجب على صناعات القرار أن يدركوا أهمية الإعلام في عملية التنمية وأن يوفر لهم الدعم  
اللازم

فقد أشارت دراسة عثمان (٢٠١٧) إلى وجود نقص كبير في تغطية قضايا التنمية  
المستدامة في الإعلام العربي الحديث، على الرغم من اعتماد الجمهور بشكل كبير على  
منصات مثل تويتر للحصول على المعلومات، إلا أن المحتوى المتعلق بالبيئة والتنمية المستدامة  
لا يزال محدودًا، وتوصي نتائج الدراسة إلى ضرورة زيادة الاهتمام الإعلامي بهذه القضايا  
وتطوير محتوى إعلامي أكثر شمولية وجاذبية، وهو الأمر ذاته الذي أظهرته دراسة عكاشة،

وجبريل، (٢٠٢١) بأن وسائل الإعلام غالبًا ما تركز على الجوانب الإيجابية للتنمية، مثل المشاريع الناجحة والإنجازات، دون تسليط الضوء على العجز والتأخر في بعض المشاريع أو المجالات. وتتناول الدراسة دور وسائل الإعلام في تعزيز التنمية في المجتمع العربي الليبي. حيث تعد وسائل الإعلام أداة قوية لخلق تأثير إيجابي على المجتمع من خلال نشر المعرفة وتوعية الناس بمشكلات التنمية المحتملة وكيفية حلها. كما يمكن للإعلام أن يلعب دورًا في تعزيز الوعي بأهمية الحكومة والمجتمع المدني في تحقيق التنمية المستدامة. وتم تحليل موضوعات الأخبار والتقارير التي تنشرها وسائل الإعلام، وتكمن قوة هذا التحليل في فهم طبيعة الإعلام وكيفية تأثيره على الجمهور والمجتمع. وتقدم الدراسة إطارًا عامًا للنتائج والتوصيات التي تُبرز دور وأهمية الإعلام في عملية التنمية، بالتركيز على ضرورة تغطية وسائل الإعلام لمجاور التنمية ومشكلاتها بشكل أكبر وأكثر انتقادية. ويهدف ذلك إلى توعية الجمهور وتشجيع المجتمع على تبني تغييرات إيجابية نحو التنمية المستدامة، وفي سياق متصل، هدفت دراسة كنانة، وضيف الله. (٢٠١٨)، إلى استكشاف دور الإعلام التنموي كآلية واستراتيجية ضرورية لتحقيق النقلة النوعية والطفرة المؤدية إلى التنمية، والذي يعمل كآلية لتحقيق التشاركية الفعالة في عمليات التنمية، من خلال تعبئة وتجنيد الجماهير وتشجيعهم على قبول ودعم عمليات التنمية، حيث يتم تحفيز التشاركية الجماهيرية وتحقيق هدف جوهري لتحقيق التنمية بشكل شامل. وأشارت نتائج الدراسة، أنه من أجل ضمان تحقيق هذه الأهداف، يتطلب العمل على إدماج وسائل الإعلام في خطط التنمية بشكل دائم. فعندما يكون المواطن عنصرًا فاعلًا ومحوريًا في الخطط التنموية، يتسنى له المساهمة في تحقيق المتطلبات التنموية القريبة والمتوسطة والبعيدة المدى. وتعمل وسائل الإعلام كمساند دائم لهذه الخطط، حيث تسهم في نشر المعلومات وتوعية المجتمع بأهمية التنمية وفوائدها. وبشكل عام، يكمن دور الإعلام التنموي في تعزيز التواصل والتعاون بين المختلفين أطراف المجتمع، وذلك بهدف تحقيق التنمية المستدامة والشاملة. من خلال إبراز القضايا المجتمعية الحساسة وتعزيز الوعي الاجتماعي والمشاركة المجتمعية، يمكن لوسائل الإعلام أن تلعب دورًا حاسمًا في تحقيق الأهداف التنموية المرجوة.

أما على سعيد المبادرات الحكومية والإعلام، هدفت دراسة Agrawal, M., et al. (2023) إلى استكشاف التأثيرات المشتركة لمبادرات حكومية ومنصات التواصل الاجتماعي على الممارسات البيئية لجيل زد Z، ودورها في تعزيز الوعي البيئي والمسؤولية لديهم، من خلال تحليل تأثير منصات التواصل الاجتماعي على سلوكيات جيل زد البيئية، بما في ذلك تبادل المعلومات والمشاركة في الحملات البيئية، وافترض الباحثون أن الوعي البيئي والمسؤولية يلعبان دورًا وسيطًا في العلاقة بين كل من مبادرات الحكومات ومنصات التواصل الاجتماعي والممارسات البيئية للشباب. وحول المنهجية، تم تطوير استبيان استهدفت به عينة

مكونة من ١٦٠٠ مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي من جيل زد. وأظهرت نتائج الدراسة أن كلاً من منصات التواصل الاجتماعي والوعي البيئي والمسؤولية البيئية لها تأثير إيجابي ملحوظ على اتباع الممارسات البيئية الصديقة للبيئة، بينما لم يُلاحظ تأثير مباشر لمبادرات الحكومة. وأكدت النتائج دور الوعي البيئي والمسؤولية البيئية كعوامل وسيطة في تبني وتنفيذ الممارسات البيئية، وهو ما اتفق مع نتائج دراسة (Zhang, et, al. (2020) حول دور التأثير الاجتماعي وضغط المنصات الرقمية على الوعي البيئي وتبني ممارسات الابتكار الأخضر. علاوة على ذلك، يمكن أن تساهم الأنشطة الترويجية والحوافز على وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات التجارة الإلكترونية في رفع مستوى الوعي حول الممارسات الخضراء وتعزيز الوعي البيئي. وفي سياق آخر، أظهرت نتائج الدراسة التي أجراها الباحثون (Secer, et, al. (2023) على فهم العوامل التي تدفع الأفراد في تركيا إلى تقليل هدر الطعام في منازلهم، حيث استخدم الباحثون استطلاعاً واسعاً شمل ٧١٠ أسرة لتحليل هذه العوامل، وركزوا بشكل خاص على دور الثقافة والوعي الشخصي في هذا السياق، حيث شملت النتائج الرئيسية للدراسة: أولاً: أهمية العوامل الثقافية؛ حيث أظهرت الدراسة أن الثقافة والتقاليد والعادات تلعب دوراً حاسماً في تحفيز الأفراد على تقليل هدر الطعام. هذا يعني أن القيم الاجتماعية والتأثيرات الثقافية تلعب دوراً أكبر من الوعي البيئي والاقتصادي في هذا الصدد، ثانياً: تأثير وسائل الإعلام؛ حيث تشير الدراسة إلى أن الإعلام يمكن أن يلعب دوراً مهماً في تشكيل الوعي الثقافي حول أهمية تقليل هدر الطعام، ويمكن للإعلام أن يساهم في نشر الممارسات الجيدة وتغيير السلوكيات من خلال تقديم معلومات ورسائل توعوية. وتُظهر الدراسة بوضوح أن الإعلام يمكن أن يكون أداة قوية لبناء الوعي حول قضايا مثل هدر الطعام، وأن هذا الوعي بدوره يمكن أن يؤدي إلى تغييرات في السلوك، كما أن الثقافة والتقاليد والعادات تلعب دوراً أكبر في تحفيز المستهلكين على تقليل هدر الطعام مقارنة بوعيهم البيئي والاقتصادي. ويشير الباحثون إلى أن هذا قد يكون ناتجاً عن عدة عوامل مثل تأثير الأسرة والمجتمع والأعراف السائدة.

بينما أشارت دراسة (Manchanda, et, al. (2023) بأن المجتمع العالمي يواجه حالياً عقبة كبيرة تمثلها في تحقيق التنمية المستدامة، ويدور الحديث العالمي بشأن الاستدامة حول تحقيق هدفين مترابطين: تعزيز الوعي بالاستدامة، وتحفيز التقدم الاجتماعي والاقتصادي. ورغم أهمية هذا الموضوع للبشرية، إلا أننا لا نعرف سوى القليل عن الآليات والظروف التي تؤثر على وعي الفرد بالاستدامة. وبالتالي سعت تلك الدراسة إلى سد هذه الفجوة، وذلك من خلال الاستفادة من نظرية "الاستهلاك الواعي" لشرح لماذا وكيف يؤثر الوعي التام على الوعي بالاستدامة. بالإضافة إلى ذلك، وبسبب الزيادة الكبيرة في الثروة المادية، تم دراسة دور المادية كعامل منظم لهذه العلاقة. كما استخدمت الدراسة عوامل ديموغرافية مثل العمر (جيل الألفية مقابل جيل زد) والنوع (ذكر مقابل أنثى) كعوامل منضمة. وأظهرت النتائج وجود

علاقة إيجابية كبيرة بين الوعي التام والوعي بالاستدامة، مع دور هام للمادية كعامل منظم، ولم تظهر اختلافات كبيرة في نموذج العلاقات بين جيلي الألفية والزد. كما كشفت النتائج أيضًا عن أن تأثير المادية كان أقوى على الإناث من الذكور، مما يشير إلى أن النوع هو عامل منظم مهم في العلاقات المقترحة. تعد هذه الدراسة من بين عدد قليل جدًا من الدراسات التي تحقق تجريبيًا في تأثير الوعي التام على كامل جوانب الاستدامة (بما في ذلك الجوانب البيئية والاقتصادية والاجتماعية، ولها آثار مهمة على الأكاديميين والممارسين وصناع السياسات المهتمين بالاستدامة).

#### التعليق على الدراسات السابقة، ومدى الاستفادة منها في الدراسة:

- تنوع الدراسات وتناولها جوانب مختلفة من موضوع الإعلام والوعي الجمعي والتنمية المستدامة، مع استخدام مناهج علمية مختلفة لتحليل البيانات، مع تقديم توصيات عملية لتحسين دور الإعلام التقليدي والرقمي في تشكيل الوعي الجمعي وتعزيز التنمية المستدامة.
- تشير أغلب الدراسات إلى أهمية دور الإعلام سواء التقليدي أو الرقمي وخصوصًا شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الجمعي، خاصة مع التطورات التكنولوجية والاتصالية، كما أكدت على قدرة لغة الإعلام على جذب انتباه المواطنين للقضايا والأحداث المختلفة، كونه مصدرًا رئيسيًا للمعلومات.
- أوضحت معظم الدراسات تأثير الثقافة والفكر والسياسة على العملية الإعلامية، بالإضافة إلى دور التكنولوجيا في تنظيم التفاعل الاجتماعي، كما شددت على أهمية الكوادر الإعلامية المهنية من القائمين بالاتصال ذوي الخبرة في تشكيل الوعي الاجتماعي.
- تشير بعض الدراسات إلى أهمية تقييم محتوى البرامج الإعلامية التي تقدم وتعالج موضوعات وقضايا تنموية، قبل طرحها لضمان فعاليتها في بناء وعي المجتمع.
- تُسلط عدد من الدراسات الضوء على دور الوعي الجمعي في تحقيق التنمية المستدامة، وتؤكد على أهمية تعزيز الوعي بالاستدامة وتحفيز التقدم الاجتماعي والاقتصادي.
- تُقدم الدراسات توصيات مهمة لتحسين دور الإعلام بمختلف أنواعه في تشكيل الوعي الجمعي وتعزيز التنمية المستدامة، مثل:
  - تقديم برامج إعلامية وصحفية هادفة تراعي احتياجات المجتمع.
  - تفعيل دور وسائل الإعلام في نشر الوعي بالقضايا المجتمعية (البيئية- الصحية- التنموية...).
  - إيجاد برامج هادفة على مواقع التواصل الاجتماعي تناسب عمر الشباب وتهدف إلى تنمية الوعي الاجتماعي.

- إدماج وسائل الإعلام في خطط التنمية بشكل دائم.
- تعزيز التواصل والتعاون بين مختلف أطراف المجتمع.
- من الملاحظ قلة الدراسات العربية في تناول علاقة الإعلام المرئي والرقمي ببناء الوعي بقضية الزيادة السكانية وأبعادها على المجتمع لتحقيق التنمية المستدامة، مع تركيز بعض الدراسات على الجانب النظري دون التطبيق العملي، وعدم وجود دراسات مقارنة بين الدول العربية والأجنبية في هذا المجال، وهو الأمر الذي دفع الباحثة إلى تناول هذا الموضوع بالدراسة.
- كما تُشير الدراسات إلى دور الوعي الجمعي في تحقيق التنمية المستدامة، وهو ما يُؤكد على أهمية بناء الوعي حول المشكلة السكانية لضمان مستقبل أفضل.
- بشكل عام، تشير بعض الدراسات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل قوة مؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي، إلا أنها تتطلب إطارًا تنظيميًا واضحًا لضمان نشر معلومات دقيقة وموثوقة.
- استخدمت أغلب الدراسات أسلوب الاستبيانات والمقابلات لجمع البيانات من فئات المجتمع المختلفة، والبعض الآخر قام بتحليل مضامين وسائل الإعلام، في حين لم يستخدم الدراسات أسلوب التحليل الكيفي من خلال إجراء مجموعات نقاش بؤرية للخروج بخبرات وبيانات أكثر تعمقا من الخبراء والنخب الإعلامية والأكاديمية والدينية، وهو الأمر الذي تم الاستفادة منه للتطبيق في هذه الدراسة، للخروج بمؤشرات ونتائج عملية أكثر تأثيرا.

#### المشكلة البحثية:

تكمن المشكلة هنا، أن وسائل الإعلام المرئية المصرية منذ فترة طويلة قدمت جهودا حثيثة للتوعية بمخاطر الزيادة السكانية، وقد أطلقت العديد من الحملات والإعلانات والبرامج التوعوية دون جدوى، وهو الأمر الذي يظهر بشكل جلي في الزيادة السكانية المرتفعة كل عام، فوفقاً لتوقعات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، سيصل عدد سكان مصر في عام ٢٠٣٠ إلى حوالي ١٢٠ مليون نسمة، وهو ما يعادل عدد سكان ١٥ دولة أوروبية ذات كثافة سكانية ضعيفة أو متوسطة. وبحلول عام ٢٠٥٠ من المتوقع أن يصل عدد سكان مصر إلى ١٥٣.٤ مليون نسمة وهو ما يعادل ١٦٣.٦% من إجمالي السكان عام ٢٠١٥، ثم يتوالى الارتفاع ليصل عدد السكان بنهاية القرن الحادي والعشرين إلى ١٩٨.٧ مليون نسمة أو ما يعادل أكثر من ضعف سكان مصر عام ٢٠١٥ (٢١١.٩%). الزهيري، (٢٠١٨).

وبالتالي هناك حالة ملحة لوضع خطط وحلول على المدى الطويل لاستيعاب تلك الزيادة، وهو ما تم التطرق إليه في رؤية مصر ٢٠٣٠، ومع التطور التكنولوجي الكبير في مجال

الإعلام والاتصال، أصبح من الإمكان الاستفادة من دورها المتزايد داخل المجتمع، وخصوصا زيادة درجة الوعي الوطني لدى المستخدمين لوسائل الإعلام المرئية والرقمية، وتوفير الرغبة الحقيقية في التغيير الاجتماعي لدى المواطنين، حيث يقوم الإعلام المرئي والرقمي بشكل رئيس في تحقيق تطوير وتقديم المجتمع في كافة مناح الحياة عن طريق ما يقدمه للناس من أفكار، وقيم، ومفاهيم، إي أن وسائل الإعلام التقليدية والمنصات الإعلامية الرقمية يمكن تسميتها هنا بـ(وكلاء التغيير الاجتماعي في خدمة التنمية الوطنية). العبد، عاطف، والعبد، نهى، (٢٠٠٧).

إن وسائل الإعلام بشكل عام تقوم بدور فاعل في تحقيق التنمية، حيث إن التنمية تقدم على إحداث تغيير وتطوير المجتمع والتأثير في الأنماط الاجتماعية، والأساليب التقليدية السائدة فيه تجاه الأساليب الحديثة حتى يصبح الأفراد أكثر تقبلا واستجابة لمتطلبات التغيير.

وبالتالي تكمن المشكلة البحثية في "تقييم النخبة المصرية من خبراء الإعلام والأكاديميين المصريين ورجال الدين الإسلامي والمسيحي لدور وسائل الإعلام الرقمية والتليفزيونية في بناء الوعي الجمعي لدى المجتمع المصري حول أخطار الزيادة السكانية في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠، مع تقديم تصور متكامل من تلك النخبة لكيفية بناء الوعي الجمعي لدى المجتمع المصري تجاه القضية السكانية في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠، وكيفية مساهمة القنوات التليفزيونية ومنصات الإعلام الرقمي في تحسين الوضع السكاني من خلال برامج بناء الوعي الجمعي بخطورة الزيادة السكانية".

أهمية الدراسة:

يمكن إيجاز أهمية الدراسة، على النحو التالي:

- تُعد دراسة بناء الوعي حول قضية الزيادة السكانية إضافة نوعية للتراث العلمي العربي- وخصوصا المصري- في مجال الإعلام التقليدي والرقمي، خاصة أن تلك القضية تعد من القضايا الملحة والهامة، وتتصدر دائما أجندة القيادة السياسية والحكومة؛ في ظل الزيادة المطردة للسكان في مصر، والتي لا يوجد لها حل جذري حتى يومنا هذا.
- على الرغم من أهمية قضية الزيادة السكانية في مصر وتأثيرها المباشر على مختلف جوانب الحياة، من الضغط على الموارد إلى تفاقم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية، إلا أنها لم تحظ بالاهتمام الكافي من الدراسات الإعلامية العربية، حيث تُعد هذه القضية جديرة بالدراسة لما لها من آثار عميقة على المجتمع، وتبرز الحاجة إلى دور أكثر فاعلية للإعلام المرئي والرقمي في نشر الوعي بأخطارها وتشجيع السلوكيات الإيجابية التي من شأنها تحسين جودة الحياة.
- تُساهم هذه الدراسة في تقييم الوضع الراهن لقضية الزيادة السكانية وفق لرؤى الخبراء الإعلاميين والأكاديميين ورجال الدين، ووضع خطط للتطوير على عدة مستويات، تشمل:

- الوسيلة الإعلامية: تقييم دور الإعلام المصري المرئي والرقمي المتعلق بقضية الزيادة السكانية وتقييم مدى فعاليته في نشر الوعي بتلك القضية وبنائه وفقاً لرؤية ٢٠٣٠.
- القائمين بالاتصال: تقييم مهارات وقدرات القائمين بالاتصال المتعلق بالزيادة السكانية.
- الجمهور: تُساعد هذه الدراسة في فهم كيفية رفع مستوى الوعي لدى الجمهور المصري حول أخطار الزيادة السكانية.
- صناع القرار: تُقدم توصيات لصانعي القرار حول كيفية استخدام الإعلام التقليدي والمنصات الرقمية بشكل فعال لبناء الوعي حول قضية الزيادة السكانية.

#### أهداف الدراسة:

أسهمت التحديات التي تواجه مصر في تفاقم الزيادة السكانية بشكل كبير داخل المجتمع، حيث مازال هناك حاجة ملحة لضرورة توحيد الجهود من أجل العمل على القضاء على ظاهرة الزيادة السكانية، لذلك كان من المهم اقتراح طرق فعالة تمكن الدولة المصرية من التغلب على هذه الحواجز، أي تطوير سياسات أكثر فعالية عن طريق توحيد الجهود بين مؤسسات الدولة والمجتمع المدني انطلاقاً من رؤية تتمثل في "محاولة العمل على القضية السكانية بشكل أوسع، أي النظر للقضاء على الزيادة السكانية بشكل يرتبط بمسألة الإصلاح ككل"

وبعد الهدف الرئيس لهذه الدراسة "التعرف على رؤى الخبراء من الإعلاميين والأكاديميين ورجال الدين حول دور القنوات المرئية والمنصات الرقمية المصرية في بناء الوعي الجمعي تجاه القضية السكانية وفق رؤية مصر 2030"، ويتفرع منه عدة أهداف فرعية وهي:

- التعرف على السياسات الإعلامية المتبعة لبناء الوعي الجمعي إزاء قضية الزيادة السكانية
- التحليل البيئي الرباعي لمحتوى الرسائل الإعلامية التقليدية وعبر المنصات الرقمية المتعلقة بقضية الزيادة السكانية في وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية، وفقاً لرؤية الخبراء.
- التعرف على تصورات النخبة الإعلامية والأكاديمية والدينية حول أفضل الممارسات لبناء الوعي الجمعي حول هذه القضية.
- وضع نموذج مقترح لوسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية بالتكامل مع المجتمع والدولة في بناء الوعي الجمعي حول قضية الزيادة السكانية في مصر.



## تساؤلات الدراسة:

من خلال الأهداف السابقة، تنبثق عدة تساؤلات للدراسة، وهي:

١. كيف تحلل عينة الدراسة من الخبراء الإعلاميين والأكاديميين والدينيين الوضع الإعلامي المصري بشقيه المرئي والرقمي باستخدام تحليل SWOT تجاه قضية الزيادة السكانية ودوره في بناء وعي المجتمع في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠؟
٢. ما رؤى الخبراء الإعلاميين والأكاديميين والدينيين عينة الدراسة لطبيعة الرسائل الإعلامية المتعلقة بالزيادة السكانية في وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية؟
٣. كيف تساهم وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية في مصر في بناء وعي الجمهور حول أخطار الزيادة السكانية من وجهة نظر النخبة عينة الدراسة؟
٤. ما المخاطر التي تهدد فعالية وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية في مصر في مجال التوعية بمخاطر الزيادة السكانية؟
٥. ما هي التحديات والعقبات التي تواجه وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية في مصر في جهودها لتوعية الجمهور بمخاطر الزيادة السكانية، من منظور النخبة عينة الدراسة؟
٦. ما تصورات النخبة الإعلامية والأكاديمية والدينية حول أفضل الممارسات لبناء الوعي الجمعي حول هذه القضية؟
٧. ما المقترحات حول إعداد نموذج متكامل لعمل وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية لبناء الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية؟

## الإجراءات المنهجية للدراسة:

### نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية الكيفية، باعتبارها أكثر المناهج ملائمة للتعرف بشكل أكثر فهما وعمقا لموضوع الدراسة وتحليل أبعادها من كافة الاتجاهات حيث تسعى إلى وضع استراتيجية إعلامية مقترحة من النخبة الإعلامية والأكاديمية والدينية حول تصوراتهم حول أفضل الممارسات الإعلامية التقليدية المرئية والرقمية لبناء الوعي الجمعي قضية الزيادة السكانية في مصر في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠.

### أدوات جمع البيانات:

تعتمد هذه الدراسة على مجموعات النقاش البؤرية/المركزة: **Focus Group Discussion**، كأداة لجمع البيانات الكيفية، والتي تعتبر مقابلة شبه منظمة محددة سلفاً لعدد من الأشخاص من خلفيات أو تجارب مماثلة، لمناقشة موضوع محدد للاهتمام، بقيادة وسيط ماهر. ويطرح الميسر موضوع الحوار في هيئة أسئلة متعددة؛ لاستنباط ردود الأفعال وإثارة النقاش



بين المشاركين، ويكون هدف الميسر هو توليد الحد الأقصى من النقاشات والآراء خلال فترة  
زمنية معينة. **Stewart & Shamdasani, (1990)**

تعتمد قوة تلك المنهجية FGD على السماح للمشاركين بالموافقة أو الاختلاف مع  
بعضهم البعض بحيث يوفر نظرة ثاقبة حول كيفية قيام المجموعة بالتفكير في موضوع ما،  
حول نطاق الآراء والأفكار، والتناقضات والتغييرات الموجودة في مجتمع معين من حيث  
المعتقدات وخبراتهم وممارساتهم. كما أن مجموعات النقاش البؤرية من الأدوات البحثية التي  
تتيح بشكل جيد التعرف على الأسئلة التي بدايتها (لماذا؟)، فقد يكون الاستبيان - على سبيل  
المثال- لمعرفة أن ٥٤٪ من السكان يفضلون البرنامج A. ومع ذلك، فإن مجموعة النقاش  
البؤرية هي الطريقة الأفضل لمعرفة لماذا يفضل ٥٤٪ من السكان البرنامج A.  
**Ajibade, (2003)**

#### أهداف إجراء مجموعة النقاش البؤرية:

تعد الأهداف الرئيسية من إجراء تلك المناقشة الآتية:

(١) تحسين فعالية وسائل الإعلام التليفزيونية والمنصات الإعلامية الرقمية وتحقيق الاستفادة  
القصى منه في بناء الوعي الجمعي نحو قضية الزيادة السكانية وفق رؤية الدولة ٢٠٣٠،  
من خلال إجراء مجموعة نقاش بؤرية مع عدد من الصحفيين والإعلاميين والأكاديميين  
ورجال الدين والمعنيين بالسياسات السكانية والدراسات الإعلامية من المصريين؛ للخروج  
برؤى وتوصيات حول هذه القضية الملحة بشكل عام، وكيفية الاستفادة منه على المستوى  
التطبيقي في مجال الإعلام المرئي والرقمي بشكل خاص.

(٢) التعرف على أوجه القوة والقصور، والفرص والتحديات التي يمكن أن تواجه وسائل  
الإعلام التليفزيونية والمنصات الإعلامية الرقمية في بناء الوعي الجمعي نحو قضية  
الزيادة السكانية، لتدارك الأخطاء وتعظيم نقاط القوة لتحقيق الأهداف المنشودة.

#### مجتمع الدراسة وعينته (طبيعة الجمهور المستهدف):

تم إجراء مجموعة النقاش البؤرية لمكون من (١٢) فردًا، وهي عينة عمدية، حيث يتمثل  
مجتمع الدراسة من الصحفيين والإعلاميين والأكاديميين ورجال الدين (إسلامي ومسيحي)  
والمعنيين بالسياسات السكانية والدراسات الإعلامية من المصريين، مع مراعاة تمثيل النوع  
على النحو التالي: (٨) ذكور، (٤) إناث، كما روعي أن تكون عينة النقاش متقاربة في المستوى  
التعليمي، والمهني، والفكري، كما موضح في الجدول التالي:

### جدول (١) بيانات عينة الدراسة المشاركة في مجموعة النقاش البورئية

النوع	الاسم	الوظيفة
تقني	أ.م.د. فاطمة فايز	رئيس قسم الصحافة، وأستاذ الصحافة والإعلام الرقمي المساعد، كلية الإعلام، جامعة بني سويف
	أ.م.د. دعاء البنا	أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات
	أ.م.د. داليا صبري	رئيس قسم تنظيم المجتمع، والأستاذ المساعد بكلية الخدمة الاجتماعية التتموية، جامعة بني سويف
	أ. مي عجلان	باحثة متخصصة في شؤون المرأة والسلام والأمن، ومدير وحدة البرامج بمجلس الشباب المصري
بشري	د. قياتي عاشور	مدرس علم الاجتماع السياسي- كلية الآداب- جامعة بني سويف
	أ. محمد الهواري	صحفي ومدير تحرير الفنار للإعلام
	أ. أحمد سامح	صحفي بأخبار اليوم ومحاضر في العديد من كليات الإعلام
	أ. شحاتة السيد	الرئيس التنفيذي لمجموعة OSH للتكنولوجيا وصناعات الذكاء الاصطناعي المالكة لمشروع دليل المصادر المفتوحة للصحفيين العرب، مستشار المركز الدولي للصحفيين ومدير مجتمع مينا للصحافة بالشرق الأوسط وشمال أفريقيا
	الشيخ/ أحمد محمد أحمد محمد	إمام وخطيب ومدرس بأوقاف أسبوط، وباحث دكتوراة بجامعة الأزهر وماجستير في اللغة العربية
	القس/ أبانوب مكاري القمص	كاهن كنيسة مار جرجس مطرانية شبرا الخيمة

#### الإطار الزمني لمجموعة النقاش البورئية:

فيما يخص الإطار الزمني، تم طرح مجموعة النقاش خلال بداية شهر فبراير ٢٠٢٤، واستغرق وقت النقاش حوالي ١٨٠ دقيقة (٣ ساعات) تقريبا.

#### الإطار المكاني لمجموعة النقاش البورئية:

فيما يخص الإطار المكاني، تم طرح النقاش عبر الفضاء الافتراضي من خلال منصة Microsoft teams، لسهولة الوصول للمشاركين من مختلف المواقع الجغرافية دون الحاجة للانتقال، كما أن المنصة توفر أدوات تفاعلية مثل مشاركة الشاشة والدرشة والتصويت، مما يسمح للمشاركين بالمشاركة بشكل فعال في النقاش، كما يمكن تسجيل النقاش لمراجعته لاحقاً عند كتابة النتائج بشكل أكثر فاعلية، وأخيرا تعتبر المنصة خياراً اقتصادياً مقارنةً بتنظيم نقاش حضوري.



شكل (١) يوضح منصة مايكروسوفت تيمز Microsoft teams التي تمت عبرها مجموعة النقاش البورئية

### دليل المناقشة:

وهو الدليل الذي تم إعداده به من قبل الباحثة لإدارة المناقشة، ويتكون الدليل من أربعة محاور أساسية وهي:

#### المحور الأول: الأسئلة العامة

**المحور الثاني:** الأسئلة التي تخص التحليل البيئي لمحتوى الرسائل الإعلامية التقليدية وعبر المنصات الرقمية المتعلقة بقضية الزيادة السكانية في وسائل الإعلام الرقمية والتليفزيونية، وفقا لرؤية الخبراء، مع تقييم مدى فعالية هذه الرسائل في بناء ونشر الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية في مصر.

**المحور الثالث:** الأسئلة التي تخص التعرف على تصورات النخبة الإعلامية والأكاديمية والدينية حول أفضل الممارسات الإعلامية لبناء الوعي الجمعي حول قضية الزيادة السكانية وفق رؤية الدولة ٢٠٣٠.

#### المحور الرابع: التقييم والمقترحات

#### أولاً: المحور الأول: الأسئلة العامة:

تم طرح أسئلة عامة على المشاركين تتمحور حول أهداف النقاش، كالتالي:

- (١) ما رأيك في موضوع الدراسة؟
- (٢) ما أكثر المشكلات والقضايا شيوعاً التي تواجه المجتمع المصري، ويجب على وسائل الإعلام باختلاف أنواعها التركيز عليها وبناء الوعي نحوها؟

### ثانياً: المحور الثاني: الأسئلة التي تخص التحليل الرباعي البيئي:

#### ٣) نقاط القوة: (Strengths)

- ما هي نقاط القوة التي تمتلكها وسائل الإعلام الرقمية والمرئية التليفزيونية في مصر لبناء الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية؟
- ما هي المهارات والموارد التي يجب أن تتوفر لدى القائمين بالاتصال من وجهة نظر خبراء الإعلام والأكاديميين المصريين لتمكينهم من المساهمة في بناء الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية؟

#### ٤) نقاط الضعف: (Weaknesses)

- ما هي نقاط الضعف التي تعيق دور وسائل الإعلام الرقمية والتليفزيونية في بناء الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية؟
- ما هي الفجوات في المعرفة أو المهارات التي تحتاج إلى معالجتها لتمكين القائمين بالاتصال من وجهة نظر خبراء الإعلام والأكاديميين المصريين من المساهمة بشكل فعال في بناء الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية؟

#### ٥) الفرص: (Opportunities)

- ما هي الفرص التي يمكن لوسائل الإعلام الرقمية والتليفزيونية الاستفادة منها لتعزيز دورها في بناء الوعي حول أخطار الزيادة السكانية؟
- ما هي التطورات الجديدة في مجال الإعلام الرقمي والتليفزيوني التي يمكن استخدامها لتعزيز الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية؟
- ما هي الشراكات التي يمكن إقامتها بين خبراء الإعلام والأكاديميين والمؤسسات الحكومية والمجتمع المدني لتعزيز دور وسائل الإعلام في بناء الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية؟

#### ٦) التهديدات: (Threats)

- ما هي التهديدات التي يمكن أن تعيق دور وسائل الإعلام الرقمية والتليفزيونية في بناء الوعي حول أخطار الزيادة السكانية؟
- ما هي المعلومات المضللة أو الشائعات المتعلقة بالزيادة السكانية التي يجب على خبراء الإعلام والأكاديميين التصدي لها؟
- ما هي التحديات الأخلاقية التي قد تواجه القائمين بالاتصال من وجهة نظر خبراء الإعلام والأكاديميين المصريين في استخدام وسائل الإعلام لبناء الوعي الجمعي حول قضايا سكانية؟

**ثالثا: المحور الثالث: الأسئلة التي تخص على تصورات النخبة الإعلامية والأكاديمية والدينية  
حول أفضل الممارسات لبناء الوعي الجمعي حول هذه القضية.**

- ما تصور النخبة الإعلامية والأكاديمية والدينية المقترح لبناء الوعي الجمعي لدى المجتمع المصري في إطار استخدام وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية؟
- كيف يمكن لوسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية أن تساهم في تحسين الوضع السكاني من خلال برامج بناء الوعي الجمعي بخطورة الزيادة السكانية؟
- ما هي المؤشرات التي يمكن استخدامها لقياس تأثير وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية على بناء الوعي حول أخطار الزيادة السكانية؟
- ما هي الأدوات والتقنيات التي يمكن استخدامها لتعزيز دور القائمين بالاتصال من وجهة نظر خبراء الإعلام والأكاديميين المصريين في استخدام وسائل الإعلام لبناء الوعي الجمعي حول قضايا سكانية؟

#### **رابعاً: المحور الرابع: التقييم والمقترحات**

- من بين جميع المحاور التي تم مناقشتها، ما هي النقاط الأكثر أهمية أو ذات صلة بالنسبة لك كخبير إعلامي، أكاديمي؟
- هل هناك أي مشكلات ذات صلة بموضوع الدراسة لم يتم مشاركتها في هذا النقاش وتود طرحها؟
- هل هناك أي توصيات محددة تود طرحها بخصوص هذا الموضوع؟

#### **إجراءات الصدق والثبات:**

باستعراض المنهجية الخاصة بمجموعة النقاش البؤرية، يجب الوضع في الاعتبار أن هناك أسئلة أو موضوعات تتولد نتيجة النقاش بين أفراد المجموعة، لذا تم عمل اختبار مبدئي لهذه المنهجية على مجموعة مصغرة من الجمهور المستهدف حوالي ٣ باحثين مساعدين؛ (\*\*\*) لاختبار مدى ملائمة الأسئلة لمعايير الوقت المحددة للنقاش، ومدى تحقيق الأهداف المرجوة من عقد هذا النقاش المركز، ولذلك للخروج بنتائج جيدة تخدم أهداف هذه الدراسة، كما تم عرض دليل المناقشة على مجموعة من الأساتذة المحكمين (\*) لبيان مدى صلاحيتها، وتم إجراء التعديلات اللازمة عليها قبل إجراءها.

#### **الإطار الفكري للدراسة (الإطار النظري):**

تعتمد هذه الدراسة في إطارها الفكري العام على نموذج "الوعي الجمعي" لعالم الاجتماع إميل دوركايم، و"النظرية البنائية الوظيفية والوعي الاجتماعي" كإطار نظري عام، وهو ما يتناسب مع موضوع الدراسة حول رؤية النخبة الإعلامية والأكاديمية والدينية لدور

القنوات المرئية والمنصات الرقمية المصرية في بناء الوعي الجمعي تجاه القضية السكانية وفق رؤية مصر ٢٠٣٠، وكيفية فهم ما هو الوعي الجمعي، وأهميته، وكيف يتكون، ودور الإعلام بوسائله المختلفة في بناء الوعي الجمعي تجاه قضية ما.

## **أولاً: النظرية البنائية الوظيفية والوعي الاجتماعي: The Structural Functionalist Theory and Social Consciousness**

هي نظرية اجتماعية ترى أن المجتمع عبارة عن نظام يتكون من أجزاء مترابطة، وأن كل جزء له وظيفة محددة تُساهم في استقرار النظام ككل، وتهتم النظرية البنائية الوظيفية بموضوع الوعي الاجتماعي بشكل كبير، حيث يرى "تالكوت بارسونز" أن المجتمع يتكون من وحدات مترابطة تعمل معاً لتحقيق التوافق والأهداف. ويُنظر للمجتمع على أنه نسق اجتماعي يشترك في القيم والأهداف، ويقوم كل نسق بوظيفة محددة في إطار بناء المجتمع. ويرى بارسونز أن الوعي الاجتماعي ينبثق من هذه العلاقات ويتمثل في صورة الثقافة الاجتماعية. **Parsons, T. (1971)** أما "أوجست كونت" فيرى أن علم الاجتماع يدرس ظواهر العقل الإنساني وأفعاله، وأن جوهر التاريخ هو تطور الفكر، مما يربط علم الاجتماع بموضوع الوعي الاجتماعي. ويعتقد كونت أن "الضمير الجمعي" هو المجموع الكلي للمعتقدات والعواطف العامة بين أعضاء المجتمع، مما يشكل نسقاً له طابع متميز. ويؤكد هذا اهتمام النظرية البنائية الوظيفية بموضوع الوعي وارتباطه بثقافة المجتمع وأثر المعايير الاجتماعية والثقافية في تشكيل الوعي الإنساني. كامل، علياء (٢٠١٥).

وترى النظرية البنائية الوظيفية أن الوعي الاجتماعي ضروري لاستقرار النظام الاجتماعي، حيث يُساعد الوعي الاجتماعي على فهم الأفراد للقواعد والمعايير التي تحكم سلوكهم، مما يُساهم في التزامهم بهذه القواعد والمعايير. كما يُساعد على شعور الأفراد بالانتماء إلى المجتمع، مما يُحفزهم على المساهمة في تحقيق أهدافه، وتقليل الصراعات بين الأفراد والجماعات، وذلك من خلال تعزيز التفاهم والتسامح.

### **ثانياً: نموذج الوعي الجمعي: Collective Consciousness**

تشير كلمة الوَعْي في اللغة العربية وفقاً لمعجم اللغة العربية المعاصر بأنه "شعور، يقظة، تمييز أو إدراك عن طريق الحواس أو عبر المُلْكَة العقلية"، ووفقاً لقاموس المعجم الوسيط بأنه "الحفظ والتقدير والفهم وسلامة الإدراك" في تلقي الرسائل وإعادة إرسالها خلال عملية الاتصال والتفاعل بين أفراد المجتمع، كما تعرف بأنه "اتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراك نفسه والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد". مذكور، وآخرون. (١٩٨٥).

بينما أشارا **عرعور، وحميدي (٢٠١٦)**، بأن الوعي الجمعي آلية سلوك الأفراد داخل أي مجتمع، لذلك فأى محاولة لتشكيل الوعي الجمعي أو الاجتماعي للأفراد، قد يعد هاجساً لكثير

من الأنظمة السياسية والاقتصادية من أجل توجيه المجتمعات نحو قضايا معينة، وبل في كثير من الأحيان السيطرة والتحكم فيها.

ووفقا للتعريفات المذكورة، فإن الوعي كلمة تعبر عن حالة ذهنية يكون فيها العقل بحالة إدراك واع وعلى تواصل مباشر مع البيئة الخارجية، من خلال حواس الفرد، كما إن درجة الوعي تختلف من شخص لآخر داخل المجتمع، باعتبار أنه وعي شخصي وفقا لخبرات الشخص ودرجة تعليمه وذكاءه، بينما الوعي الجمعي يتشكل من خلال تواجد الفرد في واقع معين وبيئة معينة، يستطيع أن يدركها جيداً ويتفاعل معها، ويبني داخلها علاقات إنسانية، وبالتالي فإن الوعي الجمعي، هو "مجموعة من المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية ما، والتي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة من أفراد المجتمع، والتي تتبناها وتحاول إقناع الآخرين بأنها تعبر عن موقفهم، أي موقف المجتمع ككل". (حلس، ٢٠٠٣).

ووفقا لما ذكر، فإن عملية الوعي عملية معقدة تبدأ بالفرد، وننتهي عند المجتمع. حيث إن مفهوم "الوعي الجمعي" قد تم اقتراحه لأول مرة من قبل عالم الاجتماع الفرنسي إميل دوركايم في عام ١٨٩٣، كمفهوم مشترك للأخلاق والأعراف الاجتماعية في مجموعات. وقام دوركايم بتحليل كيفية تقدم المجتمعات خلال مراحل معينة من التطور. عرّف دوركايم الوعي الجمعي بأنه، "مجموع المعتقدات والمشاعر المشتركة بين المواطنين العاديين في نفس المجتمع". (Durkheim, 1893/1997) حيث يرى دوركايم أن الإنسان بطبعه اجتماعي، ومن نتاج المجتمع، أي هو الذي يشكل المجتمع من خلال أبعاده الأخلاقية والعقلية والروحية. دوركايم، (١٩٨٨).

كما أشار أنه "نظام من المقاطع المتجانسة والمتشابهة مع بعضها البعض". (Durkheim, 1893/1997) حيث يسود الوعي الجماعي من خلال الالتزام بالعادات والأعراف والقيم المشتركة.

وهناك تسميات كثير للوعي الجمعي في أعمال دوركايم، فأحيانا تسمى بالضمير الجمعي أو الوعي الشعبي أو الضمير الأخلاقي للشعوب، والعقل العام، والحياة النفسية للمجتمع، والوعي العام، والعقل الجمعي، والرأي العام، وذهنية الجماعات. ليمان، (٢٠١٣) وقد أوضح دوركايم في مجمل أعماله، بأن الوعي الجمعي يحدد الفكر وكذلك السلوك.

قام دوركايم بتفسير الوعي الجمعي من خلال نظريته الاجتماعية، وخلال سعيه لمعرفة السبب الذي يجعل الأفراد يتصرفون بشكل متشابه ويمكن التنبؤ بتلك التصرفات، وأشار أن الفرد يتصرف وفقا لقوة المجتمع، وإلا يصبح معزول اجتماعيا أو منبوذا، وأشار دوركايم لفكرة

العقاب والمكافأة كنظام مؤثر على الوعي الجمعي، حيث تدرب الفرد على مكونات الوعي الجمعي في مجتمعاً ما، إلى أن يتقبلها ويعتقها. الحزامي، (٢٠٢١)، وهو الأمر الذي يفسر نبذ غالبية المصريين لخطابات الكراهية والعنف التي تبثها الكثير من القنوات والمنصات المعادية لمصر، نذهم لنظام حكم الإخوان الذي كان يقوم على التفريق بين المصريين على أساس ديني. فالوعي الجمعي وكذلك يعمل كقوة موحدة داخل المجتمع، وهو الأمر الذي تعبه تماماً القيادة السياسية للبلاد وتحاول إعادته للمسار الطبيعي، خصوصاً بعد مرور مصر بكثير من التغييرات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي بالتأكيد أثرت في بنية هذا المجتمع، وبشكل كبير في وعيه الجمعي. وعلى الرغم من أن الدراسات قد أشارت أن لدوركايم يعود الفضل في صياغة مفهوم "الوعي الجمعي"، إلا أن هناك العديد من المفكرين والمنظرين في علم الاجتماع قد شاركوه الفكرة رغم اختلاف الطرح، أمثال: *Althusser* و *VernadskyJung* و *Hayles* و *Piepmeyer*, (2007) *Zizek*

قام أحد أتباع دوركهايم، عالم الاجتماع الفرنسي موريس هالباواكس *Halbwachs* بتوسيع مفهوم الوعي الجمعي ليشمل "الذاكرة أو البصمة الجماعية". وقد جادل بأن الوعي الجمعي يمثل "حالات الوعي المتفاعلة لعدد من الأفراد الذين يشكلون المجموعة". *Walker*, (2018)

وأشار هالباواكس، أنه "لا يمكن للذاكرة البشرية أن تعمل إلا في سياق جماعي". على سبيل المثال، أشار بأن الأفراد من نفس العائلة والدين والطبقة الاجتماعية يبنون ذكرياتهم سوياً بناءً على تجربتهم الجماعية، وأن الذكريات الجماعية مبنية اجتماعياً. وقال كل احتفال جماعي يصبح فرصة لتعزيز الذاكرة الجماعية من خلال توفير منتدى آخر لإعادة تكوين الماضي وأيضاً توفير مناسبة تشكل حدثاً آخر في مخزن الذكريات الجماعية. *Halbwachs*, (1939)

وحول طرق الاستفادة مما سبق، يُقدم الإطار الفكري والنظري أساساً متيناً لفهم ظاهرة "بناء الوعي الجمعي" بشكل أعمق، من خلال الاعتماد على نظريات ونماذج موجودة مثل نموذج "الوعي الجمعي" لدوركهايم و"النظرية البنائية الوظيفية"، حيث يمكن للباحثة فهم العوامل التي تؤثر على تشكيل الوعي الجمعي، ودور وسائل الإعلام في هذه العملية.

#### تحليل البيانات وتفسير النتائج بشكل موثوق:

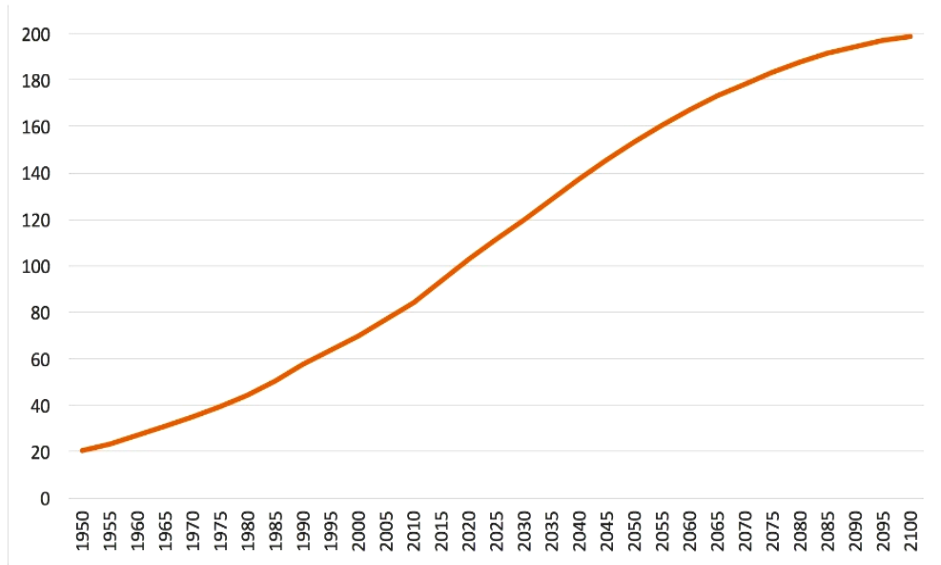
يُساعد الإطار الفكري والنظري في تحليل البيانات التي يتم جمعها من خلال الدراسة بدقة، وتفسير النتائج بشكل موثوق. من خلال ربط النتائج بالنظريات الموجودة، يمكن للباحث تعزيز مصداقية الدراسة وزيادة قيمتها العلمية، مع تقديم توصيات لتحسين دور وسائل الإعلام المرئية والرقمية في بناء وعي جمعي إيجابي حول قضية السكان.



## الإطار المعرفي للدراسة:

### أ. لمحة سريعة حول الوضع الديموغرافي والسكاني في مصر:

في العقدین الأخيرین، شهدت مصر نموًا سكانيًا ملحوظًا، إذ زاد عدد السكان بما يقارب ٢٠ مليون نسمة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠١١ و٢٥ مليونًا آخرين من ٢٠١١ إلى ٢٠٢١، ليصل النمو الإجمالي إلى حوالي ٤٥ مليون نسمة خلال الفترة الممتدة بين ٢٠٠٢ و٢٠٢١. يُسجل بذلك معدل استقبال السكان المصريين لنحو ٢.٥ مليون مولود جديد سنويًا. وبحلول العام ٢٠٢٤، تخطى تعداد السكان في مصر عتبة الـ ١٠٥ ملايين نسمة. هذا النمو السريع للسكان يعكس تحديات جمة تتمثل في زيادة الأعباء الاقتصادية وإحداث فجوة في توزيع الخدمات وفرص العمل، ما يعمق التفاوت الطبقي، ويُثقل توزيع السكان غير المتكافئ أكثر، حيث يُقيم غالبية السكان في ٧.٨% فقط من الأراضي الصالحة للسكن بمصر. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء المصري، (٢٠٢٤)



شكل (٢) تطور عدد سكان مصر (بالمليون نسمة)، ١٩٥٠ – ٢١٠٠، الزهيري، (٢٠١٨)

وربطاً بذلك، أدت الزيادة السكانية إلى تعقيد إشكاليات الوصول إلى الخدمات المطلوبة وزيادة النفقات العامة على هذه الخدمات. كما عززت من مظاهر البطالة والاستيلاء على الأراضي الزراعية، فضلاً عن تدهور البنى التحتية العامة وفقدان القدرة على تحقيق أهداف التنمية المستدامة، مؤكدة على الصعوبات المرتبطة بالإدارة الفعالة للقضايا الديموغرافية وتأثيرها على جودة التعليم ومن ثم تهيئة البيئة لاستقطاب الشباب نحو الفكر المتطرف. الأسباب

وراء هذا النمو الديموغرافي متعددة ومنها الارتفاع في معدل الولادات مدفوعاً بتحسين الرعاية الصحية والتقاليد الداعمة للزواج المبكر وغيرها من العوامل.

وفي مواجهة هذه التحديات، اعتمدت الدولة المصرية سياسة سكانية فعالة من خلال إطلاق "المشروع القومي لتنمية الأسرة المصرية" (٢٠٢١-٢٠٢٣)، الذي يهدف إلى ضبط معدلات النمو السكاني وتحسين نوعية حياة الأسر المصرية وغيرها من الأهداف الرئيسية من خلال محاور عدة كالتمكين الاقتصادي والتدخلات التشريعية، والتدخل الثقافي والإعلامي والتعليمي لرفع وعي المواطن بالقضية السكانية، من خلال تصحيح المفاهيم المغلوطة المرتبطة بمبرئيات القضية السكانية وبالأثار الاجتماعية والاقتصادية الناجمة عن عدم الانضباط السكاني. وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، (٢٨ فبراير، ٢٠٢٢).

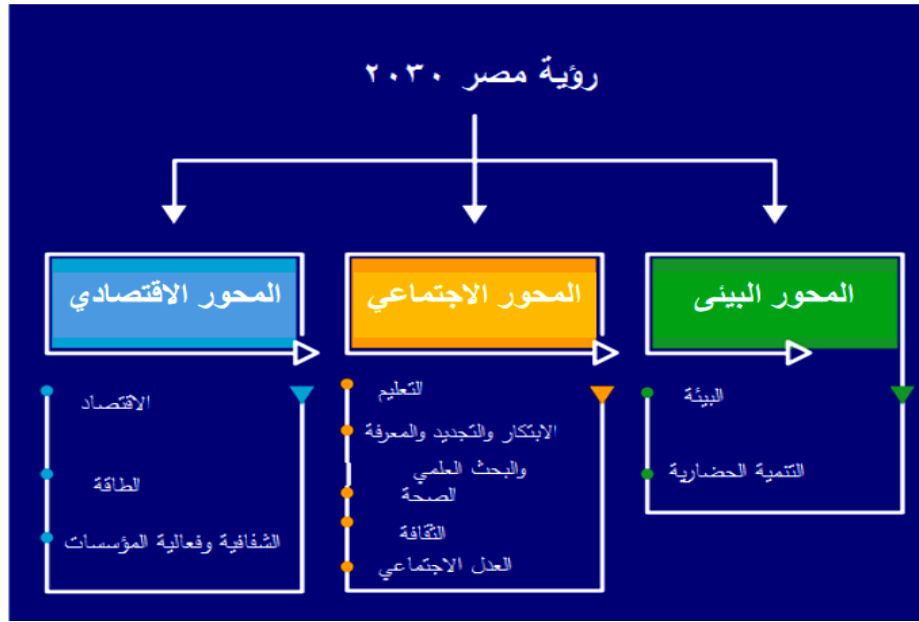
كما تستهدف خطة الحكومة المصرية لعام ٢٠٢٣/٢٠٢٤ خفض معدلات النمو السكاني في مصر إلى 1.69% مقابل 1.72%، ليصل إلى ١.٦٤% بنهاية عام ٢٠٢٥/٢٠٢٦. ووفقاً للخطة، من المتوقع أن يصل تعداد مصر إلى ١٠٨ ملايين نسمة في عام ٢٠٢٣/٢٠٢٤، وإلى 111.6 مليون نسمة بنهاية عام ٢٠٢٥/٢٠٢٦. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، (٢٠٢٣).

وفي إطار جهود الدولة المصرية أيضاً للارتقاء بجودة حياة المواطن، أطلقت وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية الاستراتيجية القومية للسكان والتنمية (٢٠٢٣-٢٠٣٠)، والتي تهدف إلى تحقيق التوازن بين معدلات النمو السكاني والاقتصادي، وإعادة توزيع السكان، وتقليل التباينات التنموية بين المناطق الجغرافية. وتستهدف الاستراتيجية خفض معدلات الإنجاب ليصل متوسط عدد الأطفال للمرأة إلى ٢.٤ بحلول عام ٢٠٣٠، مقارنة بـ٣.٥ حالياً. ويتطلب تحقيق هذا الهدف الوصول بنسبة السيدات اللاتي يستخدمن وسائل تنظيم الأسرة إلى ٧٢%، مقارنة بـ٥٩% حالياً. رئاسة مجلس الوزراء، (٢٠٢٣، ٥ سبتمبر)

#### ب. رؤية مصر ٢٠٣٠ والقضية السكانية:

يمكن تعريف رؤية مصر ٢٠٣٠ على إنها خارطة طريق طموحة لتحقيق تنمية مستدامة شاملة في مصر، أطلقت في عام ٢٠١٦ وتم تحديثها في عام ٢٠١٨ لتواكب التطورات العالمية. تهدف الرؤية إلى تحسين جودة حياة المواطنين من خلال تحقيق نمو اقتصادي مستدام، وتعزيز العدالة الاجتماعية، والحفاظ على البيئة. وتعتمد الرؤية على مبادئ التنمية المستدامة التي تشمل الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وتسعى إلى بناء دولة حديثة قوية تتمتع بمؤسسات فعالة ومواطنين مبدعين. كما تركز الرؤية على تعزيز التعاون الدولي والإقليمي، وتلبية احتياجات الأجيال الحالية والمستقبلية. (رئاسة الجمهورية، ب.ن)

تضع رؤية مصر ٢٠٣٠ قضية السكان في صميم أولوياتها، حيث تسعى إلى تحقيق توازن ديموغرافي مستدام يرتقي بجودة حياة المواطنين. وتتضمن الرؤية مجموعة متكاملة من الأهداف والاستراتيجيات التي تستهدف معالجة التحديات السكانية، من خلال تعزيز التوزيع السكاني العادل، والاستثمار في الرعاية الصحية والتعليم، وتبني سياسات سكانية فعالة، انظر شكل (١).



شكل (٣) يوضح أعمدة استراتيجية رؤية مصر ٢٠٣٠ فيما يخص القضية السكانية  
المجلس القومي للسكان (٢٠١٦)

وتعد رؤية مصر ٢٠٣٠ خطة شاملة لبناء مستقبل أفضل لمصر وشعبها، وتهدف إلى تعزيز قدرة مصر التنافسية وإحياء دورها التاريخي كدولة رائدة في المنطقة من خلال تحسين المستوى المعيشي للمواطن. وتعتمد الرؤية على ثلاثة أعمدة رئيسية: اقتصادي واجتماعي وبيئي. تهدف هذه الأعمدة إلى زيادة الاستثمارات، وتنمية القطاعات الإنتاجية، وخلق فرص عمل جديدة، وتحسين جودة التعليم، والارتقاء بالخدمات الصحية، وتمكين المرأة والشباب، وحماية الموارد الطبيعية، ومكافحة التلوث، والتكيف مع التغيرات المناخية. كما سيعمل التكامل بين استراتيجية السكان والتنمية ورؤية مصر ٢٠٣٠ على تعجيل تحقيق أهداف الاستراتيجية وضمن استدامتها. المجلس القومي للسكان (٢٠١٦)

أخيرًا، مع النظر إلى الناحية الإيجابية، فإن الزيادة السكانية قد تتحول من عبء إلى فرصة إن تم إدارتها بشكل فعال، خصوصًا مع وجود نسبة عالية من الشباب في البلاد، مما يمكن أن يؤدي إلى تعزيز النمو الاقتصادي وتوليد فرص العمل، وفقًا لمؤشر "معدل إنتاجية العامل في أفريقيا ٢٠٢٠" الصادر عن مجموعة البنك الأفريقي للتنمية، ومع ذلك، يجب التوازن بين النمو السكاني والاقتصادي لضمان رفاهية الأفراد وتحقيق النمو المستدام.

### ت. أهمية دور الإعلام المرئي والرقمي في بناء الوعي الجمعي أو المجتمعي تجاه القضايا الوطنية الملحة (القضية السكانية نموذجًا):

بناء على الاطلاع على العديد من الدراسات، وجد أن، الإعلام يلعب دورًا مهمًا في بناء الوعي الجمعي أو المجتمعي تجاه قضية ما، وذلك من خلال المساهمة في تحقيق الأهداف التالية:

- **زيادة الوعي بالقضية:** يساهم الإعلام في زيادة الوعي بالقضية، مما يساهم في تكوين صورة واضحة لدى الجمهور حول هذه القضية.
- **تغيير السلوكيات والمواقف السلبية تجاه القضية:** يساهم الإعلام في تغيير السلوكيات والمواقف السلبية تجاه القضية، مما يساهم في تحقيق أهداف هذه القضية.
- **تحفيز الجهات الفاعلة السياسية والاجتماعية على اتخاذ إجراءات بشأن القضية:** يساهم الإعلام في تحفيز الجهات الفاعلة السياسية والاجتماعية على اتخاذ إجراءات بشأن القضية، مما يساهم في تحقيق أهداف هذه القضية.

وعليه، فإن للإعلام دورًا مهمًا في بناء الوعي الجمعي أو المجتمعي تجاه قضية ما، وذلك من خلال تقديم المعلومات والحقائق حول القضية، وتبسيط الضوء على المشكلات والقضايا المتعلقة بالقضية، وتقديم نماذج يحتذى بها.

يعد الإعلام بوسائله المختلفة وخاصة التلفزيون والمنصات الرقمية من أبرز الأليات في تشكيل "الوعي الجمعي" لأي مجتمع، وهو مصطلح في علم النفس ابتكر من قبل عالم الاجتماع الفرنسي إميل دوركايم ليشير إلى المعتقدات والمواقف الأخلاقية المشتركة والتي تعمل كقوة للتوحيد داخل المجتمع. فالوعي الجمعي، هو محصلة تفاعل الأشخاص في إطار واقع اجتماعي معين، وانصهار مدركاتهم وتصوراتهم وأحاسيسهم الذاتية والموضوعية، في شكل قنوات وتصورات، وميول ومشاعر واتجاهات، وأنماط سلوك جماعية، تعكس ذلك الواقع الاجتماعي بما يشتمل عليه من أبعاد وأنماط، وبعبارة أخرى، "الوعي الذي يتشاركه الأفراد داخل مجتمع ما، فإن تملك وعيا مجتمعًا، هو أن تكون واعيًا لمشكلات المجتمع". (Ossowski, 1988)

ويتضمن الوعي الجمعي ثلاث أبعاد، وهي: الوعي الفردي والذي يعبر عن فرد محدد له ظروفه الخاصة النوعية، وأنه مدرك لأفعاله وتصرفاته المادية والمعنوية، والوعي الجماعي الذي يشير إلى وعي فئات أو طبقات أو مجتمع معين، وهو إدراك طبقي للمجتمع وطبيعته الثقافية والاجتماعية، والوعي المجتمعي الذي يعكس الوجود الاجتماعي ككل، ويشير إلى إدراك وتصور القضايا المجتمعية الأساسية، وأنه ظاهرة سوسيولوجية تلعب دوراً أساسياً في التغيير الاجتماعي. سواقفة، رولا، الرواشدة، ميساء. (٢٠٢٠).

وتشكل قضية بناء الوعي الجمعي أحد الأفكار الأساسية في رؤية الرئيس عبد الفتاح السيسي وفلسفته السياسية، وتأكيداً على أهمية دور الوعي في المجتمع أعلن الرئيس السيسي عام ٢٠٢٠ عاماً للثقافة والوعي. وقد أشار علم الدين (٢٠٢١)، بأن عملية صناعة وبناء الوعي هي مسئولية مؤسسات المجتمع ككل، وليست مناصرة لمؤسسة بعينها، وأشار بوجود ست مراحل لصناعة الوعي، وتضم عدة أطراف، وهي:

١. يجب أن يركز بناء الوعي على وجود معتقد أو رؤية ثابتة أو مجموعة من القيم الراسخة التي يؤمن بها أفراد المجتمع ويقتنعون بها ويتبنونها.
  ٢. ثم بعد ذلك، يبدأ تشكيل الوعي تجاه الظاهرة أو القضية أو القيمة من خلال محتوى معرفي، الذي يصل إلى عقول الأفراد من خلال مصادر عديدة، سواء من المؤسسات التعليمية، أو الدينية، أو الإعلامية، أو مؤسسات الدولة، أو القيادة السياسية.
  ٣. وبعد وصول المحتوى المعرفي عن الظاهرة أو القضية أو القيمة إلى أذهان الأفراد، تبدأ عملية التفكير في أبعادها من توظيف مهارات التفكير المختلفة، والتي تختلف من فرد لآخر بناء على عدة عوامل وهي: (المكون الثقافي، ونمط التفكير المتبع، المكون الاجتماعي).
  ٤. من المتوقع بعد ذلك أن يؤدي هذا المحتوى المعرفي إلى التأثير في الأفراد من خلال تكوين اتجاه أو وعي تجاه الظاهرة أو القضية أو القيمة وقد يكون إيجابياً قد يدفعه إلى تبنيها أو سلبياً، فيبتعد عنها.
  ٥. غالباً ما يتكون رأي ما للفرد نتيجة للاتجاه أو الوعي المتكون حول الظاهرة أو القضية أو القيمة، ويعبر عنه لفظياً أو جسدياً، وفي حال أن هذا الرأي عبر عنه آراء باقي أفراد المجتمع بنفس الطريقة، يتحول هذا الوعي إلى "وعي جمعي"، لأنه يمس مصالحهم المشتركة، خلال فترة زمنية محددة.
  ٦. وقد يمارس الأفراد هذا الرأي (موضوع الوعي) حول الظاهرة أو القضية أو القيمة إلى سلوك يقوم به في الحياة اليومية، وقد يكون سلوكاً إيجابياً أو سلبياً.
- ووفقاً لعلم الدين، فإن عملية بناء الوعي عملية معقدة ومركبة ومتكاملة، يمكن تحقيقها، ما عدا مرتكزها الأساسي، وهو عملية بناء المعتقد، والتي تتكون عبر فترات زمنية طويلة،

ليكي تكون راسخة في الفرد والمجتمع، وهناك حاجة لتكاتف كافة الأطراف داخل المجتمع لإحداث تغيير، من خلال عمليات التعليم أو التلقين المذهبي أو التوجيه الكامل لأنظمة التعليم والثقافة والإعلام، من خلال تقديم حملات إعلامية واجتماعية يتم التخطيط لها على أساس علمي، والتي تدعم الأفكار والقيم والقضايا الإيجابية، مثل الدعوة لتجديد الخطاب الديني، والوعي بأخطار المشكلة السكانية والتي يدعو إليها الرئيس السيسي مرارا وتكرارا في خطابه السياسية، وكذلك العمل على دحض مجموعة من القيم والمفاهيم السلبية والمدمرة مثل العنف، وكثرة الإنجاب، وزواج الفاصرات، وغيرها من المفاهيم التي تنتشر في المجتمع المصري.

### نتائج الدراسة:

من خلال العصف الذهني الذي تمت داخل مجموعة النقاش البؤرية المركزة الخاصة بالدراسة، والتي تضمنت نخبة من الإعلاميين والأكاديميين في مجال الإعلام والدراسات السكانية والمجتمع ورجال الدين الإسلامي والمسيحي، جاءت أبرز النتائج، وفقاً لأهداف الدراسة، وتسؤلاتها، ودليل المناقشة، على النحو التالي:

### أولاً: حول أبرز نقاط القوة التي يتمتع بها الإعلام المرئي والمنصات الرقمية في بناء الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية في مصر، أشار الخبراء إلى التالي:

- الانتشار الواسع لوسائل الإعلام المصرية: حيث تتمتع مصر بانتشار واسع للقنوات المرئية التليفزيونية والمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يسمح بالوصول إلى شرائح كبيرة من المجتمع بمختلف الأعمار والخلفيات الثقافية والاجتماعية.
- تنوع المحتوى: إمكانية استخدام مختلف وسائل الإعلام مثل الإعلانات، البرامج الحوارية، المقالات، الفيديوهات، الرسوم البيانية، لشرح أخطار الزيادة السكانية، وكذلك زيادة البرامج الدينية التي تساعد على نشر المعلومات وتشكيل المواقف العامة تجاه تنظيم النسل. لقد شجعوا على استخدام منصات وسائل الإعلام لتعزيز رسائل تنظيم الأسرة، وإبراز فوائد الأسر الصغيرة، وعرض قصص نجاح المجتمعات التي عالجت تحديات النمو السكاني بشكل فعال.
- إمكانيات تقنية: توفر التكنولوجيا الحديثة والأدوات المتقدمة لتصميم حملات تفاعلية ومحتوى جذاب، والإمكانيات الفنية الجيدة في مجال إنتاج المحتوى الإعلامي الحديث.
- خبرات وكوادر: توافر بعض الخبرات الأكاديمية المتخصصة في القضايا السكانية، ووجود مراكز بحثية متخصصة في الدراسات السكانية بالجامعات المصرية، وتوافر عدد من الكوادر المدربة على العمل الإعلامي في المجال التنموي، بالإضافة إلى تعاون بعض الجهات الإعلامية مع منظمات دولية المعنية بالتنمية المستدامة.

- تمتلك وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية القدرة على توجيه الانتباه: وتركيز الجمهور على قضايا معينة، وتسليط الضوء على أهمية الزيادة السكانية وتأثيرها على المجتمع والاقتصاد والبيئة.
  - تنوع أساليب التغطية للوصول إلى جمهور أوسع: حيث يمكنها استخدام التقارير الصحفية والوثائقيات والمقابلات والحوارات وبرامج النقاش لنشر المعلومات وتوعية الجمهور حول أخطار الزيادة السكانية، مع تنظيم ندوات ومناظرات تلفزيونية بين الخبراء لمناقشة سبل التصدي للمشكلة السكانية.
  - قوة الصورة المرئية: وتأثيرها القوي على الجمهور المستهدف (الصورة تساوي ١٠٠٠ كلمة)
  - التفاعل المباشر مع الجمهور: من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية الأخرى، حيث يمكن للجمهور أن يشارك آراءه وأفكاره ويتفاعل مع المحتوى المتعلق بالزيادة السكانية، مما يعزز الوعي ويشجع الحوار والتغيير.
  - المؤثرون والمشاهير: إشراك المشاهير والرياضيين والمؤثرين عبر مواقع المنصات الرقمية والقنوات التلفزيونية للتوعية بتلك القضية.
- ثانياً: حول أبرز نقاط الضعف التي يعاني منها الإعلام المرئي والمنصات الرقمية في بناء الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية في مصر، أشار الخبراء إلى التالي:**
- نقص التمويل: قلة الموارد المالية لإنتاج محتوى إعلامي ذي جودة عالية وضخمة، عبر وسائل الإعلام المختلفة.
  - قلة التغطية: عدم تخصيص وقت كافٍ لتغطية موضوع الزيادة السكانية في وسائل الإعلام المصرية المختلفة.
  - التناول السطحي: قد يتم طرح الموضوع بشكل سطحي دون تحليل عميق للتحديات التي تواجه المجتمع من الزيادة السكانية، مع عدم القدرة على ترجمة البيانات والإحصاءات المعقدة إلى رسائل بسيطة وواضحة.
  - تأثيرات سياسية: قد تتأثر بعض وسائل الإعلام بالتوجهات السياسية أو الاقتصادية، مما يؤثر على مصداقية وموضوعية تغطية الزيادة السكانية.
  - حساسية الموضوع: صعوبة معالجة بعض الموضوعات الحساسة وخاص كالتنمو السكاني والصحة الإنجابية في مجتمع محافظ، وخصوصاً المناطق الريفية، في ظل انتشار الأمية.

- تعقيد المعلومات والبيانات السكانية: فهناك الحاجة إلى تبسيط المعلومات الديموغرافية المعقدة لتصل لعامة الناس. خاصة أن هناك فجوة في فهم الديناميكيات السكانية وتحليل البيانات الديموغرافية، والتي يمكن سدها من خلال تدريبات متخصصة.
- عدم مراعاة الفوارق الثقافية والاجتماعية بين المناطق المختلفة في مصر: عند تصميم الحملات الإعلامية الخاصة بالزيادة السكانية.
- محدودية الخبرات الإعلامية المتخصصة: في القضايا السكانية على وجه الخصوص، والنقص في مهارات التواصل الفعال حول قضايا حساسة مثل تنظيم الأسرة، مع نقص المعرفة بأفضل الممارسات الإعلامية للتوعية حول قضايا الصحة الإنجابية، وهو الأمر الذي يؤدي لعدم القدرة للوصول للجمهور المستهدف، وعدم معرفة أفضل طرق التفاعل مع الجمهور والرد على استفساراتهم حول هذه القضايا.
- صعوبة منافسة المحتوى الترفيهي: والذي يعد الأكثر جاذبية للجمهور، كما أن المحتوى الترفيهي تجاري عكس المحتوى التنموي، كما أن هناك تحدي لجذب اهتمام وسائل الإعلام التقليدية بالقضايا السكانية لأنها قضايا طويلة المدى.
- قلة الخبرة في إنتاج المحتوى الرقمي الجذاب من مقالات وفيديوهات ورسوم إيضاحية: وضعف المهارات في تصميم الحملات الإعلامية الفعالة عبر منصات متعددة، مع ضعف مهارات تحليل البيانات الخاصة بانطباع الجمهور وتفاعلهم مع الحملات الإعلامية.

### ثالثاً: حول أبرز الفرص المتاحة لوسائل الإعلام المرئي والمنصات الرقمية في بناء الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية في مصر، أشار الخبراء إلى التالي:

- القدرة على الوصول إلى جمهور عالمي: إمكانية نشر محتوى توعوي عبر الإنترنت للوصول إلى جمهور عالمي.
- الاستفادة من الانتشار الواسع للهواتف الذكية ومواقع التواصل الاجتماعي: لنشر الوعي بين الشباب، مع إمكانية إنتاج محتوى توعوي جذاب وخفيف من مقاطع فيديو ورسوم متحركة ومميز.
- إمكانية التعاون مع المؤثرين والشخصيات العامة ذات الشعبية: لنشر الرسائل التوعوية حول القضية السكانية.
- عقد ندوات وحوارات تلفزيونية مع خبراء لمناقشة سبل مواجهة مشكلة الزيادة السكانية: مع إطلاق حملات تفاعلية عبر منصات التواصل الاجتماعي لإشراك الجمهور في النقاش.



- إنتاج مسلسلات تلفزيونية تعالج قضايا التحكم في النمو السكاني بطريقة ترفيحية: والتي تعد أكثر جذبا للجمهور، مع إمكانية عمل برامج وثائقية عن تحديات الزيادة السكانية وعرضها على التلفزيون واليوتيوب.
- الاستفادة من التطورات الجديدة في مجال الإعلام الرقمي والتلفزيوني التي يمكن استخدامها لتعزيز الوعي حول أخطار الزيادة السكانية، مثل:
  - الواقع الافتراضي والواقع المعزز - يمكن استخدامها لخلق تجارب تفاعلية تعرض المشكلة بشكل مبسط.
  - تطبيقات الهواتف الذكية - توفر قناة مثالية لنشر المحتوى التوعوي والتفاعل مع الشباب.
  - منصات البودكاست واليوتيوب - تساعد في نشر الحلقات النقاشية والمحاضرات التوعوية بشكل واسع.
  - الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي - لتحليل بيانات الجمهور وتقديم محتوى مخصص لاهتماماتهم.
  - إنفوجرافيكس - لتقديم المعلومات والإحصاءات المعقدة بشكل بصري بسيط.
  - الواقع الافتراضي وتقنيات الـ ٣٦٠ - لخلق تجارب غامرة تعرض تحديات مثل الاكتظاظ السكاني.
  - ألعاب الواقع المعزز - يمكن تصميمها لزيادة الوعي بالقضايا السكانية بشكل تفاعلي.
  - الروبوتات - يمكن برمجتها للرد على استفسارات الجمهور حول الموضوع.
- يمكن إقامة عدة شراكات بناءة بين خبراء الإعلام والأكاديميين والجهات الدينية والحكومية ومنظمات المجتمع المدني لتعزيز دور وسائل الإعلام في بناء الوعي حول مخاطر الزيادة السكانية، من خلال:
  - الشراكة بين وسائل الإعلام ووزارة الصحة والسكان لإنتاج محتوى توعوي دقيق معتمد على إحصاءات وبيانات رسمية.
  - التعاون بين الإعلاميين والجامعات والمراكز البحثية لتصميم حملات إعلامية فعالة مستندة لأبحاث ودراسات علمية.
  - إشراك منظمات المجتمع المدني المعنية بالشأن السكاني في الحملات الإعلامية للاستفادة من خبراتهم.

- إشراك رجال الدين في تغيير الوعي الجمعي تجاه القضية السكانية، من خلال تطوير الخطاب الدعوي وتجديده فيما يخص الزيادة السكانية والصحة الإنجابية، والتأكيد في الخطب داخل المساجد والكنائس على أن تنظيم الأسرة لا يتعارض مع الأديان السماوية.
- التنسيق مع وزارة التربية والتعليم لإثراء المناهج الدراسية بمحتوى توعوي حول القضية.
- عقد ورش عمل مشتركة لتدريب الإعلاميين على أفضل سبل معالجة القضايا السكانية إعلامياً.
- إنتاج أفلام وثائقية بالتعاون بين الإعلاميين وصناع الأفلام تعالج التحديات السكانية.
- الاستفادة من شعبية الفنانين والرياضيين وبعض رجال الدين المشهورين والمحبيين للناس (إسلامي ومسيحي) لنشر الوعي من خلال مشاركتهم في الحملات الإعلامية.

#### رابعاً: حول أبرز التحديات التي تواجه وسائل الإعلام المرئي والمنصات الرقمية في بناء الوعي الجمعي حول أخطار الزيادة السكانية في مصر، أشار الخبراء إلى التالي:

- **القوانين والرقابة:** قوانين الرقابة الصارمة قد تحد من حرية التعبير وحرية وسائل الإعلام في مناقشة الزيادة السكانية، والصحة الإنجابية، وغيرها من الموضوعات.
- **قلة الوعي:** قلة وعي الجمهور المصري بمخاطر الزيادة السكانية، وانشغاله بموضوعات وقضايا أخرى.
- **المعلومات المضللة:** انتشار معلومات مضللة وشائعات حول قضية الزيادة السكانية، وكذلك انتشار المعتقدات الخاطئة المنتشرة حول تأثير سياسات تنظيم الأسرة.
- **عوائق العادات والتقاليد والدين والثقافة الشعبية:** حيث إن الشعب المصري، شعب عاطفي تجاه الدين والموروثات الثقافية، وفكرة العزوة وكثرة الإنجاب، وتحريم وسائل منع العمل لدى بعض أفراد المجتمع، وتكريس فكرة أن المرأة يجب عليها عدم العمل والتفرغ للإنجاب ورعاية الأطفال.
- **موازنة المعتقدات الدينية مع الحلول العملية:** يحتاج بعض رجال الدين الإسلامي والمسيحي إلى إيجاد توازن بين التمسك بمعتقداتهم الدينية والدعوة إلى حلول عملية لمعالجة قضية النمو السكاني.
- **عدم الموضوعية:** لابد من التأكيد على ضرورة دقة وموضوعية المعلومات والابتعاد عن المبالغات عند عرض القضية.

- **عدم احترام قيم المجتمع:** لابد احترام حساسية الجمهور وعاداته وتقاليده عند مناقشة موضوعات تتعلق بالأسرة والإنجاب.
- **حماية الخصوصية:** ضمان حماية خصوصية وسرية بيانات الأفراد، في حال عرضها عبر وسائل الإعلام المختلفة.
- **تحدي جذب اهتمام وسائل الإعلام المتنوعة بالقضايا السكانية:** لأنها قضايا طويلة المدى.

#### **خامساً: تصور الخبراء الإعلاميين والأكاديميين ورجال الدين - عينة الدراسة - لمقترح بناء الوعي الجمعي تجاه قضية الزيادة السكانية:**

- **إنتاج محتوى إعلامي بجودة عالية:** من خلال التركيز على إنتاج محتوى إعلامي متنوع وموضوعي يسلط الضوء على أخطار الزيادة السكانية، وأثرها على الأسرة والمجتمع، والتنمية المستدامة.
- **استخدام مختلف وسائل الإعلام:** الاستفادة من مختلف وسائل الإعلام مثل التلفزيون، الراديو، الصحف، مواقع التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الذكية، والتي أثبتت فاعليتها في بناء وعي جمعي قوي تجاه العديد من القضايا.
- **إشراك مختلف الفئات (حوار مجتمعي):** إشراك مختلف فئات المجتمع في الحملات التوعوية، مثل الشباب، النساء، والرجال.
- **التركيز على فكرة حياة كريمة للأبناء:** والتي لن تتحقق إلا من خلال إنجاب عدد صغير للغاية من الأبناء لتعليمهم تعليم أفضل، وتوفير فرص معيشة وحياة تليق بهم، حتى عندما يكبر الأبناء يكونوا عوناً لأبائهم بدلاً من التركيز على العدد الكبير من الأبناء ومفهوم (العزوة) أو أن العدد الكبير لو يساعد الأبناء في توفير قوت اليوم.

#### **سادساً: دور وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية المساهمة لتحسين الوضع السكاني من خلال برامج بناء الوعي الجمعي بخطورة الزيادة السكانية؟**

يمكن لوسائل الإعلام أن تساهم في تحسين الوضع السكاني من خلال برامج بناء الوعي بعدة طرق:

- نشر المعرفة العلمية الدقيقة حول الديناميكيات السكانية، وآثارها الاجتماعية، والاقتصادية، والبيئية.
- تصحيح المفاهيم والأفكار الخاطئة الشائعة حول تنظيم الأسرة والإنجاب.
- تسليط الضوء على قصص ناجحة في مجال تنظيم الأسرة لتشجيع الآخرين.

- إبراز أهمية مشاركة الرجل في تحمل مسؤولية تنظيم الأسرة مع زوجته.
- توعية الشباب بأهمية الزواج في سن مناسبة لتأسيس أسرة صحية.
- التوعية بمخاطر الحمل المبكر على صحة الأم والطفل.
- تسليط الضوء على مشكلات انخفاض معدلات الإنجاب في بعض الفئات.
- تقديم نماذج إيجابية عن أسر صغيرة الحجم ناجحة وسعيدة.
- التوعية بأهمية رعاية المسنين في ظل التحولات السكانية.
- العرض المستمر بخطورة الزيادة السكانية على الفرد والأسرة والمجتمع بوجه عام.
- إنشاء برامج تلفزيونية ومحتوى رقمي يسلط الضوء على تحديات الزيادة السكانية وتأثيرها على المجتمع والبيئة.
- تنظيم برامج تلفزيونية تفاعلية وندوات تلفزيونية تثقيفية لتسليط الضوء على أهمية وعواقب الزيادة السكانية وكيفية التعامل معها.
- تنظيم حملات توعية على الإنترنت؛ لتعزيز التوعية بقضايا الزيادة السكانية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات البث المباشر للوصول إلى جمهور أوسع وتحقيق تفاعل أكبر، مثل: الهاشتاج، ومقاطع فيديو تفاعلية.
- إنتاج أفلام وثائقية: إنتاج أفلام وثائقية قصيرة تتناول قصص واقعية لأشخاص تأثروا سلباً بالزيادة السكانية.
- إشراك المشاهير والمؤثرين ورجال الدين البارزين في حملات التوعية لزيادة الوعي حول أخطار الزيادة السكانية.

#### **سابعاً: المؤشرات التي يمكن استخدامها لقياس تأثير وسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية على بناء الوعي حول أخطار الزيادة السكانية:**

- تقييم وقياس التأثير، من خلال إجراء العديد من الدراسات لتقييم تأثير الحملات التوعوية وقياس مدى فعاليتها في تغيير سلوكيات الجمهور.
- رصد عدد ونوعية البرامج والحملات الإعلامية المنتجة حول هذا الموضوع.
- التعرف على مدى تناول هذا الموضوع في البرامج والمحتوى الإعلامي مقارنة بالموضوعات الأخرى.
- رصد مستوى مشاهدة وتفاعل الجمهور مع المحتوى التوعوي للقضية السكانية عبر منصات التواصل الاجتماعي.

- متابعة نسب المشاهدة للقنوات التليفزيونية ومدى اهتمام المجتمع ومدى تأثير المادة المعروضة عن الزيادة السكانية.
  - نتائج استطلاعات الرأي حول تعرض الجمهور للرسائل الإعلامية المباشرة للقضية السكانية ومدى تأثيرهم بها.
  - مدى ارتفاع معدلات استخدام وسائل تنظيم الأسرة بعد الحملات الإعلامية.
  - مدى انتشار المفاهيم الخاطئة حول تنظيم الأسرة في المجتمع.
  - مدى تعاون الجهات الرسمية مع وسائل الإعلام في إنتاج المحتوى التوعوي.
  - مستوى رضا الجهات المعنية مثل وزارة الصحة عن مساهمة وسائل الإعلام في التوعية بأخطار الزيادة السكانية.
  - مستوى التوعية.
  - مراقبة أعداد المقالات والمدخلات التليفزيونية التي تتناول هذا الموضوع، مع العمل على زيادتها.
  - قياس الرأي العام المصري تجاه القضية السكانية، وإشراكه في وضع الحلول، من خلال الحوار المجتمعي.
  - التأثير على القوانين والسياسات داخل الدولة، للحد من الزيادة السكانية.
- ثامناً: حول أبرز الأدوات والتقنيات التي يمكن استخدامها لتعزيز دور خبراء الإعلام والأكاديميين في استخدام وسائل الإعلام لبناء الوعي حول قضايا سكانية، منها:**
- أدوات تحليل البيانات والتنقيب عن البيانات لفهم احتياجات واهتمامات الجمهور.
  - تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتخصيص المحتوى وفقاً للجمهور.
  - أدوات إنشاء المحتوى الرقمي الجذاب مثل: الإنفوجرافيك والفيديوهات القصيرة والرسوم المتحركة.
  - منصات إدارة المحتوى لنشر ومشاركة المواد التوعوية.
  - أدوات قياس الأثر لمتابعة انطباعات الجمهور وتفاعلهم مع الحملات الإعلامية.
  - تطبيقات تنظيم وإدارة الحملات الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي.
  - أدوات الترجمة والتوليف الصوتي لتوفير المحتوى بلغات متعددة.
  - أدوات الواقع الافتراضي والواقع المعزز لخلق تجارب تفاعلية.

- منصات البث المباشر لعقد الندوات والمناظرات التوعوية.
- أدوات تحليل خطاب الكراهية للتصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عبر وسائل التواصل.
- المقالات والمدونات على الأنترنت.
- الحملات التوعوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، باعتبارها الأكثر شهرة واستخداما من قبل الجمهور المصري وخصوصا فئة الشباب والمراهقين.
- المداخلات على البرامج التلفزيونية المختلفة، وخصوصا الجماهيرية منها.
- عقد الندوات والمؤتمرات، داخل المدارس والجامعات، والجمعيات الخيرية، والمؤسسات الدينية.
- الإعلانات التلفزيونية وحملات التوعية الاجتماعية.
- إجراء المزيد من التحليلات والدراسات المتعلقة بدور الإعلام في بناء الوعي الجمعي والقضايا السكانية.

تاسعاً: نموذج مقترح لوسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية بالتكامل مع المجتمع والدولة في بناء الوعي الجمعي حول قضية الزيادة السكانية في مصر، ومن وجهة نظر عينة الدراسة من الخبراء الإعلاميين والأكاديميين ورجال الدين:

أجمع الخبراء الإعلاميون والأكاديميون ورجال الدين -عينة الدراسة- أن الإعلام يقوم بدور هام في تشكيل الوعي الجمعي للمصريين فيما يخص مواجهة الزيادة السكانية، فعلى الرغم من التحديات التي تواجهه، إلا أنه يُمكنه أن يُساهم بشكل كبير في نشر المعلومات والمعرفة حول أخطار هذه الظاهرة، وتأثيرها على المجتمع، وسبل مواجهتها. وأسهمت التحديات التي تم ذكرها سابقاً في تفاقم الزيادة السكانية بشكل كبير داخل المجتمع، حيث مازال هناك حاجة ملحة لضرورة توحيد الجهود مع وسائل الإعلام المرئية والرقمية المصرية؛ من أجل العمل على القضاء على ظاهرة الزيادة السكانية، لذلك أشارت عينة الدراسة أنه من المهم اقتراح طرق فعالة تمكن الدولة المصرية من التغلب على هذه الحواجز، أي تطوير سياسات أكثر فعالية عن طريق توحيد الجهود بين وسائل الإعلام المختلفة، ومؤسسات الدولة والمجتمع المدني انطلاقاً من رؤية تتمثل في "محاولة العمل على القضية السكانية بشكل أوسع، أي النظر للقضاء على الزيادة السكانية بشكل يرتبط بمسألة الإصلاح ككل" وهو ما تم اقتراحه من قبل الخبراء، من خلال طرح عدداً من البدائل المتمثلة في الآتي:

منظور النخبة الإعلامية والأكاديمية والدينية لدور القنوت المرنية والمنصات الرقمية المصرية في بناء الوعي الجمعي تجاه القضية السكانية وفق رؤية مصر ٢٠٣٠

م	البدائل	التدخلات	مميزات وعيوب البديل
١	توحيد جهود الوزارات في نشر التوعية	<p>١- طرح منهج لتنظيم الأسرة في المناهج التعليمية، بجانب إطلاق عدد من الكراسيات الملونة تحت شعار الترفيه في التعليم؛ لإيصال المعارف المختلفة المتعلقة بتنظيم الأسرة وزيادة السكانية لفئة النشء بطريقة مبسطة.</p> <p>٢- تبسيط المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام للمحتوى المرئي والمسموع والرقمي ليناسب كافة شرائح المجتمع، مع ضرورة توحيد المفاهيم المستخدمة داخل الإعلام عن طريق إعداد برامج تدريبية لكافة الصحفيين والإعلاميين.</p> <p>٣- برامج تدريبية تقدمها وزارة التخطيط والأوقاف حول أهداف التنمية المستدامة مع التركيز على هدف الحياة الكريمة وربطها بالقضية السكانية، في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠.</p> <p>٤- دورات تدريبية توعوية داخل وزارة الشباب والرياضة لرفع الوعي لدى الشباب والنشء حول القضية السكانية.</p> <p>٥- توفير عدد من التدريبات داخل وزارة التضامن الاجتماعي لرفع وعي الرائدات الريفيات وثقل مهارتهن.</p> <p>٦- رفع مهارات مقدمي خدمات الصحة الإنجابية وتنظيم الأسرة في القطاع الصحي الرسمي.</p> <p>٧- توحيد وزارة الأوقاف للخطب داخل المساجد والتي تتعلق بالقضية السكانية.</p> <p>٨- قيام وزارة التعليم العالي بعقد مسابقات حول الحد من الزيادة السكانية عن طريق القصة القصيرة والأوراق البحثية لنشر الوعي بالقضية السكانية مع نشر حملات التوعية داخل الجامعات والاستفادة من شباب الجامعة في نشر تلك الحملات.</p>	<p><b>المميزات:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>الوصول لعدد كبير من الأفراد في قطاعات عريضة.</li> <li><b>العيوب:</b></li> <li>صعوبة تغيير المناهج والتي تحتاج لوقت طويل.</li> <li>عدم توحيد المفاهيم المستخدمة من الإعلاميين ورجال الدين.</li> <li>صعوبة الوصول للمستفيدين.</li> </ul>
٢	استعادة دور المجتمع المدني، ليشمل بجانب التوعية خدمات تنظيم الأسرة	<p>١- حملات طرق الأبواب لتوعية الأمهات بأن ٥٠% من نمو حجم المخ يحدث عند عمر ٦ شهور، ٧٥% عند عمر سنة، ٩٠% من وزن المخ عند البالغين من ٢ إلى ٦ سنوات، ٩٥% من وزن المخ عند سن من ٦ إلى ٨ سنوات. وهذا يتطلب عناية بالطفل لأن ما يفقده من قدرات في هذه المرحلة لا يستطيع أحد أن</p>	<p><b>المميزات:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>الوصول لعدد كبير من فئات المجتمع نتيجة للثقة التي تتمتع بها منظمات المجتمع المدني</li> </ul>

منظور النخبة الإعلامية والأكاديمية والدينية لدور القنوات المرئية والمنصات الرقمية المصرية في بناء الوعي الجمعي تجاه القضية السكانية وفق رؤية مصر ٢٠٣٠

م	البدائل	التدخلات	مميزات وعيوب البديل
		<p>يعوضها له وذلك بطريقة مبسطة حيث إذا زاد عدد الاطفال سيكون هناك قلة رعاية لهؤلاء الأطفال وتقديم حياة صحية لهم خاصة أن صلب حقوق الإنسان هو حق الطفل الحصول على الرعاية.</p> <p>٢- حملات إعلامية جماهيرية موسعة، عبر القنوات التليفزيونية والراديو، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمنصات الرقمية الأخرى.</p> <p>٣- تقديم خدمات تنظيم الأسرة من خلال تطوير بنية تحتية وتوفير موارد بشرية لعيادات تنظيم الأسرة بالجمعيات الأهلية.</p> <p>٤- زيادة برامج ومشروعات التمكين الاقتصادي والاجتماعي للمرأة وخاصة في القرى ذات الكثافة السكانية المرتفعة.</p>	<p>داخل المجتمعات القاعدية.</p> <p><b>العيوب:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم توحيد الجهود بين المؤسسات وبعضها البعض.</li> </ul>
٣	إطلاق الحملات الإعلامية عبر منصات التواصل الاجتماعي	<p>١- استخدام اليوتيوبرز Youtubers ومشاهير الطبخ الريفى والقروي وبعض رجال الدين البارزين وتدريبهم لبث رسائل عبر قنواتهم عن تنظيم الأسرة وتحديد النسل ومناهضة العنف والممارسات الضارة.</p> <p>٢- تدشين حملات إعلامية عبر منصات التواصل الاجتماعي الجديدة كالتيك توك Tik Tok والتي يستخدمها عدد كبير من المستخدمين المصريين للتوعية حول وسائل تنظيم الأسرة وأضرار الزيادة السكانية.</p> <p>٣- تصوير عدد من الأفلام السينمائية والمسلسلات الدرامية حول تلك القضية للتوعية بها (دور الفن في التوعية)</p>	<p><b>المميزات:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• الوصول لعدد كبير من المستخدمين بطريقة سهلة</li> </ul> <p><b>العيوب:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم توحيد المفاهيم المستخدمة داخل الحملات</li> <li>• الحاجة لموارد مالية كثيرة.</li> </ul>

### مناقشة النتائج:

تقع على عاتق وسائل الإعلام الرقمية والتليفزيونية مسؤولية جسيمة في بناء الوعي حول أخطار الزيادة السكانية في مصر، وخصوصاً وسائل التواصل الاجتماعي، نشر المعرفة العلمية الدقيقة وتصحيح المفاهيم والأفكار الخاطئة حول تنظيم الأسرة والإنجاب يمكن لوسائل الإعلام تسليط الضوء على قصص ناجحة في مجال تنظيم الأسرة لتشجيع الآخرين، وإبراز أهمية مشاركة الرجل في تحمل مسؤولية تنظيم الأسرة مع زوجته. كما يمكنها توعية الشباب بأهمية الزواج في سن مناسبة لتأسيس أسرة صحية، وتوعية بمخاطر الحمل المبكر. وهو ما اتفق فيه مع نتائج دراسات (Bin Jwain, (2020)، و Sherry, (2018)، والشحري، سامح، (٢٠٢٢)، وعثمان، تنظيمية، (٢٠٢٢)، والشهري، هند، (٢٠١٩)، والقوس، سعود بن سعد، (٢٠١٨)، و Zhang, et al. (2020)، حيث باتت وسائل الإعلام الرقمية وتحديداً وسائل



التواصل الاجتماعي أدوات قوية للتغيير، حيث تمتلك إمكانات هائلة لرفع الوعي الاجتماعي وتعزيز التنقيف والتعليم وتمكين المستخدمين، مشاركة المعلومات والأخبار مع أصدقائهم وعائلاتهم، مما يخلق بيئة تفاعلية للتبادل المعرفي، كما تُتيح وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين التعبير عن آرائهم حول مختلف القضايا، مما يُعزز الحوار المجتمعي ويُساهم في صياغة الرأي العام، والتواصل مع صانعي القرار وممثلي المجتمع المدني بشكل مباشر، مما يُتيح لهم طرح الأسئلة ومناقشة القضايا التي تهمهم، كما تُساهم وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي حول مختلف القضايا الاجتماعية، مثل: الصحة، والبيئة، والتعليم، وحقوق الإنسان، مما يُشجع على المشاركة في الحملات والفعاليات التي تُعنى بها، وتوفر تلك المنصة أيضاً محتوى تعليمياً وثقافياً متنوعاً، مما يُتيح للمستخدمين اكتساب مهارات جديدة وتوسيع آفاقهم المعرفية، كما انتقلت مع النتائج مع دراسة الحزامي، نوف (٢٠٢١)، بأن وسائل الإعلام الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي بيئة محفزة للوعي الجمعي للمستخدمين.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن لتلك الوسائل تسليط الضوء على مشكلات انخفاض معدلات الإنجاب في بعض الفئات، وتقديم نماذج إيجابية عن أسر صغيرة الحجم ناجحة وسعيدة. كما يمكنها توعية بأهمية رعاية المسنين في ظل التحولات السكانية، والعرض المستمر بخطورة الزيادة السكانية على الفرد والأسرة والمجتمع بوجه عام، على أن يتم تناوله بشكل كبير من المصادقية وهو الأمر الذي أوضحته أيضاً دراسة جلال، أشرف، (٢٠٢٣)، ودراسة عرعور، مليكة محمد، وحميدي، سامية، (٢٠١٦)، ودراسة **Chouhan, Vasita, & Goswami (2020)**، ودراسة **Manchanda, et, al. (2023)**، بأن الإعلام بشقيه التقليدي والرقمي يُزود الإنسان بالحقائق والمعلومات الصحيحة والدقيقة والموثقة التي تُشكّل الوعي الاجتماعي لأفراد المجتمع الواحد.

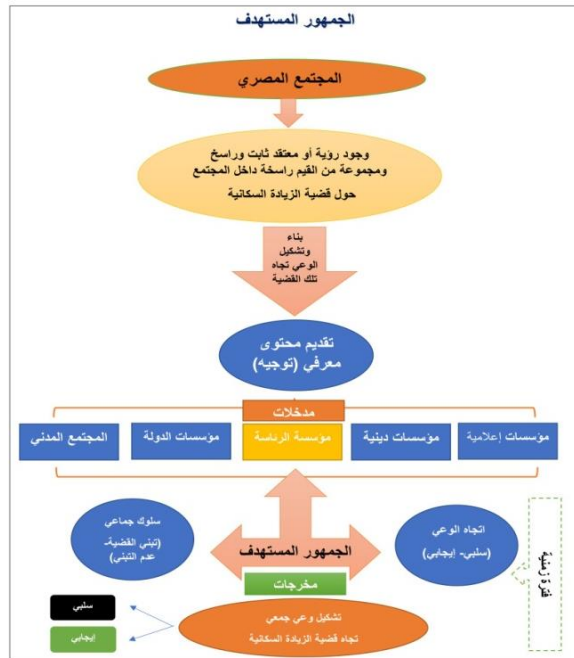
وحول أبرز الأدوات التي تم اقتراحها من قبل عينة الدراسة، والتي يمكن استخدامها لتعزيز دور خبراء الإعلام والأكاديميين في استخدام وسائل الإعلام لبناء الوعي حول قضايا سكانية:

- أدوات تحليل البيانات والتنقيب عن البيانات لفهم احتياجات واهتمامات الجمهور.
- تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتخصيص المحتوى وفقاً للجمهور.
- أدوات إنشاء المحتوى الرقمي الجذاب مثل: الإنفوجرافيك والفيديوهات القصيرة والرسوم المتحركة.
- منصات إدارة المحتوى لنشر ومشاركة المواد التوعوية.
- أدوات قياس الأثر لتتبع انطباعات الجمهور وتفاعلهم مع الحملات الإعلامية.

- تطبيقات تنظيم وإدارة الحملات الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- أدوات الترجمة والتوليف الصوتي لتوفير المحتوى بلغات متعددة.
- أدوات الواقع الافتراضي والواقع المعزز لخلق تجارب تفاعلية.
- منصات البث المباشر لعقد الندوات والمناظرات التوعوية.
- أدوات تحليل خطاب الكراهية للتصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عبر وسائل التواصل.

وفيما يتعلق بدور وسائل الإعلام المرئية والرقمية في عملية التنمية والاستدامة، أوضحت النتائج أنه يمكن لوسائل الإعلام الرقمية والتلفزيونية مع خبراء الإعلام والأكاديميين العمل كآلية واستراتيجية هامة في تغيير سلوكيات الجمهور، وخلق مجتمع أكثر وعياً بمخاطر الزيادة السكانية، لتحقيق النقلة النوعية والطفرة المؤدية إلى التنمية، وهو ما اتفق مع نتائج دراسة كل من عكاشة، أبو القاسم، وجبريل، أحمد، (٢٠٢١)، ودراسة كنانة، وضيف الله. (٢٠١٨).

ونظراً لما سبق عرضه، واستناداً على نتائج الدراسة، توصلت الباحثة إلى نموذج خاص ببناء الوعي الجمعي، يوضح كيفية قيام وسائل الإعلام الرقمية المرئية والرقمية في وبناء الوعي الجمعي تجاه قضية "الزيادة السكانية"، كما هو موضح في الشكل التالي رقم (٣)



شكل (٣) نموذج بناء وتشكيل الوعي الجمعي تجاه قضية الزيادة السكانية في مصر (شكل من إعداد الباحثة)

يقدم النموذج الموضح في الشكل السابق، إطاراً عملياً لبناء الوعي تجاه قضية الزيادة السكانية في مصر. ويُعدّ هذا النموذج أداة قيمة لمعالجة هذه القضية، ويمكن تطبيقه بشكل فعال لتحقيق نتائج إيجابية، وهو نموذج مقترح من قبل الباحثة، ويُظهر النموذج العملية من بدايتها إلى نهايتها، ويشمل الجمهور المستهدف، المدخلات، العمليات، والمخرجات، ويبرز النموذج أهمية تضافر جهود مختلف المؤسسات وأجزاء المجتمع لتشكيل وعي جمعي يتجه نحو معالجة قضية الزيادة السكانية بشكل فعال، ويركز على النتيجة المرجوة من تلك الجهود، أي إحداث تغيير إيجابي في السلوك الجماعي للجمهور المصري تجاه لقضية السكانية، بما يتماشى مع أهداف الدولة للحد من الزيادة السكانية وتحقيق حياة كريمة وتنمية مستدامة للشعب المصري، ويتكون النموذج المقترح من النقاط التالية:

#### - الجمهور المستهدف:

يُظهر النموذج أن الجمهور المستهدف هو المجتمع المصري بأكمله، مما يشير إلى أن قضية الزيادة السكانية تؤثر على المجتمع برمته وليس فقط على فئة معينة.

#### - المدخلات:

يوضح النموذج أهمية وجود رؤية أو معتقدات راسخة داخل المجتمع حول قضية الزيادة السكانية لتكون أساساً لعملية بناء الوعي الجمعي، من خلال مؤسسات متعددة، والتي يُشار إلى أدوار مختلف لمؤسسة الرئاسة، المؤسسات الدينية، الإعلامية، دولة، والمجتمع المدني في تقديم محتوى معرفي يساهم في بناء هذا الوعي:

- **مؤسسات المجتمع المدني:** تلعب دوراً هاماً في نشر الوعي حول قضية الزيادة السكانية من خلال تنظيم الندوات والفعاليات والأنشطة التوعوية.
- **مؤسسات الدولة:** تضع الخطط والسياسات اللازمة للحد من الزيادة السكانية، وتوفير الدعم المادي والمعنوي للمبادرات التي تهدف إلى نشر الوعي حول هذه القضية.
- **مؤسسة الرئاسة:** تدعم جهود نشر الوعي حول قضية الزيادة السكانية من خلال إصدار التوجيهات والدعم للبرامج والفعاليات التي تهدف إلى معالجة هذه القضية.
- **المؤسسات الدينية:** تلعب دوراً هاماً في نشر الوعي حول قضية الزيادة السكانية من خلال خطب الجمعة والدروس الدينية، وتقديم النصائح والإرشادات للمجتمع، بالإضافة إلى دروس الوعظ داخل الكنائس.
- **المؤسسات الإعلامية:** تلعب دوراً هاماً في نشر الوعي حول قضية الزيادة السكانية من خلال البرامج التلفزيونية والإذاعية والمواد الصحفية.

#### - العملية:

بناء وتشكيل الوعي تجاه القضية السكانية: يتم ذلك من خلال توجيه وتقديم محتوى معرفي للمجتمع، بما يشكل وعياً جمعياً حول القضية.

#### - المخرجات:

أ. **بناء الوعي:** من خلال تكوين فهم عميق لدى أفراد المجتمع حول أخطار الزيادة السكانية وآثارها على مختلف جوانب الحياة.

ب. **اتجاه الوعي:** يُراد من العملية تحديد اتجاه الوعي نحو القضية، سواء كان إيجابياً أو سلبياً.

ت. **تبني القضية:** إن النتيجة المتوقعة هي التي تبلور سلوك جماعي إما نحو تبني القضية والعمل عليها أو عدم التبني، والهدف هنا إشراك أفراد المجتمع المصري في إيجاد حلول لقضية الزيادة السكانية، وتحفيزهم للمشاركة في البرامج والفعاليات التي تهدف إلى معالجة هذه القضية.

ث. **تغيير السلوك (سلوك جماعي):** تغيير سلوكيات أفراد المجتمع تجاه قضية الزيادة السكانية، وتبني سلوكيات إيجابية تساهم في الحد من هذه القضية.

#### - فترة زمنية:

يُشير النموذج بوضوح فترة زمنية معينة لتحقيق هذه الأهداف، حيث يُفهم أن عملية بناء الوعي تتطلب زمناً طويلاً، حيث يعتمد نجاح النموذج على الفترة الزمنية التي يتم تطبيقه خلالها، فكلما زادت مدة تطبيق النموذج، كلما زادت فرص نجاحه.

#### العوامل المؤثرة على نجاح النموذج:

- وجود رؤية أو معتقد ثابت وراسخ داخل المجتمع يجمع عليه حول قضية الزيادة السكانية: حيث، يجب أن يكون هناك إجماع مجتمعي على أهمية معالجة قضية الزيادة السكانية، وأن تكون هناك رؤية واضحة لمعالجة هذه القضية.
- تقديم محتوى معرفي (توجيهي): يجب تقديم محتوى معرفي دقيق وموضوعي حول قضية الزيادة السكانية، وتوجيه أفراد المجتمع نحو السلوكيات الإيجابية التي تساهم في الحد من هذه القضية، من خلال وسائل الإعلام المرئية والرقمية.
- الاستمرارية: يجب أن تكون عملية نشر الوعي حول قضية الزيادة السكانية عملية مستمرة ودؤوبة، حتى يتم تحقيق النتائج المرجوة.

- التقييم: يجب تقييم عمل النموذج بشكل دوري لتحديد نقاط القوة والضعف، وإجراء التعديلات اللازمة لضمان نجاحه.

#### توصيات الدراسة:

- من خلال البحث عن بدائل لحل القضية السكانية والتصدي لها، والنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة من خلال مجموعة النقاش البؤرية، يمكن إضافة مجموعة من التوصيات، بما يساعد صناع القرار والمعنيين في مجال الإعلام والدراسات السكانية، في معالجة المشكلة بشكل منهجي يمكن تطبيقه على أرض الواقع، وزيادة الوعي الجمعي للمصريين تجاه القضية السكانية، على النحو التالي:
- ضرورة مواكبة لغة الحوار الجديدة والاعتماد على الأساليب الحديثة للإعلام وليس الاقتصار على الوسائل التقليدية في الحملات المختلفة.
- إجراء مزيد من الدراسات حول تحليل البرامج والمحتوى الإعلامي الذي تقدم القنوات التلفزيونية والمنصات الرقمية المصرية حول القضية السكانية، والتعرف على أهدافها، ومدى تأثيراتها على الوعي الجمعي تجاه القضية السكانية.
- ضرورة استمرار الإعلام المصري في تقديم البرامج والمحتوى الإعلامي حول القضية السكانية، وذلك من خلال التنوع في موضوعات البرامج والمحتوى الإعلامي، وتوظيف الأساليب المتنوعة في تناول، والتركيز على التأثيرات المحتملة للبرامج والمحتوى الإعلامي.
- ضرورة التعاون بين الجهات المعنية بالقضية السكانية والإعلام المصري، وذلك من أجل التنسيق في إعداد البرامج والمحتوى الإعلامي، وضمان فاعلية هذه البرامج والمحتوى الإعلامي في تحقيق أهدافها
- الإعلان عن الحوافز للأسر التي تراعي تنظيم الأسرة ومميزات لتلك الأسر التي تشمل طفلين فقط، عبر وسائل الإعلام.
- تفعيل دور الغرف التشريعية مع السلطات التنفيذية الممثلة في مجلس الوزراء ووزاراته المختلفة في تنفيذ تطبيق الإستراتيجية المتعلقة بتنظيم الأسرة.
- الاستفادة من شباب الجامعات في تدشين مبادرات معنية بنشر الوعي حول الزيادة السكانية وأضرارها.

## الخاتمة:

المشكلة السكانية هي قضية معقدة ومتعددة الأوجه التي تتطلب التعامل مع أبعاد متنوعة مثل: الاقتصاد والاجتماع والثقافة والصحة، والدين، والديموغرافيا، والإعلام. ونظراً لذلك، فإن الدول التي تولوا اهتماماً مبكراً ومكثفاً بتنفيذ السياسات السكانية وبرامج تنظيم الأسرة، مثل مصر، يمكن أن تكون لها فرصة لتشكيل تحالفات قوية من قادة صناعات السياسات الذين يستطيعون تحديد مبررات منطقية متناسقة وتقاسم المخاطر السياسية، وبالتالي يمكنهم أن يلعبوا دوراً هاماً في استدامة السياسات السكانية. وعلاوة على ذلك، من المرجح أن يحقق هذه التحالفات النجاح في الأماكن التي يستطيع صناعات السياسات والإعلامية تقاسم المخاطر السياسية والإعلامية المحتملة المتعلقة بتنظيم الأسرة والسيطرة على السكان.

بشكل آخر، هناك حاجة عاجلة لمعالجة مشكلة السكان في مصر من خلال تشكيل كيانات قوية مع التأكيد على أهمية دور الإعلام في بناء الوعي الجمعي للسكان من ناحية، وتنسيق العمل بين القطاعات المختلفة من ناحية أخرى. يمكن لهذه الكيانات أن تكون وسيلة دائمة للتواصل بين الجهات الحكومية والخاصة ومنظمات المجتمع المدني بالتعاون معاً لتحقيق أهداف المؤتمر الدولي للسكان والتنمية، وأهداف التنمية المستدامة، ورؤية مصر ٢٠٣٠.

ولأن بناء الوعي الجمعي عملية معقدة ومركبة ومتكاملة، تبدأ ببناء المعتقد، وهو الأساس الذي تبنى عليه جميع الأفكار والقيم والسلوكيات داخل المجتمع حيث يتكون المعتقد عبر فترات زمنية طويلة من خلال التعلم والتلقين والتجربة، لذلك، فإن بناء الوعي عملية طويلة الأمد تتطلب تكاتف كافة الأطراف داخل المجتمع، من خلال التعليم والتوجيه الديني والثقافي والإعلامي، لدعم الأفكار والقيم الإيجابية ومحاربة المفاهيم السلبية مثل العنف وكثرة الإنجاب وزواج القاصرات.

## مراجع الدراسة:

- Agrawal, M., Kalia, P., Nema, P., Zia, A., Kaur, K., & John, H. B. (2023). Evaluating the influence of government initiatives and social platforms on green practices of Gen Z: The mediating role of environmental awareness and consciousness. *Cleaner and Responsible Consumption*, 8, 100109. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100109>
- Ajibade, L. T. (2003). A methodology for the collection and evaluation of farmers indigenous environmental knowledge in developing countries. *Indilinga African Journal of Indigenous Knowledge Systems*, 2, 99–105.
- Bin Jwain, A. (2020). Role of social media on Social Awareness and Engagement. In G. Marks (Ed.), *Proceedings of International Journal on E-Learning 2020* (pp. 331-354). Waynesville, NC USA: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). Retrieved January 31, 2024, from <https://www.learntechlib.org/primary/p/184634/>.
- Castells, M. (2004). *The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture. Volume II*. Oxford, UK: Blackwell.
- Chouhan, V., Vasita, M. L., & Goswami, S. (2020). The impact and role of social media for consciousness of COVID-19 pandemic. *Journal of Content, Community & Communication*, 12(6), 1-18. Available at: [https://www.amity.edu/gwalior/jccc/pdf/dec\\_23.pdf](https://www.amity.edu/gwalior/jccc/pdf/dec_23.pdf)
- Durkheim, E. (1893). *The Division of Labour in Society*. New York: Free Press.
- Durkheim, E. (1893/1997). *The Division of Labor in Society*. New York: Simon and Schuster<sup>٧٩</sup> .
- Halbwachs, M. (1939). Individual Consciousness and Collective Mind. *American Journal of Sociology*, 44(6), 812–822.
- Genç, R. (2016). *The Importance of Communication in Sustainability & Sustainable Strategies*. Turkish-German University (TAU), Beykoz 34820-Istanbul.
- Manchanda, P., Arora, N., Nazir, O., & Islam, J. U. (2023). Cultivating sustainability consciousness through mindfulness: An application of theory of mindful consumption. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103527. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103527>

- Mayo, Sherry. (2018). A Collective Consciousness Model in a Post-Media Society. **Enhancing Art, Culture, and Design with Technological Integration**. DOI: 10.4018/978-1-5225-5023-5.ch002
- McPhail, C. (1991). *The Myth of the Madding Crowd*. New York: Aldine de Gruyter.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of Social Representations. *European Journal of Social Psychology*, 18(3), 211-250.
- Ossowski, S., (1988). **Class structure in the social consciousness**. 102 (102). Taylor & Francis. 383
- Parsons, T. (1971) *The System of Modern Societies*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Piepmeyer, A. (2007). Collective consciousness. Available at : <https://lucian.uchicago.edu/blogs/mediatheory/keywords/collective-consciousness>. Accessed 27 september 2021.
- Research tools: Focus group discussion, (2009). Toolkits, Evidence idea change, available at: <https://www.odi.org/publications/5695-focus-group-discussion>
- Rosanna L. Breen. (2007). A Practical Guide to Focus-Group Research. *Journal of Geography in Higher Education*, 30, (3), pp.463-475, available at: <https://doi.org/10.1080/03098260600927575>
- Secer, A., Masotti, M., Iori, E., & Vittuari, M. (2023). Do culture and consciousness matter? A study on motivational drivers of household food waste reduction in Turkey. *Sustainable Production and Consumption*, 38, 69-79. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2023.03.024>
- **Sharma, U. N. (2019). Arousing curiosity in readers as the key to success. In International Conference on Innovative Computing and Applications (ICICA 2019). Atlantis Press.**
- Tobias O.Nyumba *et al.*, "The use of focus group discussion methodology: Insights from two decades of application in conservation". *Qualitative Methods for Eliciting Judgements For Decision Making, Methods In Ecology And Evaluation*. 2017, available at: <https://besjournals.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/2041-210X.12860>
- Walker A. (2018) *Collective Consciousness Theory in Sociology*. In: **Collective Consciousness and Gender**. Palgrave Macmillan, London. [https://doi.org/10.1057/978-1-137-54414-8\\_3](https://doi.org/10.1057/978-1-137-54414-8_3)



- Yassin, Sojood ,Omar Saleh and Ali, Asem Shehadeh Saleh (2022) *تشكيل = Forming social collective awareness in the language of contemporary media*. المجلة الإلكترونية الشاملة ٤٦ (6). pp. 1-15. ISSN 2617-958X
- Yassin, Sojood and Ali, Asem Shehadeh Saleh (2021) *التداولية وأثرها في Pragmatics and its impact on shaping collective social awareness*. In: 7th International Conference on Arabic Language and Literature (7TH ICALL2020), 22-23 December 2020, Kuala Lumpur, Malaysia (Online).
- Zhang H, He J, Shi X, Hong Q, Bao J, Xue S. (2020). Technology Characteristics, Stakeholder Pressure, Social Influence, and Green Innovation: Empirical Evidence from Chinese Express Companies. *Sustainability*. 12(7):2891. <https://doi.org/10.3390/su12072891>
- أمين، رضا عبد الواحد. (2017) اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية عن الجمهور البحريني. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*. 17. جامعة الأهرام الكندية.
- الحربي، فوزية حجاب. (2016). *دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة*. القاهرة: عالم الكتب.
- باتي ياسين، سجاد عمر صالح، وعلي، عاصم شحادة صالح (٢٠٢٢). *تشكيل الوعي الجمعي الاجتماعي في لغة الإعلام المعاصر*. المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، ٤٦ (٦). ص ١٥-١. ISSN 2617-958X
- بريك، أيمن محمد إبراهيم (٢٠١٦). دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية. *مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط*، ١٣ (٢)، ٣٨. الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- جلال، أشرف (٢٠٢٣). *مصادقية وفاعلية الاتصال الرقمي في أثناء الأزمات دراسة تطبيقية على جانحة كورونا في قطر*. دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية. 50(5), 376-392. <https://doi.org/10.35516/hum.v50i5.182>
- الحزامي، نوف عبد اللطيف. (٢٠٢١). مواقع التواصل الاجتماعي والعقل الجمعي: دراسة استقرائية. *مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية*. ٢١ (٢): ٣٨٠-٣٩٤.
- حلس، موسى عبد الرحيم. (٢٠٠٣). *مدخل إلى علم الاجتماع*. غزة: مكتبة ومطبعة دار المنار، فلسطين: ٨٧-٩١
- دوركايم، إميل. (١٩٨٨). *قواعد المنهج في علم الاجتماع*. ترجمة: قاسم، محمود. دار المعرفة الجامعية، مصر: ٤٤
- رئاسة الجمهورية. (غير مؤرخ) رؤية مصر ٢٠٣٠. (Egypt Vision 2030). تم الاسترجاع من <https://www.presidency.eg/ar/%D9%85%D8%B5%D8%B1/%D8%B1%D8%A4%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D8%B5%D8%B1-2030/>

- رئاسة مجلس الوزراء (٢٠٢٣، ٥ سبتمبر). تحت رعاية وتشريف فخامة رئيس الجمهورية الرئيس عبد الفتاح السيسي.. الصحة تُطلق المؤتمر العالمي للصحة والسكان والتنمية ٢٠٢٣، متاح عبر الرابط التالي: <https://cabinet.gov.eg/News/Details/67471>
- زهيرى، أيمن، (٢٠١٨). الديموغرافيا الخطرة: سكان مصر في القرن الحادي والعشرين. الجمعية المصرية لدراسات الهجرة.
- سواقلة، رولا العودة، الرواشدة، ميساء نصر. (٢٠٢٠). أثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي: دراسة في المعلوماتية السوسولوجيا. دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية. عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية. (٤٧)، ٣.
- الشحري، سامح فوزي السيد. (٢٠٢٢). دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تنمية الوعي بالمشروعات الزراعية وفق رؤية مصر ٢٠٣٠ لدى عينة من النخبة المصرية *مجلة البحوث الإعلامية* (2) 63، 1501، 162717. doi: 10.21608/jsb.2022.162717.1501-1276-1276
- عبد اللطيف، ايمان (٢٠٢٠). أثر الزيادة السكانية المتسارعة على التنمية المستدامة في مصر من ١٩٧٧ إلى ٢٠١٨، *المجلة العربية للإدارة، جامعة الدول العربية*، عدد ٢.
- العبد، عاطف عدلي، والعبد، نهى عاطف. (٢٠٠٧). *الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية*. ط٥. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عثمان، ماجد (٢٠٢٢). القضية السكانية: مصر بعد الـ ١٠٠ مليون، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار.
- عثمان، نصر الدين. (٢٠١٧). توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي أنموذجًا، دراسة ميدانية. *مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط*. ع ١٥٤. الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- عثمان، نظمية عبد السلام. (٢٠٢٢). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور اليمني: دراسة ميدانية *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، مج ٦، ع ٦، ٨١-١٠٢. <https://search.emarefa.net/detail/BIM-1405160>
- عرعر، مليكة محمد، وحميدي، سامية. (٢٠١٦). دور الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي حيال محاربة الإرهاب. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع ١، ٦٣، 75 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/931310>
- عكاشة، أبو القاسم المبروك محمد، وجبريل، أحمد عمر. (٢٠٢١). الإعلام والتنمية التأثير والتأثر والادوار المتبادلة. *مجلة أبحاث*، ع ١٨٤، ٢٨٢، 308 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1357037>
- علم الدين، محمود. (٢٠٢١، أكتوبر ٢). صناعة الوعي ومكوناتها. يوميات الأخبار. الأخبار. <https://m.akhbarelyom.com/news/newdetails/3520422/1/%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B9%D9%8A-%D9%88%D9%85%D9%83%D9%88%D9%86%D8%A7%D8%AA%D9%87%D8%A7>.

- القوس، سعود بن سعد. (٢٠١٨). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي "دراسة ميدانية علي عينة من الشباب السعودي بمنطقة الرياض". *مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية* 15-79, 10(1). doi: 10.21608/jfust.2018.83259
- كامل، علياء الحسين محمد (٢٠١٥). دور وسائل التواصل الاجتماعي على وعي الشباب في المشاركة السياسية: دراسة ميدانية في الأنثروبولوجيا الاجتماعية، *مجلة مركز الخدمة للاستشارات الدراسية بكلية الآداب، جامعة المنوفية، مصر، الإصدار الخمسون-٢٣٥، ٣١١*
- كنانة، محمد فوزي ، وضيف الله، وفاء (٢٠١٨). الإعلام التنموي والتخطيط الإعلامي: آليات ضرورية لتحديث المجتمع. *مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي، ٥(٢)، ١٧٩-١٨٨*.  
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/75406>
- ليمان، جينيفر. (٢٠١٣). تفكيك دور كايم نقد ما بعد بعد بنوي. ترجمة: عبد الله، محمود أحمد. المركز القومي للترجمة، مصر: ٦٧
- المجلس القومي للسكان (٢٠١٦). تحليل الوضع السكاني: مصر ٢٠١٦. القاهرة: المجلس القومي للسكان. متاح عبر الرابط التالي: [https://egypt.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/PSA%20Final%20-%2028Arabic%20Edited%29\\_NE\\_KS%20final%20revised.pdf](https://egypt.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/PSA%20Final%20-%2028Arabic%20Edited%29_NE_KS%20final%20revised.pdf)
- مذكور، إبراهيم وآخرون. (١٩٨٥). *معجم العلوم الاجتماعية*. ط ١، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب: ٤٤٦.
- مرعي، إيمان (٢٠٢٠). المشكلة السكانية: السياسات والتحديات وتكامل الأدوار، مركز الأهرام للدراسات السياسية والإستراتيجية.
- وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، (٢٨ فبراير، ٢٠٢٢). المشروع القومي لتنمية الأسرة المصرية، متاح عبر الرابط التالي: <https://mped.gov.eg/DynamicPage?id=109>
- (\*\*) الباحثون، هم:
  - أ.م.د. أحمد شحاتة- الأستاذ المساعد بقسم الصحافة – كلية الإعلام- جامعة بني سويف.
  - د. مها البرادعي- المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام- جامعة الأهرام الكندية
  - د. إيمان عصام- المدرس بكلية اللغات والإعلام- الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري.
- (\*) السادة المحكمون لدليل المقابلة، هم:
  - أ.د. هويدا مصطفى- أستاذ الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة القاهرة، وعميد كلية الإعلام، جامعة مصر.
  - أ.د. ميرال مصطفى- أستاذ الإذاعة والتلفزيون- ووكيل شئون الدراسات العليا والبحوث- كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات
  - أ.د. أماني ألبرت- أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
  - أ.م.د. نسرین حسام الدين- الأستاذ المساعد بقسم الصحافة، ووكيل شئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة، كلية الإعلام، جامعة بني سويف.