



جمعية حماية المستهلك

مسجلة برقم ٤١٤٩ لسنة ١٩٩٥

تحت رعاية

أ.د. / عاطف صدقى

أ.د. / أحمد جويلى

رئيس المؤتمر

أ.د. / صديق محمد عفيفى

رئيس جمعية حماية المستهلك

ورقة عمل عن دور قطاع الإعلام الداخلى

فى حماية المستهلك

سامية عاشور

المشرف العام على مراكز النيل

جمعية حماية المستهلك

المؤتمر العام لحماية المستهلك

٢١، ٢٢ أكتوبر ١٩٩٥

تحت رعاية

أ.د. / عاطف صدقى

أ.د. / أحمد جوىلى

رئيس المؤتمر

أ.د. / صديق محمد عفيضى

رئيس جمعية حماية المستهلك

ورقة عمل عن دور قطاع الإعلام الداخلى

فى حماية المستهلك

سامة عاشور

المشرف العام على مراكز النيل

ورقة عمل عن دور قطاع الإعلام الداخلى فى حماية المستهلك

أ / سامية عاشور

ورقة عمل مقدمة إلى « المؤتمر العام لحماية المستهلك »
المنعقد فى يومى ٢١، ٢٢ أكتوبر ١٩٩٥ - القاهرة

مقدمة

أنشئت الهيئة العامة للاستعلامات عام ١٩٥٤ وهى أحد أجهزة الإعلام الرسمى للدولة، وبعد مراحل تطور عميقة واکبت التطور الذى لحق بالحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بمصر فى الداخل والخارج حتى اضحت جهازاً للعلاقات العامة بالمعنى العصرى لهذا الحديث فهى المسئولة عن النشر والتعرف بالوطن فى الداخل والخارج وتؤدى الهيئة العامه للاستعلامات رسالتها الداخلية من خلال قطاع الإعلام الداخلى الذى يتضمن ٦٢ مركزاً، ٢٥ مركزاً للنيل تغطى جميع محافظات مصر وتعتمد فى نشاطها على المحاضرات - والندوات - الحلقات البحثية - العروض السينمائية - المطبوعات - القوافل الإعلامية - نه ادى الطفولة - وأندية المشاهدة.

ويتميز قطاع الإعلام الداخلى بأنه يواكب المعطيات السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى مصر وقد أصبح إعلاماً تنموياً يمهد لعملية التنمية ويشارك فى التنفيذ والمتابعة ويعتمد الإعلام الداخلى فى أداء رسالته على أسلوب الإتصال المباشر وهى ميزه ينفرد بها حيث تكمن مميزته فى درجة المرونه العاليه التى يتمتع بالإضافة إلى تحقيق فرص الحوار الحر المباشر بين أطرفه كجزء من نسيج العمليه الديمقراطيه .

ومن خلال مراكز الإعلام الداخلى تم التركيز على القضايا المحليه والمشكلات البيئيه بالاقليم لتأصيل الوعى لدى المواطنين بأهميه المشاركة فى مناقشة قضاياهم للوصول إلى توصيات وحلول لتحقيق ذلك، بدأت المراكز الإعلاميه فى التعاون بفاعليه أكثر مع الإجهزه المحليه والمنظمات الرسميه والشعبية وأستعانت بالخبراء من المراكز البحثيه والجامعات، إضافة للخبرات المحليه المتوفرة ويتم تحديد أكثر للجمهور المعنى بالمشكلة وتحليل عناصر المشكله للوصول إلى أسبابها ورفع التوصيات إلى الأجهزة المحليه بالإقليم ومتابعة تنفيذها لى تخرج إلى الواقع العملى، وقد قامت مركز النيل المنتشرة فى محافظات مصر بتناول العديد من القضايا التى تعوق حركة التمية .، ومن هذه القضايا موضوع « حماية المستهلك ».

* وعلى سبيل المثال، وعلى مدار العام عقدت الكثير من الدورات والندوات والحلقات البحثية فى هذا الشأن منها :

- | | |
|-------------|---|
| مرسى مطروح | - الغش التجارى وحماية المستهلك |
| دمياط | - الرقابة على الأغذية وكيفية حماية المستهلك |
| شبرا الخمية | - الاغذية الفاسدة ودور الرقابة الصحية |
| دمنهور | - ترشيد أستهلاك المبيدات |
| بنها | - حماية مياة الشرب من التلوث |
| بنها | - ترشيد أستخدام المبيدات الزراعيه |
| بنها | - إستغلال الفائض من محصول الموالح فى عملية التصنيع |
| الفيوم | - الأستخدام السيئ للمبيدات الزراعية وأثرها على الصحة العامه |
| الاسماعلية | - حفظ وتعبته وتسويق المنتج الزراعى |
| القصر | - تقليل الفاقد من محصول قصب السكر |
| طور سيناء | - مشكلة التخلص من المخلفات الصلبه |
| قنا | - أمراض التلوث الغذائى فى الصيف |
| القاهرة | - الحد من الاسراف فى استهلاك المياة بالقاهرة الكبرى |

(جارى حالياً تنظيم دورة عن حماية المستهلك لتعقد خلال النصف الثانى من اكتوبر هذا العام)

* كما خصصت مجلة النيل الصادره عن الهيئه العامة للاستعلامات ملفاً خاصاً عن حماية المستهلك وذلك فى عددها رقم ٦١ الصادر فى أبريل ١٩٩٥م.

فى عام ١٩٩٦م:

* سيتم التركيز على موضوع « حماية المستهلك » من خلال أنشطة مراكز الإعلام الداخلى ومراكز النيل عقبه فى طريق التنمية الشاملة.

ولكن قبل تحديد برنامج الأنشطة المزمع القيام بها لابد من عمل دراسة ميدانية للكشف عن مدى أدراك المواطنين لمفهوم « حماية المستهلك » والتشريعات الموضوعه بهذا الشأن وذلك بالتعاون مع الوزارات والاجهزة المعنيه (التموين - الصناعة - الزرعة الصحة الداره المحليه-

البحث العلمى - البيئة - جمعيات حماية المستهلك) وذلك حتى يمكن تحديد الفئات المستهدفة ثم حصر الامكانيات المتاحة (تطلبات التنفيذ) لكل من هذه الأجهزة والتي يمكن الاستعانة بها لبدء التنفيذ برنامج قطاع الإعلام الداخلى بهذا الخصوص.

ومن خلال نتائج الدراسة المقترح القيام بها يكون دور الإعلام الداخلى فى حماية المستهلك على الوجه التالى :

× تحديد قطاعات الجمهور المستهدف [قاده رأى - ربوات بيوت - الجمعيات النسائيه .. الخ]
× تحديد الامكانيات المطلوبة لبدء التنفيذ وأستكمال متطلبات التنفيذ إذا أقتضت الضروره ذلك، وذلك بالتعاون مع الوزارات والاجهزه السابق ذكرها .

× تحديد الشعارات التى سنبدأ بها تنفيذ الخطة (الآيات القرآنية والاحاديث النبويه الشريفه)

* ومن خلال نشاط مراكز الإعلام الداخلى المتمثله فى المؤتمرات الدورات التدريبيه - الندوات - الندوات - الحلقات البحثيه - أندية المشاهده - نوادى الطفوله - العروض السينمائية - المطوبعات - المسابقات بالتعاون مع الاجهزه المعنيه السابق ذكرها ويمكن تصور الأتى ك
- إقامة دورات تدريبيه على « تنمية السلوك الاستهلاكى » ويكون الجمهور المستهدف من قاده الرأى المؤثرين فى المجتمعات المحليه .

- عمل ندوات عن الغش التجارى وأثره على عمليه التنميه ويتم ذلك بتحديد الجمهور المستهدف ودعوة الخبراء والمتخصصين فى هذا المجال .

- تنظيم حلقات بحثيه بهذا الخصوص يدعى اليها الخبراء والمتخصصون وممثلوا الأجهزة التنفيذيه والشعبية بالمحافظات والخروج بتوصيات واقعيه قابله للتنفيذ .

- تنظيم لقاءات لاعضاء أندية المشاهد البالغ عددها ٤٠ نادياً لعرض أفلام تسجيليه عن حماية المستهلك وتنمية الوعى الاستهلاكى .

- إستفده من برامج محو الزميه فى توصيل الرساله المطلوبه (حماية المستهلك وتنمية الوعى الاستهلاكى) لقطاع الأميين وذلك كم خلال فصول محو الأميه البالغ عددها ٢٦ فصلاً على مستوى الجمهور .

- تنظيم مسابقات إعلامية فى هذا الخصوص لعمل بحوث عن « حماية المستهلك» ويقترح تقديم مسابقات إعلامية فى هذا الخصوص لعمل بحوث عن « حماية المستهلك» ويقترح تقديم جوائز للبحوث الفائزة - ونشرها فى مجلة النيل الصادره عن الهيئه العامه للاستعلامات.

- الدعوه إلى تحديد يوم لحماية المستهلك ومن خلال هذه الأنشطة المقترحه سيتم تشكيل مجموعة عمل مكونه من بعض المشاركين فى الدورات والندوات والحلقات البحثيه التى تتضمنها أنشطة مراكز الإعلام وذلك لمتابعة تنفيذ التوصيات الصادره.