

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص وسائل الإعلام و المجتمع



دور الإعلام في التوعية و الوقاية من حوادث المرور

- دراسة ميدانية على سائقي سيارات الاجرة -

- مدينة مستغانم نموذجا -

نومسك يوم 18 . 09 . 2018

د/غالم عبد الوهاب

تحت إشراف الأستاذ:

غالم عبد الوهاب

من إعداد الطالبة:

- بوتريجة هندية

لجنة المناقشة:

مشرفا

مناقشا

رئيسا

د / غالم عبد الوهاب

د/ بلهوارى الحاج

د/ فلاق شبرة صالح

السنة الجامعية: 2017-2018

إهداء

الى كل من عرفنا وعرفناه.
وقدرنا وقدرناه.
وساعدنا ووجهنا حتى وصلنا الى ما وصلنا اليه.

شكر و تقدير

الحمد والثناء لله عز وجل الذي وفقني الى انجاز وإتمام هذه الرسالة.
ثم الشكر والتقدير للأستاذ المشرف: " غالم عبد الوهاب " الذي تابعتني طوال
فتره اعداد الدراسة وافادني من سديد رايه ووجيه نصحه.

والشكر موصول الى كل الأساتذة الذين ساهموا في تكويني في كل الاطوار
التعليمية

والى كل من ساعدني في انجاز هذا العمل من قريب او من بعيد.

الفهرس

الصفحة	
مقدمة	آ.....
القسم الأول	
الإطار المنهجي ولمفاهيمي	01.....
أولا : اشكاليه الدراسة	03.....
ثانيا: التساؤلات	04.....
ثالثا: أهمية وأسباب الدراسة	05.....
رابعاً: اهداف الدراسة	07.....
خامسا : تحديد المصطلحات	08.....
سادسا : الدراسات السابقة	13.....
سابعاً: فرضيات الدراسة	28.....
القسم الثاني	
الاطار النظري	29.....
الفصل الأول: الاعلام مفهومه ووظائفه.	
المبحث الأول: مفهوم الاعلام وأهميته.	
أولا : المصطلح	33.....
ثانيا : الاعلام التخصص	41.....
ثالثا : الاعلام الأمني ووسائله	41.....
المبحث الثاني: وظائف وخصائص الاعلام.	
أولا : وظائفه	48.....
ثانيا : خصائصه	50.....
المبحث الثالث: وسائل الاعلام المستعملة في التوعية عن حوادث المرور.	
أولا : المطبوعات	53.....
ثانيا : الاذاعة	55.....

57.....ثالثا : التلفزيون

الفصل الثاني: تأثير وسائل الاعلام على سلوك الفرد.

المبحث الأول: التأثير من خلال الرسالة.

61.....أولا : اهداف الرسالة الإعلامية

63.....ثانيا : الاعلام والجمهور

64.....ثالثا : دور الاعلام في مواجهة ظاهرة ما

المبحث الثاني: التأثيرات المتبادلة بين الاعلام ومصالح الامن.

70.....أولا : تأثير الاعلام على مصالح الامن

71.....ثانيا : تأثير الامن على مصالح الاعلام

73.....المبحث الثالث: الراي العام

74.....أولا : مفهوم الراي العام

75.....ثانيا : عناصره وانواعه

76.....ثالثا : أهميته ووسائل تكوينه

الفصل الثالث: الحوادث المرورية والجهود المبذولة للحد منها.

المبحث الأول: ظاهرة حوادث المرور.

80.....أولا : تعريف حوادث المرور

81.....ثانيا : أسبابها

المبحث الثاني: الاستراتيجية الأمنية والإعلامية المنتهجة من طرف الهيئات المعنية بأمن الطرقات.

أولا : دور أجهزة الامن في السلامة المرورية (تنظيم ومراقبة الحركة المرورية) ...

القسم الثالث

الاطار التطبيقي

1- تحديد منهج البحث وتقنياته.

2- تحديد مجتمع البحث.

3- تحديد عينة البحث.

4- بطاقة فنية حول إذاعة مستغانم.

5- تحليل وتفسير النتائج.

6-النتائج العامة للدراسة.

خاتمة

الملاحق

المقدمة

مقدمة:

نعيش اليوم في عصر المعلومات وتبرز الحاجة بذلك الى وسائل اعلاميه لنقل ونشر هذه المعلومات، اذ يعتمد المجتمع المعلوماتي الحديث المنظم على الاتصالات الفورية من كل الانواع عبر الإذاعة والتلفزيون.... ، ومع تعدد اساليب ووسائل الاعلام الحديثة وتعدد خدماتها، تلعب هذه الأخيرة دورا مهما في المجتمعات الحديث، كما هي وسيله فعاله تستخدمها الدول في نقل ونشر المعلومات وتوجيه الارشادات والتعليمات والنصائح والابحار والبلاغات، وخاصة وهذا ما يهم هذه الدراسة استخدام هذه الوسائل في التوعية الوقائية من حوادث المرور .

وهذا ما جعل الدول المتطورة الكبرى تنفق على وسائل الاعلام والاتصال اموال كبيره نظرا لأهمية وسهوله استعمالها اساليب متنوعة وقدره الاعلام على مخاطبه شرائح اجتماعيه واسعه وفي كل الميادين والمجالات، ومن بينها مجال امن الطرقات، من اجل هذا الغرض، يأتي موضوع هذه الدراسة المتمثل في دور الاعلام في التوعية الوقائية من حوادث المرور .

نستطيع القول ان رغم تقدم البشرية وتطورها، محاوله الانسان الدائمة لمسايرة التقدم العلمي والتكنولوجي، فأنا نجد من ناحية اخرى بعض الآثار السلبية لهذا التقدم ومن هذه الآثار، كثرة حوادث المرور في الآونة الأخيرة .

فعلا، لقد مس تطور الانسان مختلف العلوم والعديد من التقنيات وشمل ميدان النقل بكل وسائله، خاصة المركبات، والتي حظيت اهميه كبيره من قبل الانسان لفائدتها وما تلبيه من طلبات احتياجات خدمه مصالح الأشخاص، حيث شهدت الحظيرة ارتفاع ملحوظ في عدد المركبات في السنوات الأخيرة .

لكن، بقدر ما طور الانسان هذه المركبات ومتن من شكلها وزاد من قوتها، بقدر ما اصبحت تتسبب في ماسي وفقدان الالاف من الارواح البشرية، وأصبح بذلك العامل البشري هو اهم عامل يتسبب في حوادث المرور بالإضافة الى العوامل الأخرى، كعامل المركبة وعامل الطريق والمحيط .

كل هذا جعل من حوادث المرور تعتبر من أخطر المشكلات، لأنها تمس الانسان اما بالموت، العجز الدائم، او بالإصابة تعوقه عن تقديم الخدمات، وهذا بدوره يضعف من اسهامه المباشر في خطط التنمية الاجتماعية والاقتصادية .

على هذا الأساس، صارت هذه الظاهرة تحتل المرتبة الاولى في مصاف المخاطر الكبيرة، التي تهدد كيان المجتمع، علما انها في تفاقم مستمر وهذا حسب توقعات الخبراء في هذا المجال لتبلغ نسبتها سنه 2017 الى 28856 حادث مرور حسب ما سجله المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرقات، لتخلف من ورائها وفاة 2517 شخص، وجرح 25426 ، وحتى وان تم تسجيل " انخفاض " في عدد الحوادث ب 14.81 بالمائة ، وفي عدد الضحايا ب 10.65 ، والجرحى ب 18.94، يبقى العنصر البشري هو المُتسبب الرئيسي في وقوع هذه الحوادث بنسبة 96 بالمائة بفعل التجاوز الخطير والإفراط في السرعة وعدم احترام إشارات المرور .

في هذه الظروف، إدراك جميع الدول مدى خطورة هذه المشكلة ووجوب التفكير في كيفية القضاء عليها وذلك بتثمين المناهج التوعوية والوقائية، ومن بين هذه الدول نجد الجزائر التي تعاني من ارتفاع نسبة خطورتها.

ان التركيز في هذه الدراسة ينصب في اظهار خطورة ظاهره حوادث المرور، ودور الاعلام، حيث ان للاعلام اهميه كبيره في حياه المجتمع لما له من دور رئيسي في حياه الافراد والجماعات، يتمثل اساسا في نقل وتبادل المعلومات اكتساب السلوك والتصرفات، التوجيه والارشاد وتوعيه والوقاية من سلوكيات غير مرغوب فيها .

ولقد اصبحت الأنظمة والهيئات تلجا الى اساليب مختلفة للاعلام من خلال وسائل الحديثه والمتنوعه لنشر او بث برامج اجتماعيه واقتصادييه وثقافيه...، تتعلق باكتساب وتنظيم او وقاية او منع ظواهر معينه ترتبط بمصلحه الفرد والجماعة مثل الصحف والمجلات الراديو والتلفزيون..... بهدف نشر الرسائل الإعلاميه على نطاق واسع وبسرعة كبيره الى الجماهير. ويكون هذا الاعلام في شكل حملات اعلاميه واعلانات او برامج إذاعية تقدمها الهيئات العامة والمؤسسات الخدمائيه بقصد التأثير اكتساب او تغيير السلوك .

وسأحاول في هذه الدراسة الى القاء الضوء على الموضوع الهام .

اتناول من خلالها الموضوع التالي :

-دور الاعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر .

تشمل هذه الدراسة حوادث المرور على المستوى الوطني، وهي دراسة وصفيه استطلاعيه وتحليليه لحوادث المرور التي تحدث في المناطق الحضرية والتي تتكلف بمراقبتها المديرية العامة للأمن الوطني وكذا الدور الذي يلعبه الاعلام في التوعية والوقاية من هذه الظاهرة .

تبرز اهميه هذه الدراسة من خلال التطرق لظاهرة حوادث المرور في هذه المناطق، لا يمكن ان نخفي حجم الحصيلة السنوية الناجمة عنها وتكلفتها الاجتماعية والاقتصادية المرتفعة، فقد باتت تهدد سلامة المجتمع امنه محدثة هلعا وقلقا كبيرين على مستقبل الامن المروري في الجزائر، الشيء الذي يجعلنا بحاجة ماسة الى ايجادليات مناسبة ومن بينها الاعلام تتماشى مع استراتيجية الدولة في التصدي لهذه الظاهرة.

تعتبر حوادث المرور من أخطر المشاكل الأمنية الاجتماعية التي تعاني منها غالبية الدول في عصرنا الحديث دون استثناء، سواء النامية والمتقدمة منها، ويرجع ذلك الى الاهتمام الكبير الذي حظيت به المركبات في السنوات الأخيرة، مما ادى الى تضاعف عددها، رغم انها تعتبر وسيلة نقل وترفيه يستفيد منها الجميع، الا انها تحولت مع ذلك الى خطر لم تخلقه من اثار سلبية نتيجة استعمالها، والتي تمس مختلف فئات المجتمع باختلاف اعمارهم واجناسهم، ومستوياتهم الثقافية والاجتماعية والمهنية.

ان حوادث المرور في العالم تشكل هاجسا خطيرا مما يترتب عليه من خسائر بشريه واقتصادييه، وتتضح هذه المشكلة بشكل حاد وما ملموس في البلدان النامية، حيث تؤكد كل من منظمة الصحة العالمية البنك الدولي على ان حوادث المرور هي الاسباب الرئيسية للوفيات بين سكان العالم، خاصة بين المرحلة العمرية من خمس سنوات الى 29 سنة، كما انها السبب الرئيسي الثالث للوفيات بين سكان العالم للمرحلة العمرية من 30 سنة الى 44 سنة. وتقتل حوادث المرور أكثر من مليون ونصف شخص سنويا اي بمعدل 3،300 قتيل كل يوم، اي قتيل كل 30 ثانيه، وتؤدي الى اصابه واعاقه ما بين 20 مليون الى 50 مليون نسمة على مستوى العالم.

وبحلول عام 2020م، يتوقع ان تزيد نسبة الوفيات بسبب حوادث المرور حوالي 80 بالمئة في البلدان ذات الدخل المنخفض والمتوسط، وتقدر تكلفه الاصابات الناجمة عن حوادث المرور في البلدان النامية بحوالي 100 مليار دولار سنويا، هذا المبلغ يفوق ما تحصل عليه هذه البلدان من معونات إنمائية.

الجزائر هي كذلك لم تسلم من هذه الافة التي ازدادت حدتها في العشرية الأخيرة، وهذا راجع الى عده اختبارات موضوعيه فيما يلي:

-الزيادة المحسوسة الكثافة السكانية، حيث ان عدد السكان في سنة 1970 كان يقدر بـ 17،523 مليون نسمة ليس له سنة 2004 الى 32،570 مليون نسمة، في سنة 2009 ما يقارب 36،000 مليون نسمة هذا معناه ان الجزائر تعرف سنويا زياده تقدر بالنصف مليون نسمة تقريبا.

-التطور الحاصل في الحضيرة الوطنية للمركبات حسب الديوان الوطني للإحصائيات، فان الدخل الوطني كان في سنة 1974 يقدر بـ 44293.9 مليون دينار ارتفع في سنة 2001 الى 3465074.9 مليون دينار، هذا التحسن الملحوظ في الدخل الوطني نتج عنه انعكاسات ايجابية على حياه المواطنين، وذلك من خلال اقتناء سيارات جديدة .

-شبكة الطرق التي اصبحت لا تتلاءم التطور الحاصل في المجتمع ، حيث ان الجزائر تعرف تأخرا كبيرا فيما يخص هذا القطاع قدر بـ 20 سنة حسب وزاره الاشغال العمومية.

ورغم الجهود المبذولة من طرف القطاعات المعنية بالتصدي لظاهرة حوادث المرور، ما زالت في تزايد مستمر وان كانت نسبة الزيادة خلال سنة 2004 تقدر بـ 1،27 بالمئة وهو مؤشر يبعث على التفاؤل ويحث على مضاعفه النشاطات التوعوية والوقائية والردعية لتحقيق نتائج أفضل.

ومن هذا المنطق وجب على الدولة وضع سياسة وطنية شامله ومنسجمه للوقاية من هذه الافة الخطيرة، مبنية على استراتيجية وطنية تكتسي طابع الأولوية والديمومة وتقحم ضمنها مختلف المستويات لمؤسسية وكذا المروري المجتمع المدني والحركة الجمعوية المعنية بقضيه الامن المروري.

ان امن الطرق في مفهومه العام يرمي الى ضمان حرية التنقل للمواطنين عبر الطرق، وكذا سلامتهم وامنهم، وهذا طبقا لمبدأ حرية المرور الموفر للمواطنين بموجب الدستور، وعلى هذا الاساس تكتسي مهمه امن الطرق اهمية بالغه في مهام مصالح الامن المروري باعتبارها تتعلق اساسا بشخصيه المواطنين وممتلكاتهم.

وقد سخرت مصالح الامن المروري كل الوسائل البشرية والمادية وخصصت هياكل خاصه لمواجهة هذا الوضع وتامين حركه المرور، تقوم المديرية العامة للأمن الوطني بتغطية 20 بالمئة من شبكة الطرق في المناطق الحضرية وهو العامل الذي اجبر على التكفل في هذا الجانب من استراتيجية الدولة المنتجة في مجال التامين السير والسلامة المرورية فبالإضافة الى الوحدات قامت مصالح الامن بنشر عده سرايا وفرق امن الطرق موزعة جهويا فرض مراقبه شبكه الطرق البالغ طولها 110.125 كلم وحضر أكثر من 5.200.000 مركبه.

تتركز ظاهره حوادث المرور على ثلاثة عناصر اساسيه وهي:

-السائق، الراكب، الراجل (المركبه، الطريق والمحيط)

حيث يعتبر السائق هو المسؤول الاول في وقوع حوادث المرور التحكم في المركبة وفي كيفية القيادة، حسب حاله الطرق والمركبة وحاله الجو.

ان السلطات العمومية الجزائرية الهيئات المعنية بالأمر، تسعى جميعها الى معرفه الاسباب المؤدية الى ظاهره حوادث المرور و اعطاء الحلول للتخفيف والحد من خطرهما، كالقيام بحملات تحسيسيه، التوعوية والوقائية، معتمده في ذلك على مختلف وسائل الاعلام سواء المنشورة او السمعية البصرية والتعامل معها من خلال انجاز برامج خاصه، ولهذا، قمت بهذه الدراسة وركزت فيها اولا على حوادث المرور التي تقع في المناطق الحضرية و اسبابها العديدة ممارسات السائقين، باعتبارها الدافع الاول لوقوع

حوادث المرور وذلك من خلال سلوكياتهم التباهي وعدم احترام قانون المرور اللامبالاة و الافراط في السرعة، ولقد استعملت عدة جداول إحصائية لان القضية ليست هينة و ليست سهله العلاج وان وراءها ضحايا يفوق

عدددهم عدد ضحايا الحروب، وأنها تدخل في إطار تسيير الازمات، وان هذا العمل يتطلب تضافر جهود الكل للخروج منها سالمين.

وقد تم اختياري ايضا لدراسة هذه الظاهرة لما تشكله فعلا من خطر في كل ميادين الحياة الاجتماعية، محاوله من خلال ذلك، معرفه ظاهره وعوامل ارتفاع حوادث المرور في المجال الحضري بهدف دق ناقوس الخطر لإيجاد حلول للحد منها، لذا، فمن بين الدوافع الاهتمام بهذه الظاهرة، كونها من الاسباب الاكثر شيوعا للوفيات في عصرنا هذا لأنها تمثل مشكله انسانيه واجتماعيه واقتصاديه كبيره يواجهها الفرد يوميا، حيث لا يمكن حلها دون بحث علمي يحوي جميع المعلومات حول هذه الظاهرة، كما انها لم تحظى بكل الاهتمام في الاوساط الاجتماعية، وهذا يظهر في قله الاعلام و التوجيه والتوعية. فقط اردت تخصيص هذه الدراسة في دور الاعلام في الوقاية والتوعية من حوادث المرور في المناطق الحضرية الجزائرية، لان الاعلام هو المنبه الاول والمحذر والموجه عندما يكون هناك خطر يهدد المواطن والمجتمع استعمال الوسائل السمعية البصرية. من خلال الاعلام تكون التوعية والارشاد من خطورة هذه الظاهرة التي راح ضحيتها من ليس لهم الدراية والحيطه والحذر وقوع اضرار او خطر على الناس، الامر الذي يتطلب تواجدا امنيا على طول المسافات للإسهام في انقاذ ارواح تتعرض دائما للخطر. وهنا يتجسد الدور الكبير لرجال امن الطرق والمرور، الذين ينتشرون في المناطق الحضرية مراقبه ومتابعه ما يجري على هذه الطرق من سرعه وتهور ومفاجئات واخطار يتعرض لها الناس، وعلى وسائل الاعلام ان تتعامل معهم لان هذه القضية لا بد من مشاركته الجميع فيها.

الدافع الثاني فهو قله المراجع والدراسات المعمقة حول الموضوع رغم اهميته في الجزائر. كل هذا يدعو بالتحذير من خطر المشكله و اضرارها الاجتماعية و النفسية و الاقتصادية و التأكيد على اهمية المسؤولية المشتركة بين رجال الامن ورجال القانون ومرورا بالسائقين والقائمين على تصميم الطرق وانشائها خاصة دور الاعلام في الوقاية و التوعية من حوادث المرور , دور التلفزيون, دور الإذاعة, دور الصحف و الحملات الإعلامية, تعتبر وسائل الاعلام بمختلف انواعها من اهم الوسائل التي لا بد من استعمالها في التوعية و التربية المرورية لانتشارها الواسع تأثيرها بالصوت و الصورة و التعبير مما يسهل عمليه اصال الرسالة، في ظل وضع كهذا، تزداد اهمية الاعلام فمن خلاله يمكن وضع اساليب استراتيجيه للتوعية والوقاية من ضرر يهدف المجتمع.

على ضوء ذلك، يتناول موضوع هذه الدراسة وصف شامل لحوادث المرور اسبابها والخسائر الاجتماعية الناتجة عنها، وذلك من خلال ما قدمته المديرية العامة للأمن الوطني من احصائيات لسنتي 2016 و 2017، والمقارنة بينهما لإظهار خطورة الظاهرة في الجزائر ومدى تطورهما السريع والمرعب في المناطق الحضرية ومن جهة اخرى دور الاعلام في التوعية والوقاية .

على هذا الاساس وتبعاً لكل هذه المعطيات تم انجاز الدراسة في الاقسام التالية :

الإطار المنهجي

الإطار النظري

الإطار التطبيقي

يحتوي القسم الاول على الإطار المنهجي للموضوع وذلك بإبراز الإشكالية والتساؤلات واهم المفاهيم، مروراً باستعراض الاسباب العامة الدوافع التي ادت بي لاختيار الموضوع مع التطرق لأهميته وعرض الدراسات السابقة والفرضيات .

وللإجابة على تساؤلات الموضوع ودراسة العناصر التي تتضمنها الإشكالية، اعتمدت على الإطار النظري والإطار التطبيقي للدراسة .

يتضمن الإطار النظري ثلاثة فصول كامله يحتوي الفصل الأول المعنون بـ «الاعلام مفهومه ووظائفه» ينقسم الى 03 مباحث خصصت للتعريف بالاعلام، ذكر وظائفه وخصائصه، والتطرق الى الوسائل المستعملة في التوعية عن حوادث المرور.

والفصل الثاني المعنون بـ « تأثير وسائل الإعلام على سلوك الفرد» انقسم هو كذلك الى 03 مباحث ذكرت فيها دور الاعلام في مواجهة ظاهرة ما، والتأثيرات المتبادلة بين الاعلام ومصالح الامن وعرفت الراي العام.

اما الفصل الثالث معنون بـ «الحوادث المرورية والجهود المبذولة للحد منها»، ينقسم الى مبحثين الأول يعرف ويشرح ظاهرة حوادث المرور، والثاني يوضح الاستراتيجيات الأمنية والإعلامية المنتهجة من طرف الهيئات المعنية بأمن الطرقات.

وتم في الأخير التطرق للإجراءات المنهجية للدراسة، ثم عرض النتائج العامة وربطها بالفرضيات.

نسأل الله تعالى ان يحظى هذا العمل المتواضع بالقبول.

الإطار المنهجي

الاطار المنهجي

1. اشكاليه الدراسه .
2. التساؤلات .
3. اهميه اسباب الدراسه .
4. اهداف الدراسه .
5. تحديد المصطلحات .
6. الدراسات السابقه .
7. فرضيات الدراسه .

تعتبر ظاهرة حوادث المرور من أكبر المشكلات التي تعاني منها المجتمعات المعاصرة، حيث أكدت الدراسات التي قامت بها الهيئة الدولية للوقاية من حوادث المرور، وبذلك تكون هذه الأخيرة من الأسباب الرئيسية للوفيات في العالم، بعكس الأسباب الأخرى للوفيات الناجمة عن الحروب، الأسلحة البيولوجية، الأمراض المستعصية وما إلى ذلك، الأمر الذي دفع بمنظمة الصحة العالمية إلى وصف ظاهرة حوادث المرور بسرطان العصر الذي يتعين العمل على استئصاله أو على الأقل، التخفيف من آثاره وتخفيض درجة خطورته. أما بالنسبة للجزائر فكل المعطيات في مجال الإحصاء، تدل بوضوح أن حوادث المرور بمختلف أشكالها، تعرف تزايدا من سنة إلى أخرى في الجزائر، مخلفة بذلك آثار سلبية في الميدان الاقتصادي والاجتماعي، ذلك رغم أسبابها التي تبقى معروفة لدى الجميع. وفي هذا السياق، يقتضي التوضيح إلى أن الجزائر تعد من بين دول العالم التي تمثل أكبر نسبة في عدد حوادث المرور، حيث تحتل المرتبة الرابعة عالميا والأولى مغاربيا وعربيا من حيث حوادث المرور، الشيء الذي يؤكد خطورة الأمر ويدق ناقوس الخطر إن لم تؤخذ قضية معالجة الأوضاع بجدية وتصنف ضمن الأولويات الكبرى وان تبحث لها عن حلول جذرية التي تشترك في إيجادها جميع الشركاء الاجتماعيين بدءا بالمدرسة، وزارة الأشغال العمومية، وزارة النقل، وزارة الصحة والسكان، وغيرها من الهيئات من أجل رسم معالم سياسة وطنية وذلك بالارتكاز على استراتيجية واضحة المقاصد قابلة للتجسيد العملي ومتماشية مع طبيعة الإشكاليات الملحوظة ميدانيا، انطلاقا من هذه المعطيات نستخلص أن هذه الظاهرة تضرب بقوة سواء في عدد ضحاياها أو في خطورتها رغم المجهود الذي يبذل إلا أنها تبقى غير كافية للحصول على انخفاض محسوس وكذا الحد من هذه الظاهرة. يمكن القول أن المعاينة الميدانية تؤكد مرة أخرى، إن ظاهرة حوادث المرور أصبحت آفة اجتماعية تثير الانشغال ويجب تضافر جهود مختلف المتدخلين لفائدة أمن الطرق مع إعطاء الأولوية لمكافحتها بصرامة ومواجهتها بعزيمة وذلك عن طريق وضع سياسة وطنية شاملة ومنسجمة للوقاية من حوادث المرور، بالإضافة إلى تحديد إستراتيجية مدروسة وفقا لآليات وسبل كفيلة للتصدي لها. وجدير بالذكر، فإن مصالح الأمن، قيادة الدرك الوطني والمديرية العامة للأمن الوطني سخرت كل الوسائل البشرية والمادية لمواجهة هذا الوضع وهي تبذل جهدا كبيرا في ميدان أمن الطرق، ومتابعة نشاط وحدات أمن الطرق في مجال أمن الطرق والسهر أيضا على تطبيق التوجيهات العامة والخاصة لحركة المرور ومتابعة تطبيقها وإعداد الإحصائيات المتعلقة بحركة المرور والمشاركة في إعداد التوجيهات العامة لأمن الطرق دون أن ننسى تعاملها مع وسائل الإعلام المختلفة والتي لها دور كبير في المساهمة لمكافحة هذه الظاهرة من خلال إعلام المجتمع وتوعيته وتربيته من أجل هذا الغرض يأتي موضوع بحثنا المتمثل في دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور، وقد أنطو هذا الأخير تحت خطة العمل التي نلخصها فيما يلي:

رغم تقدم البشرية و تطورها، و محاولة الإنسان الدائمة لمسايرة التقدم العلمي و التكنولوجي، فإننا نجد من ناحية أخرى بعض الآثار السلبية لهذا التقدم.

و من هذه الآثار، كثرة حوادث السيارات في الآونة الأخيرة الناتجة عن الرعونة و التهور و محاولة التقليد بدون دراية أو علم. وأسعى من خلال هذه المذكرة إلى معرفة " دور الإعلام في التوعية و الوقاية من حوادث المرور، دراسة وصفية استطلاعية. (وتشمل هذه الدراسة حوادث المرور التي وقعت على المستوى الحضري، من خلال الوصف الاستطلاع و التحليل و التي تتكفل بمراقبتها المديرية العامة للأمن الوطني وكذا الدور الذي يلعبه الإعلام في التوعية و الوقاية من هذه الظاهرة.

Ω- إشكالية الدراسة:

1-تدور الدراسة حول مقولة أساسية مفادها أن، القوانين الموجودة تقوم بالدور الأساسي إذا طبقت في عملية نظامية في تجاه المواطن في المجتمع، وكذا عملية بناء المحيط السليم العام للتسيير الاجتماعي والاقتصادي ...أي أن هذه القوانين هي المحددة للطريقة التي لابد أن تستعمل في عملية من العمليات وأن مخالفتها إما أن تؤدي إلى هلاك مرتكبيها أو عقابهم أو تصبح تشكل خطرا على المجتمع.

2-إذا تدهورت ظروف أمن الطرق، صاحبها تدهور مماثل على الصعيد الاقتصادي والصحي وهذا حسب درجة وطبيعة الحادثة المرورية .

3-إن عمل الإعلاميين، بإمكانه أن يؤدي إلى تغيير الوضعية الأمنية للطرق إذا استعملت الوسائل الإعلامية بكيفية حقيقية لتوعية الرأي العام وأفراد المجتمع ككل.

ا-التساؤلات الرئيسية :

ان الكثير من التساؤلات تطرح للدراسة هذا الموضوع الذي يخص حوادث المرور في المناطق الحضرية التي يجب الجواب عنها من بينها

01-ما هي حالة حوادث المرور في المناطق الحضرية؟

02-ماذا تبين احصائيات الحوادث في المناطق الحضرية؟

03-ماهي معاينات المديرية العامة للأمن الوطني؟

04-ماهي اسباب وقوع حوادث المرور؟

05-ماهي تكاليف حوادث المرور؟

06-ما هو دور مصالح الامن في مجال الامن المروري؟

07-ماذا ينص عليه القانون؟

08-ما هو دور الاعلام وما هي اهدافه في التوعيه والوقايه من حوادث المرور؟

09-هل هناك استراتيجيه اعلاميه معتمده في التوعيه والوقايه من حوادث المرور

وما هي؟

10-كيف يلعب الاعلام دوره في التوعيه والوقايه من الظاهره وكيف يستخدم من

طرف مصالح الامن؟

11- ما هي الاقتراحات والاتجاهات لمحاربه هذه الافه؟

ب-التساؤلات الفرعية :

01-ماذا تبين احصائيات حوادث المرور المنجزة من طرف المديرية العامة للأمن الوطني؟

ا-ماذا تدل هذه الاحصائيات؟

02-ماذا ينص عليه قانون المرور وهل يحترم هذا الاخير؟

ا-ماهي الامكانيات المسخرة للتقليل من ظاهره؟

03-إذا كانت هناك خطه اعلاميه للتوعية والوقاية ماهي المرامي والغايات والوسائل والادوات والبرامج والاليات؟

Ω-اهميه واسباب الدراسة:

لكل باحث أسباب و حوافز تدفعه إلى اختيار الموضوع الذي يريد دراسته حسب أهميته، بدوري لم أخرج من هذه القاعدة. لدي أسباب و دوافع أخصها فيما يلي:

-إن تطور السيارة خلال العشرية الأخيرة، رغم أنه يمثل رمز التقدم الاقتصادي

للمجتمع و وسيلة رئيسية للحريات الفردية إلا أنها تشكل من جهة أخرى عنصراً مساوياً للمجتمع، بما ينجر عنه سنوياً الآلاف من القتلى و عشرات الآلاف من الجرحى و المعاقين، و توصلت تحاليل المعطيات الإحصائية لحوادث المرور إلى التأكيد إلى أن الحالة وصلت إلى درجة خطيرة جد معتبرة بالمقارنة مع الدول المتطورة، و حسب مصالح وزارة النقل فإن تقدير التكاليف السنوية للحوادث في الجزائر تقارب ما يعادل أكثر من خمسة و ستون مليار دينار، و توزع هذه التكاليف بين: (- ثمن العلاجات الطبية و المستشفيات / الخسارة المادية للعتاد و المنشآت القاعدية/- تكاليف شركة التأمين أي التعويضات لعائلات الضحايا).

-إن نشر ثقافة مرورية لتحقيق توعية مرورية هو أحد أهم الجهود المبذولة

من طرف الجهات المعنية بالمشكلة المرورية لمواجهة هذه المشكلة وتبعاتها، ويزداد فيها الاهتمام بدور الاعلام في التوعية الذي يمثل جانبا أساسيا في هذه العملية، الامر الذي يجعل الحاجة ملحة للدراسة، هدف وسائل الاعلام لا يقتصر فقط على الاعلام والاخبار بل يتعدى ذلك الى اقناع الجمهور المستهدف وتعديل وتغيير ارائه واتجاهاته وسلوكاته.

- ان تركيز الدراسة على الإذاعة كوسيلة إعلامية للتوعية المرورية سببه

الخصائص التي تتميز بها من ناحية والتي تجعلها من انسب الوسائل لمخاطبة جمهور

السائقين، سواء من خلال برامجها او من خلال ما تبثه من حملات إعلامية خاصة

بالحوادث المرورية، ومن ناحية أخرى الاهتمام المتزايد بالمشكلة المرورية من طرف

القائمين عليها ففي سنة 2010 تبنت الإذاعة الوطنية حملة وقائية من حوادث المرور دامت سنة كاملة وذلك بمشاركة اغلب الإذاعات المحلية.

- تسعى مصالح المديرية العامة للأمن الوطني القائمة على خدمة و مراقبة

حركة المرور و ضمان أمن الطرق السريعة و الهامة في المدن بإعطاء الأولوية إلى محاربة كل إخلال بأمن الطرق من خلال مستعملها ، تربيتهم و ردعهم من خلال الظهور بوضوح في المفترقات و المحاور الهامة لشبكة الطرقات و المواقف و عند معاينة الحوادث و تنظيم حركة المرور و لتحقيق الانسياب و التدفق فيها لفائدة مستعملي الطرق، و يأخذ في الاعتبار أن لكل إقليم خصوصياته يعود السبب الرئيسي لاختيار هذا الموضوع إلى قراءتي المستمرة للأرقام اللامعقولة التي تقدمها مصالح الأمن للهيئات المعنية و وسائل الإعلام لإبلاغها للجمهور عن طريق الصحف و الإذاعة و التلفزيون ، و عدم اهتمام أغلبية الناس بهذا الموضوع المثير و وقع اهتمامي بهذا الموضوع لأنه مفيد وكذلك لندرة الكتابات السابقة له في الجزائر و كذلك لغياب دراسة عميقة في هذا المجال و ما يشكله من خسائر و تدمير للمكتسبات، فهي مساهمة لرفع مستوى الوعي و أهتمت الدراسة بما يلي:

= أولاً:

- دراسة وفهم الإطار العام لحوادث المرور في المناطق الحضرية الجزائرية.
-تبيين ارتفاع نسبه حوادث المرور، حيث ان الحادث الواحد يخلف عددا كبيرا من الضحايا لاسيما القتلى، وهذا ان دل على شيء، فإنما يدل على ان هناك عوامل مختلفة تسبب الحادث المروري والتي لا بد من معرفتها لمعالجتها .
-ان حوادث المرور في الجزائر تتضخم ارقامها لتضيف ارقاما اضافيه في قائمه القتلى و الارامل و اليتامى والمعاقين، رغم ما تبذله الجهات المعنية من مجهودات بغية الحد من هذه الظاهرة.

= ثانياً:

- اظهار دور العناصر القانونية المستعملة للحد من الظاهرة والاستراتيجية المطبقة.

انطلاقا من ذلك، سأحاول توضيح اهميه الإعلامية بإبراز دور وسائل الاعلام في توعيه ووقاية المواطن من هذا الخطر .

ومنه، تسعى الدراسة الى التقرب في العلاقة بين الاعلاميين والمختصين بأمن الطرق لوضع استراتيجية اعلاميه توعويه ووقائية لتوضيحها .

على ضوء ذلك سأعمل على بيان المجالات التي تحكم الاداء الاعلامي المتعلق بحوادث المرور و توعية الراي العام، تستخلصها من خلال الاليات التي يجب اتخاذها من طرف الاعلاميين.

Ω - أهداف الدراسة :

تندرج هذه الدراسة في إطار الدراسات الاستطلاعية، و منه حاولت التطرق من خلالها إلى ظاهرة خطيرة أصبحت تهدد المجتمع الجزائري، ألا و هي حوادث المرور، و ضرورة اتخاذ عدة تدابير و احتياطات للحد أو التخفيف منها.

- على أساس طبيعة الموضوع المدروس فإن الأهداف العامة المراد تحقيقها تنحصر فيما يلي:

- ابراز دور الاعلام في تحقيق التوعية المرورية والعلاقات الكاملة بين الاعلام بمدينة مستغانم من خلال إذاعة مستغانم الجهوية ومصالح الامن، والجهود المتكاملة بينهما في التخفيض من الحوادث المرورية.
- التركيز على استراتيجيات اعداد وسائل التوعية المرورية التي يلقيها الاعلام الامني، وذلك من خلال العديد من الوسائل المرتبطة بالمليميديا .multimédia

- الوقوف على أهم الطرق و الأساليب الوقائية التي وضعت في إطار الإستراتيجية من أجل تفادي هذه الظاهرة من قبل المؤسسات المهمة بهذا الشأن كقيادة الدرك الوطني المختصة و المديرية العامة للأمن الوطني، و كذا وزارة النقل، و المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، و وزارة الأشغال العمومية ...الخ.

- كما تهدف الدراسة الى الوقاية من حوادث المرور عموما وتوعية سائقي سيارات الأجرة لمدينة مستغانم على وجه الخصوص من خلال البرامج الاذاعية.

Ω - تحديد المصطلحات :

فإنه يحتوي على العديد من المصطلحات، باعتبار أن كل بحث علمي مهما كان مجال اختصاصه العملية يوظفها الباحث لتوصيل المعاني و الأفكار التي يريد التعبير عنها لهدف الاقتراب النظري من موضوع الدراسة، و منه، فقد تم استخدام عدد من المصطلحات في هذا البحث و المتمثلة فيما يلي:

ا- يقصد في مفهوم قانون رقم 01-14 المؤرخ في 19 اوت سنة 2001 المتعلق بتنظيم حركة المرور عبر الطر وسلامتها وامنها ما يلي(1):

- الطريق: كل المسالك العمومية المفتوحة لحركة مرور المركبات.

- وسط الطريق: جزء من الطريق يستعمل لمرور المركبات.

(1) -قانون رقم 01-14 المؤرخ في 19 اوت 2001 يتعلق بتنظيم حركة المرور عبر الطرق وسلامتها وامنها.

- **المسلك:** أحد تفرعات وسط الطريق له العرض الكافي لمرور رتل من المركبات.

- **المجمع السكاني:** فضاء ارضي يجتمع فيه عدد من المباني المتقاربة و تبين مداخله و مخارجه لافتات توضع لهذا الغرض على طول الطريق الذي يقطع هذا الفضاء أو يحاذيه.

- **التقاطع:** مكان التقاء أو تقاطع وسطي طريقين أو أكثر مهما كانت زاوية محاور هذه الطرقات.

- **التوقف:** مكوث مركبة مؤقتا على الطريق، طوال المدة اللازمة لركوب أشخاص أو نزولهم و شحن البضائع أو تفريغها مع بقاء السائق في مكان قيادة السيارة أو على مقربة منها ليتمكن، عند الاقتضاء، من تغيير مكانها، و يكون المحرك مشتعلا دائما.

- **الوقوف:** مكوث مركبة في طريق خارج الظروف المميزة للتوقف و يكون المحرك صامتا.

- **ممر الدرجات:** وسط الطريق المخصص للدرجات العادية و الدرجات النارية فقط.

- **شريط مرور الدرجات:** مسلك مخصص فقط للدرجات العادية و الدرجات النارية في وسط طريق له عدة مسالك.

- **طريق السريع:** طريق مفتوح لحركة المرور العامة و يمكن أن تقطعه طرق أو سكك حديدية، و يشتمل في اتجاهي حركة المرور على وسطي طريقين متميزين قد يفصل بينهما شريط أرضي وسطي.

- **الطريق السريع للسيارات:** طريق أعد و أنجز خصيصا لمرور السيارات دون أن يقطعه طريق آخر أو سكة حديدية أو ممر الراجلين، و لا يمكن الدخول إليه إلا في نقاط مهيأة لذلك، و لا يؤدي إلى الممتلكات المتاخمة، و يشتمل في اتجاهي حركة المرور، على وسطي طريقين متميزين، يفصل بينهما شريط أرضي وسطي غير مخصص للمرور يمكن استعماله بصفة استثنائية لوسائل النقل الجماعي، و يبين ذلك بصورة متميزة.

- **فرع طريق موصل إلى الطريق السريع للسيارات:** الطريق أو الطرق التي تربط الطرق السريعة للسيارات بباقي شبكة الطرق.

- **شريط التوقف الاستعجالي:** جزء من الحافة يقع جنب وسط الطريق و الطرقات السريعة و الطرق السريعة للسيارات أعد خصيصا لتوقف المركبات أو وقوفها في حالة الضرورة.

- الحافة: شريط ارضي يمتد من حدود وسط الطريق إلى حدود قاعدة الطريق.
- قاعدة الطريق: المساحة التي تشمل وسط الطريق و حافته.
- الشريط الأرضي الوسطي: الحيز الذي يفصل وسطي طريقين متعاكسين الاتجاه.
- الرصيف: حيز مهياً على جانب الطريق لمرور الراجلين، يجب أن يكون أكثر ارتفاعاً من وسط الطريق و يكون معبداً، عادة أو مبلطاً.
- السائق: كل شخص يتولى قيادة مركبة بما فيها الدراجات العادية، و الدراجات النارية أو يسوق حيوانات الجر و الحمل و الركوب و القطعان عبر الطريق أو يتحكم فعلاً في ذلك.
- الراجل: كل شخص يتنقل سيراً على الأقدام. يعد بمثابة راجلين، الأشخاص الذين يدفعون أو يجرون عربات الأطفال أو المرضى أو العجزة و كذلك الدراجات العادية أو الآلية، و العجزة الذين ينتقلون في عربات يقودونها بأنفسهم بسرعة الخطى.
- السيارة: كل مركبة تستعمل لنقل الأشخاص أو البضائع و تكون مزودة بمحرك للدفع، و تسير على الطريق.
- المركبة المتفصلة: كل سيارة نقل البضائع متبوعة بمقطورة بدون محور أمامي متزاوجة بحيث يكون جزء من المقطورة متكئاً على المركبة الجارة و يكون أكبر جزء من وزن هذه المقطورة و حمولتها واقعا على المركبة الجارة و تسمى هذه المقطورة "نصف مقطورة".
- الحافلة المتفصلة: مركبة متكونة من عدة أجزاء صلبة يتم فصل كل جزء بالنسبة للآخر و تتصل الحجلات المخصصة للمسافرين المتعلقة بكل قسم فيما بينها بشكل يسمح لهم بالتنقل بحرية و تكون الأقسام الصلبة موصولة بشكل دائم لا يمكن فصلها.
- المقطورة: كل مركبة موجهة لتكون موصولة بسيارة.
- الدراجة: كل دراجة غير مزودة بجهاز محرك ذاتي.
- الوزن الإجمالي للحمولة المرخص بها: وزن المركبة بالجمع مع الحمولة.
- مقياس الكحول (الكوتاست): جهاز يدوي يسمح بالتحقق الفوري من وجود الكحول في جسم الشخص من خلال الهواء المستخرج.
- مقياس الإيتيل: جهاز يسمح بالمقياس الفوري و الدقيق لنسبة الكحول بتحليل الهواء المستخرج.

- مقياس السرعة: جهاز يسمح بالقياس الفوري لسرعة مركبة في حالة السير.

ب - يقصد في مفهوم قانون رقم 01-13 المؤرخ في 07 اوت من سنة 2001 المتضمن توجيه النقل البري وتنظيمه ما يلي(1):

- النقل البري: كل نشاط يقوم من خلاله شخص طبيعي أو اعتباري بنقل أشخاص أو بضائع من مكان إلى آخر عبر الطريق أو السكة الحديدية على متن مركبة ملائمة.

- النقل العمومي: نقل يتم بمقابل لحساب الغير يقوم به أشخاص طبيعية أو اعتبارية مرخص لهم لهذا الغرض.

- النقل للحساب الخاص: نقل يقوم به أشخاص طبيعية أو اعتبارية لحاجاتهم الخاصة بواسطة مركبات يملكونها.

- النقل المشترك ما بين الأنماط: خدمة نقل تنجز بموجب سند وحيد و بنمطين مختلفين من النقل على الأقل و تغطي النقل من بدايته إلى نهايته، تحت مسؤولية متعامل وحيد.

ج - مصطلحات أخرى:

- حادث المرور: و نعني به: "كل الإصطدامات التي تقع في الطرقات، أو في الطريق المفتوح للسير العمومي، و قد خلف ضحية أو عدة ضحايا من قتلى أو جرحى، و كانت على الأقل سيارة واحدة متورطة فيه"(1) ولا يوجد تمييز بين الحوادث التي تقع على الطريق العمومي، أو التي تقع خارج هذا الأخير، فمجموعة الحوادث تمثل كل ما يسير بشرط أن تتورط فيه سيارة بمحرك أو عربة مجرورة(2) ويعتبر مستقلا عن الإرادة الإنسانية، ناتج عن قوة خارجية و الذي يخلف ضررا جسديا أو عقليا. (3)

و مفهومنا الإجرائي لحادث المرور هو: كل الإصطدامات الواقعة في الطرقات المفتوحة للسير، و التي نجمت عنها خسائر بشرية دون المادية.

-الحادث الجسدي: و نعني به:

*كل اصطدام وقع في طريق عمومي، و كانت مركبة واحدة على الأقل متورطة فيه و خلف على الأقل ضحية. (4)

*كل حادث لم ينتج عنه قتلى، لكن أوجب عدة أشخاص أصيبوا بجروح

مختلفة. (5)

(1) -قانون رقم 01-13 المؤرخ في 07 اوت 2001 المتضمن توجيه النقل البري وتنظيمه.

2)-Commission économique pour l'Europe, "statistique des accidents de la circulation routière en Europe et en Amérique du nord, Nations Unies, New York, Vol.43, 1998, P.133.

- 3)- Ministère du transport, "étude du coût des accidents de la circulation routière", Alger, juillet 2000, P.1.
 4)-BEZZOUDA. A, "Epidémiologie des accidents de la circulation en Algérie", INES, Alger, pas d'année, P.115.
 5)- Commission économique pour l'Europe, IBID, P.133Ministère du transport, opcit, P.1
 6)- BEN ABDELLEAH. F, "Mortalité et morbidité routière en Algérie 1968, Etude de profil des accidents et accidentés dans la wilaya d'Oran 1982", thèse de doctorat 3 ème cycle, Paris, décembre 1987, P.2

*كل حادث وقع في الطريق المفتوح للسير، و كانت سيارة سبب فيه، و خلف خسائر بشرية. (6)

باعتبار أن موضوع البحث هي كل الحوادث المرورية التي وقعت في الطريق، و خلفت أضرارا جسدية كجرحى، قتلى، أو على الأقل ضحية واحدة، فإن:
 - ضحايا حوادث المرور هم:

1- **القتيل:** هو كل شخص لقي مصرعه فور الحادث أو بعد ستة (06) أيام عن وقوعه.

2- **الجريح:** هو كل شخص أصيب بجروح استلزمت علاج طبي بدخوله أو عدم دخوله إلى المستشفى. وهناك نوعان من الجروح:

1. **الجروح الخطيرة:** كل شخص أصيب بجروح تتطلب على الأقل الدخول إلى المستشفى لمدة ثلاثة (03) أيام.

2. **الجروح الطفيفة:** كل شخص أصيب بجروح خفيفة، تستلزم دخوله إلى المستشفى لمدة (02) يومين على الأقل أو قد لا تستلزم ذلك. (1)

أ. **القتيل:** هو كل شخص توفي فوراً من جراء حادث أو بعد ثلاثين (30) يوماً من وقوعه.

ب. **الجريح:** هو كل شخص لم يمض أثناء الحادث لكن قد أصيب بجروح عديدة و هي نوعان:

ب 1. **الجروح الخطيرة:** و هي تشمل كل الأشخاص الذين أصيبوا بكسور، جروح داخلية، شقوق أو صدمة تستلزم علاجاً طبياً فوراً.

ب 2. **الجروح الطفيفة:** و هي الجروح الثانوية كالانخلاع و غير ذلك و تشمل الأشخاص الذين تعرضوا لصدمة خفيفة لكن لم يتلقوا جروح أخرى، و لا يعتبرون كجرحى ضمن الإحصائيات إلا إذا قدموا دلائل صريحة للحالة، و تلقوا علاج طبي و هم يحتاجون فعلاً لذلك. (2)

- أما مفهومنا الإجرائي لضحايا الحادث يتمثل في:

- **القتيل:** الذي توفي أثناء الحادث أو بعد أيام.

- الجريح: المصاب إما بجروح خفيفة التي لم تستلزم دخوله إلى المستشفى أو بجروح خطيرة أضطر للقيام بعلاج طبي دام أيام معدودة.

1)-Ministère du transport, IBID, P.1-

2)- BEN ABDELLAH. F, opcit, P.24.

3)- Commission économique pour l'Europe, opcit, p.135

- **ممارسة:** أسس التعامل الفردي و الجماعي و نسق الواجبات و الحقوق و في كلمة واحدة هي العلاقات الذهنية العقلية للأفراد بينهم تقابل في التقاليد الماركسية النسق الإنتاجي، و هي منطق و تصرفات خاصة بكل وسط.

- **التعريف الإجرائي:** الممارسة هي تجسيد لكل تصور يعبر عن سلوك كل فرد سواء كان على سلوك فرد آخر أو طريقة للفت انتباه الطرف الآخر.

- **السلوك:**

1- "كل ما يفعله أو يمتنع عن فعله الفرد بصورة ظاهرة أو خفية".

2- "استجابة الفرد بأقوال و أعمال و أفكار الحالات يواجه بها بيئته". (2)

- **الفئة الاجتماعية المهنية:** إن الأشخاص الذين ينتمون إلى نفس الفئة لهم تقريبا نفس السلوك و نفس الآراء الانتماء إلى نفس الفئة معناه أننا نعتبر أنفسنا جزء من الآخرين، فهي ليست بتقسيم إحصائي بسيط. إن الفئات المكونة تعكس الصورة التي يعطيها المجتمع لنفسه. (3)

- **يمكن كذلك تعريف الحادث بأنه:**

"نتيجة غير مرغوب فيها، و لم تكن بتحدث لو أن النظام المعني سار بالطريقة المستهدفة من طرف مصممه".

يتكون النظام من ثلاثة عناصر هي:

- الإنسان.

- المركبة.

- المحيط.

هذه العناصر المكونة له، لها علاقات بينها و هي:

- أخذ المعلومة و معالجتها (العلاقة: محيط/إنسان).

- الإجراءات المتخذة على المركبة (العلاقة: إنسان/مركبة/محيط).

- السلوك الحركي على القارعة (العلاقة: مركبة/محيط).

يتجلى بأن مستعمل الشارع أو الطريق (السائق، الراجل أو راكب الدراجة)، ليس العنصر الوحيد في النظام، لكنه يمثل المسير الوحيد و الفريد للنظام. إنه بالفعل مهياً المحيط و مصمم المركبة.

Commission économique pour l'Europe, opcit, p.135- (1

FERREAL. G, "Dictionnaire de sociologie", Armand Colin,- (2
France, 1991, P.201

(3)- شاكر مصطفى سليم، "قاموس الأنثروبولوجية" ط1، الكويت، 1981، ص102.

Ω - الدراسات السابقة :

على الرغم من أهمية الموضوع وشدته في المجتمع الجزائري، إلا أنه لم يحظ بنصيب وافر وتراكم نظري أو معرفي يعطي له حقه في المؤلفات العلمية و الإعلامية الأكاديمية إلا على مستوى الدراسات و الإحصائيات الميدانية التي قامت بها بالأخص قيادة الدرك الوطني و المديرية العامة للامن الوطني و المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرقات و وزارة النقل و وزارة الأشغال العمومية التي تمكنت من الحصول على بعضها في الجزائر.

أما على مستوى البحوث الجامعية في الجزائر، فلم أتحصل إلا على واحد منها باللغة الفرنسية، لذا، كان عملي خصوصاً ميداني والمراجع أكثرها أجنبية.

و قد كان من المنفعة، الوقوف بشيء من التفصيل على استعراض بعض الدراسات الخاصة بالموضوع.

- الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع في الجزائر:

⊗ الدراسة الاولى:

- BOUSSOUF, N. « Infractions par imprudence et circulation routière »

(Mémoire de Magister, Université de Constantine, Algérie octobre 1983)

يعتبر الباحث حوادث المرور كجرح خطير، و هذا النوع من الحوادث الذي تتكلم عليه الصحافة الوطنية هو جزء من الحياة اليومية بصفة عامة، المخالفات المرتكبة بالامبالاة ورثت في هذا العصر الذي يسمى عصر التطور التكنولوجي و التزايد الديمغرافي و قد جلبت هذه المخالفات انتباه المشرع الذي بدأ يهتم بها لاندماجها في قانون العقوبات باعتبارها كجريمة، يحث الباحث على أن لا بد من مساهمة قانون العقوبات في المكافحة الصارمة ضد هذا النوع من الجريمة الذي يروح ضحيتها العديد من الأرواح، هنا تطرح مشكلة اختيار سياسة فعالة ضد الجريمة من خلال نصوص قانونية جادة، لقد لاحظ الباحث أن نسبة تهديد المواطن من الجرائم الكبرى أقل من الجرائم التي تسببها حوادث المرور و هذه الحالة تزداد مع تفاقم حظيرة السيارات في الجزائر. يرى الباحث أن النظام الحالي غير كافي لوضع حد لهذه الظاهرة لذا لا بد من

إعادة النظر في السياسة القمعية المعتمد عليها حاليا و قد أثبتت الإحصائيات التي أجريت حول حوادث المرور أنها في تزايد مضطرد، و خير دليل هو في الدول الأوروبية، خاصة في المناسبات و الأعياد التي تكثر فيها تناول المشروبات الكحولية أما في الجزائر، فإن هذه الحوادث تزايدت معدلاتها بصفة فائقة، إذ أن عدد الأشخاص الذين تفتك بهم هذه الظاهرة كل عام يفوق أولئك الذين تفتك بهم سائر الحوادث الإجرامية كما أن قيمة الخسائر المادية هي الأخرى مرتفعة عن ما تخلفه الجرائم الأخرى.

ROUX-DUFORT Christophe, Gérer et décider en situation de crise, Ed. Duno, Paris, 2000 , p. 7

رغم هذه الإحصائيات، فإنها لا تعكس حقيقة الواقع، لوجود عدد كبير من الحوادث لا يتم التبليغ عنها، ومن أسباب هذه الظاهرة، نجد في الطليعة العنصر البشري التي تختلف العوامل المساعدة لإرتكابه، ومن بينها السياقة في حالة السكر. ولأهمية هذه الجريمة في الواقع العلمي قسمت إلى ثلاثة عناصر وهي:

أ - العنصر الأول: أركان الجريمة:

1-- الركن الشرعي: هو أن ينص قانون العقوبات أو القوانين المكملة على عدم مشروعية الفعل، أو الامتناع عنه، فالركن الشرعي يستمد أساسه من مبدأ دستوري، ويستمد أيضا من مبدأ قانوني من قانون العقوبات التي نصت "لا جريمة، ولا عقوبة، ولا تدابير أمن بغير قانون".

أما الركن الشرعي لجريمة السياقة في حالة سكر يستمد أساسه من من قانون تنظيم حركة المرور، وأيضا من قانون العقوبات.

2-الركن المادي: يقصد به العناصر الواقعية التي يتطلبها النص الجنائي لقيام الجريمة والعناصر المادية التي يسلطها لجريمة السياقة في حالة سكر تتمثل أولا في السلوك الإيجابي) فعل السياقة (ثانيا، أن تنصب السياقة على مركبة و أخيرا، أن يكون سائق المركبة وقت السياقة في حالة سكر.

+ 1/2-السلوك الإيجابي (فعل السياقة): السياقة هي توجيه المركبة

والتحكم في سيرها والسيطرة عليها، وتختلف حسب طبيعة المركبات سواء كانت الية او غير الية، ولكي تتحقق السياقة يجب على هاتين المركبتين ان تكونا في حالة سير. وكذلك اذا افراط سائق المركبة في استهلاك مشروبات كحولية او أي مؤثرات عقلية ثم اعتقد انه من الحكمة و الحذر، التوقف قليلا للنوم، حتى يستعيد توازنه، فان سلوك السياقة لا يتحقق في هذه الحالة، و لا يعد السائق مرتكبا لجريمة السياقة في حالة سكر، ثم ان فعل السياقة في حد ذاته يجعل السائق مسؤولا جزئيا عن المخالفات التي ترتكب اثناء القيادة.

+2/2-ان تنصب السياقة على المركبة: عرف المشرع الجزائري

المركبة في اول الامر بانها " كل مركبة برية ذات محرك وكذلك مقطورتها، او نصف مقطورتها" وحددها تحديدا دقيقا.

+3/2- ان يكون سائق المركبة وقت السياقة في حالة سكر: لا تقوم

هذه الجريمة الا إذا كان سائق المركبة وقت السياقة في حالة سكر او تخدير.

3-الركن المعنوي: هو القصد الجنائي، او الخطأ غير العمدي، يصدر عن

شخص مسؤولاً جنائياً، أي متمتع بالتمييز والادراك وحرية الإرادة. وتعتبر جريمة السياقة في حالة سكر من الجرائم المادية التي تقع بدون توافر القصد الجنائي، فمسؤولية الفاعل تقوم تلقائياً. وهناك التعدد بين الجريمة في حالة سكر والجرائم المرورية الأخرى، فمثلاً تختلف الجريمة الأولى عن جريمة القتل الخطأ او الجرح الخطأ.

ب-العنصر الثاني: اثبات الجريمة.

تتم إجراءات عديدة لاثبت الجريمة وتعاین هذه المخالفة من طرف ضباط وأعوان الشرطة القضائية، كذلك وفقاً لقانون المرور تعاین المخالفات من قبل ضباط الشرطة، وذوي الرتب وأعوان الدرك الوطني، محافظي الشرطة القضائية، ويمكن المهندسين ورؤساء المقاطعة، كذا الاعوان التقنيين، معاينة المخالفات عندما ترتكب على المسالك الغابية المفتوحة للسير العمومي.

التوقيف: هو اجبار السائق بصفة قانونية، ووقائية على ترك المركبة في عين المكان.

ويكون التوقيف في الحالات التالية:

-عندما يعتبر السائق في حالة سكر، عند الإجراءات الأولية للكشف، بتقديم

أنبوب الزفر من طرف ضابط شرطة قضائية، فاذا تبين ان الشخص في حالة

سكر، ففي هذه الحالة يقوم الضابط بالاجراء الموالي:

أ. التسخيرة: يتضح أن المشرع أعطى لضباط الشرطة القضائية أن يستعينوا بأشخاص مؤهلين كالخبراء. فيقومون بإجراء عمليات الفحص الطبي و الإستشفائي والبيولوجي للوصول إلى إثبات الدليل القاطع.

ب. تحرير محضر المخالفة: بعد ظهور نتيجة التحليل والتأكد من وجود نسبة الكحول في الدم، يقوم الضابط وأعوانه بتحرير محضر للمخالفة مرفوق بنتيجة التحليل ثم ترسل بعد ذلك إلى السيد وكيل الجمهورية.

ج. المتابعة: تباشر النيابة العامة الإجراءات الجزائية الدعوى العمومية باسم المجتمع وتطالب بتطبيق القانون، وطبقاً لإجراءات التلبس المنصوص عليها، وضع المخالف رهن السجن الاحتياطي وإحالته على أقرب جلسة للمحاكمة.

د-العنصر الثالث: العقوبة:

عاقب المشرع الجزائري على هذه الجريمة بعقوبات أصلية و تكميلية هي:

1- العقوبة الأصلية: المشرع عاقب على هذه الجريمة بعقوبة الحبس مدة لا تقل

على شهرين، ولا تزيد عن ثلاث سنوات.

+الظروف المشددة للعقوبة الاصلية: شدد المشرع العقوبة الأصلية في

حالة ما ارتكب الشخص في ظروف الزمان والمكان جريمة القتل الخطأ، أو الجرح الخطأ.

2-العقوبة التكميلية: يتضح أن المشرع اعتبر العقوبة التكميلية للعقوبة الأصلية

لجريمة السياقة في حالة سكر هي الغاء او إيقاف رخصة السياقة.

+الظروف المشددة للعقوبة التكميلية: نص القانون على مضاعفة مدة

العقوبة التكميلية ومدة الإيقاف. يمكن القول أن جريمة السياقة في حالة سكر لها خطورة كبيرة على السائق الذي يكون أشبه بالمجنون و على الآخرين، ورغم أن المشرع عالج هذه القضية بنوع من التفصيل، و كل ما ورد سالفًا عبارة عن نصوص قانونية لا يمكن الاختلاف في أمرها.

ولقد أكد المشرع على ازدياد خطورة ظاهرة حوادث المرور واصفا إياها بالمأساة الاجتماعية لأنها تخلف سنويا آلاف القتلى وان الأسباب الرئيسية لحوادث الطرق ناجمة أساسا على عدم احترام قانون المرور، سواء من السواق أو الراجلين , وهذا ما يستدعي ضرورة تظافر جهود الكل وإدماج الحركة الجموعية في توعية وتحسيس المواطنين بخطورة الوضعية .وقد نظم بالموازاة مع هذه الدراسة، يوم دراسي تضمن جدول أعماله مشاركة مساعد المدير العام للمؤسسة الوطنية للتلفزيون بمحاضرة حول " دور التلفزيون في التأثير على مستعملي الطرق"، حيث نوه بالتأثيرات الفعلية للتلفزيون في تصورات وتصرفات المشاهدين , لاسيما إذا كانت البرامج التي يبثها مستهدفة ومعدة حسب المقاييس ,وذكر بالمناسبة حصة طريق السلامة التي كانت تبث أسبوعيا ,إذا تعرضت لقضايا متعلقة بالمرور مع التركيز على جلب انتباه كل الهيئات والمؤسسات المعنية بالشأن , خاصة المسؤولية عن حالة الطرق كوزارة الأشغال العمومية و البلديات.

و أكد كذلك على مساهمة الاذاعة في تبليغ الرسالة الوقائية، عبر تغطية النشاطات المختلفة كاليوم الوطني للمعوقين، اليوم الوطني والعربي للشرطة، التظاهرات التي تنظمها وزارة الداخلية، وزارة النقل والجمعيات، و تكفله بعمليات التوعية و التحسيس من الحوادث عن طريق الومضات الإشهارية، التي تنجز من قبل وزارة النقل.

ويؤكدون المختصون في علم الاجتماع، والاتصال و علم النفس، على الدور المتميز الذي تقوم به البرامج الاذاعية في توجيه وتوعية الجماهير، خاصة إذا كانت هذه الأخيرة مدروسة بدقة ومبرمجة وفق المقاييس العصرية.

وعلى ضوء كل المعطيات المذكورة حول دور الاذاعة في نشر الوعي المروري ,تتضح المكانة الراقية التي يحتلها الإعلام بصفة عامة , بما فيه السمعي والبصري والمكتوب , في المجتمع . إن دور الإعلام في التوعية مرهون بمعطيات علمية قائمة على علاقة المواطن الجزائري بقانون المرور، و هذه المعلومات منعدمة إلى حد الساعة، ولا يمكن أن تتوفر إلا بعد بحوث علمية ,في إطار البحث العلمي من اجل تنظيم وتسيير دور الإعلام .لأن الباحث يحرص على التمييز بين الرأي الشخصي والعلمي ,ولأن تكون المعلومات تعبر عن نتائج قائمة على معايير دقيقة تختلف عن معايير الأدوار المهنية الأخرى ,فهي مرهونة بشروط أربعة:

الشرط 1: حتى يحلل باحث قضية ما يجب أن يكون غير قابل للوضعية التي تبدو عليها.

الشرط 2: ينبغي أن يتساءل حول هذه الوضعية.

الشرط 3: يجب عليه أن يقدم نقد حولها.

الشرط 4: إعادة النظر في تركيب حالة الظاهرة التي جلبت انتباهه. ولما نعود إلى مجتمعنا نجد هذه الشروط ممنوعة في جميع الأوساط الاجتماعية وهذا ما يجعل السؤال مطروح: هل أخصائيو الإعلام مستعدون لبث معلومات، تبين أن خطورة حركة المرور تابعة لسلوكيات مخالفة القانون، وان هذه الأخيرة مجسدة من طرف جميع شرائح المجتمع أي الرجل والمرأة، الكبير والصغير، المثقف والأمي، المسئول والمواطن البسيط؟

الدراسة الثانية :

- د. أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي آفاق و تحديات. الجزائر: دار هومة للطباعة و النشر والتوزيع، 2002.

في هذا الكتاب، محاولة من الكاتب لإمعان النظر والتأمل في التحديات الجديدة التي تواجه العقل العربي، بهدف طرح جملة من الانشغالات التي لا يمكن بدون معرفتها وإدراك كنهها النهوض والدخول إلى عصر ثورة المعلومات.

هذا الكتاب، هو مساهمة في طرح الانشغالات، والتفكير بصوت عال حول الإجابات الشافية وثمره جهد استغرق عدة سنوات، تفاعل خلالها الكاتب مع مختلف الأحداث الوطنية والعربية والدولية، لاسيما منها المتعلقة بالخطاب الإعلامي، وثورة تكنولوجيا المعلومات.

و قد تناول في الكتاب صناعة المعلومات وتشكيل الخطاب الإعلامي، و رأى أن تطور تكنولوجيا المعلومات حولت الخطاب الإعلامي إلى صناعة لها قواعدها وأدواتها. و درس الخطاب الإعلامي، وتجديد اللغة العربية، حيث أن اللغة أداة أساسية لصناعة الخطاب وينبغي لها أن تكون في تطور مستمر لتواكب مع مستحدثات العصر. ثم تطرق إلى الخطاب الإعلامي وإدارة الأزمات باعتبار أن الخطاب الإعلامي هو أول من يعكس الأزمات، والشاهد على إدارتها مؤثرا فيها ومتأثرا بها، وخلص إلى الخطاب الإعلامي العربي وقضايا حرية التعبير التي تعتبر من الأزمات المزمنة إلى جانب الديمقراطية في الوطن العربي. بعد ذلك، تصدى لمعالجة احد القضايا البارزة في الفكر الغربي الحديث تلك المتعلقة بالخطاب الإعلامي العربي وأطروحة صدام 11 سبتمبر 2001 وازدادت بروزا بعد الحضارات وتحدث عن المتغيرات الدولية ونمطية الخطاب الإعلامي العربي، حيث لاحظ انه رغم سرعة المتغيرات الدولية في عصرنا، فقد ظل الخطاب الإعلامي العربي يعيش داخل قوقعة نمطية بالية. ثم تطرق للخطاب الإعلامي العربي والهروب من التاريخ، حيث يظل التاريخ مهيمنا كصور نمطية، وقوالب شكلية، في حين يتم الهروب من التحليل الحقيقي للتاريخ وتركه لعبث العابثين الغربيين وأحفادهم. وفي الأخير، درس الكاتب حالة الفضائيات العربية، وإمكانيتها وقدرتها على تجديد الخطاب الإعلامي. تلك هي أهم القضايا المطروحة على الباحثين في حقل الإعلام.

يقول الكاتب أن، بحكم تطور وسائل الاتصال الحديثة وثورة تكنولوجيا المعلومات، لقد أصبح من ينتج المعارف والمعلومات، ويتحكم في آلياتها ويستثمر نتائجها، وبالتالي يسيطر على وسائل الإعلام، هو وحده الذي يمكنه التحكم في صناعة المستقبل وتوجيهه نحو آفاق التقدم والازدهار.

تلك هي الحقيقة التي لم يعد بمقدور أي أحد أن يجادل حول فرضيات وجودها، أو في مدى أهميتها، في عصر السرعة والتطور المذهل، خاصة بعد الأفكار والنظريات التي توسع المفكرون والباحثون والفلاسفة في تحليلها.

و لقد تغلغت وسائل الإعلام الحديثة في مختلف جوانب الحياة الاجتماعية، وصارت جزءا من تفاصيلها اليومية، كما أضحت تحتل مكانة بارزة في طبيعة مجرياتها، وأصبحت ميزة وضرورة للمجتمعات المتقدمة، والتي تسعى من أجل التقدم، الأمر الذي تطلب ضرورة تجديد لغة الخطاب وتطويرها.

يقول الكاتب، أن تقرير اليونسكو ينص على أن الإعلام هو جمع و تخزين و معالجة و نشر الأنباء و البيانات و الصور و الحقائق و الرسائل و الآراء و التعليقات المطلوبة، من أجل فهم الظروف الشخصية و البيئية و القومية و الدولية، و التصرف تجاهها عن علم و معرفة، و الوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة. و قد شرح الكاتب بالتفصيل دور الإعلام أثناء إدارة الأزمات و أخذ لذلك مثال الكارثة الطبيعية التي تمثلت في الفيضانات الطوفانية التي اجتاحت عددا من المدن الجزائرية، و كانت أخطرها تلك التي ضربت العاصمة و التي كشفت عن عجز حقيقي و فشل في تسيير هذه الأزمة من قبل السلطات العمومية و خاصة أولئك المعنيين مباشرة بالتسيير المحلي و التهيئة العمرانية و الإسكان، حيث أن هذا النوع من الأزمات إنما هو مسؤولية جماعية ذات تفاصيل تحدد موقع كل فرد أو هيئة و دوره في ذلك، و هذا ما فهمته الجماهير

الشعبية التي بادرت بأداء دورها من خلال التضامن للقيام بواجباتها في نجدة المتضررين و المنكوبين، في الوقت الذي راحت فيه السلطات المعنية مباشرة تبحث عن المبررات لإصاقها بأطراف أخرى. و لم يخل من هذه الظاهرة، ظاهرة التشبث بالمبررات، حتى قطاع الإعلام و الاتصال باعتباره في مثل هذه الحالات أداة إعلام و توجيه و تنبيه و تحذير، مثلما أكده كما يقول الكاتب تقرير اليونسكو عن السعي (نحو نظام عالمي جديد للإعلام و الاتصال أكثر عدلا و كفاءة).

أما الإعلام العمومي أي ما يعرف بوسائل الإعلام الثقيلة (التلفزيون و الإذاعات و وكالة الأنباء) فهي مسؤولة بصفة أكثر كثافة، باعتبارها لم تقم بواجبها في نجدة مواطنين يحتاجون إلى المساعدة، و لم تحذر عبر رسائلها و في الوقت المناسب من ضرورة تجنب التوجه نحو المناطق المنكوبة، كما أنها داست على حق المواطن في الإعلام، و ظلت غائبة عن تصنيع و معالجة هذا الحدث إعلاميا.

خاصة و أن العمل الإعلامي اليوم، في زمن ثورة تكنولوجيا الاتصالات، صار يساير الزمن الحقيقي و لم يعد يتعقبه، هذا إذا كان حريصا حقيقة على أداء مهامه و وظائفه على الوجه المطلوب. و قد لاحظ الكاتب أن هناك غياب إستراتيجية واضحة لوظائف و أهداف الفعل الإعلامي في الجزائر. و هكذا على ضوء هذه

الكارثة الطبيعية التي اجتاحت العاصمة خلال أيام قليلة تبين بوضوح سقوط الإعلام الثقيل في الثنائية القتلة للفعل الإعلامي وهي ثنائية الغياب والذهول. فقد كانت تحذيرات قد صدرت من المركز الوطني للأرصاد الجوية تؤكد بأن إعصارا كبيرا سيجتاح العديد من جهات الوطن. تلك هي الرسالة/المعلومة، وهي واضحة، تبقى قراءتها أو كيفية تلقيها وسبل توصيلها، هي السبب في عدم تجسيد محتواها على أرض الواقع. فعملية الإيصال لم تستطع إثارة الاهتمام بما يكفي لإثارة اهتمام المتلقي/المصدر الذي بإمكانه تعميم هذه المعلومة ونشرها على أكبر قطاع ممكن. وهذا ما حدث بالفعل كما يشرحه الكاتب، حيث أن المسؤولين لم يأخذوا ذلك على محمل الجد ناهيك عن وسائل الإعلام.

لقد كان بإمكان الإعلام أن يستشعر الحاسة الإعلامية واجب الإعلام المحلي، الإذاعات المحلية، إضافة إلى المحطات الوطنية وخاصة التلفاز... الخ أن تقوم بدورها إذ أن مهمة الإعلام المحلي تكاد تنحصر في مثل هذه القضايا، ومن هذه الزاوية يحق للمرء أن يتساءل:

- لماذا تفتقد هذه المحطات لبرامج تتعلق بنشرات محلية تستعرض زحمة الطرقات وحالتها؟

- لماذا لا توجد نشرات في أوقات استثنائية إذا اقتضت الضرورة ذلك، مثل ما هو معمول به في مختلف البلدان؟

- لماذا لا توجد نشرات إخبارية استثنائية عن تطورات الوضع الجوي؟

- لماذا لا تتعاون مؤسسات الإعلام مع أمن الطرقات، وهذا الأخير لماذا لا يستعمل بدوره طائرات الهليكوبتر لمراقبة الطرقات وتوجيه السيارات عبر محطاته الأرضية مثل ما هو معمول به في البلدان الأخرى؟

من هذه الزاوية يكون اتهام وسائل الإعلام الجزائرية الثقيلة مبررا، باعتبارها لم تقم بأداء الدور المناط بها، كما أنها أخلت بوظيفتها ذات الطابع العمومي، وساهمت من حيث تدري أولا تدري في إزهاق الكثير من الأرواح، لأن وظيفة وسائل الإعلام الحديثة هي البحث عن المعلومات، وبكل الطرق، وليس البقاء في غرفة التحرير بانتظار المعلومات أن تأتي ثم إعادة صياغتها.

- أليس أحد مهام الإعلام هي المساهمة في تنوير الرأي العام؟

و في الأخير، ركز الكاتب على ضرورة التكفل بملف الإعلام، خاصة منه السمعي البصري الذي ما يزال يعاني من أزمت كارثية، والعمل من أجل التفتح على تجارب الشعوب الأخرى للاستفادة منها.

● الدراسة الثالثة :

منصور التركي. "تطوير نظام للمراقبة الذاتية في إدارات المرور: تطبيق التنظيم الإداري لتقييم الأداء الميداني لرجال المرور" دراسة مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية المملكة العربية السعودية 1994.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد أفضل وسائل التقويم للعمل الميداني لرجال المرور قام الباحث بزيارات عمل لعدد من الإدارات الفرعية للمرور بهدف التعرف على النظام الحالي لتقويم الأعمال الميدانية. ثم تم إجراء تحليل للعمل و تحديد المهام المطلوبة من رجال المرور ميدانيا، و على أساس ذلك تم وضع نظام نموذجي للتقويم و تصميم نماذج لتلبية احتياجات هذا النظام، و وضع برنامج للحاسب الآلي يسمح بالتعامل مع هذه النماذج و استخراج تقارير عن الأداء الميداني لكل رجل مرور و بالتالي للإدارات التي يتبع لها هذا الرجل. المستفيد المباشر من هذه الدراسة هي الإدارة العامة للمرور، و فروعها المختلفة تعتبر الدراسة كنموذج لتطوير الخدمة في أحد القطاعات باستخدام دراسات تحليل العمل و يستفاد منه في الخدمة المدنية و الشركات و المصانع و الجهات العسكرية الأخرى، كما أن مساهمتها في وضع برنامج للحاسب الآلي يلاءم هذا النظام المقترح و يعتبر خطوة هامة يجب إتباعها دائما في بحوث التطوير و تحسين الأداء.

الدراسة الرابعة :

د.جوكمن أرجن. "مشاكل السلامة على الطرق في المملكة العربية السعودية"

دراسة مدينة المملكة العربية السعودية الملك عبد العزيز للعلوم-المملكة العربية السعودية 1983.

حددت الدراسة تسعة أهداف فرعية لتحقيق هدفها العام، المتمثل في حصر مشاكل السلامة على الطرق، لكل هدف منها دراسة مستقلة:

. أولا: دور العوامل الإنسانية في السلامة على الطرق الطويلة: اعتمدت هذه الدراسة على سجلات الحوادث و على مقابلات مع مستخدمي الطرق يعد إجراء التحليلات الإحصائية توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن العوامل الإنسانية في ظل ظروف هندسية معينة للطريق تكون أساسية و رئيسية كسبب للحوادث و لكن إذا تحسنت حالة الطرق يمكن تقليل دور العوامل الإنسانية في الحوادث.

. ثانيا: دور السيارة في السلامة على الطرق: تهدف الدراسة إلى جمع معلومات عن تأثير الصيانة الدورية للسيارة على السلامة، و حيث لم تكن هناك معلومات يمكن الرجوع إليها ، فقد لجأ الباحث إلى أسلوب المقابلات مع مستخدمي الطريق، و كان عن أنواع الفحص الفني التي يجريها السائقون لسيارتهم قبل رحلاتهم، و توصلت الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات بخصوص ضرورة توجيه برامج إعلامية و إرشادية للمواطنين حول أنواع الصيانة الفنية المطلوبة قبل الرحلات الطويلة.

. ثالثا: الخدمات الطبية الطارئة على الطرق السريعة، الهدف من هذه الدراسة هي دراسة و تحليل نظام الخدمات الطبية الطارئة على الطرق الطويلة و تقديم توصيات بهدف تحسين هذا النظام، و قد مرت الدراسة بعدة مراحل هي جمع بيانات عن كفاءة المستشفيات في تقديم الخدمات الطبية الطارئة و جمع بيانات عن سيارات الإسعاف، دراسة الوقت بين تلقي البلاغ و الوصول إلى مكان الحادث للتوصل إلى توصيات بخصوص نظام الخدمات و الإسعافية الطارئة.

. رابعا : تأثير أعمال الصيانة على السلامة على الطرق الطويلة :

هدفت الدراسة إلى مسح أعمال الصيانة و الإنشاءات على الطرق و فيما حول هذه الطرق و أشكال علامات التحذير و مسافاتها عن مناطق العمل، و توصلت الدراسة من هذا المسح إلى عدم وجود نظام لإشارات التحذير و علامات التحويل، و إذا وجد مثل هذا النظام فهو غير متكامل، و انتهت الدراسة إلى تصميم نظام متكامل لإشارات التحذير و التحولات بهدف تقليل الإعاقات على طريق السيارات و تحسين أوضاع السلامة على الطريق، كما تضمنت الدراسة صورا واقعية للممارسات الخاطئة لأعمال الصيانة و إشارات التحذير.

. خامسا: تحديد التقاطعات الخطرة و تنظيمها:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أخطر التقاطعات و ذلك من خلال الملاحظات الميدانية و سؤال رجال الشرطة و المرور و استعراض البيانات المتوفرة عن الحوادث و توصلت الدراسة إلى أن التقاطعات لا تتوافر فيها الخصائص الهندسية المناسبة، كما ينقصها الإشارات المرورية و العلامات الإرشادية، و توصلت إلى ضرورة إنشاء إدارة لتحليل معلومات الحوادث الخطرة لسرعة اكتشاف الأخطار و اتخاذ الإجراء المناسب.

. سادسا: التحقيق في الحوادث:

استعرضت الدراسة وسائل التحقيق في الحوادث المتبعة في إدارة المرور و مقارنتها بالوسائل المتبعة في التحقيق عالميا، و قد توصلت الملاحظات الميدانية لعملية التحقيق في الحوادث إلى عدد من المشكلات التي تواجه عملية التحقيق و توصلت أخيرا إلى عدد من التوصيات بخصوص تحسين طريقة التحقيق و تسجيل معلومات الحوادث.

. سابعا: تأثير التصميم الهندسي للطريق على سلامة المرور:

هدفت الدراسة إلى الاستعراض الميداني للمواصفات الهندسية لبعض الطرق و التقاطعات و توصلت إلى عدد من النتائج أهمها قصور النواحي الهندسية عن الوفاء بمتطلبات السلامة، و صعوبة الرؤية المتبادلة بين السيارات العابرة للتقاطع.

. ثامنا: إصدار رخص القيادة: قامت الدراسة باستعراض المتطلبات الواجب توافرها لإصدار رخص القيادة و اقتضى ذلك زيارات لمدارس قيادة السيارات و توزيع استبيانات

لقياس مدى معرفة الناجحين في هذه المدارس للمعلومات الضرورية اللازمة للقيادة الآمنة، و توصلت الدراسة إلى بعض التوصيات الهادفة إلى تحسين برامج تعليم القيادة.

. تساعا: إجراءات السلامة في نقل التلاميذ:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل عمليات نقل التلاميذ من حيث وسائل النقل المستخدمة و المشاكل المرتبطة بهذا النقل، أجريت الدراسة على ست مدارس ابتدائية و متوسطة و استخدمت أسلوب المقابلة مع مدراء هذه المدارس و توصلت إلى عدد من التوصيات المؤدية إلى تحسين طرق نقل الطلاب بما يحقق السلامة.

تصلح هذه الدراسة بأبحاثها كمشروع استطلاعي لدراسة السلامة المرورية من أبعاد متعددة و هامة، و تعتبر نتائجها و توصياتها أساسا ممتازا لدراسة واسعة و تميزت أبحاث الدراسة باهتمامها بجمع الصور الواقعية للحوادث.

٩ الدراسة الخامسة :

د. جومكان أرجون. "تطوير نظام مسح الطرق بواسطة التسجيل التصويري"

دراسة -مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية – المملكة العربية السعودية-1985.

تهدف الدراسة إلى تجربة طريقة التسجيل التصويري باعتبارها أداة للاحتفاظ بسجلات عن الطرق داخل و خارج المدن، و ذلك بالحصول على صور متتابعة و منتظمة للشارع و ما يحيط به على امتداد الطريق، و كذلك إلى إعداد برنامج للحاسب الآلي يلاءم ما يتم جمعه من معلومات و ذلك بهدف استخلاص المعلومات المهمة للطرق.

إن طريقة التسجيل التصويري و ما يرتبط بها من إمكانية البرمجة على الحاسب تفيد في برمجة عمليات صيانة الطرق و إصلاحها.

لتحقيق هذه الأهداف يتركب جهاز التصوير على عربة استعدادا للتصوير و الذي غطى مسافة من الطرق في منطقة تجريبية و قد استخدمت طريقة تحليل النظم لتحليل البيانات و تم تطوير برنامج حاسب آلي لمعالجة البيانات التي تم جمعها من التسجيل التصويري كما تم تحديد مواصفات البيانات المناسبة لهذا البرنامج و التي يجب الحصول عليها من هذه التقنية، و قد أثبتت تقنية التسجيل التصويري جدواها كأداة فعالة لمسح الطرق.

١٠ الدراسة السادسة :

أ يونس علي صليل. "مشروع سلامة المشاة".

دراسة مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية المملكة العربية السعودية -1986.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد هذه العوامل من خلال إعادة تحليل البيانات المتوفرة لدى إدارة المرور و تحديد الأسباب المرتبطة بارتفاع حوادث المشاة، و إلى تحليل الاتجاهات النفسية المتبادلة بين المشاة و قائدي السيارات و ذلك من خلال جمع بيانات ميدانية حول هذا الموضوع، و خلصت الدراسة إلى اقتراح نموذج التصميم الأمثل لمسارات المشاة و علاماتهم الإرشادية على الطرق كذلك اقتراح خطة توعية للمشاة و سلوكياتهم الواجبة عند

استخدام الطرق. هذه الدراسة الأولى من نوعها التي تجري حول سلامة المشاة، حيث حددت دور المشاة و تأثيرهم على حركة المرور، و السلبيات التي تصدر عنهم و الواجب تعديلها أو تغييرها بهدف تحقيق السلامة المرورية و تخفيض معدلات الإصابة.

و يستفاد من هذه الدراسة:

1. عمل برامج توعية للمشاة.

2. عمل طريقة لتنظيم سلوكيات المشاة و حمايتهم.

3. لتعديل معابر المشاة بما يحقق الحد الأقصى للسلامة.

و الدراسة السابعة :

" د. خالد عبد الرحمن السيف. "برنامج تعليم سلامة المرور في كليات التربية

دراسة مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية المملكة العربية السعودية -1983.

يلعب التعليم دورا هاما في سلوك الإنسان، فالمعارف و المهارات و القيم التي يتعلمها الإنسان تشكل الجزء الأساسي من سلوكه، فقيادة السيارة إنما هو سلوك يحدده تعلم الإنسان لمعارف و قيم معينة، أي أن عدم معرفة قائد السيارة بمعارف و مهارات و قيم معينة قد يؤثر على سلوكه في القيادة و لذا فقد هدفت هذه الدراسة إلى:

- إجراء دراسة مسحية بمشاكل حوادث المرور.

- تحديد المعارف و المهارات و القيم و وضعها في صيغة مقررات دراسية.

و قد قام الباحث بإعداد برنامج يشمل على مقررين دراسيين تم إعداد محتوياتهما الدراسية، إحداهما يتناول نظام المرور، و الثاني يتناول مبدأ السلامة المرورية، يقدم هذين المقررين كجزء من برنامج تربوي يعد الطالب لأن يكون مدرسا لسلامة المرور في المدارس المتوسطة و الثانوية.

و الدراسة الثامنة:

د. خالد عبد الغني. "تسجيل الحوادث على الطرق الطويلة".

دراسة مدينة الملك عبد العزيز-المملكة العربية السعودية للعلوم التقنية – 1985.

لاحظ الباحث أن إحصائيات الحوادث المرورية ينقصها الكثير من المعلومات الهامة و المطلوبة في اتخاذ القرارات الهندسية بتعديل تقاطع معين أو إصلاح منحى معين بناء على الحوادث التي يتسبب فيها تصميمه الحالي. و تعزى الدراسة أسباب نقص المعلومات المتوفرة لدى المرور إلى طريقة تسجيل بيانات الحوادث أثناء التحقيق فيها، و تهدف إلى البحث في أسباب قصور عملية التحقيق في الحوادث و تسجيلها عند التطرق إلى المعلومات الضرورية عن مواقع السيارات الدقيقة أثناء الحادث و عن وجهة كل منها بالتحديد أثناء الحادث، كذلك حول القصور الواضح في تسجيل الحوادث البسيطة التي لا ينتج عنها

إصابات أو وفيات، كذلك عدم تطرق التقارير و الإحصاءات إلى الخسائر التي تصيب الممتلكات العامة أو إلى عدد الوفيات الناجمة عن الحادث.

مرت الدراسة بعدة مراحل كان أولها تحليل عينات من تقارير الحوادث مع مصاحبة سيارات التحقيق في الحوادث أثناء عملها و توصلت إليه الدراسات السابقة، أعقب ذلك توزيع استبيان لرجال المرور و أوضح منه أن رجال التحقيق في إدارة المرور يتفقون على عدم تسجيل الحوادث البسيطة، كذلك يتفقون على عدم الاهتمام بالتحديد الدقيق لمواقع السيارات و اتجاهاتها أثناء الحادث و ذلك لاعتبارات أهمها ضيق الوقت و اضطرارهم لتلبية قرابة أربعة نداءات للحوادث في كل ساعة.

توصلت الدراسة في هذه المرحلة إلى ضرورة إعداد نظام جديد لتسجيل الحوادث، و لكي تصل الدراسة إلى هذا النظام استعرضت عناصره المختلفة، و قد توصلت الدراسة إلى حلول بعيدة و قصيرة المدى لهذا الموضوع، كما اقترحت الطرق الإجرائية لتنفيذ مقترحاتها مثل طريقة تدريب رجال التحقيق على استخدام النموذج الجديد، و الإجراءات النظامية المقترحة كي يوضع موضع التنفيذ.

٩ الدراسة التاسعة :

د. خالد بن عبد الرحمن اليوسف. "تقويم برامج التوعية المرورية".

"دراسة. مدينة الملك عبد العزيز للعلوم التقنية – المملكة العربية السعودية – 1986.

هذه دراسة ميدانية للتعرف على اتجاهات الجمهور بفئاته المختلفة من حيث التعليم (مراحلته المختلفة) و المكانة الاقتصادية و الاجتماعية و مدى استجابته للوسائل الإعلامية أن بثت من خلال وسائل الاتصال المختلفة (إذاعة، تلفزة، صحافة، نشرات، ملصقات) و لذا فإن الهدف هو إجراء دراسة مسحية ميدانية على وسائل الإعلام المرئية و المسموعة و المقروءة لمعرفة ما يقدم خلالها من رسائل و برامج للتوعية المرورية هذه الدراسة تهدف إلى الإجابة على تساؤلات عديدة من برامج التوعية المرورية و الموجهة عبر القنوات المختلفة و إعداد التوصيات.

و أوضحت النتائج أن التأثير بالرسائل الإعلامية محكوم بالعوامل الديموغرافية كالسن و التعليم و الحالة الاقتصادية و الاجتماعية و أن التوعية المرورية التي تمت خلال أسابيع المرور لم تؤثر على خفض المخالفات أو الحوادث أو الوفيات.

إن نتائج هذه الدراسة سوف تمد الجهات القائمة على أمر وسائل الإعلام المرئية و المسموعة و المقروءة بالمؤشرات اللازمة لتلافي أوجه النقص و تعزيز أوجه القوة في برامج التوعية المرورية عبر تلك الوسائل، و ما هو موجود منها موجه إلى المجتمع بصفة عامة، و لم تخصص منه برامج للتوعية المرورية توجه إلى الشرائح المختلفة للمجتمع و لعل السبب في هذا هو عدم وجود تعريف و تصنيف علمي لتلك الشرائح، و كذلك عدم وجود وصف للبرامج التي يمكن أن توجه لكل شريحة.

٩ دراسات أجريت بالجزائر :

الدراسة الأولى: حفيظة سنوسي: الإذاعات المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر. (1)

وهي رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، بجامعة الجزائر، قدمتها الباحثة عام 1996.

وحددت إشكالية بحثها في " دراسة ظاهرة البث المحلي في الجزائر لمعرفة طبيعتها"، محاولة الإجابة على التساؤل الآتي: "هل كل ظهور الإذاعات المحلية في الجزائر استجابة لمطالب الجمهور، ام مجرد مسابرة فترة امتازت بالكثير من التغيير؟".
وتمحورت تساؤلات الدراسة حول انقاط التالية:

-هل تعتبر الإذاعة في شكلها المحلي وسيلة الاتصال الأكثر ملائمة لتحقيق مبادا حرية التعبير والحق في الاعلام؟

-هل الإذاعة المحلية هي وسيلة الاتصال الأكثر ملائمة للواقع الجزائري لما يتميز به من خصائص لا تملكها وسائل الاتصال الأخرى ومنها الخصائص الاقتصادية، نظرا لان انشاء المحطات الإذاعية ذات المدى المحدود لا يتطلب ما يتطلبه انشاء المحطات التلفزيونية من حيث الأجهزة اللازمة والتسيير، وكذا الخصائص السوسيوثقافية كون عدد الاميين الجزائريين يتجاوز السبعة ملايين اميا؟ وهل العادات الاستماعية لافراد العينة مؤشر على ذلك؟

- هل البث الإذاعي المحلي هو الأكثر ملائمة للواقع الاجتماعي الثقافي إذا اخذنا بعين الاعتبار تميز كل منظمة من البلاد عن غيرها بخصائص ثقافية متوارثة شفويا؟ وهل لتوجهات الاستماع لدى افراد العينة لمحطات الإذاعة المركزية نفسها مؤشر على ذلك؟

- هل يمكن ان تقدم تجربة البث الإذاعي المحلي في الجزائر شكلا من اشكال ديمقراطية الحياة الاجتماعية في الجزائر المحركة من الإرادة في تنشيط المجتمع المحلي، ام انها محركة من إرادة السلطة في ارفاق تغييرات التسعينات بما يتوافق مع مظاهر التغيير؟

-ماذا يريد المجتمع المحلي من المحطة المحلية؟

- الا يمكن ان يكون جمهور المجتمع المحلي قد سبق الإرادة الرسمية وأصبح يطمح الى وسائل أحدث من الإذاعة كقنوات محلية، وما هو موقع الإذاعة منها؟

اما اهداف الدراسة فقصرتها الباحثة على هدفين، أولهما تحديد طبيعة البث الإذاعي المحلي في تماثلها او اختلافها عن تجربة البث المحلي في اوروبا وأمريكا، ومدى توافق الاتجاه الرسمي في التعامل مع ظاهرة البث المحلي في الجزائر مع اتجاهات المجتمع المحلي.

وما يمكن قوله عن هذه الدراسة يتعلق أساسا بالجانب المنهجي لها، حيث لاحظنا تباينا بين إشكالية البحث وتساؤلاته من جهة، وبين الإشكالية واهداف البحث من جهة أخرى، وبين الثلاثة مجتمعة والدراسة الميدانية. فالباحثة طرحت إشكالية تتعلق أساسا بدراسة ظاهرة

البث المحلي في الجزائر لمحرفة طبيعتها، وحددت هدف بحثها في تحديد طبيعة البث الإذاعي المحلي في تماثلها او في اختلافها عن تجربة البث الإذاعي المحلي في اوروبا وأمريكا، في حين وفي محاولة اجابتها على التساؤلات درست جمهور مجتمع محلي من حيث عادات الاستماع الى الإذاعة ورغباتهم حول البرنامج. من جهة أخرى، فان الباحثة اجرت دراستها الميدانية في مجتمعين محليين لا تتواجد بكليهما -آنذاك- اية وسيلة اعلام محلية، وهو ما يطرح غموضا حول إمكانية سؤال مبحوث حول أشياء افتراضية، حين يسأل: أي وسائل الاعلام (الصحافة، الإذاعة او التلفزيون) يفضل ان تكون محلية، في حين ان المبحوث لم يعرف ولم يستخدم أي واحدة من الثلاث.

ب-الدراسة الثانية: مسعودة جودي: تجربة الاعلام المحلي في الجزائر. (2)

وهي أيضا رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، بجامعة الجزائر، قدمتها الباحثة عام 2003.

وإشكالية الدراسة كانت تدور حول التساؤل: ما هي الأهداف التي أنشئت الإذاعات المحلية في الجزائر لتحقيقها؟ وما هي أنماط التنظيم والتسيير والتمويل التي تسير وفقها هذه الإذاعات؟ وهل استطاعت عبر برامجها الإعلامية تلبية احتياجات المجتمعات المحلية التي تخدمها؟

وطرحت الدراسة جملة من التساؤلات حول النقاط الآتية:

-ماهي اهداف انشاء إذاعة محلية؟

-كيف يتم تنظيم وتمويل الإذاعات المحلية؟

-ما مدى توفر هذه الإذاعات على التجهيزات التقنية والاتصالية والمعلوماتية؟

-ما هي طبيعة المنتج الإعلامي الذي تقدمه الإذاعات المحلية؟

- كيف عالجت الإذاعات المحلية موضوع الثقافة المحلية عبر برامجها؟

وحاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة تحقيق مجموعة اهداف منها:

-معرفة طبيعة الأسباب التي أدت الى انشاء الإذاعات المحلية اول مرة في الجزائر، وهل كان هذا الانشاء استجابة لحاجات محلية: إعلامية، ثقافية واجتماعية.

-معرفة كيف نظم المشرع الجزائري الإذاعة المحلية بالاذاعة المركزية وبالوزارة الوصية من جهة، وعلاقتها بالبيئة المحلية (مواطنين، مجتمع مدني، سلطات محلية، مجتمع سياسي) من جهة أخرى.

- معرفة أنماط التسيير التي تدار وفقها هذه المحطات، ومصادر تمويلها، وان كانت قادرة على الإيفاء باحتياجاتها المادية.

- معرفة طبيعة المضامين الإعلامية التي تقدمها الإذاعات المحلية، كيف يتم تسطيرها ومقاييس اختيارها، الجهات المشاركة في وضع الشبكات البرمجية، وان كانت هذه المضامين تلبي احتياجات البيئة المحلية: الإعلامية، الاجتماعية، الترفيهية.

معرفة مواضيع الثقافة المحلية التي عالجتها هذه الإذاعات من خلال برامجها، ومدى حضور البيئة المحلية في المضامين البرمجية، وتجسيد الهوية الثقافية المحلية من خلالها. تعتبر هذه الدراسة استطلاعية، هدفها وصف الظاهرة بظروفها ومتغيراتها على ما هي عليه اثناء اجراء الدراسة، لذلك اعتمدت الباحثة على أسلوب المسح الوصفي كمنهج بحث، مستخدمة الاستبيان والمقابلة كادوات لجمع البيانات، وامتدت الدراسة من شهر ديسمبر 2001 الى غاية شهر جانفب 2003.

جاءت هذه الدراسة في أربعة فصول، سبقتها مقدمة وتلتها خاتمة، حيث تناولت الباحثة في الفصل الأول أسباب الظهور، اهداف ووظائف الإذاعة المحلية في المجتمع المحلي، وفي الفصل الثاني، تناولت اليات وأنماط التنظيم والتسيير، القوانين والتشريعات المنظمة لها طبيعة العلاقة بين الإذاعة المحلية مع مختلف الأطراف ثم الموارد البشرية والخبرات وموضوع التكوين. اما في الفصل الثالث، فقد حاولت التطرق فيه للمسائل المتعلقة بالميزانية والاشهار والموارد المالية، التجهيزات التقنية الثابتة والمتحركة والمتغيرات المتعلقة بالارسال، ثم نوع طبيعة العلاقة المؤسسة بين الإذاعات المحلية والمؤسسة العمومية للبث الإذاعي والتلفزي، وحاولت في الفصل الرابع مناقشة المتغيرات المتعلقة بالمقاييس تسيطر الشبكات البرمجية والجهات المشاركة في تسييرها، الوسائل التي تستخدمها الإذاعات المحلية في تقييم برامجها، مع تقديم عرض مفصل.

تعقيب:

ان هاتان الدراستان كانتا عوننا كبيرا للطالبة، خاصة في ظل قلة المراجع المتعلقة أساسا بالاعلام الجهوي، والإذاعات المحلية. غير انهما تختلفان عن دراستها في طبيعة الأهداف والساؤلات.

ج-الدراسة الثالثة: خلاف لومخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوبة. (3)

وهي رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال بجامعة قسنطينة، قدمها الباحث سنة 2007.

وتمحورت إشكالية الدراسة حول تساؤل رئيسي هو: ما هي مظاهر استخدام جمهور الطلبة لوسائل الاعلام المكتوبة(الصحف)؟ وما هي مظاهر الاشباع التي يحققها هذا الاستخدام؟ كما كانت التساؤلات الفرعية كالآتي:

1-ما هي دوافع اقبال جمهور الطلبة على قراءة الصحف؟

2-ما هي عادات قراءة جمهور الطلبة للصحف؟

3-ما هي أنماط قراءة جمهور الطلبة للصحف؟

4- ما هي الاشباعات المتحققة عن قراءة الصحف؟

5- هل هناك علاقة بين عادات وأنماط القراءة والاشباعات المترتبة ومتغيرات الجنس والتخصص؟

واهم النتائج التي وصلت اليها الدراسة هي:

-دوافع اقبال جمهور الطلبة علة قراءة الصحف هي:

(ا) حب الاستطلاع والرغبة في معرفة الاخبار والمعلومات الجديدة.

(ب) الرغبة في قضاء وقت الفراغ والبحث عن الترفيه.

(ج) الرغبة في تحقيق الذات والظهور بمظهر الطالب المثقف.

كما توصلت الدراسة الى عادات قراءة جمهور الطلبة للصحف هي:

-ما يقرب ثلث الطلبة يقرؤون الصحف بانتظام.

-الذكور أكثر انتظاما في قراءة الصحف من الاناث.

-طلبة الاعلام أكثر قراءة الصحف من طلبة الكيمياء.

-يفضل اغلب الطلبة قراءة الصحف في الفترتين الصباحية والمسائية، كم يفضلون قراءة الصحف في المنزل (الغرفة الجامعية)، الحافلة، الجامعة، طابور المطعم.

-يحقق جمهور الطلبة من خلال قراءة الصحف الاشباعات الاتية.

-الاعلام والامام بما يجري في العالم وتحصيل معلومات جديدة.

-قضاء وقت الفراغ وتحقيق الترفيه.

-تحقيق العادة.

د-الدراسة الرابعة: باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت. (4)

سالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال بجامعة قسنطينة؟ قدمها الباحث سنة 2008.

تدرج هذه الرسالة ضمن بحوث الاستخدامات ز الاشباعات، وذلك انها تهدف الى معرفة

العلاقة القائمة بين جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، حيث تتمثل هذه العلاقة في

مظاهر استخدام الطلبة الجزائريين للانترنت، ومظاهر الاشباع المتحقق عن هذا الاستخدام،

على اعتبار ان جمهور الطلبة هو جمهور واع ونشط، ويستخدم الانترنت بدوافع متعددة من

اجل تحقيق اشباعات متنوعة، وذلك حسب أنماط تفضيل واهتمام متباينة.

واقترضت طبيعة الدراسة وأهدافها استخدام منهج المسح الميداني بالعينة، من خلال استمارة

الاستقصاء كاداة لجمع البيانات، اشتملت على محاور متعددة، وزعت على عينة طبقية

متعددة المراحل حجمها 82 مفردة، موزعة حسب الجنس والتخصص (علوم الاعلام

والاتصال، وبيولوجيا الحيوان) لتمثيل كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية علوم

الطبيعة والحياة في جامعة منتوري-قسنطينة-في الموسم الجامعي(2007-2008).

ومن اهم النتائج التي وصلت اليها الدراسة ما يأتي:

- يستخدم جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت بشكل معقول دون افراط او تفريط.
- يستخدم اغلبية جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت بشكل غير منتظم.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص وعادات تصفح الطلبة للانترنت.
- تتمثل أكثر الاشباعات التي تتحقق للطلبة في: الاشباعات المعرفية ثم الإعلامية ثم الدينية.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخصص والاشباعات المتحققة للطلبة من خلال تصفهم للانترنت.
- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس والاشباعات المتحققة للطلبة من خلال تصفهم للانترنت، سوى ما تعلق بالاشباع الإعلامي.

-
- (1) -حفيظة سنوسي: الإذاعات المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر ، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1996، ص04
 - (2) -مسعودة جودي: تجربة الاعلام المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة لجزائر، 2003.
 - (3) -خلاف بومخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوبة ، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.
 - (4) -باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة 2008.

Ω- فرضيات الدراسة :

تعتبر الفرضيات أساسية في البحث العلمي، فنحن لا نستطيع التقدم في بحثنا، ما لم نبدأ بتفسير مقترح أو حل للصعوبة التي تواجهنا، والتي من أجلها نقوم بالبحث. وقد عرفت الفرضيات بانها " مايتوقعه الباحث من نتائج على مستوى بحثه في شكل فكرة، حل، إجابة، رأي يصور علاقات التأثير والتاثر بمتغيرات الظاهرة المدروسة." إذا، تلعب الفرضيات دورا أساسيا في توجيه البحث، وابعاده عن العموميات والتشتت، وذلك بالتركيز على قضايا محددة، يتضمنها ذلك التفسير المقترح للمشكلة التي واجهت الباحث. وعلى هذا الأساس، ومن خلال القيام بهذه الدراسة الى اختبار الفرضيات الآتية:

-الفرضية الأولى:

يواظب جمهور إذاعة مستغانم الجهوية، على الاستماع لمختلف البرامج التي تبثها. مؤشراتها:

-التعرض لبرامج الإذاعة يكون لفترات طويلة، وأحيانا بشكل عرضي.

-الاستماع يكون منفردا او مع اشخاص اخرين (اهل، أصدقاء، زبائن)

-الفرضية الثانية:

تحقق برامج إذاعة مستغانم، التوعية الفكرية والاشباعات المعرفية والاجتماعية المتوقعة من طرف جمهورها.

مؤشراتها:

-مرافقة برامج الإذاعة لجمهورها، والمساهمة في توعية جمهورها.

- التركيز على البرامج الاجتماعية والتحسيسية الخاصة بالمنطقة، وكذلك تلك التي تعكس محيطها وثقافتها المحلية.

الاطار النظري

الفصل الأول: الاعلام مفهومه ووظائفه.

المبحث الأول: مفهوم الاعلام وأهميته.

أولا: المصطلح.....

ثانيا: الاعلام التخصص.....

ثالثا: الاعلام الأمني ووسائله.....

المبحث الثاني: وظائف وخصائص الاعلام.

أولا: وظائفه.....

ثانياً: خصائصه.....

المبحث الثالث: وسائل الاعلام المستعملة في التوعية عن حوادث المرور.

أولاً: المطبوعات.....

ثانياً: الاذاعة.....

ثالثاً: التلفزيون.....

الفصل الثاني: تأثير وسائل الاعلام على سلوك الفرد.

المبحث الأول: التأثير من خلال الرسالة.

أولاً: اهداف الرسالة الإعلامية.....

ثانياً: الاعلام والجمهور.....

ثالثاً: دور الاعلام في مواجهة ظاهرة ما.....

المبحث الثاني: التأثيرات المتبادلة بين الاعلام ومصالح الامن.

أولاً: تأثير الاعلام على مصالح الامن.....

ثانياً: تأثير الامن على مصالح الاعلام.....

المبحث الثالث: الراي العام.....

أولاً: مفهوم الراي العام.....

ثانياً: عناصره وانواعه.....

ثالثاً: أهميته ووسائل تكوينه.....

الفصل الثالث: الحوادث المرورية والجهود المبذولة للحد منها.

المبحث الأول: ظاهرة حوادث المرور.....

أولاً: تعريف حوادث المرور.....

ثانياً: أسبابها.....

ثالثاً: درجة خطورتها.....

المبحث الثاني: الاستراتيجيات الأمنية والإعلامية المنتهجة من طرف الهيئات المعنية بأمن الطرقات.

أولاً: دور أجهزة الامن في السلامة المرورية (تنظيم ومراقبة الحركة المرورية).....

ثانياً: تناول ظاهرة حوادث المرور في الاعلام (الوقاية والتوعية).....

الفصل الأول

الإعلام المفهوم و الوظائف

بلغ الإعلام في هذا العصر شأنًا عظيمًا بفضل التقدم العلمي والتكنولوجي الذي شمل مجال الاتصال والمواصلات وقيام المحطات الفضائية والقنوات الإعلامية والأقمار الصناعية وتقدم علوم الكمبيوتر كما أن الإعلام قد ازدهر وتطور وأصبح يشكل تحديًا كبيرًا للمجتمعات لما له من آثار تستمد فعاليتها وأهميتها وقوتها من تأثيره القوي وسرعة انتشاره وسهولة طرح ونقل الثقافات والعادات والأخبار. الإعلام بهذا المفهوم، يعد عنصرًا أساسيًا لا غنى عنه، ولأن الإعلام يخاطب العقل، فإنه يعد بالتالي، أساسًا لنشر العلوم والثقافات والأخبار والمعلومات وكل ما يختص بنواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية و السياسية و الدينية والرياضية و الصحية والتربوية... الخ.

وتتبع أهمية الإعلام من استثماره لتلك الرغبة الطبيعية لدى الإنسان في المعرفة وفي اكتشاف ما حوله ومن حوله، وفي الإحاطة بأخبار الآخرين و أخبار المجتمع والكون المحيط به.

ومع التقدم في وسائل الاتصال، أصبح الإنسان أسير الإعلام ووسائله، "إن وسائل الإعلام اليوم هي التي تشكل الرأي العام وهي التي تحاصر إنسان اليوم ليلا و نهارا، وتمده بالمعلومات و الأخبار صحيحة أو غير صحيحة (1) و الوسائل الإعلامية هي التي تحاول توجيهه لوجهة معينة، ولرأي معين.

إن الإنسان بعد تعقد المجتمعات و تشعب الموضوعات عاجز تماما عن معرفة الأخبار العامة بنفسه و بوسائله الخاصة، وذلك فهو مضطر لأن يعرفها بواسطة الإعلام وأن الدول و الحكومات مستعدة دائما لكي تسيطر على الرأي العام وتوجيهه لصالحها مستعدة لأن تنفق الكثير على الإعلام ووسائله في سبيل ذلك. من هنا فإننا نجد حاليا أن الصوت الأعلى هو الذي يسيطر على الأذهان و على المفاهيم، حتى ولو كان ينقل غير الحقيقة.

الإعلام من الناحية الوظيفية، يرى البعض بأنه يعمل على التعريف بكل ما يهم الجماهير من قضايا مختلفة محلية و إقليمية و عالمية و يتناول المشكلات العالمية و الاجتماعية و العصرية و يطرح الحلول لها و الدور الذي تنتهجه الجهات المعنية في الطرح و لتناول الحلول والاستنتاجات.

تتعدد الوظائف والمفاهيم للإعلام وتعرفه المنظمة العالمية للتربية والثقافة والعلوم(اليونسكو)، من الناحية الوظيفية بأنه: "الإدارة السياسية والقوة الاقتصادية والموارد التربوي الكامل والمحرك الثقافي والأداة التكنولوجية".

(1) -جون ميرل رالف لوثنتين، "الإعلام وسيلة وغاية"، ترجمة د. خضر الحرابي الحرثي، السعودية، دار المريخ 1989 ص18.

المبحث الأول

مفهوم الإعلام وأهميته

1- أولا : المصطلح:

"يقصد بكلمة الإعلام(لغة) : مصدر أعلمه إعلاما، أي إيصال أمر معين-أبلغه إبلاغا-أخبره إخبارا من المتكلم إلى المستقبل المقصود بالرسالة كطرف آخر، وقد وردت الكلمة في لسان العرب بمعنى التبليغ والإبلاغ " أي الإيصال، يقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب. (1)

ويعرف سمير حسين الإعلام بأنه، «كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا

والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة، عن هذه القضايا والموضوعات، وبما يساهم في تنوير الرأي العام، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع، والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة." (2)

الإعلام هو "الإخبار بالحقائق والمعلومات الصادقة من أجل اتخاذ موقف معين. (3)

بينما يرى فريق آخر بأنه «: تبيان الحق للناس وتطبيقه أمامهم ومخاطبة عقولهم وإيضاحه لهم وترغيبهم به وتبصيرهم بالباطل و إبعادهم عنه، وتنفيرهم منه بمختلف الأساليب الإعلامية التي تستجيب معها النفوس ولا تنفض من حولها، وذلك من أجل تحقيق الهدف الإعلامي وهو إسعاد الإنسان وإخراجه من الظلمات إلى النور." (4)

وهناك من يعرف الإعلام بأنه "، هو نشر الحقائق الثابتة الصحيحة، والأخبار والمعلومات السليمة الصادقة، والأفكار، والآراء، والإسهام في تنوير الرأي العام، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المطروحة، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم باستخدام وسائل الإعلام المختلفة، بغية التفاهم والإقناع والتأييد، وبذلك يمكن الربط بين الهيئة والمؤسسة بالمجتمع والجماهير، والوصول إلى التكيف والانسجام بين سائر المجتمع." (5)

وهناك تعريف آخر للإعلام بأنه، "عملية اتصال موضوعية مجردة وحيادية بشكل عام هدفه مشاعر الجماهير عن طريق إعلامها بالحقائق كما هي". (4)

(1) -د. على عوجة، "الأسس العلمية للعلاقات العامة"، الطبعة الأولى، القاهرة عالم الكتب، 2000، ص185.

(2) -د. حضور، اديب. "ادبيات الصحافة"، طبعة ثانية، جامعة دمشق، 1992، ص56.

(3) -جيهان رشتي ن "الأسس العلمية لنظريات الاعلام"، القاهرة: دار الفكر العربي، 1978، ص471.

(4) -حضور اديب، مرجع سابق ص106.

تعريف الإعلام:

الإعلام يعني الإخبار أو الإبلاغ بمعنى الإيصال، يرتبط مفهوم الإعلام دائماً بوسائل الإعلام.

يتكون الإعلام من مصدر معلومات ورسالة إعلامية) لنقل هذه الرسالة (ومتلقين أو مستقبلين لتلك الرسالة ورجع الصدى أو اثر تلك الرسالة. الإعلام يتكون من كل هذه المكونات و"الوسيلة الإعلامية " تعد إحدى مكوناته.

الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات. يعرف العلامة الألماني "وتجروت" الإعلام بأنه " التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت"، كما يعرفه البعض الآخر (د.حسين عبد

الحمد رشوان) بأن الإعلام هو كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق و الأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور للمادة الإعلامية وبما يساهم في تنوير الرأي العام في تكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة". كما يعرفه البعض الآخر (د.عاطف حمدي العبد) بأنه "عملية اتصال موضوعية مجردة وحيادية بشكل عام هدفه مشاعر الجماهير على طريق إعلامها بالحقائق كما هي.

فالإعلام هو إعلام أي إخبار عام للناس بموضوعات تهم أو قد تهم بعضهم على الأقل. ينبغي للإعلام أن ينقل الحقيقة، ولكنه في حد ذاته هو مجرد نقل الأخبار سواء كانت صحيحة أو غير صحيحة. ويمكن أن نصف الإعلام في حالة نقله لأخبار غير صحيحة، بأنه إعلام سيء، أو إعلام فاسد ولكنه سيظل إعلاما.

تاريخ الإعلام:

الإعلام ليس بالأمر الجديد في عصر من العصور وان تطورت وسائله في عصر معين عن عصر سابق لأن "الإعلام مرتبط بالإنسان منذ نشأته باعتبار أن البشر كائنات اتصالية، ذلك أن البشر (1) لديهم رغبة أو مطلب أساسي في الاتصال بغيره من البشر فالإنسان حريص على معرفة أخبار غيره و أخبار المجتمع، ولذلك كان الإعلام بالنسبة للإنسان ضرورة.

الاتصال و الإعلام مرتبطان بالإنسان من القدم مع تطور أنواع ذلك الاتصال من اتصال شخصي إلى اتصال عام، ومع تطور وسائله سواء النقش على الحجر أو بالخطابة، أو الشعر أو بالطباعة أو بالتقدم التقني الذي أحدث ثورة في وسائل الاتصال حاليا حتى أصبحنا نعيش في عصر الإعلام وثورة الاتصال.

(1) -جون ميرل رالف لونغشتين، "الإعلام وسيلة وغاية"، ترجمة دخضرة الحرابي الحرثي، السعودية، دار المريخ 1989 ص 42.

الاتصال و الإعلام:

يتسع مصطلح الاتصال، ليشمل العديد من المصطلحات ومنها الإعلام. يتم الاتصال بوسائل كثيرة وقنوات متعددة منها الاتصال الشخصي المواجهي (بين شخص وآخر مباشرة) أو الاتصال الجمعي (بين شخص و مجموعة من الناس بشكل مواجهي أي وجها لوجه).

يعرف "هوفلافون" الاتصال بأنه العملية التي يحدث بمقتضاها القائم بالاتصال تأثيرا لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة) بينما يعرفه "كولن شيري" بأنه العملية التي يتفاعل بمقتضاها مستقبل و مرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار و معلومات بين الأفراد عن مسألة محددة أو واقع معين. ويشير "تشارلس موريس" إلى أن اصطلاح الاتصال حينما نستخدمه بشكل واسع النطاق يتناول أي ظرف

يتوافر فيه المشاركة في أمر، كما يعرفه البعض)د.فتوح عبد العزم(بأن الاتصال هو الإجراء الذي يتم به تبادل الفهم بين الكائنات البشرية، أو هو العمل الذي عن طريقه تنتقل المعاني من إنسان إلى آخر ومن جماعة لأخرى .

أن الاتصال بمعناه البسيط يقوم على نقل أو تبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة ومتأثرة ويترتب عليه تغير في الموقف و السلوك."إن غالبية التعريفات تشترك في أن الاتصال هو عملية نقل للمعلومات و الأفكار والاتجاهها" (1). ان التعريف الأقرب الى الدقة هو ان الاتصال عملية مشتركة participation بين انسان واخر، فالانسان من خلال عملية الاتصال يعمل على التأثير في الاخرين، كما يصبح هو ذاته محورا لتأثيرهم.... فهو يؤثر ويتأثر وهذا ما يؤكد عالم الاعلام الشهير "وليم شرام"، عندما نتصل بغيرنا فإننا نحاول أن نقيم مشاركة مع من نتصل به وان عملية الاتصال هي مجموعة الوسائل التي تربط البشر ببعضهم البعض، بحيث يحقق من خلال هذه العملية تفاعل وعلاقات إنسانية وبهذه العملية يتم نوع من التجاوب الشخصي مع المتصل به وهي عملية يتم من خلالها مشاركة إنسان آخر في استيعاب معلومات أو نقل فكرة أو اتجاه.

ويضيف الدكتور جلون أن الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار و المعلومات عن طريق عمليات إرسال وتبادل المعلومات، ثم استقبال لها بكفاءة معينة لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين. يعرف "كرتشي وكرتشفيلد" الاتصال بأنه تبادل المعاني بين الأفراد ويحدث من خلال استخدامهم للرموز المألوفة و المعروفة لهم. ويعرف "اومكس" الاتصال بأنه تبادل الأفراد المعلومات أي عندما يدرك بعضهم بعضا. ويعرف «فلويد بروكر FLOYDE BROKER "الاتصال بانه عملية لنقل فكرة او مهلة او حكمة من شخص لآخر كما يعرفه "ادوين امري EDWIN EMERY" بانه فن نقل المعلومات والآراء وكذلك الاتجاهات من شخص إلى آخر وذلك عن طريق توجيه وسائل الإعلام والاتصال عن طريق الصورة أو الصوت أو الذوق أو الشم أو غيرها من حواس الإنسان.

(1) -مرجع سابق، ص 52

ان كلمة الاتصال communication وهو اللفظ الاروبي المشتق من الأصل اللاتيني لفعل communicare بمعنى يذيع او يشيع عن طريق المشاركة و هذه المشاركة قد تكون بين شخص و شخص اخر و هذا هو الاتصال الجمعي المباشر ، و قد يجري بين شخص او مؤسسة و عدة جماعات متفرقة لا تتصل ببعضها البعض و لا تترى الاتصال وجها لوجه، و هذا هو الاتصال الجماهيري mass communication يقصد به العملية التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات و الأفكار و الاتجاهات الى عدد كبير نسبيا من الافراد باستخدام وسيلة او اكثر من وسائل الاتصال الجماهيرية، و يتم هذا الاتصال بطريقة غير مباشرة ، حيث يكون المستقبلين في مكان محدود، و من وسال الاتصال الجماهيري او الجمعي نجد الخطبة و المحاضرة و الندوة و اللقاءات الجماعية.

ان الاتصال الشخصي المباشر personal communication يقصد به العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات و الأفكار والاتجاهات بين الأشخاص بالطريقة المباشرة وجها لوجه دون عوامل أو قنوات وسيطية، هناك نوع آخر من الاتصال هو "الاتصال الذاتي" والمقصود به تفاعل الشخص مع نفسه من خلال العمليات النفسية الداخلية وعندئذ يصبح الشخص هو المرسل والمستقبل في نفس الوقت.

اما الاعلام information، فهو مشتق من اعلم أي نقل علما، فهو يعني كما يقول "اوتغرت OTTOGROTH"، التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير و لروحها و ميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، أو أن الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار و المعلومات و الحقائق التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم وميولهم.

لقد تطورت وسائل الاتصال تطوراً كبيراً ومذهلاً، حتى وصلت إلى ما وصلت إليه الآن بفضل التقنية الحديثة، حتى أطلق على عصرنا الحالي أنه عصر الإعلام والاتصال الجماهيري، أو إنه عصر ثورة الاتصالات.

تعريف الاتصال:

إن الغرض من الاتصال هو نقل صورة ذهنية معينة في ذهن و فكر المرسل يقوم بترميزها وتحويلها إلى مستقبل، حيث يقوم الأخير بفك تلك الرموز وبذلك تتجسد تلك الصورة الذهنية في ذهن المستقبل.

مكوناته:

يتكون الاتصال من مصدر (مرسل) + رسالة + وسيلة اتصال + مستقبل + صدى الاتصال (أو رجع الصدى أو تأثير الرسالة على المستقبل).

اكتمال تلك العناصر، هو تجميع ألي لعناصر الاتصال. إن نجاح الاتصال أو عوامل نجاح الرسالة (إعلامية) تعتمد على عوامل كثيرة، منها اختيار الوقت المناسب والمكان المناسب، والقدرة على التشويق، وعدم اختلاف مفهوم المصطلحات بين المرسل و المستقبل، وإثارة انتباه المستقبل، وضرورة وصول الرسالة بنفس قوتها وحرارتها التي كانت عليها لدى المرسل.

إن الاتصال والإعلام كلا المصطلحين لا بد له أن يتكون من مصدر ورسالة ووسيلة ومستقبل وصدى الاتصال.

وسائل الاتصال:

هناك تقسيمات متعددة لوسائل الاتصال، «فيقسمها البعض إلى وسائل مطبوعة، ووسائل سمعية، ووسائل بصرية، ووسائل سمعية وبصرية ثم وسائل شفوية (الاتصال المواجهي الذي يشمل الاتصال الشخصي والاتصال الجماعي)، ويقسمها البعض إلى وسائل مباشرة (الاتصال المواجهي) ووسائل غير مباشرة (التلفزيون.....الخ). (1)

نماذج الاتصال:

إن بعض الباحثين أمثال **هارولد لاسويل HAROLD LASSWELL** و **لازرفيلد وهوفلاندولين** اثبتوا وجود اختلاف بين الأفراد فيما يتعلق بدرجة ونوعية الاستجابة للمثيرات، واقتضى ذلك بناء النموذج الكلاسيكي الذي قال بفكرته لاسويل وهو الذي يسمى **W MODE** ومعناه من يقول، ماذا، لمن، باي وسيلة، لاحداث أي تأثير، فهذا النموذج الكلاسيكي الذي قال بفكرته لاسويل وهو الذي يسمى وسيلة، لإحداث أي تأثير، فهذا النموذج يجمع بين خمسة أسئلة تمثل الإجابة عليها مقومات أو عناصر الاتصال، وهذه الأسئلة هي:

-من WHO.....

- ماذا يقول WHAT.....

-لمن WHOM.....

- أي وسيلة HOW.....

-لاحداث أي أثر WHY.....

فعناصر هذا النموذج التقليدي هي المرسل و الرسالة و الوسيلة ثم المستقبل، ثم الرسالة. **ريموند نيكسون RYMOND B.NIXON** عدل عبارة لاسويل الشهيرة "من يقول ماذا لمن وبأية وسيلة وبأي تأثير؟" لكي تصبح "من يقول ماذا لمن وما هو تأثير ما يقال و في أي ظروف و لأي هدف؟".

مفهوم لاسويل اقرب ما يكون إلى الإعلام، بمعنى أنه يسير في خط واحد من المرسل إلى المستقبل، دون اعتبار للعناصر الوسيطة.

إن الإعلام يفترض به أن ينقل الحقائق المجردة، وأنه يوجه أصلا إلى العقل والمنطق بهدف الإقناع والتوعية.

(1) -محمد عودة، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، القاهرة، دار المعارف، 1971 ص22.

الإعلام والإعلان:

الإعلام هو الإخبار أو توصيل أو نقل الأفكار أو الأخبار أو المعلومات التي تهتم من تنقل إليهم من جمهور. اما الإعلان **ADVERTISING** فهو تلك المجهودات التي يرمي القائمون بها إلى نشر أو ترويج أو عرض خدماتهم أو أفكارهم أو سلعهم إلى جانب أن هناك إعلانا تجاريا. هناك نوعا ثانيا و هو المقصود في مجال المقارنة هنا مع الإعلام وهو النوع الإعلامي، والذي يقصد منه التأثير في مستقبلي هذا النوع من الإعلام.

قد يستخدم الإعلان في المجال الاجتماعي مثلا بهدف تنوير الناس أو تحذيرهم، الإعلام يبتغي تحقيق نفس الأهداف التي تخدم المصلحة العامة، أو تحقق المثل أو القيم السامية في المجتمع.

الإعلام والعلاقات العامة:

يعرف كريستيان **B.CHRISTIAN** العلاقات العامة بأنه الجهود التي تبذل للتأثير على الجماهير عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندها في أزمته ويساعدونها على تحقيق أهدافها و يشجعونها على نشاطها.

ويعرفها روك **U.F.R ECK** بأنها درجة تأثير المؤسسة على الجمهور الذي نتعامل معه ويعرفها ميليت **T.D.MILLET** بأنه معرفة توقعات الشعب وتوضيح كيفية استجابة الإدارة لهذه الرغبات، ويعرفها ادوارد بيريز بأنه "التواصل بالمعلومات عن طريق الإقناع والملائمة للحصول على التأييد العام لنقاط وهدف أو حركة أو مؤسسة ما. ويعرفها معهد العلاقات العامة البريطانية، بأنها الجهود الإدارية المرسومة المستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم متبادل بين هيئة وجمهورها. وتعرف جمعية العلاقات الدولية العلاقات العامة بأنها وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة التي تسعى بها المؤسسات والمنظمات العامة و الخاصة إلى كسب تفاهم و تعاطف وتأييد الجماهير التي يهملها و الحفاظ على استمرار هذا التعاطف والتفاهم والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط.

الفكرة الرئيسية للعلاقات العامة، هي " اعمل جيدا وعرف بما تعمل" (1) وفي نفس المعنى يعبر ادوارد بيريز بقوله: ان العلاقات العامة الطيبة يمكن التعبير عنها بالمعادلة الآتية:

الأداء الجيد + الإعلام الصادق = علاقات عامة طيبة

العلاقات العامة هي وسيلة الإدارة للعلم بالرأي العام (أي معرفة اتجاهاته) ولإعلام الرأي العام بنشاطها بقصد التوصل إلى معرفته والى كسب ثقته و تعاونه معها لتحقيق أهدافها.

(1) -د.سمير محمد حسن، "العلاقات العامة"، القاهرة، مكتبة عالم الكتب 1996، ص32.

جوهر العلاقات العامة يبدو فيما يلي:

فالعلاقات العامة هي وسيلة مزدوجة "علم" بالرأي العام و"إعلام" له. وهي محاولة صادقة للتوصل إلى اقتناع الرأي العام بها وكسب ثقته وتعاونه. والعلاقات العامة تنبني على إعلان الحقائق.

أن العلاقات العامة (السليمة والصحيحة) والإعلام (السليم والصحيح) يتفقان في أنهما ينقلان الحقيقة ويقصدان عرض الحقائق.

إن أية رسالة إعلامية أو اتصالية تتضمن مصدر ورسالة ووسيلة ومستقبل وأثر أو رجوع الصدى.

بل والاتصال عامة-هو طريق ذو اتجاهين، ويتضمن –أن الكثير من الكتاب يعتبرون أن الإعلام أو اتصالية-من المصدر إلى المستقبل ثم رسالة ثانية من المستقبل للمصدر – رسالتين: رسالة إعلامية تحوي أثر رسالته ورد فعل المستقبل.

ليست العلاقات العامة هي الإعلام وهذا يعني(1):

. أن الإعلام ليس هو كل وسائل العلاقات العامة، فبجانبه توجد وسائل اتصال أخرى مباشرة وغير مباشرة.

بل وتوجد طرق أخرى تستطيع العلاقات العامة أن تمارس بها عملها مثل تقديم المشورة والنصح للإدارة.

أن كلا من العلاقات العامة والإعلام يعدان (هما ذاتهما) من وسائل الاتصال بال جماهير مثلها في ذلك مثل أي وسائل أخرى كالإعلان والدعاية

العناصر العملية الإعلامية:

تعتمد عملية الإعلام على عناصر قد لخصها هارود لاسويل في العبارة الشهيرة من يقول؟ ماذا يقول؟ بأية وسيلة؟ لمن يقول؟ وبأي تأثير؟ .

إن مكونات العملية الإعلامية هي:

1- المرسل أو المصدر.....SENDER

2- المستقبل.....RECEVER

3- الرسالة الإعلامية.....MESSAGE

4- الوسيلة التي تقوم بنقل الرسالة.....MEDIA

5- رجوع الصدى.....FEED BACK

(1) -سمير محمد حسن، الاعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، القاهرة، مكتبة علم الكتب، 1993، ص 40.

● بالنسبة للمرسل أو المصدر : WHO

إن المصدر أو المرسل هو رجل الإعلام أو رجال الإعلام، وقد تتسع لتشمل إلى جانب رجال الإعلام المنظمة أو الجهاز الذي يعهد إلى رجال الإعلام بنشر أو توصيل مفاهيم معينة.

ويحدد الكتاب شروطا ومواصفات لنجاح "المصدر" أو المرسل، وهذه الشروط هي شروط رجل الإعلام الناجح، من حيث الموهبة وتنمية تلك الموهبة بالعلم والثقافة وتوسيع المدارك، ومن حيث الخبرة المهنية والقدرة على التعامل مع الآخرين والتأثير فيهم، من حيث نجاحه في إشعار كل واحد ممن يتلقون الرسالة الإعلامية، أنها موجهة إليه خاصة.

ليس القصد بالمرسل في مجال الاتصال رجال الإعلام فحسب ولكنهم قد يكونون المقصودين بذلك في مجال الإعلام. وليس رجل الإعلام هو فحسب الصحفي والمذيع ولكنه قد يكون غير ذلك، فقد يكون مؤلف المسرحية التي يمثلها الممثلون في المسرح، أو مؤلف الكتاب الهام المثير للجدل الذي يقرؤه الناس، أو قد يكون داعية سياسي أو ديني الذي تتعلق به العيون و العقول والقلوب عندما يتحدث، كل أولئك ينطبق على كل منهم مصطلح المصدر أو المرسل وقد يصبح المصدر هو جهة حكومية أو غير حكومية ترغب في إعلام الناس بأمر ما، وترسل إليهم رسالة معينة.

● بالنسبة للمستقبل: RECEIVER

المستقبل هو المتلقي الرسالة، وعندما يكون الحديث عن الإعلام ووسائل الإعلام فإن المتلقي هو الرأي العام، ذلك أن الإعلام إنما يتوجه بواسطة وسائله إلى الجمهور وقد يكون المستقبل قطاعا معينا من الجمهور أو ما يسمى بالجمهور الخاص، فقد تكون الرسالة مستهدفة لفئة معينة بالذات. إلا أن هذا لا يمنع من تأثر الآخرين بها ولو بدرجة أقل من الفئة المقصودة بالرسالة.

● الرسالة الإعلامية: WHAT MESSAGE

الرسالة الإعلامية هي أهم عناصر العملية الإعلامية وهي جوهر تلك العملية، بل أن كل تلك العناصر الأخرى هي مجرد "أيدي" أو مساعدات أو هياكل للرسائل الإعلامية.

تتضمن الرسالة الأفكار و التوجيهات التي يراد توصيلها من المصدر إلى المستقبل، فهي تتضمن ماذاWHAT. إن مدى نجاح تلك الرسالة يتوقف على مدى النجاح في إعدادها سواء بالحرص على وضع الرسالة ودقتها، والمهارة في جعلها مشوقة ومثيرة للاهتمام. يتوقف نجاح الرسالة (وبالتالي العملية الإعلامية) على اختيار اللغة المناسبة، والموضوع المناسب للرسالة والوقت المناسب له، والإعداد المناسب للرسالة.

ينبغي كذلك أن تتوافق وتتلاءم الرسالة مع وسيلة الإعلام التي ستحملها إلى المستقبل فالرسالة المرسله بالراديو لا بد أن تختلف عن تلك المرسله بالتلفزيون، فلكل رسالة مواصفات لا بد من توافرها بمراعاة الوسيلة التي تحملها.

● الوسيلة: MEDIA

و يقصد هنا وسائل نقل الرسالة أو حملها وهي وسائل الإعلام، التي تنقسم إلى وسائل مختلفة ومتنوعة.

● الأثر -رجع الصدى:- FEED BACK

لا تقتصر العملية الإعلامية على مجرد إرسال رسالة معينة ولكن المهم هو أن تحدث تلك الرسالة الأثر المطلوب و التأثير المطلوب، فثمة فرق بين أن يستهدف الإعلام نقل رسالة معينة وان تنتقل هذه الرسالة فعلا ويعلمها ويستوعبها المتلقي) وهذا هو أثر الرسالة و تأثيرها (وبين أن يقتنع المتلقي بما احتوته تلك الرسالة من أفكار واتجاهات.

ينبغي إذن أن يتأكد مرسل الرسالة أن رسالته وصلت فعلا كما يريد لها إلى المتلقي ويظهر ذلك على سبيل المثال من ردود القراء للصحف واتصالات المستمعين أو المشاهدين أو من استجابة الجمهور لتوعية صحية أو إجتماعية أو أمنية معينة. بل قد يتجاوز الأمر مجرد معرفة وصول الرسالة كما أراها المرسل إلى المستقبل، إلى معرفة الإجابة على تلك الرسالة ومعرفة صدى الرسالة لديه أو رد فعل المتلقي، او مدى استجابته، وهو ما يسمى أحيانا بالتغذية العكسية FEED BACK.

2- ثانيا: الإعلام المتخصص:

ظل الإعلام حتى سنوات غير بعيدة نشاطا عاما ومفهوما موحدا إلى أن برزت دور مؤسسات معينة في المجتمعات وأصبحت تمثل أهمية بالغة لقطاعات عريضة من الجماهير، وصار التعامل مع خدمتها يشكل جانبا من النشاط اليومي للجماهير، فضلا عما يرتبط بهذا النشاط من خصوصية بالغة في الأداء والمفاهيم والرؤية والحساسية أيضا، بما يتطلب أن تكون مقاليد في يد مسئولين يدركون الأبعاد الحقيقية لهذا الدور وحساسيته.

ومن هنا، نشأت أنماط متخصصة من الإعلام الذي يرتبط بالدرجة الأولى بنشاط المؤسسات المشار إليها، فظهر على الساحة الإعلامية عديد من الأنواع والمناهج و التصنيفات الإعلامية لتلبي الحاجات المتزايدة للجماهير. وبذلك نشأ الإعلام المتخصص كالإعلام العسكري، والإعلام السياسي، والإعلام الثقافي، والإعلام السياحي، والإعلام الاقتصادي، والإعلام الصحي، والإعلام الأمني... الخ.

3- ثالثا: الإعلام الأمني و وسائله:

يمكن تحديد الإعلام الأمني بأنه إعلام متخصص محدد الغاية والقصد، متخصص الأهداف والمرامي.

يقصد بالإعلام الأمني فنون التعبير المختلفة التي تمارسها أجهزة الأمن لتوجيه الرأي العام بشكل إيجابي نحو التفهم والمشاركة في تحقيق جوانب الخطط الأمنية باستخدام كافة وسائل الإعلام.

هناك مفهوم آخر للإعلام الأمني يعول على الاستفادة من وسائل التعبير الجماهيرية بهدف تفاعل الجمهور مع الأهداف العليا للمؤسسة الأمنية من خلال الأداء الجيد لهذه المؤسسة والإعلام الصادق عن هذا الأداء.

كما عرفه البعض بأنه، "بث الشعور الصادق بالأمن وحق التوجيه إلى وسائله وطرقه حتى يحس الإنسان بحق أنه آمن على حياته ودينه وعرضه وماله وعلى سائر حقوقه الأساسية دون تهيب أو سطوه"(1)

ويؤيد هذا التعريف الذي يحدد مفهوم الإعلام الأمني بأنه "النشر الصادق للحقائق و الثوابت الأمنية، والآراء والاتجاهات المتصلة بها، والرامية إلى بث مشاعر الطمأنينة في نفوس الجمهور من خلال تبصيرهم بالمعارف والعلوم الأمنية، وترسيخ قناعتهم بأبعاد مسؤولياتهم الأمنية، وكسب مساندتهم في مواجهة الظواهر والآفات الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع."

يعرف الإعلام الأمني بأنه من المصطلحات الحديثة، وهو ما تقوم به الجهات ذات العلاقة من أنشطة إعلامية و دعوية وتوعوية بهدف المحافظة على أمن الفرد و الجماعة وأمن الوطن و مكتسباته في ظل المقاصد و المصالح المعتبرة.

ويعرفه البعض الآخر بأنه مجموعة من العمليات المتكاملة التي تقوم بها أجهزة ووسائل الإعلام المتخصصة من أجل تحقيق أكبر قدر من التوازن الاجتماعي بغية المحافظة على أمن الفرد وسلامته وسلامة المجتمع و الجماعة. ويعرفه البعض بأنه "النشر الصادق للحقائق و الثوابت الأمنية، و الآراء والاتجاهات المتصلة بها، و الرامية إلى بث مشاعر الطمأنينة و السكينة في نفوس الجمهور من خلال تبصيرهم بالمعارف والعلوم الأمنية وترسيخ قناعتهم بإبعاد مسؤولياتهم الأمنية، وكسب مساندتهم في مواجهة الجريمة وكشف مظاهر الانحراف.

إن الإعلام هو إخبار الناس بموضوعات تهمهم، ومن بين وجود أنواع من الإعلام المتخصصة، منها الإعلام الأمني. إن مفهوم الإعلام الأمني-كمصطلح علمي-إخبار عن الموضوعات المتصلة بالأمن، ولكن ما هو الأمن؟ وما هي طبيعته؟

هناك أنواع مختلفة للأمن، كالأمن الغذائي، والأمن القومي، والأمن الاقتصادي بينما الأمن المرتبط بمصالح الأمن (الشرطة والدرك) مرتبط بمصطلح الأمن الجنائي.

أتسع دور الأمن الشرطي في عالمنا المعاصر، فلم يعد دور مصالح الأمن يقتصر على الدور التقليدي (لمرتبط بالجريمة والمجرم) وإنما اتسع ليشمل المساهمة في تحقيق أمن الفرد والمجتمع بكل أبعاده ولذلك فلمصالح الأمن دور في حماية الأمن بمختلف أنواعه.

لن يتحقق أمن المجتمع وتقدمه في أي مجال من المجالات إلا إذا كان المجتمع آمناً، فالأمن ركيزة للاستقرار وللتقدم، وللمجتمع ككل. إن الإعلام الأمني قد اتسعت أبعاده باتساع أبعاد وظيفته الأمنية ذاتها.

-الإعلام يعد أمنياً. إذا قام به رجال الأمن أنفسهم مباشرة وإذا قام به رجال الإعلام، سواء كان ما قاموا به متعلق برجال الأمن أو بموضوعات تتصل بالأمن.

(1) -جبارة عطية، "علم الاجتماع والإعلام"، الرياض: دار عالم الكتب والنشر، 1985، ص40

مجرد الإخبار ونقل الآراء و الأخبار أو الأفكار، فإنه يمكن أن يشمل -بصفة عامة- لو اعتبر الإعلام كل الوسائل وبذلك يصبح مجرد ابتسامة شرطي أو دركي المرور أو حسن

معاملتهم للجمهور، أو مساعدة الشرطي أو دركي للأطفال أو لامرأة مسنة على عبور الطريق وسط السيارات، ويصبح كل ذلك طبقا للمفهوم السابق. أما إذا اقتصر الإعلام على الأخبار العامة، أو الإعلام بالمفهوم الشائع، فهو يقتصر على ذلك الإعلام المنقول بواسطة وسائل الإعلام المعروفة، والأمر سيعود أقرب إلى هذا المعنى الأخير.

نلخص مما تقدم أننا سنتناول الإعلام الأمني، باعتبار أنه إخبار عام عن كل ما يتعلق بالأمن، بواسطة وسائل الإعلام غير المباشرة.

إن هدف الإعلام الأمني الأساسي هو تحقيق الأهداف الأمنية المتمثلة في حفظ أمن الأفراد و المجتمع. وتحقيق الهدف الأساسي للإعلام الأمني يتم من خلال تحقيق أهداف فرعية كثيرة، أهمها نشر التوعية الأمنية، بما تتضمنه تلك التوعية من حس أمني، واتخاذ الجمهور للتدابير الوقائية ضد ارتكاب الجرائم كحوادث المرور، وإدراك الرأي العام لجهود مصالح الأمن و تضحيات رجالها، وتحقيق التعاون والتلاحم بين مصالح الأمن وبين الأفراد، وما يؤدي له ذلك التعاون من ثمار طيبة تتمثل في تقديم الخدمات الأمنية، وتحقيق الأهداف الأمنية على أحسن الوجوه.

تحقيق الإعلام الأمني:

يتحقق الإعلام الأمني بمبادرة من رجال الأمن، بممارستهم بطريقة مباشرة العملية الإعلامية، ويتمثل ذلك في إنتاجهم لبرامج أمنية تليفزيونية، أو أفلام سينمائية قصيرة، تتناول جهودهم في مكافحة الجريمة، وكيفية صناعة رجل الأمن في المعاهد والكلليات الأمنية، أو بطريقة غير مباشرة مثل تزويد الصحف بأخبار الأمن، أو بالنصائح الأمنية فيما يتعلق بالاحتياط من الجرائم أو المجرمين... الخ. إن إنتاج برامج جيدة و معدة فنيا جيدا طبقا للأصول الفنية، يلقي الرواج الجماهيري ويحقق أهدافه المرجوة مثلا في مجال الوقاية من حوادث المرور بتنظيف المجتمع حول مشاكل المرور.

إن رجال الأمن لن يستطيعوا وحدهم تأدية مهمتهم الصعبة دون معاونة المواطنين.

إن وسائل الإعلام بل وسائل الاتصال الأخرى إذا تم استثمارها في خدمة قضية الأمن تصبح تلك الوسائل الإعلامية، إعلاما أمنيا. ولم يقتصر الأمر على استخدام وسائل إعلام غير مباشرة مثل التلفزيون ومثل الكتيبات بل يشتمل على استخدام وسيلة من وسائل الاتصال وهي الإعلان المتمثل في إعلانات عن المخالفين لقانون المرور.

يمكن للإعلام الأمني أن يؤتي ثماره مستثمرا وسائل الإعلام بواسطة تزويد الساحة الفنية بأفكار لقصص حقيقية قام بها رجال الأمن.

لا يقتصر الأمر على ذلك، بل أن يسعى رجال الأمن لذي وسائل الإعلام لمحاولة توضيح حقيقة بعض الموضوعات الماسة كحوادث المرور.

يستهدف الإعلام الأمني هدفا رئيسيا وهو المساعدة في أداء الأمن لرسالته، ولتحقيق ذلك فإن الإعلام الأمني يسعى إلى أمرين هما، زيادة التأثيرات الإيجابية للإعلام التي تصب في صالح الرسالة الأمنية ومكافحة الآثار السلبية للإعلام التي تضر بالمجتمع وأمنه.

بمقدرة الإعلام الأمني أن يساهم في تحقيق أهداف الأمن بواسطة استثمار وسائل الإعلام سواء بالمبادرة ببيت و نشر الحقائق عن الأمن المروري مثلا، وإما بالرد على ما ينشر أو يبيت من أخبار.

إن قيمة الرد تكون في القيام به و في الأثر الذي يتركه في عقول الناس، ومدى اقتناع الرأي العام به.

وينطبق كل هذا على المجالات و النشرات والدوريات لمصالح الأمن وكذلك البرامج التلفزيونية والمؤتمرات الصحفية وغيرها.

العلاقة بين الإعلام والأمن:

ينبغي أن تكون العلاقة جيدة بين رجال الإعلام و رجال الأمن، ويشتمل ذلك على المعلومات و الأخبار الأمنية و ليس الأمن هو مسؤولية رجال الأمن وحدهم، ذلك أن أمن المجتمع مسؤولية مشتركة، يشترك فيها الجميع، ويتحمل نتائجها الجميع.

الأمن مسؤولية مشتركة ونتائج مشتركة، ومسؤولية الجميع، تعني أن الإعلام مشترك مع الأمن في تحقيق رسالة أمن المجتمع، أي أن الإعلام ينبغي أن يدرك ذلك، وان يتعاون مع رجال الأمن في سبيل الوصول إلى أقصى درجة من الأمن في المجتمع.

تعني أيضا أن رجال الأمن ينبغي أن يدركوا أن الأمن ليس مسؤوليتهم فحسب، بل هو مسؤولية الجميع أي رجال الإعلام -وغيرهم- مسئولون عن الأمن وعلى ذلك فينبغي أن يتعاون أيضا رجال -، الأمن مع رجال الإعلام لتحقيق رسالة الأمن ورسالة الإعلام.

فوظيفة الإعلام ومادته هي الأخبار والمعلومات التي يسارع إلى تحقيق سبق إعلامي ببيتها أو نشرها. إن الإعلام الصحيح هو الإخبار بالحقيقة.

مندوبو الصحف المتخصصون في المجالات الأمنية: (1)

غالبا ما تخصص الصحف ووسائل الإعلام الأخرى مندوبين لها يختص كل منهم بقطاع معين من قطاعات الأنشطة التي تغطي أخبارها، فيوجد مندوبون يتخصصون في تغطية أخبار التعليم مثلا وآخرون لتغطية أخبار الأجهزة الأمنية، وغالبا ما تنشأ صلات قوية بين هؤلاء المندوبين و رجال الأمن بحكم العمل المشترك.

(1) -فهد بم متعب العربي، "تقويم فعالية برامج التوعية الإعلامية الأمنية"، اكااديمية النايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1423، ص44.

بواسطة التعاون بينهم يمكن تحقيق إعلام أمني صحيح ومثمر، فيمكن نشر أو بث أخبار معينة بصورة تفصيلية عن جهود مصالح الأمن التي أدت إلى إرشاد الجمهور بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى الوسائل التي يستطيع بها الجمهور تفادي الوقوع في حادث

مرور مثلاً، أو بالسبل التي يستطيع بها الجمهور مساعدة رجال الأمن في عملهم لمنع مثل هذه الحوادث المرورية.

إن الأمر يتطلب أن يتفهم كل من الطرفين-رجال الإعلام ورجال الأمن-أن العلاقة بينهما هي علاقة تفاهم متبادل وتقدير من كل طرف لظروف وطبيعة مهنة الطرف الآخر.

التأثير الإيجابي للإعلام على الأمن:

ليس العيفي الشيء، وإنما العيب في اليد التي تمسك بهذا الشيء، والإعلام سلاح ذو حدين فقد يكون سلاحاً للخير كما قد يكون للشر، قد يكون إيجابياً الأثر بالنسبة لمجالات الأمن كما أنه قد يكون العكس.

الإعلام الأمني هو محاولة لاستثمار واستغلال إمكانات الإعلام لتحقيق آثار إيجابية له، تتمثل في مساندة الأمن على أداء رسالته.

في الغالب الأعم، إن الإعلام الأمني إعلام رسمي صادر، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة- عن السلطة المختصة بالأمن وعن أجهزته.

الإعلام مطالب أن يهتم بتقديم جوانب إيجابية تخدم الأمن و المجتمع.

للإعلام جوانب مشرقة وبناءة سواء بالنسبة للمجتمع-عامة-أو للأمن خاصة.

يستطيع الإعلام أن يوجه الطفل من خلال المتعة إلى ما فيه صلاحه وصلاح المجتمع. الإعلام بإمكانه أن يصلحه.

إن ما يقوم به الإعلام من بث أو نشر معلومات أو صور حوادث المرور قد يؤدي إلى بعض الخير.

إن نشر صحيفة ما لجريمة معينة للطرقات، أو عرض التلفزيون قد تؤدي إلى تنبيه الجمهور و تحذيره من الوقوع فيها، وإن عرض التلفزيون و الصحافة لموضوعات حوادث المرور بصورة فنية هادفة أو عمل حملات إعلامية ضد الظاهرة، يؤدي إلى نتائج ايجابية تصب في صالح الأمن والمجتمع.

إن ذلك التعاون بين مصالح الأمن وبين الجمهور هو أمر جوهري لكي يستطيع الأمن أن يؤدي رسالته، يتم هذا التعاون ويحقق ثماره إذا ساهم الإعلام في قيامه وبواسطة الموازنة بين مصلحة المجتمع المتمثلة في استتباب أمنه، وحماية قيمه. ومسؤولية تحقيق ذلك كله لا تقع على الإعلام ووسائله فحسب، بل إن على أجهزة الأمن أن تسعى إلى توثيق علاقتها بالإعلام، وتقديرها لظروف المهنة الإعلامية ومساعدتها له على أداء الرسالة الإعلامية الحقيقية و الصحيحة. ويتأتى ذلك بواسطة الإقناع. إن مصالح الأمن تستطيع أن تقنع مسئول الإعلام لتحقيق مصلحة عامة.

وظيفة مصالح الأمن(1):

ينبغي للدراسة عن الإعلام الأمني أن تشمل نبذة عن هذا الأمن الذي يراد للإعلام عنه لا سيما الإعلام المروري أو عن مصالح الأمن وهم الأجهزة القائمة على مهمة الأمن بصفة

عامة و الأمن المروري بصفة خاصة. مصالح الأمن هي هيئة نظامية تحافظ على الأمن، و إذا اقتربنا من طبيعة وفلسفة العمل الأمني أو الشرطي نستطيع أن نقول أن طبيعة عمل مصالح الأمن أنهم التجسيد الواقعي للسلطة التي تظهر أمام الأفراد و أن الجانب الأكبر من السلطة ذاتها، مركز في أجهزة مصالح الأمن ذلك أن على عاتقهم يقع تنفيذ القانون.

لذلك، فانه من اللازم أن تعتمد مصالح الأمن على تعاون الرأي العام معها و تفهمه لرسالتها ودورها في خدمة المجتمع وليس في مجرد حفظ الأمن والنظام فحسب. وهنا يأتي دور الإعلام الأمني في هذه الأجهزة لجذب الفرد و الرأي العام لصفها، وأدى ذلك إلى تعاونها معها لتحقيق أهدافها.

رجال الأمن موجودون، في المرور في الجوازات في الأحوال المدنية لاستخراج البطاقات الشخصية في المعمل الجنائي للكشف عن السوابق واستخراج صحف الحالة الجنائية في المصالح الأمنية المتخصصة في المجال الاقتصادي للمحافظة على الاقتصاد في المجال الصحي و النفسي للمحافظة على الثروة البشرية بمكافحة المخدرات، في المجال الاخلاقي للمحافظة على قيم المجتمع، في مجال حماية مرافق الدولة المختلفة كشرطة النقل و المواصلات، وشرطة الشواطئ في الخدمات الاجتماعية والإنسانية العاجلة، كشرطة النجدة في حماية ممتلكات الدولة و الأفراد وممتلكاتهم من خطر الحريق، إلى غير ذلك من أقسام الشرطة المتخصصة التي تدخلت في كل المجالات. كل ذلك يظهر مدى الجهود التي تبذلها مصالح الأمن في سبيل المجتمع وسبيل رفاهية أفرادها، فلا إنتاج بلا أمن ولا رفاهية بلا أمن ولا استمتاع بالحريات بلا أمن.

حفظ الأمن ومنع الجرائم وقمعها هو عمل مصالح الامن الأصلي، وهو عمل ميداني يؤثر ويتأثر بنوعيات من الجمهور.

ليس فقط جمهور مصالح الأمن وهو ذلك الفرد الذي يستوقفه ضابط المرور ليتأكد من رخصة السياقة، إن جمهورهم كذلك هو جمهور خاص أي جمهور المتعاملين مباشرة معهم وهذا الجمهور يضم نوعيات مختلفة من الجمهور.

النوع المقابل للجمهور الخاص وهو الجمهور العام بالنسبة لهم، أكثر اشتراكا وانفعالا بعملهم ذلك أن عملهم يتم أمام الجمهور ويؤثر عليه وعلى مشاعره. يقف رجال الأمن المواطن ويوقف رجل المرور سيارة المواطن، ويتعامل رجل الجوازات مع المواطن.

يتم كل ذلك أمام باقي المواطنين وهم يفعلون بما يحدث أمامهم سواء كان ما يحدث طيبا أو سيئا، ومن ثم يسري هذا الشعور، مؤثرا في آرائهم إلى الرأي العام الكلي.

(1) -فهد بن متعب العربي، المرجع السابق ص45.

هناك نوعية من الجمهور أو من المتعاملين مع رجال الأمن وهم مخالفو القوانين:

1. المخالفون: وينطبق هذا الوصف على مخالفو القوانين و اللوائح مخالقات بسيطة مثل مخالقات المرور... الخ، وهؤلاء ينبغي لرجال الأمن أن ينظر إليهم نظرة مختلفة للمخالفات

الجسيمة أو للتعديات الخطيرة على القانون والأمن فيمكن أن يؤدي حسن المعاملة (مع تنفيذ نصوص القوانين) إلى إحداث أطيّب الآثار في الرأي العام ويمكن أن يؤدي عكس ذلك إلى النقيض.

2. المخالفات الجسيمة: ويقصد بها من انحرفوا فعلا إلى المجال الإجرامي، إلا أن القاعدة العامة هي إذا لم نستطع أن نصلح فينبغي ألا نزيد السيئ سوءا، فينبغي أن يذكر رجل الأمن أن المجرم ما هو إلا إنسان منحرف دفعته ظروف معينة إلى الانحراف، ومن الممكن أن تؤدي الوسائل غير الإنسانية في معاملته إلى زيادة انحرافه.

إن جوهر العمل الأصلي لمصالح الأمن وهو حفظ الأمن يتطلب قدرا من تحديد و تنظيم الحرية مما يتعارض مع الرغبة الطبيعية لدى الفرد الذي يريد أن يمارس حريته بلا تحديد أو قيود.

ومن حيث أنه عمل ميداني فهو يتصف بأنه عمل محتك بالجمهور وفي معظمه عمل يتطلب احتكاكا بالجمهور و انفعالا به وتفاعلا معه.

ومن حيث أنه عمل يفترض نوعيات مختلفة من الجمهور، تختلف في رغباتها و ثقافتها ومستوياتها الحضارية والإقتصادية والاجتماعية، ولذلك فإن ردود فعل الجمهور تجاه مصالح الأمن أو مواقفها منها تختلف من موقف لآخر، ويمكن جعل نوعيات المواقف في:

. ايجابي: بحيث يتعاون الجمهور مع رجال الأمن نتيجة لارتفاع مستواه الحضاري، ونتيجة لنجاح الإعلام والعلاقات العامة في تحقيق أهدافها بإشعار ذلك الجمهور برسالة مصالح الأمن.

. سلبي: ويتمثل ذلك الموقف في اتخاذ موقف حيادي من مصالح الأمن ويتمثل ذلك في عدم الاهتمام بمساعدتهم.

. عدائي: وذلك باتخاذ الجمهور لموقف المعارضة دائما، وأحيانا لموقف هدام من جهود مصالح الأمن أو وضع عراقيل أمامهم.

المبحث الثاني

وظائف و خصائص الإعلام

1 - أولاً: وظائفه:

يقصد بالإعلام نشر الحقائق والأخبار والآراء والأفكار بين الجماهير. وتشير الدراسات والأبحاث العلمية إلى وظائف الإعلام في ما يلي:

- نقل وتوصيل الأخبار والمعلومات والحقائق للمواطنين.

- التأثير في الآراء والأفكار لترشيدها وتشكيلها مما يؤدي إلى تكوين رأي بناء وفعال.

- متابعة ردود الأفعال الخاصة بالجماهير تجاه الأزمات للاستفادة منها في اتخاذ القرارات.

إن الوظيفة الأساسية للإعلام هي الإخبار، أي نقل أخبار أو معلومات أو معارف أو مفاهيم معينة إلى الناس، أي نقل رسالة أو رسائل معينة إلى متلقيها ويمكن تلوين تلك الوظيفة بألوان معينة بحسب القصد من نقل المعلومات أو الرسائل، وكذلك بحسب رغبة أو رغبات من يتلقون تلك الرسائل، من هنا كان لوظائف الإعلام أو لمهمة الإعلام ورسائله ثلاثة عناوين هي:

1-الإعلام أو الأخبار أو الأنباء.

2-التثقيف.

3-الترفيه.

إن مهمة الإعلام تتبع من الرغبة في إشباع الحاجات النفسية للإنسان التي تتمثل في:

1- الحاجة إلى تزويد الإنسان بالأخبار حول موضوع المجتمع.

2-الحاجة إلى رفع المستوى المعرفي و الثقافة العامة.

3-حاجة الإنسان إلى رفع المعلومات و التسلية والترفيه وشغل وقت الفراغ.

4-دعم الاتجاهات النفسية وتقوية المبادئ والقيم والمعتقدات او تعديلها والتوافق مع المواقف الجديدة.

[أخبار+تثقيف+ترفيه] ليس محتما إذا كان الهدف هو تحقيق مهمة الإخبار [المهمة الأولى] أن تكون بأسلوب جاد أو بأداة مباشرة [نشرة الأخبار مثلا] بل من الممكن أن نحقق المهمة الإخبارية بأسلوب غير مباشر أو عن طريق فيلم أو برنامج يؤدي إلى الترفيه [المهمة الثالثة] وهو في ذات الوقت يحقق المهمة الأولى.

إن الإنسان اليوم في زحمة العمل و المشاغل والسرعة المذهلة التي تمر بها الساعات والأيام والسنوات ليس لديه الوقت لهذا التخصيص: الأخبار وحدها والثقافة وحدها والترفيه وحده. بل إن هذا الإنسان سوف يسعده جدا أن تقدم له تلك الأنواع في مرحلة واحدة.

فضلا عن رسالة الإعلام في التبصير والتنوير والسعي إلى تكوين رأي عام مستنير، فإنه يتولى معالجة ومواجهة ما قد يشاع وينتشر من أمور غير صحيحة حول بعض القضايا

والموضوعات خاصة ما يتعلق منها بالمشكلات والأزمات التي تمس حياة ومصالح الجماهير.

مع ما تحققه وسائل الإعلام لمختلف المواطنين من تسلية وترويح وامتتاع، فإن الإعلام يوفر جوانب الثقافة الواعية ويعمل على نقل الخبرات والمهارات والتراث الاجتماعي ويلعب دورا كبيرا في بناء شخصية المجتمع وصقل مواهبه وعرض آرائه ومعطياته وتوجيه مسار التربية والحفاظ على القيم والمبادئ والتقاليد، مما يؤدي إلى خلق حالة من التوازن والانسجام بين أفراد المجتمع الواحد.

مع تطوير الحياة في المجتمعات وزيادة مساحة الديمقراطية و تقدم العلوم وتعدد المخترعات وتعد جوانب الحياة، يكون الإعلام أكثر أهمية، وقد ترتب على ذلك أن اتخذت العلوم الاجتماعية الحديثة في رصد ظاهرة، الإعلام للتحكم فيها والإفادة منها، حيث بات ممكنا للمواطن العادي بفضل تقدم الإعلام متابعة الأحداث الجارية في بلده والمشاركة في إبداء الرأي في أنواع كثيرة من أنشطة المجتمع، مما ساعد على تنمية ورقي المجتمعات واختيار قيادات صالحة لتولى شئون المجتمعات في كافة المجالات كما ساعد الإعلام على وجود التعاون والتفاهم بين الجماهير والهيئات المختلفة من جهة، وبين الهيئات نفسها من جهة أخرى.

في العصر الحديث، صار الإعلام علما قائما بذاته، يقترن بشتى مظاهر الحياة ويدعم جوانب النشاط الإنساني ويفرض نفسه على كل الشعوب، وقد أهتم العلماء الباحثون بدراساته المختلفة وتلاحقت الأبحاث بسرعة كبيرة لتواكب التطورات المذهلة لأجهزة الإعلام في العصر الحديث والتي جعلت من العالم قرية صغيرة. فقد أصبح ميسورا مع أجهزة الإعلام الحديثة أن تصل الأفكار والآراء والمعلومات من دولة لأخرى بل ولكافة أنحاء العالم في نفس لحظة صدورها، وزال حاجز الزمان والمكان بين الدول، وبالتالي يعد الإعلام في عصرنا الحالي سلاحا بالغ الخطورة والأثر بما له من قدرات سياسية واقتصادية واجتماعية .

بصفة عامة، إن أجهزة الإعلام المختلفة في العصر الحديث هي مرآة المجتمعات، تساعد الأفراد على تكوين رأي عام تجاه المشاكل المحلية والإقليمية والعالمية سواء من الناحية السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، إن الرسالة الحميدة لوسائل الإعلام مرهونة بسياسة رشيدة في توجهاتها تحسن استخدام أدواتها نحو صقل وتوجيه الأفراد إلى المبادئ والمثل والقيم الإنسانية الرفيعة التي يقوم عليها المجتمع.

2. ثانياً: خصائصه:

من خلال هذا التعريف الشامل للإعلام اشتقت مجموعة من المعايير والخصائص التي يتميز بها الإعلام:

الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقويات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية وهي:

*مصدر معلومات.

*الرسائل الإعلامية.

*الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل.

*جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية.

*وترجيح الأثر الإعلامي.

- يتسم الإعلام بالصدق والثقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب للأحداث الواقعية، بعكس بعض أشكال الاتصال الأخرى التي لا تتوخى هذه الجوانب.

- يتصف الإعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها، وليس نشاطاً ذاتياً يتأثر بشخصية الإعلاميين القائمين بالنشاط الإعلامي.

- يسعى الإعلام إلى محاربة التحيزات والانحرافات والعمل على تنوير الأذهان وتنقيف العقول

- يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع.

- يترتب على الجهود الإعلامية الموضوعية تأثير فعلي في عقلية الجمهور ومستويات تفكيره، وإدراكه كما يؤدي ذلك إلى إحداث اليقظة والنمو والتكيف الحضاري في المجتمع.

- يتأثر الرأي العام تأثراً إيجابياً بالجهود الإعلامية حيث تسعى هذه الجهود عن طريق مخاطبة العقول والعواطف السامية للجمهور إلى تنوير الرأي العام وتنقيفه وحشده والارتقاء به.

- تزداد أهمية الإعلام كلما أزداد المجتمع تعقيداً، وتقدمت المدنية، وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع.

المبحث الثالث

وسائل الاعلام المستعملة في التوعية عن حوادث المرور.

يحتل الإعلام والاتصال مكانة هامة في المجتمعات المعاصرة و الدور الذي يلعبه في تحديث هذه المجتمعات سواء تم تصنيفها في عداد العالم المتقدم أو في شريحة الدول الانتقالية أو المتخلفة كبير، و هذا الدور له أهمية في نشر الثقافة الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة وأساليب الحياة العصرية في البلاد النامية وأبرزت الدراسات العلمية الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال في مجالات التحديث والتنمية والتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في دول العالم الثالث.

تطلع وسائل الاتصال بالدور الأوفى في تغيير أنماط الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية... وتعمل بصفة مستمرة لإقامة عادات ومفاهيم وممارسات ومهارات جديدة وبالتالي في بناء علاقات جديدة، وإحداث تغييرات كبيرة في المواقف والاتجاهات النفسية والعقلية والوجدانية للإنسان.

تشمل وسائل الاتصال قدرات بشرية، وأدوات و وسائل اتصال بسيطة في خدمة الأفراد والجماعات والجماهير، وبنى أساسية معقدة و تكنولوجيا متقدمة، ومواد وآلات تنتج وتستقبل وتخزن وتسترجع الرسائل.

تنقسم وسائل الاتصال إلى وسائل مباشرة (الاتصال المواجهي) ووسائل غير مباشرة (التلفزيون.... الخ). فإن وسائل الإعلام (بمعناه الواقعي والعلمي) يقتصر استعمالها على الوسائل غير المباشرة (الإذاعة والتلفزيون والصحف والسينما والمسرح).

تتعدد التقسيمات لوسائل الإعلام، فيقسمها البعض إلى وسائل مطبوعة كالصحف والمجلات والدوريات والكتب والكتيبات والنشرات واللافتات والملصقات، وكذلك وسائل سمعية كالإذاعة والتسجيلات الصوتية وغيرها من الوسائل التي تعتمد على الصوت وحده، ووسائل بصرية مثل المعارض والنصب التذكارية والإعلام واللافتات وغيرها من الوسائل التي تعتمد على حاسة النظر وحدها، ووسائل سمعية بصرية تجمع بين الصوت والصورة مثل العروض السينمائية والتلفزيون والمسرح.

وسوف نستعرض من هنا أهم وسائل الإعلام، مكتفين بأهميتها الحالية من حيث تعلق الناس بها ومدى تأثيرها على الرأي العام.

مما لا شك فيه أن التلفزيون يأتي في المقام الأول من حيث الأهمية الحالية بالنسبة لوسائل الإعلام، تليه الصحف، ثم الإذاعة، السينما، ثم المسرح.

لقد شهدت وسائل الإعلام تطورات متلاحقة كما لحق تلك الوسائل تقدم وتراجع في الأهمية، كانت بدايتها عند اختراع الطباعة ولذلك احتلت الصحافة المقام الأول، وظلت على عرش الإعلام لفترة طويلة، ثم تأثرت تلك الوسيلة بظهور الإرسال الإذاعي ثم تأثرت كل منهما

الصحافة والإذاعة بالإرسال التلفزيوني ثم بالتطورات المذهلة و المتلاحقة في تقنيات الاتصالات وخاصة في مجالات الأقمار الفضائية واستخدامها في خدمة البث الإذاعي و التلفزيوني.

إن لتلك الوسائل مميزات وخصوصيتها التي تبقى لها قدرا مناسباً من الأهمية والتأثير لدى الرأي العام. ويكفي أن نذكر ما قاله أحد السياسيين عندما سئل: لو أعلنت الحرب العالمية الثالثة اليوم، فأين تبحث عن الخبر؟

فقال "افتح الراديو على الفور للتأكد من الخبر، ثم أفتح الصحيفة لأعرف قصة الخبر، ثم افتح التلفزيون لأعيش الخبر".

إن تلك التطورات التي لحقت وسائل الاتصال ووسائل الإعلام والتي حولت العالم إلى قرية صغيرة التي زادت من أهمية وسائل الإعلام من تأثيرها في الفرد وفي سيطرتها عليه جعلت وسائل الإعلام أكثر قدرة على محاصرة عقل الإنسان وخياله، فلم يعد الإنسان محاصراً بصحفه المحلية، أو إذاعاته، أو تلفزيون بلده، بل إن في متناول يده آلاف الصحف ومئات المحطات الإذاعية و التلفزيونية.

تنقسم الوسائل الإعلامية عادة إلى ثلاثة أقسام:

- منظومة الإعلام المقروء: تضم هذه المنظومة:

*الصحف اليومية المركزية العامة والمتخصصة.

*الصحف المحلية.

*الصحف المتخصصة حسب جمهور المستهدف (طلاب، عمال، فلاحون).

*المجلات الأسبوعية العامة.

*المجلات الشهرية العامة والمتخصصة.

*المجلات الدورية العامة والمتخصصة.

- منظومة الإعلام المسموع: تضم هذه المنظومة مختلف المحطات الإذاعية:

*المركزية العامة والمركزية المتخصصة (موسيقى، دراما)

*الإقليمية.

*المحلية.

*الموجهة.

-منظومة الإعلام المرئي: وتضم مختلف المحطات التلفزيونية العاملة في البلد:

*المركزية العامة (الشبكات القومية) والمركزية المتخصصة.

*الإقليمية.

*المحلية.

* الفضائية.

تمتلك كل منظومة إعلامية خصوصية تكنولوجية معينة تشكل العامل الحاسم والمحدد لطبيعة عملها، ولنوعية أدائها، وللفن الصحفي المستخدم فيه ونوعية وطبيعة جمهورها، وطرق وأساليب التأثير والإقناع المستخدمة فيها... الخ.

تتميز كل وسيلة من وسائل الإعلام بخصائص تتفوق فيها على الأخرى بما لها من إمكانيات وسمات تنفرد بها عن غيرها.

فالاتصال الشخصي على سبيل المثال أكثر قدرة على الإقناع من السينما والتلفزيون، وهما أكثر قدرة من الراديو، وهو بدوره أسرع من المواد المطبوعة. كما أن الطابع الشخصي للوسيلة يزيد من قدرتها على الإقناع.

ولا شك أن الجمع بين أكثر من وسيلة إعلامية يكفل النجاح للرسائل والحملات. فالأفراد يوزعون، أوقاتهم بين رسائل الإعلام ليحصلوا من كل وسيلة على حاجاتهم من الترفيه والتنقيف والتوجيه وسوف نعرض فيما يلي خصائص كل وسيلة من وسائل الإعلام على حده.

1-أولاً: المطبوعات (الإعلام المقروء):

تعد المطبوعات من أقدم وسائل الإعلام، فهي تأتي قبل السينما والراديو والتلفزيون بما يزيد عن مائتين وخمسين عاماً، ولا غنى لأي مجتمع عن الصحافة وإن كان يعيها أنها تتطلب نوعية خاصة من الجمهور القارئ القادر على الاستيعاب والتحليل، كما أن الكلمة المطبوعة أقل تأثيراً من الوسائل السمعية والبصرية ومن الوسائل المذاعة إلا أنه، يمكن الاحتفاظ بالمعلومات التي تحتويها أكثر من مرة. كما أن بعض المواد المطبوعة، مثل، المجالات بما تحتويه من رسوم وصور ملونة وأساليب شيقة من المعالجة تستطيع تقديم الموضوعات التي تتحدث عنها بإفاضة وإسهاب.

وإذا كان التلفزيون و السينما يستطيعان نقل صور حية للأحداث، وإذا كان الراديو لا يحتاج من الفرد لأي مجهود في استقبال المادة الإعلامية التي يبثها، فإن للصحف جاذبيتها.

الصحافة=

تشمل الصحافة الصحف والمجلات، وما زالت الصحافة تحتل أهمية كبرى رغم ظهور الإذاعة والتلفزيون، ولقد شهدت الصحافة تطورات كبيرة نشأت عن تطور تقنية الطباعة وكذلك التقدم في الفن الصحفي، إضافة إلى ملاحقة الصحف للأخبار المحلية والعالمية بفضل وكالات الأنباء المحلية والعالمية وما تثبته من أنباء على مدار الساعة.

إن الصحيفة وسيلة مريحة كما أن الفن الصحفي وتنوع ما تحويه من أخبار وتعليقات ومقالات وآراء للمتخصصين وللعمامة وشكاوي واقتراحات ورسوم كاريكاتيرية وصور يؤدي إلى أهمية الصحافة.

تتمثل هذه الجاذبية فيما يلي: (1)

- الصحف واسعة الانتشار، ويقرأ الصحيفة الواحدة أكثر من فرد، مما يهيئ المزيد من الدراسة والفهم والتعمق ويسمح بالتخيل
- تلقى الصحف إقبالا من أوساط المثقفين الذين يخرج من بينهم قادة الرأي العام وما يتمتعون به من قوة إقناع فضلا عن توافر الرغبة لديهم في نقل ما قرءوه إلى الآخرين، مما يساعد على انتشار المضمون الإعلامي.
- تتيح الصحف للقارئ الحرية الكاملة في الوقت الذي يحدده لإستقبال الرسالة الإعلامية وإعادتها عندما يريد.
- تؤكد التجارب أن المواد الإعلامية المعقدة والمتشعبة يفضل تقديمها مطبوعة.

لقد أثبتت التجارب التي أجراها "لازار سفيلد ودوب ووالبز وبيرسلون"، أن "وسائل الاتصال المكتوبة أو المطبوعة تتفوق على الوسائل الأخرى بالنسبة للجمهور القارئ، وذلك لما تتميز به من مقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة والموضوعات الطويلة التي تساعد على توضيح الأمور للقراء وتهيئ لهم الدراسة المتأنية بالإضافة إلى إمكان قراءتها في الوقت والمكان المناسبين مما يضي عليها صفة الخصوصية. (1)

ومن الأمثلة على الوسائل المكتوبة:

*الصحف.

*المجلات.

*الكتب العامة أو المتخصصة.

*اللافتات.

*الكتيبات للمؤسسات... الخ.

- خصائص الصحافة المقروءة: (2)

- يمكن تحديد أبرز خصائص الصحافة المقروءة، وفق هذا المنظور على النحو التالي:
- تستخدم الصحافة المقروءة تكنولوجيا الطباعة لتحقيق وجودها، والطباعة تقنية، وبالرغم من تطورها، تنتمي في جوهرها إلى العصر الميكانيكي، عصر الثورة الصناعية الأولى.
- القراءة وسيلة بصرية، والطباعة تقنية تعتمد على الرؤية، والعين حاسة البصر هي التي تربط القارئ بالصحيفة.
- الطباعة تقنية المتعلمين، وبالتالي فإن الصحافة المقروءة تشترط خاصية معرفة القراءة والكتابة بمن يتعرض لها، وتستبعد الأميين.

(1) -محي الدين عبد الحليم، "الاتصال بالجمهور والرأي العام"، القاهرة: مكتبة الاجلو، 1993، ص11

- تقدم الطباعة نصا مفتوحا لقراءات متعددة، ولذلك فإن الصحافة المقروءة تعطي القارئ فرصة التأمل والتفكير و التخيل.

-فعل القراءة يتطلب من القارئ التفرغ الكامل، لا يستطيع القارئ أن يمارس عملا آخر أثناء القراءة، وذلك على العكس من فعل الاستماع أو المشاهدة.

- إن الصحافة المقروءة هي الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تسمح للمتلقي أن يمارس السيطرة الكاملة على ظروف التعرض، بمعنى أن القارئ يتعرض للصحيفة التي يريد، وللمادة التي يريد، في الوقت الذي يريد، وفي المكان الذي يريد، كما أنه يستطيع أن يقرأ وفق الإيقاع الذي يحدده، وبالسرية التي تناسبه، وأن يكرر عملية القراءة حتى يستوعب المضامين والأفكار ويتفاعل مع النص.

- سمات وسائل الإعلام المقروءة:

إن وسائل الإعلام المقروءة أكثر الوسائل الإعلامية مقدرة على:

- مخاطبة الشرائح المتعلمة والمتقنة والاختصاصية في المجتمع

-تقديم المعارف والمعلومات والآراء التي تشكل أساس المعرفة الجدية بالأحداث والظواهر والتطورات.

- تفسير وشرح وتحليل وتقييم الأحداث والظواهر والتطورات

- التوجه إلى ذهن القارئ، وذلك بهدف التأثير على معارفه ومواقفه واتجاهاته، وبالتالي على وعيه.

- إن مقدرة وسائل الإعلام المقروءة على التأثير كبيرة ولكنها صعبة، وذلك بسبب الموقف النقدي والخبرة الاتصالية، والنوعية المتميزة، عموما لشرائح واسعة من القراء.

في ضوء ما تقدم، يمكن القول أنه، " عندما تكون الرسالة معقدة، وعندما يكون الهدف مخاطبة ذهن الشرائح المتعلمة والمتقنة والخبيرة، يكون الإعلام المقروء هو الوسيلة الأكفأ لتحقيق الفهم والإقناع من المسموع والمرئي. (1)

2-ثانيا: الإذاعة (الإعلام المسموع):

رغم تراجع أهمية الإذاعة بعد ظهور التلفزيون، إلا انه ما زال لها جمهورها و مميزاتا و خصوصيتها التي لا تجعل البعض يتنازل عنها. فظهور التلفزيون يؤثر على متابعة برامج الراديو، لكن هذا، ليس معناه القضاء على الراديو، فالراديو مجالات لا يستطيع أن ينافسها فيها التلفزيون.

(1) -محي الدين عبد الحليم، "الاتصال بالجمهور والرأي العام"، القاهرة، مكتبة الاجلو، ص 19

الإذاعة وسيلة إعلام جماهيرية واسعة الانتشار، ويمكنها أن تصل إلى جميع الأفراد ببسر وسهولة متخطية حاجز الأمية والحدود الجغرافية... الخ. كما أن عملية استقبال المواد الإعلامية من خلال أجهزة الراديو لا تحتاج إلى أي مجهود بل يمكن نقله إلى أي مكان، ولا تتطلب تفرغاً تاماً للاستماع إليها.

وتزداد فاعلية الرسالة الإعلامية المذاعة بدفع الصوت والمؤثرات الأخرى كالموسيقى وغيرها بالإضافة إلى أن المواد السهلة والبسيطة التي تقدم بواسطة الراديو يسهل تذكرها، فهي تصل إلى الأطفال والكبار والمتعلمين والأقل تعليماً.

الإذاعة وسيلة سريعة للنشر، بالإضافة إلى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها مهما تباعدت أماكنه.

ومن سلبيات الإعلام الإذاعي، أن الفرد قد يعرض نفسه للإذاعة بلا اهتمام أو تركيز، لذا يجب على القائمين بالاتصال الإذاعي أن يبذلوا جهوداً مضاعفة تجذب انتباه المستمع واهتمامه بالمادة الإعلامية التي يقدمونها.

يستطيع المستمع أن يقوم بتسجيل المواد المذاعة واستعادتها أكثر من مرة، كما تساعد الإذاعة في بث روح الاهتمام بالقضايا الهامة والمسائل العامة وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأي معين بصفة خاصة في أوقات الشدائد أو الظواهر الخاصة.

الإذاعة هي الوسيلة الإعلامية الأولى التي استطاعت أن تصل إلى جمهورها في أي مكان متخطية حواجز الأمية وعقبات الانتقال في المناطق الوعرة... الخ. كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام للاستماع إليها، حيث يمكن القيام ببعض الأعمال والاستماع إلى الراديو في نفس الوقت.

- خصائص الإذاعة:

تتميز الإذاعة بالخصائص التكنولوجية التالية:

- تقوم الإذاعة على أساس نقل وبث الأصوات بسرعة (وفي زمن حدوثها أحياناً)، والأذن هي الصلة التي تربط المستمع بالإذاعة.

- الصوت البشري، عبر المذيع، هو حامل الرسالة الإعلامية

- تأخذ عملية مخاطبة المستمع من خلال المذيع طابعاً "شخصياً"، الأمر الذي يعطي لتجربة الاستماع طابعها الفردي والذاتي.

- لا تتطلب عملية الاستماع تفرغ المستمع بشكل كامل، بل تتيح له حتى إمكانية القيام بعمل آخر

- لا يستطيع المستمع أن يتحكم بظروف التعرض للمادة الإذاعية، فهو يستمع إلى المادة المحددة سلفاً، والمنقولة بإيقاع معين، وفي توقيت معين، وعبر مذيع معين، وهو يتعرض لهذه المادة مرة واحدة، ولا يستطيع تكرار عملية التعرض.

- الانتشار الواسع للإذاعة (موجات الإذاعة لا تعرف الحدود والحواجز) يجعلها قادرة على إعطاء إحساس عام وجماعي، وبالتالي يجعلها أكثر وسائل الإعلام مقدرة على إعطاء إحساس عام وجماعي، وبالتالي يجعلها أكثر وسائل الإعلام مقدرة على الاستهواء، وبالتالي على الوصول والتأثير في أوساط الجماهير التي لا تتمتع بقدر كبير من التعليم والثقافة والخبرة.

- تحقق الإذاعة مجالا واسعا للاختيار والانتقاء أمام المستمع، إذ يكفي تحريك مؤشر جهاز الراديو لتغيير المحطة إلى أخرى محلية أو خارجية.

- لا تفترض عملية الاستماع شرط معرفة القراءة والكتابة، وقد يضم جمهور الإذاعة حتى الأميين.

3 ثالثا: التلفزيون (الإعلام المرئي أو السمعي البصري):

يتمتع التلفزيون بفاعلية فريدة على حاستي السمع والأبصار، فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة بالإضافة إلى أنه واسع الانتشار وقادر على نقل صورة حية وواقعية وفورية للأحداث المحلية والعالمية سياسية واقتصادية واجتماعية وفنية ورياضية... الخ.

لا يتطلب التعرض للتلفزيون مجهودا من المشاهد الذي يستطيع استقبال الإرسال التلفزيوني وهو جالس في بيته دون أن يبرح مقعده، ويمكن عن طريق الصوت والصورة والحركة واللون والموسيقى مع مؤثرات الإخراج الأخرى كالإضاءة والديكور وغيرها زيادة تأثير المادة الإعلامية.

يكنم الاختلاف بين الراديو والتلفزيون في طبيعة الاهتمام والتركيز أثناء التعرض. فالتلفزيون، يشد الانتباه أكثر من الراديو، فلا يستطيع المتفرج أن ينصرف عن المشاهدة إلى غيرها في حين أنه يمكنه ذلك وهو يستمع إلى الراديو. مشاهد التلفزيون يندمج تماما عن المستمع للراديو، من أجل هذا، كان التلفزيون أكثر قوة، لأنه يجذب الفرد وقتا أطول ويحتاج إلى انتباه أكثر.

- المزايا الأساسية للتلفزيون:

من المزايا الأساسية للتلفزيون أنه:

- يقدم المادة الإعلامية للمشاهد وقت حدوثها ويمكن أيضا تسجيلها وإعادة عرضها.

- يعرض عند الإعلان- كل جوانب المادة الإعلانية ويسمح بتعدد أساليب العرض والتقديم.

- يعد في المجتمعات المتقدمة وسيلة قوية يمكن عن طريقها الوصول إلى جميع المواطنين في حين أصبحت الإذاعة والصحف والمجلات وسائل محلية أو تتجه إلى جماهير متخصصة أو محدودة.

تشير الدراسات التي أجراها "بولمر ودوب" إلى أن، "الوسائل السمعية البصرية كالأفلام الناطقة والتلفزيون، تمتاز بتأثير أقوى من الوسائل السمعية وكذلك الوسائل البصرية، لأنها

تجمع بين مزايا هذين النوعين، وتتطلب من المشاهدين استخدام حاستي البصر والسمع مما يضاعف التركيز واليقظة".

-مما يميز التلفزيون عن غيره من الوسائل الإعلامية، هو أنه أقرب وسيلة للاتصال ألمواجهي، فهو بين الرؤية والصوت والحركة واللون، ويستطيع أن يكبر الأشياء الصغيرة فتبدو في صورة واضحة، وهو كالإذاعة يقدم المادة الإعلامية في نفس زمن حدوثها، ويوفر الإحساس الجماعي لمشاهديه، كما أنه لا يتطلب استعدادات خاصة ومواعيد محددة كالسينما، ويكفي المشاهد أن يضغط على مفتاح صغير لي شاهد برامج التلفزيون في جو عائلي هادئ (1)

- خصائص التلفزيون:

يتميز التلفزيون بالخصائص التكنولوجية التالية:

-المقدرة على التقديم السريع والحي والمباشر للرسالة الإعلامية مستخدماً الصوت والصورة والحركة والألوان.

-امتلاك لغة تعبيرية متميزة، واستخدام عناصر تجسيد فني غني، ومخاطبة أكثر من حاسة والتوجه إلى الذهن والعاطفة في آن واحد.

-جمهور التلفزيون واسع ومتنوع، ولا يتطلب التعرض للرسالة التلفزيونية معرفة القراءة والكتابة.

- التلفزيون أكثر جاذبية، وأكثر مقدرة على تقديم رسائله عبر مسارات ترفيه.

- جمهور المشاهد هو غالباً أفراد الأسرة.

- تجربة المشاهد هي غالباً جماعية.

- تفترض المشاهدة قدراً من التفرغ وربما التركيز والاهتمام.

الفصل الثاني:

تأثير وسائل الاعلام على سلوك الفرد.

المبحث الأول: التأثير من خلال الرسالة.

أولاً : هدف الرسالة الإعلامية .

ثانياً : الاعلام والجمهور .

ثالثاً : دور الاعلام في مواجهة ظاهرة ما .

المبحث الثاني: التأثيرات المتبادلة بين الاعلام ومصالح الامن.

أولاً : تأثير الاعلام على مصالح الامن .

ثانياً : تأثير الامن على مصالح الاعلام .

المبحث الثالث: الراي العام.

أولاً : مفهوم الراي العام .

ثانياً : عناصره وانواعه .

ثالثاً : أهميته ووسائل تكوينه.

الإنسان يتأثر بما يرى و بما يسمع، و الفارق بين إنسان و آخر هو مدى التأثر أو نسبته و لكنه يتأثر. الإنسان يتأثر عبر وسائل الإعلام المختلفة من تلفزيون وصحافة و راديو و سينما و مسرح و كتب و مطبوعات، و عبر وسائل الاتصال المباشرة من لقاءات و ندوات... الخ.

و تختلف نسبة التأثر من بيئة إلى أخرى، و من مرحلة عمرية إلى مرحلة عمرية أخرى، و لا خلاف على أن كلا من مرحلة الطفولة و مرحلة الشباب و المراهقة هي من أهم سنوات التلقي و التأثر و تكوين الشخصية.

لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع تختلف باختلاف المهمة الإقناعية و الجمهور، إلا أن التجارب تشير إلى أن الاتصال ألمواجهي أكثر مقدرة على الإقناع من الراديو، و أن الراديو أكثر فاعلية من المطبوع.

لقد لوحظ أن كلما أزداد الطابع الشخصي للوسيلة، زادت قدرتها على الإقناع و أن تأثير التعرض لعدة وسائل إعلامية أفضل من تأثير التعرض لوسيلة واحدة.

إذا تساوت جميع الظروف يكون الاتصال الشخصي أكثر مقدرة على الإقناع من الراديو، و الراديو أكثر قدرة على الإقناع من المطبوع.

يقسمون الأفراد وقتهم بين وسائل الإعلام، بحيث يحصلون من كل وسيلة من الوسائل على احتياجاتهم من الترفيه و الإعلام و التوجيه و التنقيف و التوعية وفقا لإمكانيات كل وسيلة و رغبات كل متلقي.

إن مقدرة أي وسيلة من وسائل الإعلام على جعل المضمون يتسم بواقعية و بحيوية أكبر قد تزيد من تأثير تلك الوسيلة. و هناك ثلاثة من أهم وسائل الإعلام التي ينبغي مراعاتها عند التخطيط الإعلامي و مخاطبة الرأي العام: - الصحافة - الراديو - التلفزيون.

في العصر الحديث تحاصر وسائل الإعلام الفرد في أي مكان يذهب إليه، و في أي وقت من الأوقات، و تتعدد مضامينها، مما استلزم دراسات ما يمكن أن تتركه على الفرد و الأسرة و المجتمع من تأثيرات، و قدم علماء الاتصال و الاجتماع و السياسة العديد من النظريات التي تشرح تأثير وسائل الاتصال، و يصعب استعراض كل هذه النظريات لتعددتها من ناحية و تداخلها من ناحية أخرى، و قد يعود تعددها إلى اختلاف تخصصات الباحثين، و قد يعود تداخلها إلى أنه ما أن تظهر نظرية و تسود لفترة، حتى تظهر نظرية جديدة تحل محلها أو تدعو إلى المزيد من البحث و التعمق.

المبحث الأول

التأثير من خلال الرسالة.

- أولا : أهداف الرسالة الإعلامية: تمارس وسائل الإعلام تأثيرها من خلال الرسائل التي تنقلها إلى الجماهير المستهدفة، ولذلك، فإن المهمة المركزية للرسالة الإعلامية ليس فقط أن توجد، وأن ترسل، بل أيضا أن تصل، وأن تؤثر.

و لذلك:

- تتضمن الرسالة الإعلامية موضوعا ما (حدثا أو ظاهرة أو قصة أو تطورا)، و تعالج الرسالة هذا الموضوع بأسلوب يتناسب مع خصوصية الموضوع (اقتصاد، رياضة، ثقافة، سياسة، دين) وخصوصية الوسيلة التي ستنقله (صحيفة، إذاعة وتلفزيون)، وخصوصية النوع الصحفي المستخدم، (خبر، تعليق، تحقيق وحديث)، وخصوصية الجمهور المستهدف (عام، شباب، أطفال ونساء) وأخيرا خصوصية الهدف المطلوب (إعلام، توعية، تحريض).

- يكون موضوع الرسالة الإعلامية أنيا، ناضجا، مؤثرا، ومهما بالنسبة لشرائح واسعة من الجمهور، تختار كل وسيلة إعلامية موضوعاتها وفق طبيعتها وشخصيتها، وفي ضوء سياستها، وأهدافها، وجمهورها.

- توضع الرسالة الإعلامية في شكل (إخراج وتقديم) مناسب.

- تتجسد الرسالة في شكل قالب (نوع صحفي)، وتصل إلى الملتقي من خلاله، يجب استخدام الأنواع الصحفية المختلفة وفق الفهم الشامل والعميق لنظرية الأنواع الصحفية، التي تحدد خصائص هذه الأنواع في الوسائل الإعلامية المختلفة.

- تختلف الأنواع الصحفية في مقدرتها على حمل رسائل إعلامية مختلفة، وفي مقدرتها على إنجاز وظائف متنوعة:

= فالخبر مثلا، أكثر مقدرة على تقديم الوقائع والحقائق والمعلومات من خلال السرد.

= والتقرير أكثر مقدرة على تقديم الحدث.

= والتحقيق أكثر مقدرة على معالجة وتفسير وتحليل وتقييم قضية أو مشكلة أو ظاهرة.

= والتعليق أكثر مقدرة للتعبير عن رأي محدد و واضح ومعلن.

=والحديث أكثر مقدرة على تقديم الواقع والآراء والمعلومات من خلال الحوار الحي والمباشر الذي يجريه صحفي كفاء مع شخصية خبيرة ومتميزة.

=والعمود الصحفي أكثر مقدرة على إضفاء الطابع الذاتي على رأي الكاتب وموقفه ولغته وأسلوبه وأفكاره.

= والمقال هو النوع الصحفي المناسب لمعالجة القضايا في مستوى فكري وأفق نظري.

=والافتتاحية هي النوع الأكثر مقدرة على التعبير عن الموقف العام والرسمي للوسيلة الإعلامية.

- إن الرسالة الإعلامية الناجحة، أي القدرة على أن تصل وأن تؤثر، هي الرسالة التي تستخدم الأشكال التعبيرية المناسبة⁽¹⁾

* السردية.

* الحوارية.

* الوثائقية.

* الدرامية.

* الكوميدية... الخ

من أجل معالجة موضوعها، وتجسيد أفكارها، وإيصالها إلى الجمهور المستهدف، ولذلك، لا بد من معرفة خصائص وإمكانيات هذه الأشكال التعبيرية، واستخدامها في الوسيلة المناسبة ولمعالجة الموضوع المناسب، ولمخاطبة الجمهور المناسب، وذلك كله من أجل تحقيق الهدف المناسب.

- أثناء معالجة ظاهرة من الظواهر الاجتماعية يتم إنتاج ثلاثة أنواع من الرسائل الإعلامية: رسائل موجهة إلى الداخل

. رسائل موجهة إلى أطراف محددة

. رسائل موجهة إلى المعني بالأمر

لكل نوع من هذه الرسائل مهامها ووظائفها، وبالتالي موضوعاتها وأساليب وطرق معالجتها، وسبل وأشكال وصولها وتأثيرها. ويجب على الإعلاميين و المعنيين الآخرين إدراك هذه الحقائق أثناء التخطيط الإعلامي لمواجهة ظاهرة اجتماعية ما، وأثناء ممارسة الإعلام.

يستعمل الإعلام للتأثير و لتحقيق أهدافا محددة تتوفر فيها الشروط التالية:

* يجب أن تكون الأهداف:

* واضحة ومحددة ومفهومة من قبل المشاركين في العملية الإعلامية.

* واقعية وتتناسب مع الإمكانيات المتوفرة ومع الظروف الذاتية والموضوعية.

* موضوعية مربوطة بالواقع الملموس.

(1)- فرج الكامل، تأثير وسائل الاتصال: الأسس النفسية و الاجتماعية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985 ص33

- للإعلام أهداف تنقسم إلى عدة أنواع:

*وفق معيار الدرجة: هناك أهداف عامة وأهداف تفصيلية أو ثانوية.

*وفق الطبيعة: هناك أهداف ثابتة غير خاضعة للنقاش، وهناك أهداف مرنة قابلة للنقاش وقابلة للتغيير حسب متطلبات الموقف.

*وفق المدة الزمنية: هناك أهداف طويلة الأمد، و متوسطة، وقصيرة الأمد.

*المجال الجغرافي: تنقسم الأهداف إلى داخلية وخارجية. هدف الإعلام الموجه إلى الداخل أثناء الظواهر الاجتماعية يكون لتوضيح الموقف، وتحسين المواطن، و توعيته و تربيته... الخ

- ثانيا: الإعلام و الجمهور:

لأن المادة الإعلامية لا تكتمل إلا بتلقيها. المرسل، يشكل الجمهور ركنا أساسيا في العملية الإعلامية يرسل من أجل تحقيق أهداف معينة، و القارئ (أو المستمع أو المشاهد) يقرأ من أجل تحقيق أهداف معينة. إن الفرد يحمل معه شخصيته (بجوانبها المختلفة) عندما يتعرض لرسالة إعلامية معينة. تدخل الرسالة الإعلامية إلى ذهن وعواطف المتلقي لتواجه مجموعة من العوامل التي تلعب دورا هاما في عملية وصول الرسالة، وكيفية فهمها واستيعابها، وطبيعة تأثيرها.

في ضوء هذه الحقائق تبرز أهمية المتلقي، فردا كان أم جماعة، وفي وقت مواجهة ظاهرة ما تتضاعف هذه الأهمية.

لأن نجاح هذا النوع من الإعلام يتوقف على:

*التخطيط.

*التنظيم.

*التنفيذ.

*كيفية استقبال الجمهور لهذا الاعلام.

طبيعة الجمهور المتلقي:

توصلت الأبحاث الإعلامية إلى نتائج مختلفة حول طبيعة الجمهور المتلقي.

من أبرزها:

- مفهوم المتلقي السلبي (أو الجمهور السلبي): هو الذي يعرض نفسه بشكل سهل و عشوائي للرسالة الإعلامية، و الذي يتأثر أيضا بهذه الرسالة وفق المضمون الذي يحدده المرسل.

- مفهوم الجمهور المراوغ و العنيد: هو الذي أكتشف اللعبة الإعلامية، و أمتلك خبرة اتصالية غنية و أصبح يؤكد شخصية و قوة حضوره في عملية التعرض.

- الجمهور النقدي (أو الفاعل أو الإيجابي):

هو جمهور نوعي، يبرمج تعرضه، و يخطط له، و يقف على أرضية فكرية و معرفية صلبة، و يقف موقفا نقديا إزاء ما يتعرض له. عملية الإقناع والتأثير عليه تزداد صعوبة، و هذا ما يضع على الرسالة الإعلامية و منتجها مهام جديدة.

- استخدام الاتصال كحوار:

(Communication as Dialogue Model Approach)

برزت مقولة استخدام الاتصال كحوار

(Communication as Transmission Model Approach)

و ليس كمجرد عملية نقل، لأن "العملية الإعلامية لم تعد مجرد نقل المعلومات من المرسل إلى المستقبل، بل أصبحت عملية حوارية، و بذلك تتغير كيفية التفكير و النظر إلى الجمهور.

إن معرفة هذه المفاهيم بالغة الأهمية لإدارة الإعلام بشكل ناجح أثناء معالجة ظاهرة من الظواهر الاجتماعية. (1)

- ثالثا: دور الإعلام في مواجهة الظواهر:

- تؤدي ظروف الظاهرة إلى تزايد:

- أهمية دور الوسيط Intermediary Role الذي تقوم به وسائل الإعلام، وخاصة ما يتعلق بإنجاز المهام التالية: تقديم معلومات، شرح أهمية ومغزى الأحداث، التوعية، التربية... إلخ.

- جذب اهتمام وسائل الإعلام، و اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام، الذي يصبح أكثر تعرضا لها، وهذا ما يفسر أن ظروف الظاهرة تتميز بالاستخدام المكثف لوسائل الاتصال.

- يحدد دور الإعلام في مواجهة الظاهرة على أساس المعطيات التالية:

أ - الغزارة الإعلامية:

يتميز الإعلام المعاصر بالكثافة والغزارة وحدة المنافسة، ويتعرض الفرد المعاصر لرسائل إعلامية أكثر من قدرته على متابعتها والإطلاع عليها وفهمها. و كذلك أكثر من الوقت الذي يستطيع أن يخصصه أي فرد للتعرض لوسائل الاتصال.

- يترتب على ذلك:

- المنافسة بين الرسائل.

-وتزايد الجهود المبذولة لتقديم رسائل مبتكرة ومتطورة وجذابة، قادرة على أن تنافس وأن تصل وأن تؤثر.

- كذلك مكن هذا التطور القوى المحلية والإقليمية والدولية من أن:

توجه رسائلها على مدار الساعة، إلى المكان الذي تريد، وإلى الجمهور الذي تريد، وبغض النظر عن أية حدود جغرافية أو اعتبارات السيادة الوطنية، أو التشريعات القانونية.

- يترتب على ذلك:

- ضرورة تقديم رسالة إعلامية مدروسة ومناسبة.

ب (-) سيكولوجية الظاهرة:

المناخ السيكولوجي للظاهرة يتميز بالسمات التالية:

- شد الانتباه وردود الفعل.
- الحاجة للشعور بالامن والطمأنينة.
- الحادة الى المعرفة، ما الذي يحدث؟ ولماذا يحدث؟ وما هي الأسباب؟ وما هي الحلول؟
- ابراز الحاجات الإعلامية، المعرفية والفكرية.
- ابراز الحاجة الى الشعور بالثقة بالذات والمقدرة الذاتية
- تصبح الظاهرة وتطوراتها موضوع الأحاديث اليومية، ويزداد بالتالي الاستهلاك الإعلامي.
- تستدعي الظاهرة إمكانيات للخروج منها ومواقف، يستطيع الاعلام ان يقوم بدور فاعل ولافت في هذا المجال.

ج (-) تزايد أهمية البعد الإعلامي في إدارة الظاهرة:

بهذا الصدد يمكن تسجيل ما يلي:

- إن أنية الإعلام و موضوعه، ودور يته، و مرونته، و تنوعه، أمور تجعله الفعالية الأكثر تأهيلا للتعاطي مع الظاهرة، بعكس البحث أو الكتاب أو المسرحية أو الرواية أو الفيلم، التي تحتاج إلى زمن أطول للتعرض للظاهرة ومعالجتها.
- أصبح الإعلام المعاصر الشاشة العريضة التي تظهر عليها، و تتضح وتنكشف مختلف الأحداث و الظواهر في المجالات كافة، وهذا ما يفسر تعدد، وتوسع، وتعمق الروابط المشتركة بين الإعلام والعلوم والمجالات المختلفة. أصبحت اهتمامات الإعلام المعاصر عامة ومتنوعة، وتتسع لتشمل مجالات الحياة كافة، وخطابه عام ومنتشر، ويتسع ليشمل المجتمع كافة، والرأي العام الإقليمي والدولي، وفي ضوء ذلك يمكن فهم انجذاب الفعاليات والمجالات الأخرى (السياسية والإقتصادية والدينية والثقافية... الخ) واندفاعها صوب الساحة الإعلامية لتشخيص واقعها، ولمعالجة أمورها، وتقوية تأثيرها ومخاطبة جماهيرها.

(د) - تراجع التجربة المباشرة:

"يتزايد تراجع التجربة الشخصية المباشرة للفرد المعاصر كوسيلة للتعرف على الواقع والحصول على المعلومات والمعارف الضرورية لتكوين الرأي وتحديد الموقف وتقرير نمط السلوك، ويعود هذا التراجع إلى اتساع القضايا المثارة، وتعدد وتنوع الحاجات الإعلامية للفرد والتطور التكنولوجي وطبيعة الحياة وإيقاع العصر (1). أدى هذا التراجع إلى تزايد أهمية الدور الوسيط الذي تلعبه وسائل الإعلام، بحيث أصبح من الممكن القول أن ما تقدمه وسائل الإعلام، وليس التجربة المباشرة، هو الأساس لتكوين معارف وقيم وأراء الناس، وبالتالي لتحديد اتجاهاتهم ومواقفهم، ومن تم سلوكهم. إن الجيل الجديد لم يعد يعرف العالم بشكل محدد على أساس القراءة أو على أساس التحليلات المثبتة أيديولوجيا، ولا على أساس الوصف الشامل، إن هذا الجيل يمارس ويشعر بالعالم من خلال الاتصال السمعي البصري.

إن المعطيات الراهنة تؤكد تزايد البعد الإعلامي في المراحل المختلفة لمواجهة ظاهرة ما، ولهذا، أصبح الطرف الإعلامي متزايد الحضور، وقوي الصوت كطرف فاعل، وكساهم نشط في المراحل المختلفة لإدارة الظواهر (التشخيص، ووضع الإستراتيجية، ورسم الخطط والبرامج والتنفيذ واستخلاص الدروس والعبر). أصبح الإعلام طرفا فاعلا في المستويات المختلفة لإدارة الظواهر.

(هـ) - التعدد والتكامل في الأداء الإعلامي أثناء الظاهرة:

تنتقل مختلف وسائل الإعلام من منطلقات واحدة، وتعمل غالبا ضمن إستراتيجية واحدة، من أجل تحقيق أهداف واحدة، لذلك نرى أهمية:

- أن تعمل هذه الوسائل كوحدة متكاملة.

- أن تسعى كل وسيلة إعلامية إلى إنجاز مهامها ووظائفها المحددة في إعلام الظاهرة، بما يتناسب مع نوعيتها، وشخصيتها ومجالها، وجمهورها.

تحقيق مبدأ الوحدة الإعلامية بحاجة إلى الفهم العميق لخصائص الوسائل، هذا الفهم الذي يقتضي ضرورة أن تحافظ كل وسيلة على شخصيتها ونوعها وطابعها، وتدرك أن قوتها تكمن في تميزها. قد تكون الإذاعة الأسرع والأكفأ في تقديم المعلومة، وقد يكون التلفزيون الأقدر على تقديم حدث مصور وموثق، ويتمتع بقدر كبير من المصدقية والوثاقية والإحساس بالمشاركة، في حين تكون الصحافة أكثر مقدرة على معالجة الأحداث والتطورات بعمق وتحليلها وتفسيرها. إذا كانت الصحيفة المحلية (أو الإذاعة المحلية أو المحطة التلفزيونية المحلية) أكثر مقدرة على مخاطبة جمهور محدد، فإن الصحيفة المركزية (أو الإذاعة المركزية، أو محطة التلفزيون القومية) أكثر مقدرة على التركيز على ما هو عام، ومخاطبة الجماهير العامة.

-يجب استخدام الأنواع الصحفية المختلفة في الوسائل الإعلامية المختلفة وفق الأسس العلمية لنظرية الأنواع الصحفية، وربما يضمن استخدام كل نوع لمعالجة الموضوع المناسب، إلى الجمهور المناسب، ولنقل المضمون المناسب، لتحقيق الهدف المناسب، وفي الوسيلة الإعلامية المناسبة، وبما يحقق تنوع وتكامل عمل وتأثير هذه الأنواع مجتمعة.

-كما يجب استخدام الأشكال والأساليب التعبيرية الإعلامية المختلفة (الحوارية والدرامية والتسجيلية والحوارية... الخ)، بما يضمن الاستفادة الكاملة من خصائص وإمكانيات كل شكل أو أسلوب وبما يحقق الوحدة والتنوع.

إدارة الإعلام أثناء الظاهرة:

الإعلام علم و فن نأخذ قوانين العلم من الأدبيات والنظريات المستخلصة من الممارسة. وبالتالي يجب تطبيقها بشكل خلاق ومبدع، يأخذ بعين الاعتبار الظروف الملموسة للواقع الملموس، ويبدع أشكالاً ومضامين تقوم على أساس علمي وتستجيب لخصوصية الواقع الموضوعي المشخص والعيناني.

يتحدد دور الإعلام في ضوء إستراتيجية عامة لمواجهة الظاهرة، وهذه القضية مركزية تحدها القيادة السياسية العليا، وتصبح مهمة القيادة الإعلامية وضع الخطط والبرامج التي تمكن الإعلام من أن يقوم بالدور المكلف به، وبالتالي من أن ينجز ويحقق المهام والوظائف المناطة به لمواجهة الظاهرة.

يمكن تحديد خطوات إدارة الإعلام أثناء الظاهرة في ظروف البلدان النامية كالتالي(1)

تحديد الرؤية العامة للظاهرة:

-تجتمع القيادة السياسية، وتضع الأسس والمنطلقات العامة والمبدئية لفهم الظاهرة ومواجهتها.

-تقوم القيادة السياسية بعد ذلك بتشكيل لجنة خاصة عبارة عن فريق عمل متكامل، يضم قياديين وخبراء واختصاصيين في المجال المحدد للظاهرة، وفي المجالات الأخرى ذات الصلة.

تشخيص الظاهرة:

-يقوم فريق العمل بجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بعناصر الظاهرة كافة، وبمختلف أطرافها وجوانبها، ومن ثم قراءة هذه المعلومات والبيانات، وتفسيرها، وتحليلها للتوصل إلى رؤية شاملة، وإلى فهم عميق لطبيعة الظاهرة، وجوانبها المختلفة.

-يجب أن تتميز عملية تشخيص الظاهرة بالدقة والموضوعية، كما يجب أن ترى وأن تفهم وتقيم المعطيات المتعلقة بها كما هي في الواقع.

وضع المشروع الأولي لإستراتيجية المواجهة:

يقوم فريق العمل بتحليل عميق وشامل للموقف، ويضع المشروع الأولي للإستراتيجية العامة لمواجهة الظاهرة. ويحدد برامج المواجهة في المجال المحدد للظاهرة، وفي المجالات الأخرى ذات الصلة.

يرفع فريق العمل دراسته (مشروع الإستراتيجية العامة لمواجهة الظاهرة) إلى القيادة العليا ممثلي هذه القيادة شاركوا مع الخبراء والاختصاصيين في وضع مشروع المواجهة، و تبقى القيادة السياسية العليا هي صاحبة القرار الفصل، ولذلك تقوم هذه القيادة بتقويم الدراسة، وإقرار ما تراه مناسباً بشأنها، وربما تستعين ببعض الخبراء والاختصاصيين لتناقش معهم القضية. وقد تفر القيادة الدراسة (المشروع)، أو تجري تعديلات عليها، وقد تطلب إعادتها كلية. وفي حالة اعتماد الدراسة تصبح منهجاً عاماً لإدارة الظاهرة، لا بد أن تلتزم به، وتعمل على هديه الجهات المعنية كافة.

ه) - هيئة إعلامية :

ثم يحدد دور الهيئة الإعلامية في الإستراتيجية العامة للمواجهة، وتضم ممثلين عن القيادة المؤسسات الإعلامية بالإضافة إلى المستشارين والخبراء والاختصاصيين و ممثلي الهيئات ذات صلة بالظاهرة.

يمكن وضع الأطر العامة التي تحدد كيفية التعامل إعلامياً مع الظاهرة على النحو التالي:

- نوعية وطبيعة وحجم الظاهرة.
- طبيعة النظام السائد.
- نوعية النظام الإعلامي السائد.
- نوعية المنظومة الإعلامية المتوفرة.
- نوعية وحجم الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة.
- موقف الدولة من الظاهرة.
- الإستراتيجية العامة التي حددتها القيادة السياسية.

أسس الخطاب الإعلامي:

في ضوء الأطر السابقة يتم إنتاج خطاب إعلامي وفق الشروط التالية:

-يقوم على أساس الإستراتيجية العامة لإدارة الظاهرة، وينطلق من الأسس العامة لهذه الإستراتيجية، ويسعى لتطبيقها بشكل خلاق ومبدع، يدرك بشمولية وعمق الطبيعة الخاصة لكل مجال من المجالات، على ضوء ظروفه وموقعه على الخريطة العامة لإدارة الظاهرة، ويساهم في صياغة رؤية متكاملة للمجالات كافة أثناء الظاهرة.

-يفهم جيدا طبيعة الجمهور المستهدف (خاص أو عام متعلم ومتقف أو عادي...الخ).
-يدرك وبعمق الخصائص المميزة لكل وسيلة إعلامية.

يمكن تحديد مهام الهيئة الإعلامية على النحو التالي:

أن تضع الخطط والبرامج الإعلامية العامة الكفيلة بتطبيق الإستراتيجية العامة لإدارة الظاهرة في كل مرحلة من مراحل تطورها.

أن تضع وبالتنسيق مع الوسائل الإعلامية المختلفة الخطط والبرامج المناسبة لهذه الوسائل، وبما يتفق مع خصوصيتها ونوعيتها وشخصيتها.

أن تحدد مضامين وأشكال ووسائل الإعلام الموجه إلى الظاهرة.

أن تحدد الموارد والمتطلبات المادية والبشرية الضرورية لتحقيق الخطط والبرامج التي تم اعتمادها.

أن تتابع متابعة شاملة ودقيقة إعلام الأطراف الأخرى المعنية بالظاهرة، وأن تضع الخطط الكفيلة بمواجهة الظاهرة.

المتابعة المستمرة للتطورات والمستجدات في مجالات الظاهرة كافة، واتخاذ القرارات الإعلامية المناسبة.

التقييم المستمر لإدارة الظاهرة إعلاميا وللأداء الإعلامي عموما.

يجب أن تكون القيادة الإعلامية، ممثلة في الهيئة الإعلامية، هي الجهة الوحيدة المسؤولة عن إدارة الظاهرة إعلاميا، وعن التطبيق الخلاق والمبدع للإستراتيجية العامة لإدارتها في كل وسيلة إعلامية.

إن مهمة السياسي هي تحديد الهدف، أما طريقة خدمة هذا الهدف إعلاميا، فهي مسألة تخص الإعلامي وحده يجب كذلك أن لا يتخلى السياسي عن دوره كموجه ومرشد، ليتدخل في العمل اليومي والتفصيلي للنشاط الإعلامي.

إن الإعلام بوسائله المختلفة، يلعب دوره المعتاد في تغطية الأحداث اليومية في ظل الظروف العادية من حيث الأخبار و التثقيف و الترفيه و التعليم التي يستخدمها الجمهور.

و تسعى وسائل الإعلام إلى نقل الحقائق و الأخبار من كل مكان و تضي عليها أساليبه المختلفة في التغطية الإعلامية لتوفير أفضل التغطية للجماهير.

و قد يكون لوسائل الإعلام دورها المخطط في توعية الجماهير في الظروف العادية و الغير العادية بالمخاطر و الظواهر المحتملة و العمل على عرض البرامج و الأفلام التوعوية التي تشرح للجماهير كيفية التعامل مع المخاطر و الظواهر كحوادث المرور مثلا.

إن وقوع هذه الأحداث يعطي وسائل الإعلام فرصة في تقديم خدمة إخبارية تلبى الحاجة القائمة و الكامنة في نفوس الجماهير للتعرف على المزيد من المعلومات المتعلقة بالحدث أو

الظاهرة. و يتفاوت إقبال الجماهير على وسيلة دون أخرى بمقدار ما تقدمه هذه الوسيلة أو تلك من تغطية ناجحة و قوة التأثير.

المبحث الثاني

التأثيرات التبادلية بين الإعلام و مصالح الأمن و الرأي العام

إن العلاقات العامة و الإعلام و وسائل الاتصال الأخرى، وسائل هامة جدا و ركيزة أساسية و حيوية لمصالح الأمن.

إن مصالح الأمن هي أولى الأجهزة التي تحتك بالجماهير احتكاكا مباشرا و مستمرا و حيويا أكثر من أي منظمات أخرى، وهي الأكثر حاجة "للتدخل" مع المجتمع. ليس لتوفير "الأمن التقليدي" فحسب، بل لتوفير "الأمن العام" له بكل صورته، أمانا سياسيا و اقتصاديا و اجتماعيا و ثقافيا و قيما الخ.

إن المجتمعات ذاتها في تطور مستمر نتيجة لعوامل مختلفة، منها ارتفاع مستوى الوعي لدى أفراد المجتمعات، و تقارب تلك المجتمعات نتيجة لثورة الاتصالات كذلك التقدم العلمي السريع و المذهل في السنوات الأخيرة..... الخ.

ليس دور مصالح الأمن في حد ذاته هو الذي تطور فحسب و نعني بذلك دورها التقليدي في المحافظة على النظام العام للدولة و الأمن العام، و مكافحة الجريمة و ضبط المجرمين و (هذا هو التطور الأول) بل حدث تطور آخر في طبيعة دور مصالح الأمن و في فلسفته، و في أساليبه.

لم تعد مصالح الأمن هي ذلك العنصر الذي يحرس المجتمع، و هو خارج المجتمع بل أصبح لزاما عليه أن يحرس المجتمع "من داخله"، و أن يتداخل و يتلاحم مع هذا المجتمع (و هذا هو التطور الثاني) و يترتب على ذلك أن يتسع دور مصالح الأمن ليشمل دورا اجتماعيا أوسع و أرحب.

ثم جاء التطور الثالث في صورة قيام المجتمع نفسه بالمساعدة الإيجابية لمصالح الأمن.

يتمثل هذا التطور في عدة جوانب منها:

- **جانب سلبي متطور:** من جانب أفراد المجتمع تمثل في ترك أفراد المجتمع للائكالية المطلقة على رجال مصالح الأمن بالنسبة للمحافظة على أمنهم و ممتلكاتهم و حماية أنفسهم فكان ذلك راجعا إلى الوعي الأمني و ارتفاع مستواه لدى المواطنين.

- **جانب إيجابي:** في مساعدة أفراد المجتمع بصور أكبر لرجال الأمن بعدم التستر على المخالفين للقانون، و التبليغ عن أية معلومات عن المجرمين.

- جانب أكثر إيجابي: في مشاركة أفراد المجتمع لمصالح الأمن في أداء الدور الأمني (المتطوعين، و مساعدة الخبراء المتخصصين و الاشتراك في الدوريات و حراسة المرافق العامة و خدمات المرورو غيرها).

لقد ثبت في ظل التطورات المتلاحقة بالمجتمعات، ضرورة تعاون المجتمع مع مصالح الأمن حتى يمكن لها أن تؤدي دورها في حفظ الأمن فمن الخطأ اعتبار الرسالة الأمنية موكلة إلى الجهاز الأمني وحده فالأمن مسؤولية قومية تشارك فيها كل أطراف المجتمع لسيما الأمن المروري.

و إذا كانت مسؤولية الأمن المروري هي بالدرجة الأولى مسؤولية مصالح الأمن، فإنها أيضا مسؤولية المجتمع أفراده و مؤسساته، ذلك أنه لا نجاح و لا استقرار لأي نشاط في المجتمع بدون أمن.

إن كل منظمة عامة تحتاج إلى الإعلام، كما تحتاج إلى وسائل الاتصال الأخرى، و ذلك لكي تتصل بالرأي العام لتعلنه بجهودها الحقيقية، و تبين مدى تحقيقها لأهدافها و من بين ذلك توعية المواطن و وقايته من حوادث المرور و استخدام الحملات التحسيسية الإعلامية.

إن مصالح الأمن تحتاج إلى الإعلام، بل إن الإعلام يعد ركيزة من أهم ركائزها. ذلك أنه إذا كانت طبيعة مصالح الأمن، تعني التلاحم مع المجتمع من جهة و تعاون المجتمع معها من ناحية أخرى أفراد و مؤسسات، فإن ذلك يحتاج إلى الإعلام و الإعلام الأمني لكي يتحقق هذا التلاحم مع المجتمع، و لكي تستطيع أن تحقق أكبر قدر من النجاح في تحقيق أهدافها.

يستطيع الإعلام الأمني أن يصنع المعجزات بالنسبة لمصالح الأمن وهي:

- 1-التقريب بين رجال الأمن المروري و بين المجتمع خاصة السائقين.
- 2-إن توثيق الصلة بين الأجهزة المسؤولة عن الإعلام في أجهزة الأمن و بين وسائل الإعلام يؤدي إلى نتائج إيجابية تصب في صالح أمن المجتمع و أمن السائقين.
- 3-السعي إلى تحقيق تعاون الرأي العام مع مصالح الأمن في جهودها لحفظ الأمن بكافة مجالاته، والأمن المروري، الأمن الجنائي،الخ، و لن يتحقق ذلك كله إلا إذا عرف الرأي العام الصورة الحقيقية لجهود هذه المصالح في هذا الميدان و ذلك هو ما يحققه الإعلام.
- 4-أن تعرف مصالح الأمن بدقة الاتجاهات الحقيقية للرأي العام تجاهها و تجاه الجهود الأمنية أي أن الاتصال ليس مجرد إرسال رسالة واحدة، بل يتضمن الاتصال، المرورية التي تقوم بها رسالتين، رسالة مرسل من المصدر إلى المستقبل، و رسالة مرتدة من المستقبل إلى المصدر.

و يعني ذلك كله أن الإعلام الأمني لا يتضمن رسائل أمنية فحسب، بل يتضمن كذلك رسائل جماهيرية، أو رسائل من الرأي العام مرسلة لمصالح الأمن.

على ضوء ما تبين، يتضح مدى الأهمية الكبرى للإعلام الأمني، كركيزة من أهم ركائز مصالح الأمن المروري، و صولا إلى أداء رسالتها على الوجه الصحيح.

التأثيرات التبادلية بين كل من الإعلام، و مصالح الأمن، و الرأي العام:

باعتبار أننا نتناول تأثير الإعلام على الرأي العام، لتعلقه بموضوع الإعلام الأمني فإننا سنوسع الدائرة بالحديث عن تأثير الإعلام على الرأي العام و تأثير مصالح الأمن على الإعلام، و تأثير الرأي العام على الإعلام.

"الاتصال" ليس مجرد نقل "رسالة" من "مصدر" إلى "مستقبل" عبر "وسيلة" فحسب، بل تكتمل مقدماته "بأثر" الرسالة أو رجوع الصدى."

إن الكثير من الباحثين يعتبرون الاتصال (و كذلك الإعلام) بأنه رسالة مزدوجة (عطاء وأخذ) أي رسائل متبادلة، أو طريق ذو اتجاهين، و ليس ذا اتجاه واحد.

فلا بد للرسالة الإعلامية التي تنبثها أو تنشرها وسائل الإعلام، و ترسلها للمستقبل، لابد من رسالة ثابتة، "مصدرها" هو المرسل، و "مستقبلها" هو المصدر السابق للرسالة الأولى (و هو الإعلام). من هنا فإنه إذا كان هناك من تأثير للإعلام على الرأي العام، فإن ثمة تأثير من الرأي العام على وسائل الإعلام.

و إذا كان هناك تأثير من الإعلام على المجال الأمني، فإن هناك تأثير معاكسا من مصالح الأمن على الإعلام وما دمنا نتحدث عن تأثيراتهما المتبادلة مع الرأي العام، لابد أن نعرف بإيجاز بالرأي العام (و خاصة الرأي العام في المجال الأمني).

المبحث الثالث:

الرأي العام، مفهومه، و أنواعه، و كيفية قياسه:

تعريفه:

أختلف الكتاب في تعريف الرأي العام و قبل أن نذكر التعريفات المختلفة للرأي العام نتحدث عن "الرأي" و عن أنواعه

تعريف الرأي العام:

اصطلاحاً: الرأي العام من الاصطلاحات التي يصعب وصفها أو تعريفها، أو قياسها فمن المستحيل رؤيته، و لكن من السهل الإحساس به و بقوته و أهميته.

و يظهر صعوبة هذا التعريف: أنه إذا قلنا إن الرأي العام هو رأي الشعب أو الجمهور فإننا سنقول على الفور و ما هو الشعب و من هو الشعب؟ فليس الشعب جمهوراً واحداً، بل إنه ينقسم إلى أنواع مختلفة متباينة الرأي، أي يتكون من جماهير، و كل فئة منهم تختلف عن الأخرى في طبائعها و تفكيرها و عاداتها و مكوناتها البيئية مما يؤدي إلى اختلاف آرائها.

يقول اورانس لوويل LURANS LOUWEL (في كتابة الرأي العام في الحرب و السلم) أنه من الصعب القول بأن هناك رأياً عاماً يجمع الناس عليه، فالناس ينقسمون من حيث رضاهم عن الأوضاع القائمة إلى أمزجة أربعة:

-أ- مزاج رجعي: لا يرضى عن الوضع القائم، و لا يستبشر بالمستقبل.

-ب- مزاج محافظ: أصحابه راضون بما هو موجود، و يحاولون دائماً المحافظة عليه دون أية محاولة للتجديد أو تقبل الجديد.

-ت- مزاج حر: أصحاب هذا الاتجاه يرضون ببعض الحاضر، أو بعض الوضع القائم، لا كله، مع تفاؤلهم بالمستقبل و استعدادهم لتقبل الجديد إلى حد كبير.

-ث- مزاج راديكالي: أصحاب هذا الاتجاه راضون للأوضاع القائمة و لا يرضون بالحاضر و يرون أنه لا أمل إلا في المستقبل و في تغييرات جذرية لما هو موجود.

الرأي العام مجموع محصلة تفاعل آراء للجمهور الذي تربط أفراده رابطة معينة إزاء موضوع معين، يثير نقاشا و جدلا.

ثانيا: عناصره: (1)

إن عناصر الرأي العام هي:

-الجمهور العام هو جمهور الشعب و الجمهور الخاص إما أن يكون خاصا باعتبار أنه جمهور نوعي خاص (جمهور العمال، جمهور الفلاحين، جمهور الشباب) و إما أن يكون جمهورا خاصا باعتبار أن خصوصيته تتبع من تكامله المباشر مع منظمة عامة معينة أو استفادته من تلك المنظمة. يمكن أن يكون الأفراد أعضاء في الجمهور العام (الشعب) وفي الجمهور النوعي الخاص (جمهور الفلاحين أو العمال) ثم في الجمهور الخاص الآخر (جمهور المنظمة).

- أن يكون هناك موضوع أو مشكلة تثير جدلا بين أفراد هذا الجمهور، السياقة مثلا، المهم هو استطلاع الرأي العام بالنسبة لموضوع أو مشكلة معينة، و هنا تثير تلك المشكلة ردود فعل و بالتالي آراء.

و هذه هي اللحظة أو الوقت المناسب لقيام رأي عام محدد و في ذلك يفرق بين الرأي العام المحدد بخصوص موضع معين و بين الرأي العام الشامل أو الكلي أو غير المحدد. و من المهم أن نركز على الملاحظات التالية:

- أن الرأي عبارة عن اختيار حر بين عدة مواقف، لابد له من حرية الاختيار بين البدائل أو الافتراضات المتباينة.

- و حتى يكون الرأي العام حقيقيا (اي معبرا عن الحقيقة) فلا بد أن تكون الأسس التي يبني عليها اختيار موقف معين أو رفض موقف معين، لابد أن تكون تلك الأسس حقيقية.

- الراي العام، يعني اختيارا اراديا إزاء موضوعات او قضائيا.

- الراي العام ثمرة الحوار والنقاش الهادئ وهو يتكون وينضج على نار هادئة.

ثالثا: انواعه:

ينقسم الرأي العام إلى أنواع عدة منها:

الرأي الشخصي Personal Opinion و هو الذي يكونه الفرد لنفسه بعد تفكير في موضوع ما، و يجاهر به الناس.

الرأي الخاص Private Opinion و يمكن اعتبار جزءا من الرأي الشخصي الذي يحتفظ به الإنسان لنفسه فقط.

هناك تقسيمات مختلفة يوردها الكتاب للرأي العام منها:

يقسم إميل دوفبفات (مدير معهد الصحافة برلين) الرأي العام إلى دائم و مؤقت و يومي.

الرأي العام الدائم الكلي: و هو يرتكز على أسس تاريخية و ثقافية و دينية و يشترك فيه أفراد الجماعة و يمتاز بالاستقرار و الثبات على مر الزمن و لا تؤثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف إلا نادرا.

الرأي العام المؤقت: و تمثله الأحزاب السياسية و الهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة و الأهداف المعينة و ينتهي هذا النوع من الرأي العام بانتهاء حياة تلك الأحزاب و الهيئات.

(1) -محي الدين عبد الحليم، الاتصال الجماهير والرأي العام، مكتبة الاجلو، 1993، ص43

الرأي العام اليومي: و هو الفكرة اليومية التي يعتنقها معظم أفراد الجماعة نتيجة لحادث مفاجئ أو كارثة حلت بالجماعة أو حدث سياسي خطير و هذا الرأي العام متقلب.

الرأي العام النابه (أو القائد): و هو رأي الصفوة من العلماء وقادة الرأي و الكتاب و هو لا يتأثر بقدر ما يؤثر.

الرأي العام المثقف (أو القارئ) و هو رأي المتعلمين (سواء كان تعليمهم عاليا أو متوسطا) و هو يتأثر بوسائل الإعلام إلى حد كبير.

الرأي العام المنساق (أو المنقاد) و هو رأي الأكثرية الساحقة في الشعب من الأميين و غيرهم من الذين نالوا قدرا ضئيلا من الثقافة، و هم أكثر تأثرا بوسائل الإعلام.

الرأي العام الداخلي: أي الرأي العام للعاملين بالمنظمة ذاتها.

الرأي العام الخارجي: أي الرأي العام لجمهور المتعاملين و المستفادين من خدمات المنظمة مع اختلافه في حالة الصورة المباشرة، و غير المباشرة.

الرأي العام الظاهر: و هو الرأي العام الموجود، و الذي يعبر عنه الجمهور فعلا سواء فيما ينشر أو يكتب أو يقال.

رأي عام غير ظاهر: أي الرأي العام الموجود فعلا و لكنه لا يجد الفرصة للتعبير عن نفسه لأسباب كعدم وجود الحرية أو الخوف.....الخ.

الرأي العام المتوقع: و هو الذي يتوقع حدوثه في حالة وقوع بعض الأحداث أو اتخاذ قرارات هامة كرفع الأسعار أو تغيير مفاجئ للسياسات.

رأي الأغلبية Majority: يمثل رأي ما يزيد من نصف الجماعة.

رأي الأقلية Minority: يمثل رأي ما يقل عن نصف الجماعة.

الرأي الإنتلافي Coalition: رأي جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها السياسية مثلا، و التي تجمعت في ظروف معينة للوصول إلى أهداف بعينها.

الرأي السالح أو الرضا العام Consensus: و هو الرأي الذي يعتبر أكبر من الأغلبية فهو

قريب من الإجماع أو شبه الإجماع.

رابعاً: أهميته و وسائل تكوينه:

للرأي العام أهمية كبرى بالنسبة للأجهزة الأمنية بهما كي تحقق بنجاح أهدافها اكتساب ثقة الرأي العام، و بالتالي تعضيده لها و تعاونه معها، و المنظمة الناجحة هي التي لا تحاول فحسب باكتساب الرأي العام، بل تحاول دراسة الرأي العام لكي تعدل من خططها و تطور من أساليبها لكي تفوز بهذه الثقة و أن تري صورتها في عيون الناس و أن تقيس درجة نجاحها في تحقيق أهدافها العامة لصالح الجمهور و بتلك الثقة يتعاون الجمهور ، مما يؤدي إلى زيادة نسبة هذا النجاح و فعاليته، فمعاونة الجمهور خاصة فئة السائقين ضرورية جدا لتسهيل عمليات تنفيذ مهام الأمن المروري هنا.

وسائل تكوين الرأي العام:

هي الوسائل التي تستطيع أجهزة الأمن بواسطتها أن تكون رأياً عاما متعاوناً معها و واثقاً فيها. و وسائل تكوين الرأي العام هي في نفس الوقت وسائل الاتصال بالرأي العام و يجمعها عنوان واحد هو (الأعلام) بالإضافة إلى وسائل الاتصال المباشرة.

من الوسائل المباشرة، اللقاءات الشخصية و الأبواب المفتوحة و المناقشات المفتوحة و الاتصال التليفوني و المعارض و استعراضات مصالح الأمن و الزيارات للاطلاع على نشاطها و الرسائل و غيرها.

وسائل اتصال مصالح الأمن بالرأي العام:

يمكن أن يتم الاتصال بينها وبين الجمهور في عدة صور منها:

أن يتم الاتصال من جانب الجمهور، سواء في صورة بلاغ أو شكوى أو طلب مساعدة أو طلب شيء كاستخراج رخصة مرور، و ينطبق على ذلك ما يسمى بالعلاقات العامة المباشرة (أو البسيطة).

أن يتم الاتصال من جانب هيئة مصالح الأمن أو إدارتها، كتوجيهات عامة أو شرح معين أو إرشادات للوقاية من حوادث المرور و ذلك عن طريق وسائل الاتصال العامة، و هذه هي العلاقات العامة غير المباشرة.

أن يتم الاتصال من جانب رجل الأمن المتواجد في كل مكان بالفرد أو بالأفراد كتنظيم حركة المرور المرور.

و في كل صورة من هذه الصور ينبغي أن تمارس العلاقات العامة حتى تستطيع مصالح الأمن أن تنال رضاء الرأي العام و اقتناعه و ثقته و بالتالي تعاونه معها في تحقيق أهدافها.

وسائل اتصال مصالح الأمن بالرأي العام (إعلاماً و علماً):

بالإضافة إلى وسائل التفصيلية للاتصال بالرأي العام أن أهم الأمور الجوهرية للعلاقات العامة بمصالح الأمن أو مقوماتها تتمثل في:

سلوكيات رجال الأمن:

تتلخص في حسن المعاملة، و تقدير إنسانية الفرد، و إتباع الطرق الإنسانية في تأدية العمل و الإنصاف و التحلي بالصبر و سعة الصدر الخ.

كفاءة أداء جهاز الأمن:

خير وسيلة للإعلان عن عمل ما، هو أدائه أداءا ممتازا أولا و هو:

اعمل جيدا و عرف بما تعمل. إن مجرد انتظام المرور أو الكشف السريع عن جريمة وقعت أو اتخاذ احتياطات دقيقة مسبقة تمنع من وقوع كارثة مرورية مثلا، كل ذلك يؤدي إلى تحقيق أهداف العلاقات العامة بمصالح الأمن بأسرع الطرق و أقصرها.

و هذا هو الدور الحقيقي للعلاقات العامة، أو هذا هو جوهر رسالتها و هو توضيح الصورة في أذهان الناس، و تصحيح هذه الصورة إذا كانت غير سليمة.

و يستلزم ذلك دراسة نوعيات الجماهير و كيفية توصيل الصورة الصحيحة لتلك الأذهان و يتطلب ذلك أولا معرفة اتجاهات الرأي العام تجاه عمل مصالح الأمن و اقتراحاته الخ.

الوسائل غير المباشرة: (وسائل الإعلام):

تأثير وسائل الإعلام في الرأي العام:

إن الإعلام (بوسائله المختلفة) هو من أهم وسائل تكوين الرأي العام أو صناعة الرأي العام. إلا أنه قليلا ما يبحث الوجه الآخر، و هو تأثير الرأي العام في وسائل الإعلام أو بعبارة أخرى تآثر الإعلام بالرأي العام. أما من ناحية أن لوسائل الإعلام (و خاصة التلفزيون (أثرها و تأثيرها في الفرد و خاصة في سن الطفولة و المراهقة، فذلك أمر لا يمكن إنكاره، أن وسائل الإعلام هي أولا أهم المصادر التي تستقي منها المعلومات و الأخبار "و الغذاء المعنوي" للجمهور.

حينما تؤدي وسائل الإعلام إلى حدوث تحول فإن هذا التحول يحدث عن طريق إعادة تعريف الموضوعات، فالموضوعات التي لم يفكر فيها الناس من قبل أو لم يهتموا بها كثيرا يصبح لها أهمية جديدة حينما تركز عليها الحملة الدعائية.

إن هذا "التحول" بواسطة "إعادة تعريف موضوعات لم يفكر فيها الناس من قبل أو لم يهتموا بها هو خلق أو إنشاء لرأي عام جديد. لا بد من التخطيط العلمي لبناء وعي عام و رأي عام قويين ناضجين يواجه أية حملات إعلامية.

بالنسبة لتأثير الرأي العام في الإعلام:

لا يمكن إنكار تأثير الرأي العام على وسائل الإعلام، إن القدرة التأثيرية للرأي العام في وسائل الإعلام تتوقف على درجة قوة و نضج الرأي العام.

هناك عوامل مؤثرة في وسائل الإعلام، العامل الأول هو توجهات أصحاب الصحف والتوجهات الحكومية في اتجاهات وسائل الإعلام، هناك قدرة تأثيرية لوسائل الإعلام في الرأي العام و قدرة الرأي العام في التأثير في اتجاهات وسائل الإعلام.

بصفة عامة فإن تأثير الرأي العام في وسائل الإعلام ضعيف بنسبة تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام، و من "المفترض" أن تؤدي متابعة الأفراد لوسائل الإعلام، إلى ازدياد الوعي العام.

بالنسبة لتأثير الإعلام في المجال الأمني:

إن للإعلام و وسائله المختلفة تأثيرات في المجال الأمني و نقصد في هذا المجال مثلا الجريمة المرورية و "المجرم"، حوادث المرور والسائق...

تؤثر وسائل الإعلام في الرأي العام (أو في الأفراد المكونين للجمهور العام المكون لهذا الرأي) من حيث تهيئتها و تغذيتها للظروف المؤدية للانحراف أو الاختلال في البنية الاجتماعية و الأخلاقية للمجتمعات المختلفة تأثير كبير.

تأثير الأمن في وسائل الإعلام:

بالنسبة لوسائل اتصال مصالح الأمن بوسائل الإعلام، فإن ذلك يتم بأسلوبين و بعدة وسائل، فهو قد يتم بطريقة أو بأسلوب رسمي (بواسطة المكاتبات و القنوات الرسمية) أو غير رسمي، يتمثل في الصلات الدائمة بين رجال الأمن و رجال الإعلام، و غالبا ما توجد صلات ودية، بين رجال الأمن (من قادة و غيرهم من القيادات العليا و الوسطى) و بين رجال الإعلام.

و ليس الأمر مقصورا على الصلة الناتجة بين مندوبي و مشرفي و محرري الصفحات الخاصة بالجرائم والحوادث المرورية بين القائمين على مكافحة الأنشطة الإجرامية والمخالفين لقانون المرور و العمل على منعها، و لكن الصلة بين رجال كل من المجالين الإعلامي و الأمني.

كثيرا مما ينشر في الصحف و يبيث بواسطة الراديو و التلفزيون، يحتاج أحيانا إلى معونة في المعلومات من جانب مصالح الأمن، أو تسهيل للحصول على بعض تلك المعلومات في حالة وجودها، كما أنه يوجد تفهم متبادل لرسالة كل منهما والصحفيون يفضلون الاحتفاظ بعلاقة طيبة مع مصالح الأمن.

تأثير الرأي العام في الجهاز الأمني و تأثيره بها:

الجهاز الأمني يقدم خدمات أمنية للمجتمع و أفراده كتنظيم حركة المرور و الحفاظ على أمن السواق و على ذلك فمن المفترض أن تكون ثمة صلات متبادلة بينه و بين الجمهور، و ذلك لمحاولة الحصول على اقتناع الرأي العام بجهوده و من ثم التوصل إلى تعاون الجمهور معه. يهدف الاتصال في عملية التأثير إلى محاولة إقناع الرأي العام بجهود الجهاز الأمني وبضرورة التعاون مع تلك الجهود لتحقيق الهدف الأسمى و هو الوصول إلى خدمات أمنية ممتازة في إطار الأمن المروري.

هناك هدفان فرعيان موصلان لذلك الهدف الرئيسي هما:

بمناسبة استعمال مصالح الأمن لوسائل الإعلام، فإنه كثيرا ما تقدم الأجهزة المتخصصة بهم (كالعلاقات العامة) برامج خاصة بهم في التلفزيون والإذاعة، سواء تلك البرامج المستمرة

و الدورية التي تقدم بصفة منتظمة، أو تلك التي تقدم في المناسبات المختلفة) كالاحتفال بالأسبوع المروري).

الخلاصة:

تستطيع مصالح الأمن أن تعرف اتجاهات الرأي العام حول دورها الأمني في إطار الأمن المروري بواسطة الإعلام الأمني، و ما يتضمنه من رسائل مرتدة من الرأي العام لها. إن الهدف الأساسي للإعلام هو المساعدة في تحقيق أهداف منظمة الأمن، و يتفرع من هذا الهدف الأساسي أهداف فرعية، و من أهم هذه الأهداف الفرعية هدف "التوعية الأمنية" و من بينها الأمن المروري.

على ضوء كل هذا يتضح مدى إمكان تحقيق الإعلام الأمني لهدفه الفرعي في تحقيق التوعية الأمنية لدى أفراد المجتمع وخاصة التوعية المرورية لفئة من هذا المجتمع وهم السواق والمشاة. يتابع الجمهور نشرات و برامج جهاز الأمن في الإذاعة و التلفزيون.

فالهدف ليس «التأثير في الرأي العام» بقدر ما هو اقتناعه هنا بمخاطر حوادث المرور، و لذلك فينبغي أن يكون الاتصال بالرأي العام في إطار عرض الحقائق فيما يخص امن الطرق و الوقاية من حوادث المرور.

لقد أمتد عمل مصالح الأمن العصرية إلي مجالات كثيرة، حتى أصبح متشعبا، بالإضافة إلى تعدد مجالاته و تشعبها، يتميز بأنه في معظم حالاته عمل ميداني يفترض احتكاكا بنوعيات و فئات مختلفة من الجماهير، وانفعالا بها و تفاعلا معها.

أجهزة الأمن تقوم بواجبها في حفظ الأمن.

الفصل الثالث

الحوادث المرورية والجهود المبذولة للحد منها

المبحث الأول: ظاهرة حوادث المرور.

أولاً: تعريف حوادث المرور.

ثانياً: أسبابها.

ثالثاً: درجة خطورتها.

المبحث الثاني: الاستراتيجية الأمنية والإعلامية المنتهجة من طرف الهيئات المعنية بامن الطرقات

أولاً: دور أجهزة الامن في السلامة المرورية (تنظيم ومراقبة الحركة المرورية)

ثانياً: تناول ظاهرة حوادث المرور في الاعلام (الوقاية والتوعية)

المبحث الأول:

أولاً: تعريف حوادث المرور.

تعتبر الحوادث المرورية عبارة عن حادث اعتراضي يحدث دون وجود تخطيط مسبق من قبل مركبة واحدة، ومع أكثر من مركبة، ومن الممكن أن يكون الحادث مع أجسام موجودة على الطريق، أو مع أحد الحيوانات، أو إحدى المنشآت، وقد تُعرّف الحوادث المرورية بأنها واقعة تتم دون أي تدبير مسبق أو توقع، وذلك بسبب توفر عدد من الظروف التي يُحتمل حدوثها، مما ينتج عنه نتائج غير مرغوب بها.

ثانياً: أسبابها.

السرعة: من المعروف أنّ السرعة تمنع من تلافي الحوادث المرورية، فقد أثبتت إحدى الدراسات أنّ السرعة هي السبب الرئيسي في الحوادث المرورية بنسبة تقارب من 43.6%.

قطع الإشارة الضوئية: يُعدّ هذا السبب هو الثاني بعد السرعة، حيث تبلغ نسبة حدوثه 18.4%. **التجاوز الخاطئ:** يحدث التجاوز الخاطئ بين السيارات بنسبة 16.5%، وتظهر هذه الحالة بسبب السرعة وقطع الإشارات، فقد ورد في الحديث الشريف

عدم المبالاة: تظهر عدم المبالاة نتيجة التهور، واعتقاد سائقي السيارات بأنّ الطريق ملك لهم.

التحدث عبر الهاتف: إنّ انشغال سائق السيارة في التحدث عبر الهاتف أو مع الشخص الذي يرافقه هو أحد أسباب حوادث المرور.

عدم استخدام طرق الوقاية: يجب أن يستخدم الإنسان طرق الوقاية عند قيادة السيارة، مثل استخدام حزام الأمان.

قيادة الأشخاص القاصرين للسيارة: إنّ قيادة الأشخاص القاصرين أو ناقصي الإدراك للسيارة، له أثر سلبي حيث تتميز تلك الفئة باللامبالاة، وتكون متعتهم في العيب بالسيارة ونزال أقرانهم بها، لذا يجب على الأولياء عدم المسارعة في إعطاء السارة لأبنائهم، قبل التأكد من اتصافهم في التعقل والاستقامة. **القيادة عند الشعور بالنعاس:** يجب على الإنسان ألا يقود السيارة عندما يشعر بالإرهاق أو بغلبة النوم.

الحيوانات: من الممكن أن تتسبب الحيوانات السائبة في حدوث الحوادث المرورية، لذا أمر الشرع بأن يحبس أصحاب المواشي الحيوانات خلال فترة المساء.

التغاضي عن المخالفات المرورية: قد يتغاضى البعض عن المخالفات المرورية، بسبب وجود وساطة، أو علاقة، وهذا الأمر بمثابة خيانة للأمانة.

تناول الحبوب المخدرة: تساعد هذه الحبوب على نشر السموم والآثار السلبية بين الناس، فقد يتعاطاها البعض بحجة أنها تُنشط الجسم وتُبعد النعاس، إلا أن آثارها السلبية قد تعدت الدين، والعقل، والعرض، والمال، والنفس.

المبحث الثاني

الاستراتيجية الأمنية والإعلامية المنتهجة من طرف الهيئات المعنية بأمن الطرقات.

أولاً: دور أجهزة الامن في السلامة المرورية (تنظيم ومراقبة الحركة المرورية).

تسعى الهيئات الأمنية من درك وطني وأمن وطني إلى أداء مهامها وتطبيق إستراتيجيتها للحد من تفاقم ظاهرة حوادث المرور. فالقيادة العامة للدرك الوطني تركز في سياستها لمكافحة الحوادث على تكوين الفرد باعتباره أهم عامل في التوعية و الوقاية المرورية وإعادة رسكلة العاملين في الميدان لضمان مواكبة التطور العلمي والتكنولوجي، خصوصا فيما يتعلق بالمعدات والتجهيزات. فيما تبقى التوعية والردع الدعامة الرئيسية التي تعتمد عليها المديرية العامة للأمن الوطني في إستراتيجيتها لمكافحة حوادث المرور بصفة عامة، فضلا عن التشجيع على اللجوء إلى أساليب أخرى من شأنها دعم السلامة المرورية، كوضع الممهلات وفق الشروط والمعايير الصحيحة. تنظم كذلك الأجهزة الأمنية المرور عن طريق الإعلام المروري، واعتماد مخططات السير بأساليب فنية وعلمية وانتهاج عملية ردعية ومتوازنة، بحيث تصبح نسبة الإفلات من العقوبة تساوي 0%.

الاطر الرئيسية للسلامة المرورية

يمكن تحديد الأطر الرئيسية لدور مصالح الأمن في مجال السلامة المرورية من خلال استعراض الواجبات الخاصة بالمرور و الدوريات الخارجية:

الواجبات الخاصة بالمرور:

- تنظيم حركة المرور والنقل على الطرق.
- مراقبة أوضاع الطرق ومدى سلامتها للمرور وتقديم الاقتراحات لتصويب أوضاعها.
- تنفيذ قانون المرور والتعليمات والأنظمة الصادرة بموجبه.
- ضبط وتحريم المخالفات واتخاذ الإجراءات القانونية بحق المخالفين.
- الإسهام بوضع السياسة العامة المرورية لتنظيم المرور والنقل.
- عمل تقارير حوادث المرور.

- الإسهام في تدريب العاملين بمجال المرور ووضع المناهج التدريبية والتأهيلية والتنسيق على الجهات المختصة.

-متابعة تنفيذ قرارات لجان المرور.

- جمع المعلومات الإحصائية عن حوادث المرور والمخالفات ومعرفة أسباب الحوادث ووضع الحلول المناسبة لها وإجراء الدراسات الميدانية للقضايا المرورية.

- الاشتراك في الدورات التدريبية والندوات العلمية المتخصصة بمجال المرور وإصدار نشرات مرورية بالتنسيق مع الجهات المختصة.

الواجبات الخاصة بالدوريات:

-تنفيذ أحكام قانون المرور داخل وخارج المدن وتسيير حركة المرور

-القيام بأعمال النجدة والإغاثة و الإطفاء والإرشاد

- إزالة العوائق عن الطريق وتمرير المعلومات المتعلقة بأوضاعها

- إجراء الدراسات الإحصائية من خلال ما يتوفر من معلومات عن حوادث المرور أو المخالفات أو المضبوطات الأمنية أو الواجبات.

- الوجود الأمني في الأماكن الحساسة وتلقي البلاغات والشكاوى المختلفة وتمرير المعلومات التي لها علاقة بالأمن المروري.

التشريع (القوانين والأنظمة المرورية):

إن جهاز الأمن باعتباره أحد الجهات المهمة والقريبة من احتياجات المواطن يقوم بدور مهم في مجال التشريع من خلال اشتراكه في وضع التشريعات والقوانين والأنظمة التي تهدف إلى ضبط وتنظيم النقل والمرور على الطريق ووضع القواعد المرورية السليمة التي تسهم في السلامة المرورية، كما يشترك في شؤون المرور والدراسات والمخططات التي تصدرها المصالح الأخرى حول المركبات وكذلك المشاركة في الأنظمة والتعليمات التي يجري، والمعلومات والبيانات الخاصة بالمركبات إصدارها أو تعديلها طبقا للمتطلبات والمتغيرات التي تتعلق بنقل المواطنين بصورة آمنة وسليمة.

الرقابة والتنفيذ:

لغاية تحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها القوانين والأنظمة والتشريعات المرورية كان لا بد من وجود تنفيذ ورقابة دائمة وفاعلة على عملية التنفيذ المناطة بجهاز الأمن والذي يقوم بها من خلال عدة واجبات وتتخلص هذه الواجبات فيما يلي:

تنظيم المرور: يقوم جهاز الأمن بجهود متواصلة من خلال إدارته المختلفة بعملية توجيه وتنظيم وضبط حركة المرور في جميع أنحاء البلاد سواء كان هذا الضبط والتنظيم داخل المدن أو خارجها على الطرق المختلفة وذلك من خلال عناصره العاملين في الميدان الذين يقومون بجهد عال في جعل حركة المرور انسيابية دون إعاقة لحركة المرور خاصة في الساعات التي تكثر فيها الأحجام المرورية وكذلك عند حصول اختناقات مرورية قد تكون

ناتجة عن عوائق غير متوقعة، وخاصة عند هطول الأمطار أو وقوع حوادث المرور وهذا يحتاج إلى جهد كبير ومعرفة بكيفية توزيع السيارات وتغيير اتجاهاتها وتنظيمها مستخدمة كافة إمكاناتها المتوفرة في سبيل ذلك حتى تصل إلى الاستغاثة بالطائرات المروحية في هذا المجال.

المخالفات: إن الدور الوقائي والتنظيمي الذي يقوم به جهاز الأمن في العملية المرورية يحتاج إلى دور آخر للمساعدة في تنفيذه وهو الردع المناسب الذي يأتي عن طريق ضبط المخالفات وتحريرها بحق المخالفين وذلك لهدفين:

لأول: إزالة العوائق عن الطريق المتمثلة في ضبط مخالفات الوقوف المعيقة لحركة المرور.

الثاني: ألتقليل من حوادث المرور المتمثلة في ضبط المخالفات المتعلقة بتصرفات السائق وجاهزية المركبة.

تنظيم مخططات الحوادث: يقوم جهاز الأمن في عملية تنظيم مخطط وكتابة تقرير لكل حادث مرور يقع على الطريق وتتبع هذه الإجراءات ضبط السيارات ومحتوياتها وسحبها إلى مواقع آمنة بعيدا عن أيدي العابثين بالإضافة إلى الطلبات المتكررة للإدلاء بالشهادة في هذه الحوادث.

الإجراءات الهندسية والفنية:

نظرا لأهمية هذا العنصر في السلامة المرورية باعتباره الركيزة الثالثة بعد الرقابة والتوعية المرورية في الحد من حوادث المرور وتشكيل سلامة مرورية سواء على الطرق والشوارع أو في الجوانب الفنية والهندسية للمركبات هذه مجموعة من الإجراءات التي تتم بالتعاون والتنسيق مع الجهات الأخرى (وزارة النقل، وزارة الإشغال العمومية) ... ذات العلاقة في هذا المجال وأهمها :

تحديد اتجاهات السير في الشوارع والطرق ووضع الإشارات والشواخص المرورية اللازمة لها.

تحديد الأماكن والتقاطعات الخطرة التي تكثر عليها حوادث المرور وإيجاد الحلول الهندسية المناسبة لها.

المشاركة في التعداد المروري وخاصة على التقاطعات والإشارات الضوئية لإيجاد البرامج التي تساعد على انسيابية حركة المرور في جميع الأوقات.

تحديد المواقع للمركبات العمومية ومراكز الانطلاق وتسهيل دخولها وخروجها.

المشاركة في الندوات المتعلقة بالنقل والطرق والمرور وتقديم البحوث والدراسات فيها.

المراقبة التقنية للمركبات:

تعتبر المراقبة التقنية للمركبات إجراء ذو منفعة عامة يهدف بالدرجة الأولى إلى الوقاية من حوادث المرور، لذا، فمن واجب كل فرد أن ينظر إلى هذه العملية كوسيلة لضمان الأمن و السلامة للذان يتحققان بالحفاظ على الأرواح البشرية و احترام البيئة. الكثير يجهل هذا الدور الفعال الذي تلعبه الصيانة الدورية للمركبات و الفحص الدقيق لمستلزماتها و ما توفره من أمن و أمان لحياتنا و حياة الآخرين

إن صدور القانون 14/01 المغدل والمتمم بالقانون رقم 16/04 جغل المراقبة التقنية اجبارية بالنسبة لجميع أصناف المركبات بعدما كانت مقتصوى على المركبات المستعملة في النشاطات المنظمة ز عي: سيارات النقل الاجنماعي.

- سيارات نقل البضائع
 - سيارات الأجرة
 - سيارات تعليم السياقة
 - سيارات نقل المواد الخطرة
 - سيارات الإسعاف
 - السيارات المجهزة للسير بغاز البترول المميع أو بالغاز الطبيعي المضغوط
 - سيارات الإصلاح
 - سيارات الاستئجار
- تخضع جميع أصناف السيارات إلى المراقبة التقنية، و هذا في الحالات التالية:
- عند أول استعمال في السير
 - عند كل تغيير لمالك السيارة
 - عند كل إعادة ترقيم للسيار

وزارة النقل:

هنالك مديريتان في وزارة النقل تتكلف مباشرة بأمن الطرق:

- مديرية النقل البري.
 - مديرية النقل الحضري و حركة المرور.
- تنقسم هذه الأخيرة إلى مديريتين فرعيتين:
- المديرية الفرعية للنقل الحضري.

- المديرية الفرعية لحركة المرور و هي المسؤولة عن أمن الطرق.

إن المديرية الفرعية لأمن الطرق لها مسؤوليات خاصة، من بينها:

- إعداد قانون المرور.

- تنظيم امتحانات السياقة.

- تقبل المرائب التي تقوم بتفقد السيارات المتنقلة (السيارات الخاصة ليست معنية).

- ترويج الحملات الإشهارية.

- وضع تحت تصرف وزارة التربية الوسائل الإرشادية و التعليمية الضرورية الخاصة بأمن الطرق على مستوى المدارس.

- تضمين عملية تنسيق الجهود و السياسة الوطنية لأمن الطرق.

فيما يخص توجيه النقل البري و تنظيمه ترمي منظومة النقل على وجه الخصوص، إلى التلبية الفعلية لحاجات المواطنين في مجال النقل، وفق شروط أكثر نفعاً للجماعة الوطنية و المستعملين من حيث الأمن و توفر وسائل النقل و تكلفة السعر و نوعية الخدمة.

في إطار تنظيم هذه منظومة، تكلف الدولة و الجماعات الإقليمية، كل فيما يخصها بـ:

- تنظيم و مراقبة الشروط العامة لممارسة نشاطات النقل.

- تنظيم النقل العمومي.

- ترقية البحث و الدراسات و الإحصائيات و الإعلام.

- إنجاز و/أو التكليف بإنجاز المنشآت القاعدية و التجهيزات الضرورية للنقل.

- التأكد من المنشآت القاعدية و التجهيزات للمقاييس المطلوبة في التشريع و التنظيم المعمول بهما.

وزارة الأشغال العمومية:

تمثل الإدارة المركزية لوزارة الأشغال العمومية مديرتان و هما:

. **مديرية الطرق:** مكلفة بتطوير الطريق خصوصا جانب الدراسات و التحقيقات.

. **مديرية استغلال و صيانة الطرق:** مكلفة بالجوانب المتعلقة بالتسيير و الصيانة والاستغلال.

تمتد هذه الإدارة على المستوى المحلي عبر مديرية الأشغال العمومية على مستوى كل ولاية و التي يمثلها على مستوى كل دائرة فرع يمثلها لجنة على مستوى البلدية.

يقترح وزير الأشغال العمومية، عناصر السياسة الوطنية في ميدان الأشغال العمومية و يتولى تنفيذها، و مراقبتها طبقا للقوانين و التنظيمات المعمولة بها، و يمارس الوزير صلاحياته، بالاتصال مع الدوائر الوزارية و الهيئات المعنية الأخرى، و في حدود اختصاصات كل منها، انطلاقا من منظور تنمية دائمة في ميدان الهياكل الأساسية.

مصالح الأمن العمومي:

قيادة الدرك الوطني:

تعمل قيادة الدرك الوطني تحت رعاية وزارة الدفاع الوطني و هي مسؤولة عن عملية شرطة حركة المرور خارج المناطق الحضرية.

تتشابه مسؤوليات قيادة الدرك الوطني و الشرطة باستثناء أن الدرك الوطني يتدخل في المناطق المنبسطة المكشوفة أي المناطق الريفية. في حالة وقوع حادث تتوجه عناصر قيادة الدرك الوطني إلى عين المكان للمعاينة. تسجل تفاصيل الحادث في محضر الذي يرسل بدوره إلى الهيئة المعنية.

يسير على المستوى المركزي أمن الطرقات، قسم أمن الطرقات.

المديرية العامة للأمن الوطني:

في نطاق المسؤوليات، تغطي الشرطة المناطق الحضرية و العمرانية.

على المستوى الوطني، تدير الشرطة من طرف المديرية العامة للأمن الوطني.

يسير أمن الطرق المديرية الفرعية وهي مقسمة بدورها إلى ثلاثة مكاتب:

- مكتب حركة المرور الذي يهتم بتنظيم حركة المرور.

- مكتب الوقاية الذي يهتم بترقية التقنيات التحسيسية لمختلف مستعملي الطريق.

- المكتب التقني الذي يهتم بجمع و معالجة و استغلال المعطيات التي لها علاقة بحوادث المرور.

- في الميدان، تسهر الشرطة على التطبيق الصارم لقانون المرور.

- تقوم كذلك الشرطة بتقديم و عرض إحصائيات تخص حوادث المرور في المناطق الحضرية.

تمثل الشرطة على مستوى اللجان الولائية فيما يخص أمن الطرق.

المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق:

- من مهام هذا المركز، نذكر:

- إعداد الدراسات التي لها صلة بتنظيم حركة المرور و الوقاية من الحوادث.

- السعي إلى تقليص أخطار المرور بتطوير الإعلام و التربية، و البحث التطبيقي في هذا المجال.

- الإدلاء بالرأي حول كل المسائل المتعلقة بالمرور.

- تدعيم كل الأبحاث المختصة بالوقاية التي تقوم تحت إشراف المؤسسات العلمية

الأخرى. كما يعمل هذا المركز مع إحدى عشرة قطاع وزارتي، إلى جانب بعض

القطاعات التي لها علاقة بمثل هذه الحوادث كالحماية المدنية، شركات التأمين و الحركة

الجماعوية (جمعية طريق السلامة، اتحادية سائقي سيارات الأجرة) وزارة النقل... الخ.

من أجل ممارسة صلاحيات الدولة الهادفة إلى النهوض بسياسة وقاية المرور عبر الطرق و أمنها، تحدد للمركز بالاتصال مع المصالح و المؤسسات الوطنية التي لها نفس الغاية مهام تصور و اقتراح تدابير تهدف إلى السير عبر الطرق استعمالها لتحديد سياسة وطنية لوقاية السير عبر الطرق و أمنها. بهذه الصفة، يكلف المركز بجمع الوسائل المختلفة، الكافية بتفادي حوادث الطرق المرتبطة بالفرد و السيارة و الطريق أو بكل حدث له صلة بهذا الغرض، و كذا إعدادها و توجيهها و التنسيق فيما بينها، و ذلك بالقيام بأعمال و هي:

*إعداد كل الدراسات التي لها صلة بحوادث المرور أو المشاركة في مثل هذه الدراسات.
*السعي إلى تقليص عدد الحوادث و خطورتها بتطوير الإعلام، و التربية و البحث التطبيقي في هذا المجال.

*تنشيط حملات التوعية و الوقاية من أخطار الطرق و تنظيمها بالاتصال مع المصالح أو السلطات المعنية.

*تكوين و إرشاد موجه للتلاميذ، و المعلمين و ممرني السياقة.

*جمع الإحصائيات و التقارير، و المستخلصات الدورية و البيانات المتعلقة بحوادث المرور عبر الطرق التي أعدتها مصالح أو مؤسسات و استغلالها.
*تطوير الإعلام و التربية و البحث التطبيقي.

الاطار التطبيقي

- 1-تحديد منهج البحث وتقنياته.
- 2-تحديد مجتمع البحث.
- 3-تحديد عينة البحث.
- 4-بطاقة فنية حول إذاعة مستغانم.
- 5-تحليل وتفسير النتائج.
- 6-النتائج العامة للدراسة.

1 -تحديد منهج البحث:

-**منهج البحث:** تدخل دراستنا ضمن البحوث الوصفية وتهدف الى توضيح خصائص الظاهرة او حدث او وضعية او جماعة بحيث تركز هذه الدراسات الوصفية التحليلية على تفسير الأوجه البارزة في الظاهرة.

- اعتدنا في دراستنا على منهج المسح الذي ينتمي الى المناهج الوصفية التحليلية حيث يعتمد على تحليل المعطيات من احصائيات وبيانات وصولا الى النتائج الكمية.

ب-تقنية البحث: ان أي باحث يحتاج في دراسته الى أداة وأدوات تساعد في بحثه وتكون ملائمة لموضوع الدراسة ومناهجها. واستعملنا في دراستنا تقنية الاستمارة والتي هي " نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي توجه الى عينة البحث. بهدف الحصول على بيانات معينة".

2 -تحديد مجتمع البحث:

تمثل مجتمع البحث لهذا الموضوع من مجموعة سائقي الأجرة لولاية مستغانم والتي تعتبر من بين 48 ولاية بين ولايات الجزائر، وتاخذ رمزا إداريا رقم 27، تمتد مساحتها الى نحو 2269 كيلومترا مربعا، وتتخذ من مدينة مستغانم مركزا لها، ويبلغ عدد سكانها ما يقارب 75 ألف نسمة، أي ما نسبته 329 نسمة لكل كيلومتر مربع، من حيث الكثافة السكانية.

3 تحديد عينة البحث: " تعرف العينة انها: (جزء من المجتمع الكلي وتشترب بانها تكون العينة ممثلة لمجموع خصائص المجتمع).

- يتوقف أي بحث على العينة المختارة ومدى تمثيلها للمجتمع الأصلي وتقديمها على أساس احصائي دقيق. ان عينة البحث مختارة وعينة مقصودة المتمثلة في دراسته على سائقي الأجرة. اخذنا عينة تتكون من 50 مبحوث لتسهيل عملية التحليل وقد كانت ضوابط تحكم العينة حيث انها متجانسة من حيث انهم كلهم يشتغلون كسائقي الأجرة. والسن قد حددناه من 20 سنة فما فوق حيث يكونون في حالة نضوج فكري ولديهم حرية التعبير والرأي.

- ان استمارة البحث قسمت على محاور تتمثل في:

1 -بيانات شخصية.

2 -مساهمة الاعلام في نشر الوعي الأمني في المجتمع الجزائري.

3 -دور الاعلام في التوعية الوقائية عن حوادث المرور.

4-إذاعة مستغانم:

ا-تعريف الإذاعة المحلية لولاية مستغانم: هي جهاز اعلامي يخدم المجتمع المحلي لولاية مستغانم أي انها إذاعة محلية برامجها محاطة وخاصة بمجتمع خاص ومحدود يعيش فوق ارض محدودة المساحة بحيث يخاطب مجتمع متناسق من الناحية الثقافية، الاجتماعية والاقتصادية وهذا المجتمع تحكمه تقاليد عادات وقيم واعراف ومميزات تجعله يختلف عن المدن الأخرى.

ب-اهداف نشاتها:

- 1- تقديم خدمة إعلامية خاصة ومتخصصة للتعريف بتقاليد المنطقة وخصوصياتها لضرورة يتطلبها الواقع المحلي والإقليمي الذي تقام فيها.
 - 2-تستهدف تقديم خدمة لمشاريع ميدانية يجري بنجازها بالواقع من اجل تحقيق ارتباط جماهيري وحسن الاستفادة من إعطاء إنجازاتها
 - أي العمل على تحقيق التفاعل في الاتصال الجماهيري.
 - 3-التغطية التنموية الشاملة بكل مجالاتها ومتطلباتها على المستوى الجهوي وتكريس جهودهم حول تقييم المعلومات والايخبار من كل المستويات وتحقيق التنمية الاقتصادية الاجتماعية السياسية الرياضية... الخ
 - 4-التصدي للمشاكل المعينة والعمل على إعادة بناء الفرد كمنتج.
 - 5-تساعد الجماهير على النهوض بواقعها والتخلص من التخلف الإعلامي أي محاولة احياء التراث المحلي والمحافظة عليه.
 - 6-تدعيم وإرساء أداء الإذاعة الوطنية المركزية الموجهة لكافة التراب الوطني وذلك حتى لتزويد الإذاعة المركزية بما يعمق عطائها ويضاعف من تأثيرها.
- ويعني بالدرجة الأولى تحكمه عادات وتقاليد خاصة. عريقة ممتدة من القديم والمنطقة الجغرافية تعكس طموح هذا المجتمع على انه يهتم بالفلاحة.

4 -تحليل وتفسير البيانات:

5 -الجدول رقم(01): يبين توزيع افراد العينة على حسب متغير الجنس.

الفئات	التكرار	النسب المئوية
- ذكر	50	100 %
- انثى	00	00 %
- المجموع	50	100 %

لقد بين لنا الجدول الأول ان كل افراد العينة بنسبة 100 % حيث لا وجود لجنس الاناث من الافراد العينة بنسبة 0 % ويعود هذا لسببين رئيسيين:

1- النفور الكلي لفئة الاناث من مهنة سائقي الأجرة.

2- النظرة في المجتمع الى المرأة عندما تمارس نشاطها يحتكره الرجال. خصوصا في ولاية مستغانم حيث لا يزال مجتمعنا متحفظا بدرجة أكبر مقارنة مع باقي المجتمعات الأخرى.

3- طبيعة العمل كسائقي الأجرة الذي يتطلب جهدا كبيرا وصبرا أكبر. خصوصا في التعامل مع الركاب. والتنقل بصفة دائمة والذي يؤدي الى تعب كبير كلها أسباب جعلت المرأة تنفر من هذا العمل.
جدول رقم (02): جدول يبين لنا سن افراد العينة:

الفئات	التكرار	النسبة المئوية
من 20 الى 30 سنة	11	22 %
من 31 الى 40 سنة	18	36 %
من 40 سنة فما فوق	21	42 %
المجموع	50	100 %

نلاحظ ان الفئة العمرية أكثر من 40 سنة قد كانت لها النسبة الأكبر بـ 42 % أي 21 فرد من افراد العينة. ثم تلتها الفئة العمرية من 30 سنة الى 40 سنة بنسبة 36 % بمعدل 18 فرد من افراد العينة. اما بالنسبة للفئة العمرية من 20 الى 30 سنة فقد كان 11 فرد بنسبة 22 % ومن خلال هذا نلاحظ انه فيه وسطية في اعمار افراد العينة من شباب الى كهول حيث ان العمل تجد فيه اغلب الفئات العمرية تتراوح اعمارها من 20 سنة كاقبل تقدير الى 55 سنة كاعلى تقدير. بحكم طبيعة هذا العمل الذي يتطلب نوعا من النشاط والحيوية.

جدول رقم (03): جدول يبين المستوى التعليمي لافراد العينة.

الفئات	التكرار	النسبة
- ابي	08	16 %
- ابتدائي	11	22 %
- متوسط	14	28 %
- ثانوي	12	24 %
- جامعي	05	10 %
- المجموع	50	100 %

يبين لنا الجدول ان المستوى التعليمي لافراد العينة يختلف من فرد لآخر حيث نجد نقصا في فئة الجامعيين بمعدل 5 افراد بنسبة 10 % في حين ان نسبة الاميين قد بلغت 16 % بمعدل 8 افراد.

اما بالنسبة للتعليم الابتدائي فقد كانت النسبة 22 % بمعدل 11 فردا من افراد العينة ثم تلتها بعد ذلك الحاصلين على التعليم الثانوي بنسبة 24 % وبمعدل 12 فردا من افراد العينة. لتبقى اعلى نسبة للحاصلين على التعليم في المتوسط بنسبة 28 % وبمعدل 14 فرد من افراد العينة. ومنه يتبين لنا هناك تفاوت بالنسبة للمستوى التعليمي لافراد العينة.

جدول رقم (04): يبين لنا الجدول الخبرة في العمل لدى افراد العينة.

النسب المئوية	التكرار	البدائل
20 %	10	- اقل من 5 سنوات
80 %	40	- أكثر من 5 سنوات
100 %	50	- المجموع

-يبين لنا الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من أفراد لعينة يعملون كسائق أجرة لمدة تزيد عن الخمس سنوات نسبة 80% في حين ان نسبة 20% يعملون كسائقي اجرة لفترة تقل عن 5 سنوات بمعدل 10 افراد من العينة، وقد لمحنا ان جزءا كبيرا من افراد العينة يمارسون هذه المهنة لمدة طويلة حيث صادفنا منهم من يملك حوالي 30 سنة كخبرة في الميدان.

جدول رقم(05): يبين مدى الاستماع الى إذاعة مستغانم من طرف افراد العينة.

النسب المئوية	التكرار	البدائل
78 %	39	دائما
16 %	08	احيانا
06 %	03	نادرا
100 %	50	المجموع

-ن خلال الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة من أفراد العينة بلغت 78 % وبمعدل 39 فرد تستمع الى البرامج في إذاعة مستغانم بصفة دائمة في حين ان 8 افراد وبنسبة 16 % يستمعون اليها نادرا وبمعدل 6 % لنستنتج مدة قوة العلاقة التي تربط بين افراد العينة والبرامج في إذاعة مستغانم.

- هذا ما يدل على وجود اقبال كبير عن افراد العينة على برامج إذاعة مستغانم ويرجع ذلك أساس الى طبيعة المؤسسة كإذاعة محلية تخدم بالدرجة الأولى ثقافة المجتمع المحلي الذي تنتمي اليه عينة بحثنا.

جدول رقم (06): يبين الدافع للاستماع لإذاعة مستغانم.

البدائل	التكرار	النسب المئوية
الإعلام	20	40 %
الترفيه	18	36 %
التثقيف	12	24 %
المجموع	50	100 %

يتضح لنا خلال من الجدول رقم 06 انه فيه تباين من حيث اهداف المستمع الى البرامج في إذاعة مستغانم حيث ان 20 فردا من العينة وبنسب 40% يفضلون الاستماع الى البرامج الإخبارية في حين ان 18 فردا وبنسب 36% يفضلون الاستماع الى البرامج الترفيهية اما 12 فردا من العينة يفضلون الاستماع الى البرامج التثقيفية وبنسبة 24 %

جدول رقم (07): يبين الوقت الذي يفضل فيه افراد العينة الاستماع الى البرامج الاذاعية؟

البدائل	التكرار	النسب المئوية
- صباحا	31	62 %
- مساء	13	26 %
- ليلا	06	12 %
-المجموع	50	100 %

سبين لنا الجدول رقم 07 الزمن الذي يفضل فيه افراد العينة الاستماع الى البرامج الاذاعية حيث نسبة كبيرة تعدت النصف بلغت 62% وبمعدل 31 فردا من افراد العينة يفضلون الاستماع الى إذاعة

مستغانم خلال فترة فترة الصباح. في حين ان 13 فردا وبنسبة 26% يفضلون الاستماع لها من خلال فترة المساء في حين ان نسبة قليلة بلغت 12% وبمعدل 6 افراد يفضلون الاستماع اليها خلال فترة الليل وهو ما يبين بصورة مباشرة من افراد العينة يميلون للاستماع الى البرامج الاذاعية كثير اثناء تواجدهم بميدان عملهم.

جدول رقم (08): يبين دور الاعلام في التوعية الوقائية عن حوادث المرور.

البدائل	التكرار	النسب المئوية
إخبارية	11	22 %
رياضية	09	18 %
اقتصادية	03	6 %
ثقافية	06	12 %
دينية	11	22 %
ترفيهية	10	20 %
المجموع	50	100 %

لقد تبين لنا من خلال الجدول رقم 08 انه هناك تنوع من حيث الاهتمام بالبرامج لدى افراد العينة حيث ان 11 فردا وبنسبة 22% يهتمون بالبرامج الإخبارية. ونفس النسبة تهتم بالبرامج الدينية في حين ان 11 افراد يهتمون بالبرامج الرياضية وبنسبة 18% و06 افراد من العينة يهتمون بالبرامج الثقافية وبنسبة 12% في حين ان 3 افراد يهتمون بالبرامج الاقتصادية وبنسبة 6%.

جدول رقم (09): يبين المكان الذي يفضل فيه الافراد الاستماع الى الإذاعة.

البدائل	التكرار	النسب المئوية
العمل	41	82 %
البيت	06	12 %
مكان اخر	03	6 %

المجموع	50	% 100
---------	----	-------

نستنتج من الجدول ان نسبة كبيرة من افراد العينة بلغت نسبة 82 % وبمعدل 41 فردا يستمعون الى البرامج الاذاعية اثناء تواجدهم بالعمل أي اثناء عملية السياقة لسيارات الأجرة في حين ان 6 افراد بنسبة 12 % يستمعون اليها في البيت و 3 افراد بنسبة 6 % يستمعون اليها في مكان اخر سواء اثناء اقتناء الحاجات او الذهاب الى المساجد بواسطة سيارات الأجرة.

جدول رقم (10): يبين تقييم البرامج الاذاعية من طرف افراد العينة.

البدائل	التكرار	النسب
ملائمة	43	% 86
غير ملائمة	07	% 14
المجموع	50	% 100

لقد بين لنا الجدول ان نسبة كبيرة بلغت 86 % وبمعدل 43 فردا من افراد العينة يجدون ان البرامج على مستوى الإذاعة ملائمة ومقبولة، كون ان البرامج المهمة والتغطيات الإعلامية لمختلف الاحداث تتماشى بصورة مباشرة مع طبيعة الوقت الذي يكونون متواجدين اثناء العمل، في حين ان 7 افراد من العينة خصوصا بالنسبة للفئة العمرية الأكثر من 40 سنة يجدون ان البرامج الدينية التي يرونها انها تثبت فقط يوم الجمعة.

جدول رقم (11): حول تقييم البرامج من طرف افراد العينة على مستوى إذاعة مستغانم.

البدائل	التكرار	النسب المئوية
مقبول	42	% 84
غير مقبول	08	% 16
المجموع	50	% 100

بلغت 84 % وبمعدل 42 فردا نجدهم راضين على نوعية البرامج حيث انها لا تلبى طموحاتهم ولا تشبع رغباتهم حيث يرون ان المواضيع صارت روتينية ولا تحمل الجديد ما عدا البرامج الإخبارية والتي يرون انها تقوم بدورها كما ينبغي.

جدول رقم (12): يبين مدى تاثر افراد العينة بالبرامج الاذاعية على مستوى إذاعة مستغانم.

البدائل	التكرار	النسب
نعم	43	86 %
لا	07	14 %
المجموع	50	100 %

لقد تبين لنا من الجدول أعلاه ان نسبة كبيرة بلغت 43 فردا وبنسبة 86 % تتأثر بالبرامج على مستوى إذاعة مستغانم تأثيرا مباشرا كونهم تمدهم بجميع المعلومات كما انها تعرفهم بثقافتهم وتراث اجدادهم في حين ان 7 افراد من العينة و بنسبة بلغت 14 % لا يتأثرون بهذه البرامج حيث انها أصبحت روتينية و يومية، تستمد في اغلب الأحيان على تكرار نفس الأساليب حيث لا تعتمد على التجديد.

جدول رقم (13): يبين هذا الجدول مستويات التأثير على افراد العينة.

البدائل	التكرار	النسب
المستوى الشخصي	19	44.18 %
// الاجتماعي	11	25.81 %
// الاسري	13	30.23 %
المجموع	50	100 %

لقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه ان نسبة 44.18 % وبمعدل 19 فردا نجدهم يتأثرون بالبرامج علة مستوى إذاعة مستغانم من حيث المستوى الشخصي. من خلال مختلف البرامج سواء تلك التي لها

مغزى ثقافي او اجتماعي او ديني. اما بالنسبة للمستوى الاجتماعي نجد 11 فردا من افراد العينة يتاثرون وبنسبة بلغت 25.81% في الوقت الذي نجد فيه 13 فردا يتاثرون بها على المستوى العائلي والاسري وبنسبة 30.23% وهو ما يبين التباين في الاعداف من خلال مختلف البرامج التي تعرضها الإذاعة.

جدول رقم (14): جدول يبين اذا كانت إذاعة مستغانم ساهمت بتغيير على افراد العينة.

البدائل	التكرار	النسب
نعم	45	90%
لا	05	10%
المجموع	50	100%

لقد بين لنا الجدول أعلاه ان البرامج التي تقدم على مستوى إذاعة مستغانم قد ساهمت بتغيير على حياة 45 فرد من افراد العينة ونسبة بلغت 90% وهو عكس بصورة مباشرة سهر الصحفيين على مستوى الإذاعة بتقديم الأفضل لصالح الجمهور. ومن جهة أخرى نجد 5 افراد من العينة لم تساهم باي تغيير على ذاتهم وبسبب عدم اخذ هذه العينة البرامج بجدية تامة، او عدم التركيز معها وهو اهم عامل لكي يحدث التأثير وهو ما تم التطرق اليه خلال تعريف الاستماع.

جدول رقم (15): يبين مدى مساهمة البرامج في تنمية الوعي لدى افراد العينة.

البدائل	التكرار	النسب
نعم	39	78%
لا	11	22%
المجموع	50	100%

لقد تبين لنا من خلال الجدول ان نسبة كبيرة بلغت أكثر من النصف بمعدل 39 فردا من افراد العينة وبنسبة 78 % يتاثرون بهذه البرامج وتساعد في تنمية الوعي لديهم. ومن جهة أخرى وجدنا 11 فردا من افراد العينة وبنسبة 22 % لا يتاثرون بهذه البرامج.

جدول رقم (16): يبين توزيع البرامج التي يفضل المبحوثون الاستماع اليها على حسب متغيرات المستوى التعليمي:

المجموع	مستوى جامعي		مستوى ثانوي		تعليم متوسط		تعليم ابتدائي		امي		المستوى التعليمي البرامج المفضلة
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	اخبربارية
22	11	0	0	6	3	8	4	6	3	%	1
4	2	0	0	0	0	4	2	0	0	0	0
16	9	0	0	10	5	6	3	%	0	2	1
32	16	8	4	6	3	8	4	6	3	4	2
24	12	2	1	2	1	2	1	10	5	8	4
100	50	10	5	24	12	28	14	22	11	16	8

من خلال النتائج التي تحصلنا عليها من الجدول وجدنا ان اغلب افراد العينة يفضلون الاستماع الى الرياضة بنسبة 32 % ثم تليها بعد ذلك البرامج الدينية بنسبة 24% ثم يأتي بعد ذلك الاهتمام بالبرامج الإخبارية بنسبة 22% ثم تاتي بعد ذلك البرامج الترفيهية والمنوعات بنسبة 18 % ليكون في الأخير الاهتمام بالبرامج الثقافية ضئيل نوعا ما بنسبة 4% فقط.

جدول رقم (17): يبين تقييم البرمجة في الإذاعة من طرف افراد العينة:

المجموع		من 40 سنة		من 31 سنة الى		من 20 سنة الى		معين السن	
		فما فوق		30 سنة		30 سنة		تقييم البرمجة	
		%		%		%		ملائمة	
62	31	16	08	26	13	20	10		
38	19	26	13	10	05	2	01	غير ملائمة	
100	50	42	21	36	18	22	11	المجموع	

لقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه ان البرمجة ملائمة بالنسبة للفئة العمرية 20 سنة الى 30 سنة كونها ان تحمل لهم مجموعة من البرامج التي تهمهم سواء كانت إخبارية-رياضية او ترفيهية، و قد بلغت نسبة ذلك 22 % في حين 2 % لا يرضون بهذه البرمجة اما بالنسبة للفئة العمرية اكثر من 40 سنة فان البرمجة نجدها ملائمة عند 08 افراد أي ما يعادل 16% في حين اننا نجدها عن 13 فردا غير ملائمة بنسبة 26 % . من هنا نستنتج ان البرمجة على مستوى إذاعة مستغانم لا تحقق رغبات الجميع خصوصا على مستوى الفئة العمرية أكثر من 40 % في العينة المدروسة.

جدول رقم (18): جدول يبين تقييم البرامج الاذاعية ونوعيتها على حسب متغيرات المستوى التعليمي:

المجموع		المستوى الجامعي		المستوى الثانوي		المستوى المتوسط		المستوى الابتدائي		امي		المستوى التعليمي تقييم البرامج
		%		%		%		%		%		
		ت		ت		ت		ت		ت		مقبول
90	45	10	05	20	10	24	12	20	10	16	08	
10	05	0	0	4	02	04	02	02	01	0	0	
100	50	10	05	24	12	28	14	22	11	16	8	المجموع

لقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه ان مجموع البرامج على مستوى إذاعة مستغانم مقبولة جدا حيث بلغت نسبة 90 % من حيث التنوع والاختلاف في البرامج والأهداف، حيث ان نسبة ضئيلة جدا بلغت 10 % نجدها ترى ان البرامج على مستوى إذاعة مستغانم غير مقبولة نوعا ما، خصوصا من حيث مدة العرض ووقت العرض وكذلك المواضيع التي أصبحت تتناولها روتينية لا يوجد الجديد فيها.

جدول رقم (19): جدول يبين تأثير البرامج الإذاعية على أفراد العينة على حسب متغير المستوى التعليمي:

المجموع		تعليم جامعي		تعليم ثانوي		تعليم متوسط		تعليم ابتدائي		امّي		المستوى التعليمي
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	التأثير
88	44	10	05	18	09	24	12	20	10	16	08	نعم
12	06	0	00	6	03	4	2	2	01	0	00	لا
100	50	10	05	24	12	28	14	22	11	16	08	المجموع

يبين لنا الجدول أعلاه ان نسبة كبيرة بلغت 88% كلها تتأثر بالبرامج الإذاعية على مستوى إذاعة تيارت وبمعدل 44 فردا من افراد العينة حيث وجدنا ان فئة ال اميين 8 افراد من أصل 8 يتأثرون وبنسبة 16% اما بالنسبة للتعليم الابتدائي فوجدنا ان 10 افراد يتأثرون مقابل فرد واحد لا يتأثر و بنسبة 20% اما بالنسبة للتعليم المتوسط فوجدنا 9 افراد يتأثرون من اصل 12 فرد بنسبة 18% و بالنسبة لافراد العينة الجامعيين فكانت خمسة افراد من اصل 5 افراد بمعدل 10%.

جدول رقم (20): جدول يبين الجانب في التأثير على حسب متغير العمر.

المجموع		من 40 سنة فما فوق		من 30 سنة الى 40 سنة		من 20 سنة الى 30 سنة		السن
		%	ت	%	ت	%	ت	جانب التأثير
								العادات

21.42	09	11.90	05	9.52	04	00	00	
14.04	08	14.28	06	4.76	02	00	00	التقاليد
40.46	17	15.40	05	14.28	06	14.28	06	الافكار
19.04	08	9.52	04	4.76	02	4.76	02	السلوك
100	42	47.60	20	33.32	14	19.04	08	المجموع

بعد التعرف على نسبة سائقي الأجرة الذين يتأثرون بالبرامج الإذاعية على مستوى إذاعة مستغانم أردنا التعرف على الجانب الذي يمسه التأثير فوجدنا ان نسبة 21.42% يتأثرون بها من حيث العادات اما نسبة 40.46% تؤثر فيهم من حيث السلوك من هنا يتبين لنا ان الطبقة البرمجية في إذاعة مستغانم لها مجموعة من الأهداف المختلفة التي تسعى من خلال الى الوصول الى مجموعة من المتغيرات على مختلف المستويات الاجتماعية سواء من حيث العادات والتقاليد والأفكار حتى السلوك وهو ما ينعكس على افراد عينتنا.

النتائج العامة للدراسة:

من خلال الدراسة والبحث في الموضوع بجانبه النظري والتطبيقي ومن خلال التعامل مع من لهم علاقة بالموضوع خلصنا الى النتائج العامة.

- كلما كان بث توقيت البرامج مناسباً لسائقي الأجرة وطبيعة عملهم كلما زاد الاقبال عليها.
- كلما كانت مدة البث ملائمة كلما كان التأثير ابلغ.
- إذاعة مستغانم ومن خلال مجموع البرامج التي تقدمها تسعى الى تحقيق مجموعة من الأهداف على مختلف المستويات.
- استماع سائقي الأجرة الى البرامج الإذاعية لا يعني بالضرورة وجود تأثير.
- المستوى التعليمي يلعب دوراً بارزاً في عملية التأثير.
- درجة التأثير تعود الى تركيز المبحوثين.
- ان نجاح أي إذاعة لا يتحقق الا برضى جمهورها. وهو ما يكون بالتواصل معهم واخذ انطباعاتهم واقتراحاتهم.
- وبالنظر الى الإجابات السابقة يمكن الإجابة على فرضيات الدراسة في النقاط التالية:

- 1-البرامج التي تقدم في الإذاعات المحلية تؤثر بدرجة كبيرة على سائقي الأجرة.
- 2-فاعلية الرسالة الاذاعية على سائقي الأجرة ترتبط ارتباطا وثيقا بطبيعة البرمجة والوقت الذي يبث فيه.
- ان سائقي الأجرة لهم ادواق مختلفة من حيث النوع في البرامج الاذاعية. لذلك يجب على الإذاعات ان تحترم التنوع في البرامج لاجل كسب جمهورها من سائقي الأجرة.
- البرامج الحديثة والمواضيع الانية لها دور كبير في جلب اهتمام سائقي الأجرة.

الخاتمة

أمام الأعداد المخيفة لظاهرة حوادث المرور وما ينتج عنها من أضرار مادية وجسدية معتبرة في مجتمعنا، يتعين على السلطات العمومية بذل جهود إضافية جديرة بمكافحة انعدام أمن الطرق. ويجب في المقام الأول أن تضطلع القوة العمومية بمختلف فوائدها (الدرك والأمن الوطنيين) بواسطة تقويم ومبادرة ذاتية جديرة بشرطة دولة القانون، تسهر بفعالية على حشد طاقاتها الذاتية في اتجاه منفعة المجتمع بإعطائها كل مكانتها لمستعمل الطرق (عامة الناس، المواطن) وبكلمة واحدة منفعة الجميع.

وباعتبار قانون المرور من القوانين الهامة التي تحرص على تنظيم سلوك المجتمع قصد المحافظة على أرواح الناس وأموالهم، فهو بذلك ينشئ علاقة وطيدة بين الأمن العمومي والمجتمع بكل شرائحه. كما أنه لا تتجسد مواكبة أحكام قانون المرور وتطبيقاته وتحقيق الهدف المرغوب إلا بعناية الجميع وانضباطهم، بما في ذلك وسائل الإعلام السمعية البصرية الثقيلة قصد توفير الحد الأدنى من الأمن القانوني على المسلك ويجب أن تكون أحكام القانون الناظم لحركة

المرور وأمنها وسلامتها ميثاق وتعامل تتحصن بهما القيم الإنسانية والاجتماعية ويحتمي بهما الفرد ضد التعسف لصون سلامته وحياته، وهما من أعظم ما للإنسان. إن موضوع حوادث المرور يكتسي أهمية بالغة نظرا إلى تأثيره، على حياة المواطن بصفة خاصة وعلى النشاطين الاقتصادي والاجتماعي للبلاد بصفة عامة. لهذا تتطلب دراسته عناية كبيرة كما أن أرقام الحوادث والقتلى والجرحى توضح أن لهذا الموضوع أهمية كبيرة ويجب منحه عناية خاصة أثناء دراسته. في ختام هذه الدراسة التي حاولت من خلالها التطرق بشيء من الوصف والاستطلاع والتحليل، لواقع حوادث المرور في الجزائر والمقارنة بين المناطق الريفية والحضرية لمعرفة نسبة خطورتها وتفاقمها، هذا ما وجدته من المعطيات والإحصائيات المعتمد عليها من جهة، ومن جهة أخرى وبالموازاة مع هذا، تم اتخاذ عدة إجراءات وتدابير خاصة، (بالوقاية من الحوادث من قبل مصالح الأمن) قيادة الدرك الوطني والمديرية العامة للأمن الوطني لكن الملاحظ أنه رغم كل الجهود المبذولة بقيت غير كافية، وخير دليل على ذلك الإحصائيات التي توضح مدى تزايد وارتفاع عدد الحوادث الجسمانية. مما يستوجب إعانة وسائل الإعلام للهيئات المعنية بأمن الطرق وذلك من أجل الوصول إلى سياسة وقائية جادة قائمة على معايير قانونية وإعلامية مدروسة وموضوعية للقضاء على الظاهرة التي حصدت معها المئات من الأبرياء. لأن دور وسائل الإعلام والاتصال في التوعية المرورية يعد من أهم الأدوار للتخفيف من حدة حوادث المرور، ولاسيما إذا عملت وسائل الإعلام مع كل الهيئات المختصة لتسطير برامج عملية إعلامية للتوعية والتحسيس. وبمعرفة درجة خطورة الوضع المتعلق بحوادث المرور يعرف الدور الذي يجب أن تلعبه المؤسسات الإعلامية باختلاف أنواعها لمعالجة هذه الظاهرة الخطيرة. يمكن للإعلام معالجة المشاكل الاجتماعية المختلفة ومن بينها الظواهر المتعلقة باستعمال الطرق ويمكن للمؤسسات المهتمة بموضوع الوقاية من حوادث المرور أن تعمل بالمشاركة مع التلفزيون قصد إعداد وبث حصص تلفزيونية توعوية وتحسيسية تشارك فيها كل الهيئات المختصة، دون أن ننسى أهمية البحث العلمي فيما يخص دور الإعلام في التوعية المرورية وضرورة البحث الجاد والدائم في مجال الإعلام المروري. إن دور الإعلام في التوعية المرورية مرهون بمعلومات علمية قائمة على علاقة الفرد بقانون المرور. وهذه المعلومات لا يمكن أن تتوفر إلا بعد بحوث علمية.

لذا، لا بد أن نهتم بالمعايير العلمية التي تحدد طرق الوصول لنتائج تقدم في صيغة معلومات علمية.

لأن فعالية المعايير العلمية مرهونة بشروط أربعة:

-عدم الموافقة حتى يحلل الباحث القضية ما، يجب أن يكون غير موافق مع الوضعية التي تبدو عليها و عليه أن يتساءل حول هذه الوضعية.

- ثم يجب عليه أن ينقد تركيب هذه الوضعية

-إعادة النظر في تركيب وضعية القضية التي لفتت انتباهه، وهذا لا نجده في المعالجة الإعلامية لظاهرة حوادث المرور.

-على الإعلام أن يبين أن خطورة حركة المرور تابعة لسلوكيات مخالفة لقانون المرور وأن هذه السلوكيات مجسدة من طرف جميع شرائح المجتمع أي الرجل والمرأة، الكبير والصغير، المثقف والامي، المسئول والمواطن البسيط، إذ أن للتلفزيون تأثيرات فعلية في تصورات وتصرفات المشاهدين لاسيما إذا كانت البرامج التي تبثها مستهدفة ومعدة حسب مقاييس ترمي إلى تحسين وتوعية وتوجيه المشاهد، والتلفزة الجزائرية بصفتها جهاز إعلامي وثائقي ذو طابع عمومي، تخضع برامجه لمبدأ الخدمة العامة و هو مطالب دوما بإعداد وبث برامج لخدمة المصلحة العامة للمجتمع، وفي هذا المجال، فإن التلفزيون مفروض عليها تلبية متطلبات الجمهور في ميدان التربية والترقية والثقافة الموجهة لمختلف الفئات الاجتماعية من أجل ترقية معارفها وتنمية روح المبادرة عند المواطنين.

ففي مجال الحصص الخاصة الموجهة إلى فئة معينة من المشاهدين والتي تتطلب تدخل مؤسسات وهيئات أخرى معينة بمواضيع هذه الحصص، يمكن للتلفزيون إعداد وبث هذا النوع من البرامج في إطار التعاون بين مختلف الهيئات والمؤسسات من أجل التكفل ومعالجة الظواهر الاجتماعية التي تطرح.

ومن هذه الظواهر استعمال الطرق ومخاطرها، مع التركيز في جلب انتباه الهيئات والمؤسسات التي لها علاقة بتنظيم المرور وتفاذي الحوادث و منها الهيئات المسؤولة عن:

- وضعية الطرق (الأشغال العمومية والبلديات)

- الوضعية التقنية للسيارات(السائقين)

- مدى احترام قوانين المرور.

ويساهم التلفزيون في تبليغ الرسالة الوقائية سواء كان ذلك عبر تغطية النشاطات المختلفة للتظاهرا الوقائية أو عن طريق إدماج حصص استثنائية أو أركان ضمن برامجها القادرة مثل الحصص الصباحية والحصص الخاصة بالأطفال.

ومن جهة أخرى يتكفل التلفزيون في عمليات التوعية والتحسيس من حوادث المرور عن طريق الومضات التي تنجز من طرف وزارة النقل وتبث على الشاشة.

يتفق المختصون في علم الاتصال والاجتماع و النفس على الدور المتميز الذي تقوم به البرامج التلفزيونية في توجيه الجماهير لاسيما إذا كانت عملية إعداد هذه البرامج مدروسة بدقة ومبرمجة ومن ثمة، يمكن لكل من الهيئات والمؤسسات ، حسب المقاييس العصرية لتبليغ الرسالة التحسيسية المعنية أن تعمل بالمشاركة مع التلفزيون من اجل إعداد الحصص السمعية البصرية الرامية إلى سيؤدي هذا العمل التعاوني إلى إنتاج مشترك أو رعاية برامج خاصة بهذا،التوعية المرورية وكذلك رعاية وتمويل مسابقات خاصة بمختلف جوانب ، الموضوع أو إعداد وبث ومضات تحسيسية هذا الموضوع بمشاركة المؤسسات المدرسية والبلديات وحتى السائقين .

كما يمكن على كل الجهات المعنية الحرص على متابعة كل ما يتعلق بالتوعية المرورية وتنفيذه ميدانيا مع إعلام المشاهدين عن ذلك عبر النشرات الإخبارية والحصص الخاصة المبرمجة في هذا المجال. و يكون هذا العمل بمثابة طريقة لتقييم مدى تأثير التلفزيون في عمل التوعية المرورية في غياب أجهزة خاصة بصبر الآراء.

لا بد كذلك من إبراز في هذه الخاتمة أهمية:

- لتركيز على وضع إستراتيجية اتصال متميزة مطابقة لواقع المعاش وذات مصداقية، كما يجب أن تتسم بالشمولية كل التظاهرات التي لها علاقة بالموضوع وأن تكون مستمرة عبر الزمن.

- إسناد عملية الاتصال والتوعية المرورية لهيئة تشرف على عمليات التنسيق بين الأخصائيين والمتعاملين في مختلف القطاعات.

- نقل الأخبار عن الحوادث وتغطيتها في ساعات البث الأساسية والتعليق عنها من طرف أخصائيون في الحالات القصوى.

-تخصيص حصص إذاعية وتلفزيونية قارة وكذلك ومضات تحسيسية.
-التركيز في عملية التوعية المرورية على الجانب البشري باعتباره يمثل أعلى نسبة
تتسبب في وقوع الحادث.

- مراجعة قانون المرور من أجل أقلمته مع الظروف الحالية.
- الاهتمام بإدراج مادة التربية المرورية في المقررات الدراسية.
-أن يكون بث الإشهار الخاص بالتوعية المرورية على مستوى التلفزة مجاني مادام أنه
يضمن خدمة عمومية ذات منفعة عامة.

فيما يخص الهيئات المعنية:

-لا بد من توحيد طريقة جمع وتحليل المعطيات الخاصة بظروف وقوع حوادث الطرق،
مما يساعد على فهم الظاهرة بدقة، خاصة أسبابها.
-وجوب إجراء حملات تكوينية متعلقة بتكوين المواطن كيفية الإسعاف لحظة الحادث. لما
لهذه الحملات من فعالية، وهذا يكون بالتعاون بين الجهات المهمة بذلك كوزارة الإعلام
والاتصال، بشرط أن تأخذ شكل مستمر.
- إعادة النظر في القانون وجعله يواكب الظروف الحالية.

قائمة المراجع:

- (1)- د. احمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي افاق و تحديات. الجزائر : دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، 2002.
- (2) جون ميرل رالف لونشتاين، الاعلام وسيلة و غاية، ترجمة د.خضر الحرابي الحرثي، السعودية، دار المريخ، 1989.
- (3)-سمير محمد حسن، الاعلام و الاتصال بال جماهير و الراي العام، القاهرة: مكتبة الانجلو، 1993.
- (4)- مجي الدين عبد الحليم، الاتصال بال جماهير و الراي العام، القاهرة، مكتبة الانجلو، 1993.
- (5)- د. علي عوجة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط1، القاهرة، مكتبة عالم الكتب، 2000.
- (6)- د. خضرة اديب، ادبيات الصحافة، ط2، جامعة دمشق، 1992.
- (7)- جيهان رشتي، الأسس العلمية للنظرية الاعلام، القاهرة: دار الفكر العربي، 1978.
- (8)- إبراهيم امام، العلاقات العامة و المجتمع، ط2، القاهرة، مكتبة الانجلو، 1968.

- (9) -د.حسين عبد الحميد احمد رشوان، العلاقات العامة و الاعلام من منظور علم الاجتماع، الاسكندرية:المكتب الجامعي الحديث1993.
- (10) -عاطف حمدي العبد، الاتصال و الراي العام، دار الفكر العربي،1994.
- (11) -د.عماد حسين عبد الله، منظومة الاعلام العربي الأمني، القاهرة1987.
- (12) -ميلفين ل، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة،الدار الدولية للنشر و التوزيع1993.
- (13) -بريجنسكي زيغنيو، بين عصرين، أمريكا و التكنوتروني،ترجمة محجوب عمر،بيروت:دار الطليعة1980.
- (14) --د.خضور أديب، "تصميم البحوث الإعلامية"، جامعة دمشق 1987.
- (15) -د.أديب خضور، "دراسات نظرية في علم الإعلام"، دمشق:وزارة الثقافة1988.
- (16) -د.أديب خضور، "الإعلام والأزمات"، الجزائر:دار الأيام ش.ذ.م.م للطباعة والنشر والتوزيع1999.
- (17) -إدريس الضحاك، "الوجيز في حوادث السير، التأمين الإجباري للسيارات،ط2،المغرب مطبعة النجاح الجديدة1989.
- (18) -السيد عليوة، "إستراتيجية الإعلام العربي"، القاهرة:الهيئة المصرية العامة للكتاب1978.
- (19) -فرج الكامل، "تأثير وسائل الاتصال:الأسس النفسية والاجتماعية"، القاهرة:دار الفكر العربي،1985.
- (20) -فهد بن متعب العربي، تقويم فعالية برامج التوعية الإعلامية الأمنية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض،1423هـ.
- (21) -خالد بن عبد العزيز الجابر، فاعلية دوريات الأمن في الحد من حوادث السيارات ، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية،الرياض،2003م.

22)- التقرير العالمي عن الوقاية من الإصابات الناجمة عن حوادث المرور ، منظمة الصحة العالمية ،جونييف،2004.

23)- الاحصائيات السنوية لحوادث المرور المسجلة عامي 2016-2017 بالجزائر، عن المديرية العامة للامن الوطني.

الملاحق:

- قانون رقم:14-01 مؤرخ سنة 2001 يتعلق بتنظيم حركة المرور عبر الطرق وسلامتها وامنها.
- قانون رقم 16-04 مؤرخ في 10 نوفمبر سنة 2004 يعدل ويتمم والمتعلق بتنظيم حركة المرور عبر الطرق وسلاماتها وامنها.
- امر رقم – مؤرخ في 22 جويلية 2009 عدل ويتمم القانون رقم 14-01 المؤرخ سنة 2001 والمتعلق بتنظيم حركة المرور عبر الطرق وسلامتها وامنها.

استمارة استبيانيه

هذه الاستمارة استبيانيه، نرجو من خلالها جمع آراء عينة من سائقي سيارات الأجرة

قصد توظيفها في إطار علمي يرمي إلى محاولة انجاز مذكرة ماستر في علوم الإعلام

والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع » دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث

المرور " دراسة ميدانية على عينة من سائقي سيارات الأجرة بمدينة مستغانم.

لذلك نطلب من سيادتكم الإجابة على الأسئلة التي تحتويها هذه الاستمارة بكل صدق

ونزاهة وأحيطكم علما أن المعلومات التي ستدلون بها ستبقى سرية ولا تستعمل إلا في الإطار

العلمي لهذه الدراسة.

الرجاء وضع علامة (X) أمام الإجابة المختارة.

تحت إشراف

الأستاذ: غالم عبد الوهاب

من إعداد الطالبة:

+ بوترة هندا

مع تحيات الباحث. شكرا مسبقا على أجوبتكم.

المحور الأول: البيانات الشخصية

من فضلك أطلعنا على بعض المعلومات عن نفسك (لأغراض إحصائية):

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 20-30 من 31_40 من 40_ فما فوق.
- 3- المستوى التعليمي امي تعليم ابتدائي تعليم متوسط
- تعليم ثانوي تعليم جامعي
- 4- الخبرة في العمل: اقل من 5 سنوات اكثر من 5 سنوات

المحور الثاني: الاستماع الى إذاعة مستغانم.

1_ هل تستمع الى إذاعة مستغانم؟

- دائماً أحيانا نادرا

2_ ما هو الدافع الذي يجعلك تستمع الى إذاعة مستغانم؟

- الاعلام الترفيه التنقيف

3_ ما نوع البرامج التي تفضل الاستماع اليها؟

- اخبارية رياضية اقتصادية ثقافية دينية ترفيهية

4_ ما هو المكان الذي تفضل فيه الاستماع الى إذاعة مستغانم؟

البيت العمل مكان اخر

5_ ماهو الوقت الذي تفضل الاستماع الى إذاعة مستغانم؟

صباحا مساء ليلا

3_ المحور الثالث: تقييم البرامج الاذاعية.

1_ البرامج على مستوى إذاعة مستغانم؟

ملائمة غير ملائمة

2_ كيف تجد مستوى تقديم البرامج في إذاعة مستغانم؟

مقبول غير مقبول

4- المحور الرابع: تأثير البرامج الاذاعية على العينة المدروسة.

1- هل هناك تأثير للبرامج الاذاعية على مستوى إذاعة مستغانم؟

نعم لا

2- ان اجبت بنعم فهل تتمثل هذا التأثير في؟

ا- على مستوى الشخصي

ب- على المستوى الاجتماعي

ج- على المستوى الاسري

3- هل ساهمت إذاعة مستغانم بتغيير على حياتك؟

نعم لا

4- اذا كانت اجابتك بنعم فهل مس هذا التغيير ؟

العادات التقاليد الأفكار السلوك

5- هل ترى ان البرامج في إذاعة مستغانم قد لعب دورا في تنمية الوعي لديك؟

نعم لا

6- كيف؟

.....

.....