

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي  
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية  
قسم العلوم الاجتماعية



الموضوع :

الإعلام الأمني وعلاقته بمستوي الوعي المروري

- دراسة ميدانية بشركة إكسبريس طاكسي لتسيير سيارات الأجرة - بالوادي -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الإتصال

إشراف الدكتور:

- عبد الباسط هويدي

إعداد الطلبة :

- خولة سواكر

- خليدة رحومة

- صابر بوزيدي

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. عبد الباسط هويدي	جامعة حمه لخضر - الوادي -	مشرفا
د. ضيف الأزهر	جامعة حمه لخضر - الوادي -	رئيسا
د. بلال بوترة	جامعة حمه لخضر - الوادي -	مناقشا

السنة الجامعية : 2015-2016

# الشكر والعرفان

الشكر لله أولا وأخيرا، ونحمده حمدا كثيرا على توفيقه لنا في إتمام هذا العمل المتواضع وعلى كل النعم التي أنعمها علينا.

نتقدموا بجزيل الشكر والعرفان " لدكتور عبد الباسط هويدي" الذي تفضل مشكور بقبول الإشراف على هذا العمل والذي غمرنا بنبل أخلاقه ورحاب صدره وحسن توجيهاته وإرشاده.

كما نوجه بالشكر مسبقا "لأعضاء لجنة المناقشة" وهذا بتفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة .ولا يفوتنا في هذا المقام أن نتقدم بكل الشكر والتقدير لجميع الأساتذة بكلية علم الاجتماع الذين لم يبخلوا علينا بتوجيهاتهم ونصائحهم .

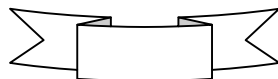
كما لا ننسى أن نتقدم بخالص الشكر إلى كل إطارات وعمال شركة إكسبريس طاكسي لتسيير سيارت الأجرة عما قدموه لنا من تسهيلات .

ونقدم هذا العمل إلى كل من أرشدنا إلى درب الحياة وهما الوالدين العزيزين اللذاني ضحيا بالنفس والنفيس لكي نكون نحن اليوم في هذا المقام.

وفي أخير أشكر كل من ساعدني على هذا العمل من قريب أو من بعيد .

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

سواكر خولة - صابر بوزيدي - خليدة رحومة



# الإهداء

الحمد لله الذى أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوي وأجملنا بالعافية.

أتقدم بإهداء عملي المتواضع إلى:

الدرع الواقي والكنز الباقي، إلى من جعل العلم منبع إشتياقي

لك أقدم وسام الإستحقاق، انت أبي العزيز أطال الله في عمرك

رمز العطاء وصدق الإيياء إلى ذروة العطف والوفاء

لك أجمل حواء انت أمي الغالية أطال الله في عمرك

إلى من فارقتني جسدها، ولم تفارقتني روحها جدتي العزيزة طيب الله مثواها ورحمها الله

إلى الذي عاش معي تفاصيل هذا العمل، آلامه وآماله زوجي الفاضل

إلى كل معاني الحب أخوتي وأخواتي " سعيدة - زينب - سميحة - صفاء - عبير " وأخي الوحيد

"العربي" وإلى براعم البيت "مُحمَّد البشير وإكرام"

إلى رمز الصداقة وحسن العلاقة أصدقائي "الرميضاء - فيروز- خليدة - أحلام - نرجس- صابر-

مُحمَّد"

إلى كل الأهل والأقارب وإلى كل من ساعدني لإنجاز هذا العمل المتواضع.

سواكر خولة



## ملخص الدراسة

جاءت الدراسة بعنوان "الإعلام الأمني وعلاقته بمستوى الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة" ولقد اعتمدت الدراسة على تساؤل رئيسي وتمثل في: هل توجد علاقة بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري لدى سائقين؟ وأن الهدف الأساسي من هذه الدراسة عن كشف على علاقة الاعلام الأمني بالوعي المروري ويرجع سبب إختيار هذا الموضوع بسبب إنتشار حوادث المرور في الآونة الأخيرة وقد كانت فرضيات الدراسة ما يلي

- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة.

- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري في الجانب الاجتماعي لدى سائقي سيارات الأجرة.

- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بنظام المرور.

- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقي

- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام المروري ومستوى الوعي المروري ن بأخلاقيات القيادة.

وقد إعتد الدراسة على المنهج الوصفي من خلال وصف طبيعة خصائص الإعلام الأمني وعلاقته بمستوى الوعي المروري لدى سائقين سيارات الأجرة، واستعمال الاستبيان كأداة للبحث وقد إختيار عينة الدراسة وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة تتكون من 100 مفردة من مؤسسة اكسبريس تاكسي لتسير سيارات الأجرة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة.



- لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري في الجانب الاجتماعي لدى سائقي سيارات الأجرة.
  - لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بنظام المرور.
  - لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقي
  - توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام المروري ومستوى الوعي المروري ن بأخلاقيات القيادة.
- وقد استخدمنا الاستمارة فيها متغيرين كل متغير فيه ثلاثة أبعاد.



# فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	شكر وعران
ب	ملخص بالعربية
هـ	ملخص بالانجليزية
و	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
ط	مقدمة
الفصل الأول: الإشكالية والدراسات السابقة	
13	1. الإشكالية
14	2. فرضيات الدراسة
15	3. أهداف الدراسة
15	4. أهمية الدراسة
15	5. أسباب إختيار الموضوع
16	6. تحديد المفاهيم
18	7.
:	
27	تمهيد
28	1. مفهوم الإعلام الأمني
32	2. أهمية الإعلام الأمني
34	3.
36	4. أهداف الإعلام الأمني
39	5.
42	6. إستراتيجية الإعلام الأمني في الإقناع
50	
الفصل الثالث: الحملات الإعلامية والوعي المروري	
52	تمهيد
53	1. تعريف الحملات الإعلامية
53	2. أهمية الحملات الإعلامية



54	3. الإعلامية
55	4. العوامل الأساسية في تأثير الحملات الإعلامية
58	5. مفهوم وأهداف الوعي المروري
61	6. التخطيط لحملات التوعية المرورية والوسائل المستخدمة لنجاحها
68	7. مكونات عملية التوعية المرورية وأهم مظاهرها في المجتمع
72	8. أهمية ومحاور ومقومات الوعي
74	
<b>الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة</b>	
76	تمهيد
77	1. منهج الدراسة
77	2.
78	3. الدراسة الإستطلاعية
78	4. عينة الدراسة
81	5.
82	6. أساليب الإحصائية
83	
<b>الفصل الخامس: عرض وتحليل وتفسير النتائج</b>	
85	تمهيد
86	1. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الأولى
88	2. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الثانية
90	3. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الـ
92	4. عرض وتحليل وتفسير الفرضية
93	5. عرض وتحليل وتفسير الفرضية العامة
96	6.
98	
100	
105	



## فهرس الجداول

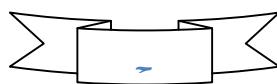
1- فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
46	يوضح درجة ثقة الجمهور في وسائل الإعلام الامريكية	01
77	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
77	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
78	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	04
78	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	05
84	يبين قيمة معامل الارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري في الجانب الاجتماعي لدى سائقي سيارات الأجرة	06
86	قيمة معامل الارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بنظام المرور	07
88	قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بأخلاقيات القيادة	08
90	قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام المروري ومستوى الوعي المروري.	09
91	قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة	10

## مقدمة:

ترداد الحاجة إلى الإعلام كلما إزداد المجتمع تعقيدا وتقدمت المدينة وأرتفع المستوى التفكيرى والتعليمى والثقافى لأفراده، ويعد الإعلام المرآة العاكسة لما يستجد على ساحات الحياة ومجالاتها من تطورات وتفاعلات تحدث تأثيرها المباشر والغير المباشر على الشعوب، ومنه فقد أصبح الإعلام محورا أساسيا لمختلف الظواهر الإنسانية فاختلقت بذلك أنواعه بعد ما ظل لفترة طويلة مرتبطا بالسياسة كمضمون له، فاتسعت مجالاته حاليا وأصبح يشمل العديد من التخصصات والعديد من القضايا، إذ أصبح يأخذ صفة القضية التى يتناولها، فإذا كانت سياسية يكون إعلاما سياسيا، وإذا كانت اقتصادية يصبح إعلاما اقتصاديا، ويكون الإعلام أمنيا عندما تكون القضية التى يتناولها قضية أمنية تتعلق بسلامة البشر وسلامة أراضهم وأموالهم، ويعتبر هذا الأخير إعلاما حديثا مقارنة بالأنواع الإعلامية الأخرى غير أنه لا يزال فى خطواته الأولى على مستوى الوطن العربى.

يمكن اعتبار الإعلام الأمنى بذلك جسرا للتواصل بين الطرفين نظرا لأنه يهدف إلى تعزيز التفاعل وخلق الوعي فى كثير من الدول على إيجاد الحلول مناسبة للمشكلات الاجتماعية ولعلى من بين المشاكل العصرية مشكلة حوادث الطرقات التى يعانى منها العالم اليوم وما تخلفه من خسائر مادية وبشرية، وتطور المجتمعات وزيادة الحركة والسير لتحقيق التنمية والإسراع من التطور فى مختلف مجالات الحياة الإنسانية، والجزائر على غرار هذه الدول شهدت فى الآونة الأخيرة ارتفاع فى حوادث المرور وفى ضل هذا الوضع يستلزم على المنظمات والجهات المعنية لمعالجة هذه الظاهرة وإيجاد حلول سريعة وعلى رأسها المؤسسات الإعلامية التى تحتم عليها الإستجابة السريعة بالتطورات الحاصلة فى الحياة المرورية وذلك لما لها من أهمية فى خلق الوعي، ومحاولة تعديل سلوكيات إتجاهها، وبناءا على هذه الإعتبارات تأتي أهمية الموضوع دراستنا الحالية الذى نحاول من خلاله إبراز الأعلام الأمنى وعلاقتة بمستوى الوعي المرورى، ومن هنا تم تقسيم الدراسة الى خمسة فصول وهى كالاتى :



---

الفصل الأول تناول الإشكالية والدراسات السابقة وتم فيه طرح الإشكالية وكذا التطرق إلى أهمية وأهداف الدراسة وأسباب إختيار الموضوع واهم الدراسات السابقة أما الفصل الثاني فقد تناولنا فيه ماهية الإعلام الأمني من حيث المفهوم وأهمية وأهداف والخصائص ووضائف واخيرا إستراتيجيات أما الفصل الثالث فقد تناولنا فيه الحملات الاعلامية والوعي المروري من حيث تعريف الحملات الاعلامية وأهميتها وأنواعها وأهم العوامل التي تاتر في حملات الإعلامية وأخيرا التخطيط الإستراتيجي مفهوم الوعي المروري ومكونات عملية التوعية المرورية وأهم مظاهرها فى المجتمع ومحاور ومقومات الوعي المروري أما الفصل الرابع فقد تطرقنا إلى الإجراءات المنهجية لدراسة الميدانية من حيث المنهج متبع وحدود الدراسة والدراسة الإستطلاعية ، عينة الدراسة وأداة الدراسة وأساليب المعالجة الإحصائية .

أما الفصل الخامس فقد تطرقنا فيه إلى تحليل وتفسير وعرض النتائج ، ثم الخاتمة والمراجع والملاحق



## الفصل الأول : الإشكالية والدراسات السابقة

1. الإشكالية

2. فرضيات الدراسة

3. أهداف الدراسة

4. أهمية الدراسة

5. أسباب إختيار الموضوع

6. تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة

7. الدراسات السابقة

## 1- إشكالية الدراسة:

تزداد الحاجة للإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا وتقدما وارتفع المستوى الفكري والتعليمي والثقافي للأفراد لذا اتجه الإعلام مثلما اتجهت الحياة التي التخصص وذلك أن الإعلام يعد المرآة العاكسة لنتجه في ساحة الحياة ومجالاتها ومن منطورات وتفاعلات التي تحدث تأثيرها المباشر والغير المباشر على حياة الشعوب.

بحيث يعتبر الإعلام العامة من دعائم الحياة والقوى السياسية في المجتمع وتحفظ تماسكه واستقراره فمنذ قديم الزمان كان للإعلام دوره الذي انعكس من خلال الرسائل التي تتم تداولها مثل الكتاب المناظرات والمجالس والمنتديات الأدبية ولقد تطور عبر مراحل من الزمن وكانت المطبعة هي أول مراحل ظهوره فتطور وتطورت وسائله التي سارت تابعا لكل جديد ثم ظهرت وكالات الأنباء وتطورت وزادت من أهمية الإعلام فزادت أهميته لدى الجمهور، ومع تطوره استدعى الأمر انقسامه إلى عدة فروع على حسب المجالات الموجودة في الحياة فكان هناك إعلام سياسيا واقتصاديا وهكذا حتى تعم جميع مجالات الحياة .

وبعد الأعلام الأمني من هذه الجوانب الذي جاء ليلعب دورا مهم في إيصال المعلومات الأمنية التي ظلت حكرا على الجانب الأمني الى وقت معين حيث يحرض على التوجيه والتوعية وتنقيفيا لجميع أفراد المجتمع يتعلق بإجراءات حماية الأرواح والممتلكات وكل ما يجنب المواطن من الوقوع في الجريمة أو الآفات الاجتماعية أو ارهاب الطرقات الذي صار أحد اهم الاسباب في ازهاق الأرواح حيث عمل الإعلام الأمني على نشر التوعية المرورية التي تعتبر من أهم الجوانب التي يتطرق إليها الأعلام الأمني ويعمل على تطبيقها للكف من حوادث المرور التي اصبحت من أكبر المشاكل التي تعاني منها جميع الدول العالم لما تسببه هذه الحوادث من أضرار وخسائر اجتماعية واقتصادية

حيث تكتسب هذه التوعية أهمية كبيرة في تفعيل الدور التربوي الإنساني والأخلاقي في استخدام وسائل المواصلات العامة والخاصة بالقدر الذي يعكس أهمية وجودها في التواصل وتمكن الإنسان من عبور المسافات القريبة والبعيدة بسلامة وأمان

الأمر الذي دعي لطرح تساؤل التالي :

- هل توجد علاقة بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري لدى سائق سيارات الأجرة ؟

وتدرج عنه تساؤلات الفرعية وهي كالتالي :

- هل توجد علاقة بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري في الجانب الاجتماعي لدى سائقي سيارات الأجرة ؟

- هل توجد علاقة بين مستوى الإعلام الأمني ومستوى إلتزام السائقين بنظام المرور؟

- هل توجد علاقة بين مستوى الإعلام الأمني ومستوى إلتزام السائقين بأخلاقيات القيادة؟

- هل توجد علاقة بين مستوى الإعلام المروري ومستوى الوعي المروري؟

2- فرضيات الدراسة:

- الفرضية العامة: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة.

1. توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري في الجانب الاجتماعي لدى سائقي سيارات الأجرة.

2. توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بنظام المرور.

3. توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بأخلاقيات القيادة.

4. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام المروري ومستوى الوعي المروري.

### 3- أهداف الدراسة :

نجد أن كل الدراسات لها عدة أهداف تركز عليها بغيت الوصول الى غايتها وكانت أهداف الدراسة كالتالي :

- تهدف الدراسة لتعرف على الواقع الاعلام الأمني وأهميته وخصائصه في المجتمع .
  - الكشف على مدى وعي المجتمع بأهمية الاعلام الأمني في نشر الوعي المروري
  - توضيح مدى مساهمة الاعلام الأمني في الوعي المروري عن فئة سائقي الاجرة
- تتمثل أهمية الدراسة المعنونة بالإعلام الأمني وعلاقته بمستوي الوعي المروري في ما يلي :

### 4- أهمية الدراسة :

- إبراز أهمية الأعلام الأمني في دعم الوعي المروري داخل المجتمع
- رسم صورة واقعية حول الاعلام الأمني من خلال أهميته والجوانب التطبيقية له
- بيان أهمية الاعلام الأمني داخل المجمع .

### 5- أسباب اختيار الموضوع

القيام بأي دراسة لابد من أسباب تدفع الباحث إلى الأمام للوصول إلى نتائج صحيحة ومن أسباب اختيار الموضوع الدراسة الحالية :

- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الأعلام الأمني وعلاقته بمستوي الوعي المروري وكيفية تحقيق وتطبيق هذا الأمر .
- نقص الدراسات السابقة الخاصة بدور الإعلام الامني وعلاقته بمستو الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة .

6- تحديد المفاهيم:

6-1 **التعريف الإجرائي للإقناع** : يستعمل الإقناع ضمن إطار العملية الإتصالية، أي بمعنى الإتصال الإقناعي الذي يحدث عندما يوجه المرسل رسالته الإعلامية المرورية لإحداث تأثير ملموس على الإتجاهات وسلوك مجموعات معينة من الجمهور (مستخدموا الطريق والمسؤولون على التوعية المرورية) وهذا بهدف تحسين الأمن المروري وتغيير أو تدعيم أو تعديل السلوك المروري<sup>1</sup>.

6-2 **حوادث المرور:**

**لغة** : حدوث الأمر، وقع ، جمع الحادث

- المرور: من مر، مرورا، جاز وذهب، ومر به وعليه.

**إصطلاحا** : يعتبر أحمد رمزي الحادث أنه " كل ما يؤدي إلى ضرر جسدي مفاجيء عندما كانت الضحية تبعة لمستخدمها المعتاد"<sup>2</sup>.

أما " كامل محمد عويطة " فيعتبره كل حادث غير متوقع فجائي يؤدي إلى أخطار وأضرار كالإصابات والموت ويرى البعض أنه " حدث غير متوقع ليس بالضرورة بسبب الإصابات أو الخسائر، ويؤدي هذا الحادث إلى عرقلة المرور أو أستكماله"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> بوخزة نبيلة، الإتصال الإجتماعي الصحي في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر، ديسمبر، 1995، ص13.

<sup>2</sup> أحمد رمزي، مساهمة في دراسة ظروف العمل، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، د.ط، ص 43.

<sup>3</sup> كامل محمد عويطة، علم النفس الصناعي، بيروت لبنان، دار الكتاب، 1996، ص124

### 3-6 الإعلام الأمني المروري:

الإعلام الأمني المروري هو أحد أنواع الإعلام الأمني الذي تختص به المؤسسات الأمنية، وأنه إعلام يختص بالمجال الأمني، إعلام ذو طابع توعوي تثقيفي وهاذف لتوعية مستعملي الطريق لتنظيم حركة المرور، وتحسين الامن المروري والحد من مخاطر الطرقات.<sup>1</sup>

### 4-6 الوعي المروري :

لغة : من وعي، يعي وعيا، وعي الشيء حفظه وفهمه.

فالوعي خاص بالفرد وحده، أما التوعية تخص المجتمع والجماعة، فهما نفس المعنى عد أن الوعي داخلي والتوعية عملية خارجية.

اصطلاحا: فالوعي مصطلح عام يشمل إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وحتى العلمية منها، ومن ثم فالوعي الاجتماعي أنواع كثيرة منها كالوعي الأخلاقي والوعي الديني والوعي الصحي....والوعي المروري.<sup>2</sup>

5-6 الحملات الإعلامية :عملية إتصالية هادفة ومقنعة تهدف إلى إحداث تغيير في السلوك والمعتقد الإنساني باستخدام وسائل الإعلام المختلفة التي تتفق مع غرضها من الاتصال وقد تقوم بالحملة الإعلامية مؤسسة أو مجموعات أو أشخاص لتحقيق أهدافهم كما تختص كل حملة بموضوع معين، فقد تكون الحملة تربية، أو صحية أو توعوية.<sup>3</sup>

هناك من عرف الحملة الإعلامية على أنها عبارة عن خطة مكتوبة، وشاملة وقصيرة الأمد تحتوي على سلسلة من الوسائل الإتصالية المتصلة والمتراطة التي تظهر في وسائل الإتصال والإعلام في فترة زمنية محددة قد تمتد إلي سنة أو أقل من ذلك.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> فهد عبد العزيز، الأمن والإعلام في الدولة الإسلامية، الرياض:المركز العربي للدراسات الأمنية، د.ط، (د.س.ن)، ص103.

<sup>2</sup> محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، القاهرة، مصر:دار المعرفة جامعية، د.ط، 1995، ص87.

<sup>3</sup> فانتن عبد الفتاح محمد العبهرى، رسالة مكملة لنيل شهادة ماجستير، دور الإتصال الشخصي في الحملة الإعلامية لمنظمة اليونسيف،دراسة ميدانية معا... نحو بيئة مدرسية آمنة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011ص21.

<sup>4</sup> ابو عرقوب إبراهيم، الإتصال الإنساني ودوره في التفاعل الإجتماعي، عمان، دار المجدلاوي لنشر والتوزيع، 1993، ص 215.

6-6 الإعلام الأمني: الإعلام الأمني يقصد به كافة الأنشطة الإعلامية المقصودة والمخطط لها وما يتم اعداده من رسائل إعلامية بهدف إلقاء الضوء والتعريف بجميع الجهود وانجازات وزارة الداخلية في إطار إستراتيجيتها الأمنية الشاملة من خلال كافة وسائل الإعلام والاتصال المختلفة<sup>1</sup>.

ويركز باحث آخر على مفهوم الإعلام الأمني من زاوية أسلوب الاتصال الذي يتبع في مجال الإعلام الأمني ومن ثم فهو الإعلام الذي يتحقق بمبادرة من رجال الأمن إما بطريقة مباشرة لإنتاج الرسائل الإعلامية كالبرامج الأمنية الإذاعية والتليفزيونية كالأفلام السينمائية وغيرها، أو بطريقة غير مباشرة مثل تزويد الصحف بأخبار بشأن الأحوال الأمنية ومجرياتها بشكل موضوعي يعتمد على المعلومات الموثوق بها<sup>2</sup>.

#### 7- الدراسات السابقة :

وتتمثل في :

- الدراسة الأولى : كانت بعنوان الإعلام الأمني في الجزائر ودوره في تطوير العلاقات العامة

- إسم ولقب الباحث : أمنة حمراني

- السنة الجامعية : 2010/2009

- مكان الدراسة : جامعة الحاج لخضر باتنة

- المدة التي استغرقتها الدراسة : (أكتوبر /نوفمبر 2009 )

الي 20 جوان 2010

الدراسة التي قامت بها الباحثة دراسة ميدانية قصد التعرف علي المؤسسة بصورة صحيحة ودقيقة

<sup>1</sup> د. محمد سعد ابوعامود، النظم السياسية في ظل العولمة، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي ،، 2008، ص 12 .

<sup>2</sup> حمدي محمد شعبان، الاعلام الامني وادارة الازمات والكوارث، مصر : الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، د، ط، 2005، ص46.

التساؤلات اعتمد عليها الباحث في دراسته هي:

- ما دور العلاقات العامة في تطوير الاعلام الامني في الجزائر؟

ويندرج عنه تساؤلين فرعيين هو

- اين يكمن دور العلاقات العامة بين الشرطة والجمهور في تطوير الاعلام الامني بالجزائر؟

- هل تساهم العلاقات العامة بالشرطة في التوعية المرورية؟

- هل تؤدي العلاقات العامة بالشرطة دورا فعالا في تخفيض من حوادث المرور بالجزائر ؟

**المنهج المتبع في هذه الدراسة:** هو منهج المسح بالعينة من انسب المناهج العلمية الملائمة للدراسة الوصفية، و تلك التي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الاعلام وأنماط سلوكه ومنه اعتمد منهج مسح بالعينة لدراسة سلوك المروري لعينة من السائقين و معرفة رأيهم في التوعية المرورية وإعلام الامني الصادر عنها ومدى تأثيرهم بالرسائل.

نجد اهم الفرضيات التي تطرق لها الباحث في دراسته:

تساهم العلاقات العامة بتطوير الاعلام الامني بالجزائر من خلال تفعيل الرسائل الاعلامية الامنية

تساعد العلاقات العامة الايجابية بين الشرطة والجمهور على تطوير الاعلام الامني بالجزائر.

تساهم العلاقات العامة بالشرطة بفضل نشاطاتها التوعوية في التوعية المرورية

تؤدي العلاقات العامة بالشرطة دورا في تحسين الامن المروري بالتخفيض من حوادث المرور بالجزائر.

واستخدمت عدة ادوات لجمع البيانات وهي كالتالي :

**الملاحظة :** استخدمت الباحثة الملاحظة من خلال رحلاتها بوسائل النقل الاجتماعي وتركيز علي سلوك سائقين ونقاشات التي تدور بينهم.

الاستمارة: اعتمدت الدراسة على استبيانيه خاصة بالسائقين متبعين في اطار اعداد استمارة جملة من الخطوات المنهجية التالية:

### مرعاة الاسئلة وفق محاور اساسية للبحث

- صياغة صور الاستمارة وإعدادها في صورة مبدئية
- عرض الاستمارة علي المشرف وتعديلها بناءا على ملاحظات المشرف
- عرض الاستمارة على اساتذة محكمين واعتمدت علي اربع محاور

**المحور الاول:** قصد جمع البيانات العامة حول العينة

**المحور الثاني:** يهدف لمعرفة طبيعة العلاقات العامة بين الشرطة والجمهور

**المحور الثالث:** تهدف لقياس مدي معرفة الجمهور للنشاط المزدوج الذي تؤديه الشرطة.

**المحور الرابع:** يرمي الي معرفة الدور الذي يكمن للعلاقات العامة أن تؤديه بغية التقليل من حوادث المرور.

**المقابلة :** مقابلة مع السيد "عبد الوهاب غوالي" عميد الشرطة بولاية سطيف

" السيدة ليلة " عضو مركز النشاط الثقافي ومركز التكوين أمن الوطن ولاية سطيف.

### تهدف الدراسة الي

في وقفها علي واقع الاعلام الامني بالجزائر ومكانة العلاقات العامة بالشرطة وبالأجهزة الامنية عامة

تحسن الامن المروري ووكذا تركيزها على الكشف عن مدى خطورة حوادث المرور

نشر التوعية الامنية المرورية والعمل على تخفيض من حوادث المرور من خلال العديد من النشاطات وحملات التوعية.

أهم النتائج التي توصل الي الباحث

- أثبتت النتائج بأن العلاقات العامة بالشرطة تساهم في التوعية المرورية للسائقين حيث ساهمت بفضل دورها التوعوي في إقناع الأفراد بتجنب الإفراط في السرعة وباستخدام حزام الامن بلغت (65%)
- خلصت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة بالشرطة لا تؤدي دورا فعالا في التخفيض من حوادث المرور وإن كانت تساهم بشكل في تحسين الامن المروري وتؤدي دورا متواضعا بسبب اختراق القوانين من طرف الأفراد فذلك يحول دون تحسين الامن المروري ودون مقدرة العلاقات العامة بالشرطة رغم دورها في تحسين الامن المروري لأن تحسين مستوى هذا الأمن لن يقوم على مجرد دور العلاقات العامة بالشرطة على تحسينه بل بنظافة جهود مستعملي الطرق في التزامهم بقواعد السلامة المرورية لأن تجاوزهم للقوانين واستهتارهم بها وكذا عدم مبالاتهم تحول دون أن يتم دور العلاقات العامة بالشرطة في تحسين الامن المروري عن نتائج طيبة .

تعليق على دراسة :

دراسة جيدة أعطتنا صورة عن الاعلام الامني وعن حوادث المرور والتي تناولت دور العلاقات العامة في التخفيض من حوادث المرور التي باتت تمثل هاجسا لمستعملي الطريق حتي سميت لدرجة خطورتها بإرهاب الطرقات ومنه فدراسة الباحثة ساهمت في توضيح مدي خطورة وإرتفاع حوادث المرور بالجزائر ولقد استفدنا من هذه الدراسة على خصائص الاعلام الامني وأهمية الإعلام الامني.

الدراسة الثانية بعنوان : الإرشادات الإذاعية ودورها في غرس الوعي المروري

- إسم ولقب الباحث بن علية هجيرة

- السنة الجامعية : 2014/2013

- مكان الدراسة : جامعة قاصدي مرباح ورقلة

- المدة التي استغرقتها الدراسة: (أكتوبر /نوفمبر 2003 )

الي 20 جوان 2014

الدراسة التي قامت بها الباحثة دراسة ميدانية قصد التعرف على مؤسسة بصورة صحيحة ودقيقة

التساؤلات التي إعتدت عليها الباحثة في دراستها هي:

- كيف تساهم الإرشادات الإذاعية في غرس الوعي المروري لدى سائقي سيارات الاجرة؟

ويندرج عنه تساؤلين فرعيين هما:

- ما الدور الذي تلعبه الإرشادات الإذاعية في تنمية الوعي المروري لدى سائقي سيارات

الأجرة ؟

- ما هي الاساليب الإذاعية في غرس الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة ؟

المنهج المتبع في هذه الدراسة: وقد اعتمدت علي المنهج الوصفي التحليلي لما يملكه من

مقومات لتلائم مع هذه الدراسة فهو الأسلوب أكثر استخداما في الدراسات الاعلامية .

و نجد أهم الفرضية التي تطرقت إليها الباحثة هي:

- تلعب الإرشادات الإذاعية دور فعالا في تنمية الوعي المروري لدى سائقين

ولقد استخدمت عدة أدوات لجمع البيانات وهي كالتالي:

الملاحظة: تعد الملاحظة من أداة هامة من ادوات البحث العلمي كونها تساعد الباحث على

التعرف عن قرب على الظاهرة التي يدرسها وإعطاء تحليلات وتعبيرات لما يلاحظه من خلال

ربطه بكل جوانب البحث النظرية والتطبيقية

**المقابلة :** لقد استخدمت الباحثة أولاً المقابلة المقننة التي استهدفت بها مقدمي الإرشادات الإذاعية التوعوية المرورية في الإذاعة المحلية بورقلة م أجل معرفة طبيعة تلك الإرشادات و مضمونها وأسس إعدادها .

اما الثانية : المقابلة الغير مقننة إستهدفت بها أطراف الفاعلة لتقليل من حوادث المرور لذا إرتأينا إلى طرح أسئلة عامة نستدرج الأطراف المعنية بالحديث وإعطاء معلومات وحقائق ثم إنتقاء ما يناسب موضوع الدراسة

**الإستبيان:** يعد من الأدوات أساسية من ادوات جمع البيانات التي تتطلبها البحث الميداني في العلوم الإعلامية وهي تستخدم لجمع قدر أكبر من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة

### تهدف الدراسة إلى

- إبراز الدور الفعلي الذي يمكن أن تقوم به الإذاعة كوسيلة إعلامية في غرس الوعي المروري لدى سائقين .
- تطبيق مشروع السلامة المرورية على الطريق وهي أن نصل جميعنا المواطنين وسائقين إلى وعي ومعرفة قواعد المرور .
- نتائج الدراسة :** عن من خلال هذه الدراسة الميدانية على عينة من سائقي سيارات الاجرة تمكنا من إستخلاص النتائج العامة
- أن للعوامل الديمغرافية (السن الحالة الإجتماعية والمستوي التعليمي والخبرة المهنية ) دورا كبير في بناء مثل هذه الإرشادات التوعوية المرورية ومدى إستعاب السائقين لها وفهم مضامينها كما تقدم للباحث تصورا عن خصوصيات واحتياجات الجمهور المستهدف .
- أن الإرشادات التوعوية المرورية تحضي بإهتمام أكبر من طرف السائقين إذا كانت معروضة بشكل يومي على امواج الإذاعة وتكتسي جاذبية كبيرة إذا برمجت ضمن المواعيد الإخبارية لأن هذه الاخيرة تتأثر بنسبة كبيرة من إهتمام المبحوثين .

- أن الإذاعة تنمي الوعي المروري لدى سائقين من خلال بثها لمواضيع التوعية المرورية مصحوبة بنصائح .
- إرشادات تداعب من خلالها وجدان ومشاعر السائقين إتجاه تحمل المسؤولية وإحترام القانون وقواعد المرور .
- بيت نتائج الدراسة فيما يخص الأساليب الانجع في عرض مثل هذه الإرشادات التوعية المرورية إلى أن
- السائقين فضلوا اللغة الدراجة كاللغة رسمية لأنها الأقرب إلى كل فئات المبحوثين و التخويف كالأسلوب الأكثر إقتاعا لانه يخاطب الوجدان ويجعل السائق في حالة من الإنتباه والتركيز .
- تكثيف البرامج التوعوية لأنها تساهم في غرس قيم الثقافة المرورية خصوصا إذا كانت مؤطرة من طرف شخص مختص في المجال لأنه يتمتع بالخبرة .
- فتح مجال امام السائقين في تفعيل هذه الإرشادات التوعوية لأنه يعطي الفرصة في إبداء رأيهم حول واقع حوادث المرور والتطور الحاصل في عملية التقليل منها وبالتالي ساهم هذا بناء تصورا صحيحا لمفهوم الوعي المروري لديهم وهذا ما تهدف إليه دراستنا في العموم .
- وفي ضل النتائج المحصل عليها يمكننا القول أن الإشارات التوعوية حول حوادث المرور المذاعة على الإذاعة الجهوية قد حققت نجاحا معتبرا سواء كان بتعديل أو إكتساب السائقين لسوكيات جديدة.

تعليق على الدراسة :

أن هذه الدراسة طغي عليها جانب الإحصائيات غير أنها أعطت صورة حول نسب حوادث المرور، وأن هذه الدراسة تفتقد إلى خطوات المنهجية للبحث العلمي وأن كلتا الدراستين جوهريهما واحد تركزان على نفس المشكلة وهي المشكلة المرورية، وهذا ما يظهر جليا في دراستنا الميدانية التي تناولت الإعلام الأمني وعلاقته بمستوي الوعي المروري، ولقد استفدنا من هذه الدراسة من مفهوم الوعي المروري.

## الفصل الثاني: الإعلام الأمني

### تمهيد

1. مفهوم الإعلام الأمني
2. أهمية الإعلام الأمني
3. خصائص الإعلام الأمني
4. أهداف الإعلام الأمني
5. وظائف الإعلام الأمني ووسائله
6. إستراتيجية الإعلام الأمني في الإقناع

### خلاصة الفصل

## تمهيد:

في ظل التطور في المجالين الإعلام والأمن، لم يعد الاعلام قادرا على مواكبة التطور العميق والجزري في مفهوم الأمن وفي درجة غنى وتعقد وتطور الحياة الامنية وبالتالي كان لابد من أن ينشأ فرع اعلامي جديد يستجيب لهذه التطورات ويواكبها ويشيع حاجاته وهكذا ظهر مصطلح الاعلام الامني، هذا المصطلح الذي يحمل أهمية بالغة خاصة إذا تعلق الأمر بحياة الإنسان وفي هذا المنطلق فإننا سنعالج هذا المفهوم في الفصل من خلال تحديد المفاهيم بدقة وتعريفات بعض العلماء الإجتماعيين له، ثم أهمية الإعلام الأمني وخصائصه، وثم أهداف الإعلام الامني والوسائل المستخدمة ، وأخيرا إستراتيجية الغعلام الامني في الإقناع.

## 1. مفهوم الإعلام الأمني

لقد تعددت الرؤى حول وضع مفهوم محدد للإعلام الأمني بين جمهور الباحثين وتعرض فيمايلي جملة من التعاريف الاصطلاحية للإعلام الأمني، على أن نلخص بعدها لوضع تعريف اجرائي يتفق مع موضوع دراستنا اعتبر "محمد منير حجاب" أن الاعلام الأمني هو : "هو الطابع الخاص للتحريير الأمني لأنواع الصحفية كالتقرير الأمني أو تحريير الخبير الأمني والتقرير الأمني تماما كما نقرأ عن تحريير الخبر، أو التقرير السياسي أو الاقتصادي والثقافي".<sup>1</sup>

ويرى الدكتور "علي عجوة" أن الإعلام الأمني هو المعلومات الكاملة والجديدة والمهمة التي تغطي كافة الأحداث والحقائق والأوضاع والقوانين المتعلقة بأمن المجتمع واستقراره، والتي يعد إخفاءها أو التقليل من أهميتها نوعا من التعميم الاعلامي، كما أن المبالغة في تقديمها وإضافة اهمية أكبر عليها، وبعد نوعا من التأثير المقصود والموجه لخدمة أهداف معينة قد تكون في بعض الأحوال نبيلة ومنطلقة من مصلحة العامة .

كما عرفها اللواء "ابراهيم ناجي" الاعلام الأمني على أنه مختلف الرسائل الاعلامية المدروسة التي تصدر بهدف توجيه الرأي العام لتحقيق الخطة الشاملة والتصدي للأسباب الدافعة لإرتكاب الجريمة والتوعية بأخطاء ومخاطر الجرائم وإرشاد المواطنين بأسلوب يضمن عدم وقوعهم فريسة للجريمة وكذا تبصير الجمهور بأساليب الوقاية من الجريمة من خلال تدابير مختلفة، و تنمية حسهم الامني.<sup>2</sup>

ومن التعريفات التي قدمها الباحثون لتعريف الإعلام الأمني متعددة، وذلك للجانب الذي ركز عليه كل باحث في تناوله للمفهوم، وتشير إحدى الدراسات إلى أن الإعلام الأمني يعد فرعا من فروع الاعلام المتخصص الذي يهدف إلى اختيار الجمهور أو قطاع معين منه بموضوعات تخص الأمن ويقدم به رجال الأمن ذاتهم كما يقوم به رجال الإعلام إذا كان الأمر يتعلق برجال

<sup>1</sup> منير محمد حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، طبعة 1، (د.م.ن)، 2004، ص61-62

<sup>2</sup> حمدي محمد شعبان، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، مصر، الشركة العربية المتحدة لتسويق والتوريدات، د. ط، 2005، ص44.

الأمنى، وتشير دراسة أخرى إلى أن الإعلام الامني يقصد به كافة الأنشطة الإعلامية المقصودة والمخطط لها وما يتم اعداده من رسائل اعلامية بهدف إلقاء الضوء والتعريف بجميع الجهود والإنجازات التي تحقها الوزارة الداخلية في إطار استراتيجيتها الأمنية الشاملة من خلال كافة وسائل الاعلام والاتصال المختلفة .

ويوضح باحث آخر أن الإعلام الامني لم يعد يقتصر على الاخبار وطبيعة اتصال الرأسي بل إمتد إلى وظائف كثير إخبارية وتعليمية وإرشادية وتوعوية وفق نمط لاتصالات المتبادلة بين ثلاث قطاعات هي الشرطة والإعلام والجمهور .

ولقد عرفه " الحوشان " بأنه نمط إعلامي هادف يخدم الموضوعات والقضايا الأمنية ويهدف إلى سيادة الأمن في ربوع المجتمع ،موجها إلى الجمهور العام والخاص ،مستخدما مختلف الفنون الاعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان ومؤثرات فنية أخرى معتمدا على المعلومات والحقائق والأفكار ذات العلاقة بالأمن التي يتم عرضها بطريقة موضوعية<sup>1</sup>.

كما عرفها "الجني" بأنه نوع من الاعلام المتخصص الهدف والغاية، كل ما يقوم به الجهات ذات العلاقة من أنشطة إعلامية ودعوية وتوعوية يهدف إلى المحافظة على أمن الفرد والجماعة ،وأمن الوطن ومكتسباته في ظل المقاصد والمصالح المعتمدة<sup>2</sup>.

كما يعرفها "المنادي" الاعلام الامني بأنه فن التعبير الذي تمارسه أجهزة الأمن التوجيه الرأي العام في الاتجاه الصحيح من خلال الاداء الجيد والإعلام الصادق من مختلف الرسائل الاعلامية المدروسة التي تصدرها الأجهزة الأمنية بوزارة الداخلية بهدف توجيه الرأي العام نحو تحقيق جوانب الخطة الأمنية المتاحة لإحداث التأثير المنشود في الجماهير بكل فتاتها ،كما

<sup>1</sup> الحوشان بركة زامل، الإعلام الأمني العربي ،ندوة العمل الإعلامي الأمني المشكلات وحلول الرياض جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية 2005 م، ص 11.

<sup>2</sup> الجني ،علي فايز ،الجهود العربية في مكافحة الإرهاب والعولمة الرياض ،جامعة بايف العربية للعلوم الأمنية سنة 2002م ص 32.

يشمل التنسيق مع الجهات التي يرتبط عملها بجهاز الإعلام لإرساء دعائم استقراره، وهو تلك المساحة الإعلامية المختلفة وذلك للإعلام الشامل عن الشرطة كجهاز رسمي متكامل<sup>1</sup>.

كما عرفها "جاسم ميرزا" تلك الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة التي تصدر عن جهاز الشرطة، وتبث عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، ويهدف التوعية والإرشاد وتحسين صورة المؤسسة الشرطة في أذهان الجماهير لتحقيق التفاعل الإيجابي بين الشرطة والجماهير في إطار سياسية الدولة وقوانينها<sup>2</sup>.

ويعرف الإعلام الأمني كذلك بأنه بث الشعور الصادق بالأمن وحق التوجه إلى وسائله وطرقه حتى يحس الإنسان بحقد أنه آمن على حياته ودينه وعرفه فحالة على سائر حقوقه الأساسية دون نهب أو سطوة أو جور<sup>3</sup>.

وعرفه "خضور" أن الإعلام الأمني هو فن التعبير العلمي الذي تمارسه أجهزة الأمن التوجيه الرأي العام في الاتجاه الصحيح من خلال تقديم خطاب اعلامي عربي غني متطور ومقنع<sup>4</sup>.

أما عبد الله 1997 فيفري الإعلام الأمني بأنه النشر الصادق للحقائق والثوابت الأمنية والآراء والاتجاهات المتصلة بثا لمشاعر الطمأنينة والسكينة في نفوس الجماهير من خلال تبصيرهم بالمعارف الأمنية وترسيخ قناعاتهم. بأبعاد مسؤولياتهم الأمنية وكسب مساندهم في مواجهة جرائم وكشف مظاهر الانحراف<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> عبد الرحمان عسيري، العمل الاعلامي الأمني المشكلات والحلول الرياضي، جامعة نايف العربية للعلوم، سنة 2000، ص 31.

<sup>2</sup> جاسم خليل ميرزا، الاعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، القاهرة: مركز الكتاب للنشر، 2006، ص 17.

<sup>3</sup> المعلا محمد خليفة، الاعلام الشرطي في دولة امارات العربية المتحدة، ديسمبر 1995، دار مقدمة إلى ندوة شرطة ومجتمع أبو ظبي، ص 18.

<sup>4</sup> خضور أديب محمد، أولويات تطور الاعلام الأمني عربي واقعة وأفاق خطورة، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ص 06.

<sup>5</sup> عبد الرحمن عسيري، العمل الاعلامي الأمني المشكلات والحلول الرياضي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2000، ص 30.

والإعلام الأمني مسؤولية رجال الإعلام من منطلق مسؤولياتهم الثقيلة الملقاة على عاتقهم وتؤديها هذه الوسائل في إطار وظيفتها الاجتماعية وسياسية في المجتمع حيث أنها مسؤولة مباشرة عن الإسهام في حركة تطور المجتمع والالتزام بغاياته وطموحاته .

كما يرى المؤلف أن الاهتمام بالإعلام الأمني في أي مجتمع هو نتيجة طبيعة لسنة التغيير في الحياة ،وهو دليل تطور ورقي ،بحيث أصبحت الأخبار والمعلومات التي كانت مقصورة على فئة من الناس وهو الفئة الخاصة حقا عاما متاحا للجميع بدرجة متساوية<sup>1</sup> .

الإعلام الأمني من المصطلحات الحديثة التي ذاعت وانتشرت وتبوتت مكانتها بين مختلف الإعلام النوعي ،لاسيما التطور الهائل الذي عرفته الدول ومجتمعات وبما في ذلك وسائل الإعلام المختلفة ،وهو اعلام هادف ،متخصص بمختلف مجالات الامنية إذ يركز جل اهتمامه على التعمق في الجوانب الأمنية ،لزيادة فاعلية العملية الاعلامية بجميع مستوياتها ذو طابع حساس إذ ما تعلق الأمر بقضايا الجريمة والإرهاب و ذو طابع توعوي وتنقيفي إذ ما تعلق الأمر بتنظيم حركة المرور والأمن المروري<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> العميد، د. بركة بن زامل الحوشان، الاعلام الأمني العربي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية،2005، ص 12.

<sup>2</sup> حمدي محمد شعبان ،الاعلام الامني وادارة الأزمات والكوارث، مصر: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، د. ط،2005 ص 46 .

## 2. أهمية الإعلام الأمني

تكمن أهمية الاعلام الأمني في أنه لا يقف عند حد نقل المعلومات الأمنية الصادقة إلى الجمهور فقط ،بل تسعى إلى تأسيس وعي أمني يثري الروح المعنوية والمادية بكل مقومات النجاح التي تكفل الالتزام بالتعليمات والأنظمة من أجل أمن وسلامة الإنسان في شتى المجالات الحياة، الامر الذي أوجب تأصيل وتعميق التعاون والتجاوب مع مختلف قطاعات الدولة لخدمة واستقرار هذا الأمن<sup>1</sup>

كما تتضح أهمية الإعلام الأمني في كونه إعلام موضوعي دقيق يقدم المعرفة الأمنية إلى الناس، بهدف الرفع من درجة الوعي الأمني، وخاصة في المجتمعات النامية التي تحتاج إلى تحسين الواقع نحو الأفضل والتعرف على مشاكلها الحقيقية في المجال الأمني مما يزيد من قوة المشاركة الجماهيرية في خدمة قضايا المجتمع الأمنية، إضافة الى ذلك يكسب الاعلام الأمني أهمية كذلك من جوهره المتمثل في الامن والأهمية الحيوية لهذا الأخير في حياة الشعوب واستقرارها وقدرتها على الازدهار واتساع نطاقه ليشمل كل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ذلك لأن الشعور بالأمن يدفع الفرد إلى العطاء<sup>2</sup> المثمر والاسهام في حركة البناء والتقدم ،وتظهر أهمية وجود الإعلام الأمني في عجز أي جهاز أمن عن القيام بمفرده بمهمة توفير هذا الأمن وحمايته ،وحاجة الأجهزة الأمنية إلى تعاون المواطنين معها، ضرورة تكامل جهود الأجهزة الامنية مع المواطنين المقيمين لتكون في خدمة أمن الفرد والمجتمع<sup>3</sup>.

كما تزداد أهمية الإعلام الأمني في ظل التنامي الواضح لمعدلات الجريمة والارهاب الذي يتعرض له المواطن من الداخل والخارج معا ،الأمر الذي يتطلب ربط المواطنين بهموم بلادهم

<sup>1</sup> أحمد محمد شعبان، مرجع سابق ذكره ،ص 46.

<sup>2</sup> جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، العمل الاعلامي الامني المشكلات والحلول، د. ط ، الرياض، مركز الدراسات العربية، 2005 ص 14.

<sup>3</sup> جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، مرجع سابق، ص 14.

وإطلاعهم على الحقائق الكاملة حول سلامتهم وتوعيتهم بغرس المفاهيم الأمنية حيث تتجسد أهمية الإعلام الأمني في غرس تلك المفاهيم الأمنية لدى الأفراد بهدف حمايتهم من الخروج على السلوك الإيجابي من ناحية وبث الطمأنينة والاستقرار من ناحية أخرى فمع ازدياد خطورة الجرائم تظهر أهمية الإعلام الأمني في مهمته الوقائية من الجريمة والوعي الأمني بجانب المجتمع العديد من المآسي<sup>1</sup>.

وقد ذكر الحوشان حول أهمية الإعلام الأمني بأنه يستمد أهميته بشكل عام من حيث الشعوب والدول على اختلاف درجات وعيها وتطورها كما يزيد من الارتباط بين مجال الأمن ووسائل الإعلام، حيث يعد غياب هذا الارتباط سببا رئيسيا لفقد المجتمع عنصرا مهما من العناصر المطلوبة لوعيه وتقدمه بل يصبح هو ذاته مهددا أولا لأمنه في ظل غياب المصادقية والتحقق من مصدر المعلومة الامنية<sup>2</sup>

إضافة إلى ما قد ذكر حول أهمية الإعلام الأمني لنا أن نضيف لتلك الأهمية ضرورة أخرى من ضروريات هذا الإعلام التي لا تقل أهمية عن سابقتها وهي أهمية الإعلام الأمني المروري بالأخص لتوعية الجمهور بالتدابير الوقائية التي تقي الفرد من الحادث وتحضنه والعمل على اقناعه بأهمية الأمن والأمان في حياة أبناء المجتمع وكذا تعريف الجمهور بالأنظمة والتعليمات وبقواعد السلامة المرورية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عصمت عدلي، مدخل إلى التشريعات الإعلامية والأعلام الأمني، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، دط، 2005، ص 250.

<sup>2</sup> تركي بن صالح عبد الله الحقباني، مدى اسهام الاعلام الأمني في معالجة الظاهرة الإرهابية: دراسة تحليل محتوى لعدد من الصحف المحلية اليومية السعودية، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات العليا، 2006، ص 17.

<sup>3</sup> مذكرة مكملة لشهادة ماجستير علوم الاعلام والاتصال والعلاقات العامة، الاعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009، ص 63.

### 3. خصائص الإعلام الأمني

يتسم الاعلام الأمني بجملة من الخصائص التي تميزه عن أي نوع اعلامي ذو نوع آخر وتباينت المصادر التي يستمد منها الاعلام الأمني خصائصه وسماته ،حيث يمكن له أن يستمد خصائصه من مجالات عديدة كالموضوع الامني ،والحدث الأمني والجمهور وغيرها ،ونعرض فيما يلي خصائص الاعلام الأمني حسب دكتور أديب خضور :

**3-1 الموضوع الأمني:** يتميز الموضوع الأمني بالعديد من الجوانب التي انعكست تأثيرها على الاعلام الأمني بشكل عام منها :

- الموضوع الأمني حساس جدا بسبب ارتباطه بوجود الفرد والجماعة .
- يعكس الموضوع الأمني ويجسد جميع التطورات والتغيرات التي تحدث في مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والفكرية
- أنه موضوع ذو عمق في الواقع والمجتمع ،ويحتاج إلى قدر كبير من المعارف الفهمية ومن ثم معالجته
- أنه أنه مفتوح للنقاش لأنه يهم الجميع ،ولكن جهة اتخاذ القرار بشأنه محددة

**3-2 الحياة الامنية:** أو المجال الأمني وهي المرآة العاكسة للمجتمع الذي توجد فيه ،فكلما ضاق مفهوم الامن ،ضاقت الحياة الأمني واغتنت كلما اتسع ،وبإتساع الأمن اتسعت حدود الحياة الأمنية فأصبح الموضوع الأمني غنيا ومتنوعا، ومعينا بالكثير من المجالات ليتوسع كذلك الجمهور المعني بالموضوع الأمني ولقد انعكس مجمل هذا التطور في الاعلام الأمني ،الذي تتجسد مهمته الأساسية في رصد ومواكبة الحياة الأمنية<sup>1</sup> .

**3-3 الحدث الأمني :** يتسم الحدث الأمني بجملة من الخصائص التالية :

- الايقاع السريع ،والحركة المفاجئة والتطور العاصف والمذهل .
- يتعلق بالجوانب السلبية في حياة الفرد والجماعة والمؤسسة.

<sup>1</sup> أديب خضور، الاعلام الأمني، دمشق:المكتبة الجامعية، د. ط (د. م. ن)، 2002، ص ص 50-59.

- يمتلك الحدث الأمني قدرا من الجاذبية والإثارة تدفعان صاحبه إلى إخفائه
  - محاولة غالبية الجهات المعنية بالحدث الأمني إخفائه والتعتيم عليها والصمت عنه<sup>1</sup>.
- وهناك من يضيف إلى تلك الخصائص خصائص أخرى كالوسيلة الاعلامية الامنية مصادر الاعلام الأمني ،جمهور الاعلام الأمني والكادر الأمني الذي تتوقف عليه مهمة اعداد الرسائل الاعلامية الأمنية .

بحيث يمكن التمييز في اطار ذلك بين ثلاث أنواع من وسائل الإعلام الامني تختص الأولى ذات الطابع الرسمي بالرتابة في انتقاء المواضيع وطرق عرضها ،أما الوسيلة الثانية ذات الطابع التجاري تتميز بقدر كبير من الحيوية في تحريرها ومصادرها، والوسيلة الثالثة نحاول إقامة نوع التوازن بين المسؤولية الاجتماعية والمواضيع الأمنية .

أما عن خصائص مصادر الاعلام الأمني فتعتبر المصادر الرسمية مصادرا رئيسية للاعلام الامني وقد تكون الوحيدة أحيانا وتتمتع بقدر كبير من الرسمية وبالتالي المصادقية غير أنها تخضع لقواعد عمل كثيرا ما تجعلها متحفظة أما المصادر الخاصة فتتمثل في الأشخاص والجهات المعنية بالحدث الامني ،إضافة إلى الخبراء والمختصين نظرا لشمولية وعمومية الموضوع الامني لاستعانة بهم لإلقاء الضوء على الحدث الأمني<sup>2</sup> .

كما يتسم جمهور الأعلام الأمني هو الآخر كخاصية من خصائص الاعلام الأمني بسمات تتمثل في تنوعه، وكثرته تتاين حاجاته، وتفاوت درجات تركيز فئاته وكأخر خصائص الاعلام الامني نذكر الكادر الاعلامي الامني أن يكون ذو تأهيل إعلامي آمن وأسلوب اعلامي متخصص.

ويمكن تقييم خصائص الاعلام الأمني إلى اثنتين ،خصائص الامني الخاصة التي سبقت إليها الإشارة من خصوصية الحياة الأمنية والحدث والموضوع الامني وغيرها من خصائص العامة فالإعلام الأمني باعتباره اعلام متخصص يمثل الأمن جوهره وصلب

<sup>1</sup> تركي بن صالح عبد الله الحقباني، مرجع سابق، ص 20.

<sup>2</sup> جامعة نابف للعلوم العربية الأمنية، مرجع سابق، ص 43- 47.

اهتمامه فهو بذلك اعلام لابد أن يتوفر على خصائص كثيرة من أبرزها نذكر أنه اعلام هادف للتأثير في الآخرين و اعلام صادق المحتوى ،ومتعاون مع مختلف الوسائل الاعلامية اعلام ايجابي هادف لتحقيق التفاعل الايجابي أن يكون فعالا من خلال التوعية والإرشاد وتحسين صورة المؤسسة الأمنية من جهة أخرى ، من خلال الرسائل الصحيحة وأخبار الصادقة التي تسعى لتحقيق أهداف الوعي الامني<sup>1</sup>.

#### 4. أهداف الاعلام الأمني

إن الاعلام الامني يستهدف هدفا رئيسيا فهو مساعدة جهاز الأمن في أداء رسالته ولتحقيق ذلك فإن الاعلام الأمني يسعى نحو أمرين أساسين : يتمثل أولهما في زيادة التأثيرات الايجابية للإعلام التي تصب في صالح الرسالة الامنية ،اما الاخر يتمثل في مكافحة الاثار السلبية التي تضر بالمجتمع وأمنه حيث إن بمقدور الاعلام الأمني أن يساهم في تحقيق أهداف بواسطة استثمار الاعلام وذلك بالمبادرة ببث ونشر الحقائق عن الأمن ومن خلال توفير المعلومات الأمنية التي تضمن للجمهور حق المعرفة فيما يدور حوله من قضايا المجتمع الامنية ذات الصلة بحياته في الحاضر والمستقبل وقضايا المجتمع ومشكلاته<sup>2</sup>

بمعنى تحقيق الامن الاعلامي أي انسياب وتدفق المعلومات الصحيحة للمواطن وأجهزة الاعلام عبر قنوات شرعية مسؤولة وبأسرع وقت ممكن بما يكفل قطع الطريق على أية معالجات مغرضة او تأويلات لا تحتملها الظروف الدقيقة علي المستوي المحلي والإقليمي<sup>3</sup>

<sup>1</sup> يزيد عال سعود، دور الاجهزة الإعلامية في التعامل مع الأزمات الأمنية ، دراسة تطبيقية على أجهزة الإعلام السعودي من وجهة نظر القائمين عليها، رسالة ماجستير في العلوم الإدارية، الرياض، 2007، ص 49.

<sup>2</sup> امنة حمراني رسالة ماجستير في العلوم اعلام واتصال والعلاقات العامة ،الاعلام الامني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009، ص 70.

<sup>3</sup> عصمت علي، مدخل الي التشريعات الاعلامية و اعلام الامني، د. ط، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 225.

فان حجب المعلومات الصحيحة عن الاعلام يؤدي الي اعتماد علي الاقاويل الخاطئة او المبالغ فيها بدلا من الحقائق التي تمثل اجهزة الامن مصدرا موثوقا لها ليؤدي دور نقل الحقيقة للجمهور. وكل ذلك في سبيل الوصول الي الرسالة الامنية وهناك أهداف اخري منها

**4-1 أهداف تثقيفية:** وترتبط بنشر الثقافة الامنية والعرض الموضوعي. للأحداث الأمنية والقضايا ذات العلاقة هدف تحقيق تأثير تلقائي ايجابي يحقق تفاعل الرأي العام مع هذه الأحداث والقضايا أولا ، بأول دون ما حاجة اتساق المعلومات من مصدر غير موثوق<sup>1</sup> .

**4-2 أهداف توجيهية :** ويتم ذلك من خلال التأثير على الرأي العام بته اتجاهات أمنية وتنمية مهاراتهم لتفعيل دورهم الوقائي ومشاركتهم أجهزة الأمن في قيامها بل ورءها الضبطي أو العلاجي.

**4-3 أهداف ترفيهية :** ويقصدها الاعلام عن الأنشطة ذات الطابع الترفيهي التي خلق مشاعر الود والألفة بين رجال الأمن والجمهور مثل : تنظيم مسابقات ترفيهية بين الشرطة وأفراد المجتمع ،مثل طلاب الجامعات والمدارس والكليات ،الأمر الذي يؤدي إلى كسر الحاجز النفسي بين الشرطة كجهاز وبين أفراد المجتمع وطوائفه<sup>2</sup> .

**4-4 أهداف اجتماعية :** تتمثل في نشر الرسائل الاعلامية التي تحث على حماية الأخلاق والقيم ورعاية السلوك الاجتماعي ،وتحصين المجتمع ضد الجرائم ،وترسيخ الوازع الديني الذي يعد من أقوى خطوط الدفاع ضد الجريمة وتأكيد قيم التأخي فيها ابرز سيمات تماسك المجتمع واستقراره .

**4-5 أهداف توعوية :** يمكن تحقيقها من خلال نشر الحقائق الأمنية وتقديم العون للأجهزة الأمنية وتوثيق العلاقة بين الجمهور وتلك الأجهزة ،ويؤدي كل منهما الدور المنوط به دون مساس بدور الآخرين بما يحقق العدالة وتبصير الجمهور بحقائق الموقف .

<sup>1</sup> جامعة نايف للعلوم العربية الأمنية، مرجع سابق، ص 18.

<sup>2</sup> أمنة حمراني، مرجع سابق، ص 18.

#### 4-6 أهداف الوقائية : يمكن تحقيق الأهداف من خلال التوعية المستمرة للأفراد<sup>1</sup>

لكيفية تدبير الحفاظ على أمنهم وسلامتهم وسلامة ممتلكاتهم ليتسنى لهم تضيق النطاق والحيوية دون ارتكاب الجرائم ،وبل يتعدى ذلك إلى توعية الجمهور بأساليب درء المخاطر وأضرار الكوارث بأنواعها وتعريف الجمهور بالمجهودات التي يقوم بها أجهزة الامن لتحقيق الهدف الوقائي من خلال دوريات ،والحراسات ،ومراقبة وتنظيم المرور وغيرها<sup>2</sup> .

4-7 أهداف اقتصادية : وتتمثل في الحفاظ على أموال وممتلكات الجمهور والمواطنين ،من خلال تعميق الوعي الأمني لديهم لتجنب وقوع الحوادث فيما يتعلق بسرقة السيارات والمنازل والمتاجر وتبصير المواطن بأساليب وطرق تنفيذ هذه الجرائم وكيفية الوقاية منها محققة بذلك الحفاظ على اقتصاديات المجتمع<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> تركي بن صالح عبد الله الحقباني، : دراسة تحليل محتوى لعدد من الصحف الكلية اليومية السعودية، رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم العربية الأمنية، مركز الدراسات العليا، 2006، ص 16 .

<sup>2</sup> تركي بن صالح عبد الله الحقباني ،مرجع سابق ،ص 17 - 18

<sup>3</sup> جاسم خليل ميزارا ،الاعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، ط 1 ،مركز الكتاب للنشر، 2006،ص 24 - 25 .

## 5. وظائف الاعلام الأمني ووسائله

### 1-5 وظائف الاعلام الامني :

عندما نريد تحديد الوظائف التي يجب على الاعلام الأمني القيام بها لتنمية الوعي الامني نجد أنه مطالب في إطار أدائها بتقديم مضمون الإعلامى ينمي الوعي الأمني ويشمل كافة المعارف والعلوم والخبرات ذات الاتصال بالجوانب الامنية المختلفة لتتمكن الوظائف أن تلامس الاهداف المسطرة مسبقا ويمكن من بين الوظائف العديدة العامة منها والخاصة للإعلام الامني نذكر مايلي :

أ. **الوظائف العامة** : وتتمثل في تلك الوظائف المتعلقة بالاعلام بشكل عام وباعتبار الاعلام الأمني هو أحد أنواع الاعلام المتخصصة بالجانب الامني ففي سبيل تحقيق الرسالة الاعلامية الامنية يمكن أن تنطبق عليه الوظائف العامة للإعلام .

ب. **الأخبار و الأعلام** : تتمثل هذه الوظيفة فيما يمكن للأجهزة الاعلام الأمني أن تساهم به من خلال الاعتماد على وسائل الاعلام التي تضمن تدفق المعلومات الصحيحة للمواطنين ووسائل الاعلام حول مختلف المسائل ،عبر القنوات الأمنية المسؤولة وبأسرع و وقت ممكن ،وبما يقطع الطريق على الاشاعات المفرضة أو المعالجات والتأويلات الخاطئة للوقائع والأحداث<sup>1</sup>.

ج. **التثقيف والتنشئة الاجتماعية** : إن وظيفة التثقيف والتنشئة الاجتماعية تنطوي على التوعية وبث روح المسؤولية ويمكن للاعلام الأمني تنمية الثقافة الامنية عن طريق الاذاعة ونشر كل ما من شأنه تبصير الجماهير بواجبها نحو اجراءات النشاط الاجرامي

<sup>1</sup> بركة بن زامل الحوشان، الاعلام الامني والأمن الإعلامي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، ط 1 الرياض، 2004، ص

د. التوجيه والإرشاد : وهي وظيفة اقناعية يحتاج فيها القائم بالاتصال إلى منهج خاص يقوم على الدليل والبرهان ،ويهدف هذه الوظيفة إلى تكوين المواقف واتجاهات والمساهمة في تحصين المجتمع وبالأقيم وذلك بإيجاد مناخ أمني صحي .

هـ. الترفيه : وهي وظيفة هامة تخفف العبئ عن النفوس والعقول من خلال ما تقدمه من مواد ترفيهية هادفة شريطة أن تخلو مظاهرين موادها من كل ما من نشنه أن يسبب الخلل الامني وذلك وفق لشروط محددة منها الابتعاد عن تجريح الأشخاص أو انتقامهم مع خلو الترويج والتسلية في الأمور الشرعية أيا كان نوعها .

و. الاعلان :وهي وظيفة لا ترتبط فقط بالإعلان التجاري ،فالإعلان غير التجاري في المجال الامني يتمثل في الاعلان عن بعض الاجراءات الجديدة المنظمة للإهمال الأمنية المرتبطة بمصالح الناس ،أو العقوبات التي تم تنفيذها على منتهكي حرمة الناس والإعلان عن مفقودين ...<sup>1</sup>

ز. وظائف خاصة : وتتمثل في تلك الوظائف التي تختص بها الأعلام أمن كنوع اعلامي متخصص يختلف في مجالاته عن باقي أنواع الاعلام العام ،ونذكر منها على سبيل المثال الوظائف التالية<sup>2</sup> :

ح. التعاون مع الأجهزة الاعلامية : يظهر ذلك العمل المتضافر بين الأجهزة الأمنية والإعلامية من خلال متابعة ما تبثه وكالات الانباء العربية وأجنبية وشبكة الانترنت بواسطة فريق متخصص من عناصر الاعلام الأمني اضافة إلى اعداد الحملات الصحفية الهادفة لمواجهة الظواهر الاجرامية والحوادث المرورية أو كل ما من شأنه أن يهدد الامن من قريب او من بعيد والعمل على اعداد البيانات والأخبار الاعلامية التي تتناول جوانب أمنية وإخطارها لكافة وسائل الاعلام المحلية والأجنبية بالتنسيق مع كافة وسائل الاعلام الوطنية.

<sup>1</sup> بركة بن زامل الحوشان ، مرجع سابق ،ص 89.

<sup>2</sup> جاسم خليل ميرزا، الاعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، ط 1، (د . م . ن)، مركز الكتاب للنشر، 2006، ص 28 .

ط. دعم الأجهزة الأمنية : إختبار الكفاءات الجيدة للعمل فيها مع اهتمام بتوفير التدريب المناسب والجيد للكفاءات ،ويصادف إلى هذا الدعم الأجهزة الامنية رصد الظواهر الإجرامية على الصعيد المحلي والدولي وتحليل واستخلاص النتائج بأسلوب الحس الأمني ودعم اتخاذ القرار<sup>1</sup>.

ي. الاهتمام بفئات الجمهور الداخلي والخارجي : بدعم التواصل بين أبناء الجهاز أمني والوقوف على مشكلاتهم الوظيفية أو الشخصية لرفع روحهم المعنوية وتعميق روح الانتماء لديهم ،اعداد الدوريات والنشرات ،وتتبع الشكاوي وأراء المواطنين المنشورة والمذاعة عبر وسائل الاعلام ،ودعم العلاقة بين الجمهور والأجهزة الأمنية من خلال انتاج أعمال فنية راقية<sup>2</sup>.

5-2 وسائل الاعلام الأمني : يمكن تميز بين ثلاث أنواع من هذه الوسائل

أ. وسيلة اعلام الأمني ذات الطابع رسمي : تتميز بالفترة على الجمود والرتابة والنمطية في اختبار الاحداث والمواضيع وأساليب معالجتها وطرق تقديمها وعرضها ،كما تتميز باختصار اعتمادها على المصادر الرسمية وبافتقارها إلى ابداع والحيوية والجاذبية .

ب. وسيلة اعلام أمني ذات طابع تجاري : تتميز بقدر كبير من الحيوية والإثارة وجاذبية في تحريرها وإخراجها.وفي تنوع مصادرها ،وكذلك في معايير اختيارها لموادها ولكنها غالبا ما تتمتع بقدر أقل من الاحساس بالمسؤولية الاجتماعية لقضايا الجريمة وانحراف والأمن عموما .

ج. وسيلة اعلام أمني موازنة : تحاول أن تقيم نوعا من التوازن بين المسؤولية الاجتماعية في تناول المواضيع والأحداث والظواهر الامنية وبين متطلبات فن التحرير الاعلامي وضرورة استخدام الأساليب والفنون القادرة على إيصال المادة الاعلامية الأمنية إلى الجمهور بهدف

<sup>1</sup> تركي بن صالح عبد الله الحقباني، مدى مساهمة الاعلام الامني في معالجة الظاهرة الارهابية، مرجع سابق، ص 24.

التأثير فيه ،ودفعه لمشاركة والقيام بدور فعال في تحقيق الأمن والتوعية مرورياً بسلوك التصرف السوي بحيث التزامه بقواعد السير الحسن<sup>1</sup>.

وذلك عن الوسائل التي يتعمدها الاعلام الأمني عموماً ،أما عن الوسائل الخاصة وإن أخذنا من الجزائر كمثال عن ذلك وإن أردنا تخصص أكثر وحصرتنا مجال الاعلام الأمني والإعلام الأمني المروري كأحد أنواع الاعلام الأمني فإنه يعتمد على الوسائل عديدة لضمان أقصى قدر من التوعية المرورية ،فأسابيع المرور هي وسيلة توعية مرورية تنظم طرق المديرية العامة للأمن الوطني مرة أو مرتين في السنة في كل ولاية أو ولايتين من الوطن .

فإنه بإمكاننا القول أن امكانيات الاعلام الأمني ووسائله في الجزائر تبقى جد متواضعة مقارنة مع دول أخرى كالخليج العربي مثلاً إضافة إلى محدوديتها

فعلى سبيل المثال نجد أن برامج التوعية الأمنية خاصة المرورية تنحصر في أسابيع الاعلامية مواعيدها القليلة ،مطويات والمنشورات، الملصقات، الأبواب المفتوحة إضافة إلى بعض الندوات ويبقى الاعلام الأمني في بلادنا سائراً في طريق النمو باعتباره ،حديث النشأة وباحثاً عن تطورات وفضاءات أوسع<sup>2</sup> .

## 6. استراتيجية الاعلام الأمني في الإقناع :

لقد ظهرت الدراسات والتجارة التي أجريت في ميدان الاتصال أن لوسائل الاعلام أثر واضح على أفكار واتجاهات وسلوك الجماهير (إذا استخدمت استخداماً رشيداً)، ولا يقتصر دور هذه الاتجاهات بتدعيمها أو تبديلها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الاعلام والأمن، ط 1، الرياض، 2006، ص 44.

<sup>2</sup> رسالة ماجستير، الاعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة وتطويره، مرجع سابق، ص 70.

<sup>3</sup> يزيد آل سعود، دور الأجهزة الأمنية في التعامل مع الأزمات الأمنية:دراسة تطبيقية على أجهزة الاعلام السعودي بين وجهة نظر القائمين عليها، رسالة ماجستير في العلوم الادارية، رياض، 2007، ص 43 .

لما كان التفاعل السلوك أحد الخصائص المميزة للنشاط الإتصالي، كان على الباحثين أن يدرسوا الظاهرة الاتصالية الإعلامية في وضعها الديناميكي التفاعلي مع العوامل والمتغيرات الأخرى التي تؤثر فيها وتتأثر بها فوجب دراسة :

- التكوين النفسي والاجتماعي والحضاري للأفراد .
- المحددات الفردية لسلوك الانساني وتشمل (الإدراك،الدافعية، التعليم،الاتجاهات شخصية وميكانزمات الدفاع عن الذات<sup>1</sup> .

وأن مثل هذه الدراسات تعد أساسية من أجل بناء رسالة الاعلامية الإقناعية فيقدر النجاح في التخطيط لبناء الرسالة الاعلامية تكون الاستجابة والتخطيط لها يبدأ باختيار المداخل الأساسية للإقناع المتلقي بالفكرة أو الاتجاه أو السلوك<sup>2</sup> .

ولقد اثبتت الدراسات أنه لنجاح الرسالة الإقناعية لابد أن تتوفر شروط أو عوامل معينة لذلك.

### 6-1 عوامل المداخل :

متغيرات المدخل متغيرات مستقلة يمكننا التحكم فيها ،وهي متغيرات التي تم استنباطها من نموذج لاسويل للاتصال :من يقول ؟ ماذا يقول ؟ بأية وسيلة ؟ لمن ؟ وبأي تأثير ؟ وهي متغيرات :المصدر الرسالة ،الوسيلة ،المتلقي والغاية وقد قسمها مايك غاير " mac guire " إلى متغيرات فرعية لاستخدامها في الحملات الاتصالية العمومية<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> جاسم خليل ميرازا، الاعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، ط 1، مركز الكتاب للنشر، 2006، ص 24 - 25 .

<sup>2</sup> عبد المالك ملولي، أساليب اقناع عند رسول الله صلى الله عليه وسلم، مذكرة لنيل شهادة ماجستير بقيم الدعوة والاعلام اتصال، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2006/2005، ص 101 .

<sup>3</sup> وليام ماك غاير، الأسس النظرية للحملات، ترجمة سعيد بومعيزة،المجلة الجزائرية للإتصال، ع 11 و 12 ،(ربيع، صيف 1995)، ص 73 .

أ. العوامل المرتبطة بالرسالة :

- تقديم المعلومات والحقائق الثابتة : يرى ويلبرشرام أن الاعلام يساعد على ادخال التغيير في المجتمع من حيث أنه الوسيلة الوحيد الأكثر نجاحا لنشر المعلومات بين الناس واقناعهم بضرورة التغيير<sup>1</sup>.

إن أول خطوة يمكن أن يقوم بها الإعلام في هذا المجال تتمثل في تكوين معرفة كافية حول المشكل المطروح لتوعية الجمهور وتكوين رأي عام حول المشكلة وأن الإكتفاء بتقديم المعلومات فقط في عملية الإقناع لا يعتبر كافيا وإنما يعتبر خطوة أولى في طريقة الإقناع<sup>2</sup>

- جاذبية الرسالة : وهي التي تشد انتباه والتحريض على متابعة الرسالة فهي من أول مراحل الحملات الاعلامية والإعلانية الناجحة بحيث تمر ب :

- جذب الانتباه .
- ايقاظ الاهتمام إلى محتوى الرسالة
- حث المتلقي على تقبل محتوى الرسالة<sup>3</sup> .

أما الدراسات في مجال الاتصال الاجتماعي فثبتت أن النداءات السلبية تتحصن أحيين من النداءات الإيجابية على وعود اللفظية لمتابعة الرسالة أو على أدلة عن متابعة الفعلية لتعليمات، إلا أن النداءات الإيجابية هي في الواقع أكثر فعالية فيما يتعلق بتذكر الرسالة ومتابعتها بالفعل<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> زهير حدادان، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د. ط، 1991، ص 85.

<sup>2</sup> سهام العاقل، الإتصال الاجتماعي في الجزائر، دراسة حول فاعلية الإعلام لوقاية الشباب من المخدرات،(دراسة تحليلية ميدانية ) مذكرة لنيل درجة الماجستير قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1988، ص 233.

<sup>3</sup> طاهر محسن القلمي، أحمد شاكر العسكري، الإعلان مدخل التطبيق، دار وائل، ط 1، 2003، ص 157 - 160.

<sup>4</sup> وليام ماك غاير، مرجع سابق، ص 77.

وقدم علماء النفس بعض الاقتراحات حول كيفية إثارة الوعي المروري فإن كنت من الاعلاميين المكلفين بإنتاج مواد اعلامية خاصة بالتوعية المرورية فدع المعاقين بفعل حوادث المرور يتحدثون عن أنفسهم فذلك يعزز مصداقية الرسالة وفعاليتها ،لكن مع الحذر من الكلمات السلبية مثل : عاهة واعاقة ،إذن إن الخوف والصور السلبية لها أثر كبير على نفسية الأفراد في حين أن الاعلانات الايجابية بنيت قوتها في إمكانية نقل المعلومات الجوهرية وخاصة فيما يتعلق بالمحفز<sup>1</sup>.

- أسلوب الإتصال : ويدخل فيه جانب الشكلي مثل سرعة الإلقاء ،اللغة المستعملة اسلوب الاقناع ،فسرعة الإلقاء كأحد متغيرات الأسلوبية تشير إلى علاقة عكسية مع الأثير الاقناعي حسب المعطيات الأميركية ،فعندما تقدم الرسالة بوتيرة إلقاء عادية (حوالي 150 كلمة في الدقيقة) ،وتكون أثر إقناعي أقل ما هو في حالة تقديم نفس الرسالة بوتيرة بطيئة (100 كلمة في الدقيقة) ،وتكون أكثر فعالية عندما تعرض الرسالة بوتيرة (200 كلمة في الدقيقة) فالشخص الذي يتكلم بسرعة لا يحرص أكثر على تغير المواقف وحسب وإنما ينظر إليه أيضا كعارف أحسن لموضوعه<sup>2</sup> . غير أن سرعة كبيرة قد تؤدسي إلى عدم فهم الرسالة الذي اعتماد على سرعة متوسطة في الإلقاء .

إن عملية الفهم من أهم الاستجابات المؤدية للإقناع لذا يشترط على المرسل استخدام رموز سهلة في بناء الرسالة، وإلا سيفشل الاتصال ويصبح سببا في جعل مثله يعطي تأويلات خاطئة عن محتوى الرسالة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> نبيلة بوخيزة، الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ديسمبر 1995، ص 176.

<sup>2</sup> وليام ماك غاير، مرجع سابق، ص 77.

<sup>3</sup> الموقع: p 37 . 1998 . Arcand richard .bourdoy .nicol.la communication .efficace.ed.deboeck umiver site paris.

أما عن أسلوب الإقناع فيرى ميشال لوني أنه يفضل الابتعاد عن الأسلوب الوعظي الأخلاقي فبدل التركيز على الاوامر والتوصيات والقرارات التي تتخذ في محاربة مشكلة من مشكلات الاجتماعية والتي تجعل من وسائل الاعلام مجرد بوق للقرارات الجديدة ،يفضل تقديم الى الحجج والبراهين العملية المقنعة .

حيث توصلت الدراسة التي قام جاك دوران "J.dourand" حول شروط العملية الاتصالية الفعالة في مجال الوقاية من حوادث المرور في سنة 1974 على عينة مكونة من 46 شخصا، أن الرسالة الأخلاقية تأتي في آخر الترتيب تليها الرسالة التسلطية، في حين أن الرسالة التي تعتمد على الأسلوب العلمي في إقناع نالت الأفضلية لدى المبحوثين ويقدم ميشال لوني الإدمان على الكحول وحماية اللغة الفرنسية كمثال للموضوعية التي يصعب فيها قاعدة الأسلوب المدح واستبعاد أسلوب الصارم والأخلاقي والإرشادي<sup>1</sup>.

إلى جانب ذلك هناك اساليب أخرى منها: الفكاهة والإجراءات الجنسية أسلوب العرض مثل التكرار .

**6-2 عوامل المصدر :** إن المتغيرات عن المصدر في الاتصالات الإقناعية لها صلة لخصائص ولا تتعلق بالشخص الذي يبني الرسالة بل تتعلق بالشخص الذي يقدم الرسالة ،هناك الكثير من الأبحاث التي أنجزت في تحديد ما إذ كان الأثر الإقناعي مرتبطا إما لا بالتغيرات مثل خصائص الديمغرافية (السكان ،النوع ...) والخصائص السوسولوجية (السلطة ، الوظيفة ...) <sup>2</sup>.

إن اختبار المصدر المناسب من الشروط الضرورية والهامة لنجاح الحملة أو العملية الإقناعية فيرى كل من هو فلاتد وجاني وكيلي أن فعالية الاتصال الإقناعي تخضع لثقة الممنوحة

<sup>1</sup> الموقع :37 p .cit .op .michel .lenet ، 15/02/2016 ، 25:15

<sup>2</sup> وليام ماك غاير، مرجع سابق، ص 75.

للمصدر من طرف الجمهور المتلقي، وبالتالي يتم تأويل الرسالة تبعا للتقدير الذي يوليه المتلقي للمصدر. وقد كشفت إحدى الدراسات التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية عن العوامل التي جعلت المشاهدين يفظلون مديعا عن سواه، ومن خلال إجابات الباحثين كان من أهم الأسباب هي:

- لأنه جعل مشاكلهم تبدو أسهل .
  - لأنه المذيع الذي احبوا ان يعرفو عنه مزيدا من المعلومات .
  - لأنه يبدو تماما كما لو كان من أصدقاهم اليوميين
  - لأنه جعلهم يشعلون بالإرتياح والرضا لأنه متمكن من القواعد المهنية في حرفته.
- ويتوافق هذا مع قول محمد الغزوني "لكي تقنع الناس فيجب أن تكسب ثقتهم من خلال المصداقية والإستمرارية<sup>1</sup> .

كما أختبر الباحث "نيسبت" ستة أفلام إقناعية حول ضرورة وضع حزام الأمن شارك في تقديمه نجمان سينمائيان، فكانت النتيجة أن رفضت هذه الرسائل بالرغم من الإستعانة بالمشاهير، هذا لان طبيعة الموضوع لا تستدعي ذلك، ولأن المشكلة الجادة تتطلب حولا جادة ايضا، وكذلك الشأن بالنسبة لدراسة "بلومغراف" و"شونمان" التي اختيرت نوعين من الرسائل الخاصة لحزام الأمن احدهما درامية استعانت بالممثلين والأخري مهنية استعانت بالمختصين وحسب نتائج الدراسة كانت المصادر المختصة أكثر مصداقية<sup>2</sup> .

### 6-3 العوامل المرتبطة بالوسيلة:

تأتي أهمية الوسيلة لأنه بإمكانها أن تكون موصلا جيدا او غير ذلك وهنا تمازجا بين الرسالة الإعلامية والوسيلة الإعلامية التي توصل هذه الرسالة حيث يقول "ماكلوهان" الوسيلة هي

<sup>1</sup> رسالة ماجستير، أمنة حمراي، مرجع سابق، ص 82.

<sup>2</sup> Lenet.michei.opcit.p154.

الرسالة" وهو يعني بذلك أن استعمال وسيلة معينة في عملية التواصل قد يحدث تغيرا جذريا في الأشخاص يفوق بكثير التغير الذي يحدثه المضمون الإعلامي نفسه<sup>1</sup>.

هنا قاعدة خرجت بها دراسة " شاكين إنجيل" في سنة 1976 يمكن تطبيقها لإختيار الوسيلة المثلى لتبرير الرسالة عندما يكون الاتصال موجه الي الجمهور بسيط نوعا ما وتغيب إمكانية عدم فهم الرسالة آنذاك تكون الرسالة مقنعة أكثر، كلما إنتقلنا من الصحافة الي الإذاعة الي التلفزيون<sup>2</sup>.

ومن جهة أخرى فإن مصداقية وسائل الإعلام تعد من بين المتغيرات الهامة التي تؤثر علي العملية إقناعية من وسيلة أخرى، وهناك إستقصاء للرأي أجرته مجلة نيويورك الأمريكية حول ثقة المستجوبين بما تنشره وسائل الإعلام فكانت النتائج كالتالي.

**جدول رقم (1):** يوضح درجة الثقة الجمهور في وسائل الإعلام الأمريكية .

درجة الثقة	جيد	ضعيف
التلفزيون الوطني بين الولايات	71	29
التلفزيون المحلي	69	31
مجالات الأخبار	66	34
الصحف الإخبارية	57	43
المنشورات الخاصة بالإعلام	21	79

لكن هذه نتائج لا تعني إلا مجتمع الأمريكي، بل جزء صغير من هذا المجتمع في فترات زمنية معينة، ولهذا يصعب تطبيق نتائج علي المجتمع الجزائري ثم إن وسائل الإعلام لا تستطيع وحدها ان تمارس التأثير علي النظم الاجتماعية الكبرى والمعتقدات الراسخة دون الاستعانة بالمؤسسات الاجتماعية الأخرى الدينية منها والتعليمية

<sup>1</sup> عبد المنعم محمد بدر، الإعلام الأمني العربي، الرياض: مركز الدراسات والبحوث بأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، ط1، 1997، ص37.

<sup>2</sup> وليام ماك غاير، مرجع سابق، ص78.

فكلاهما يتمتع بممارسة نوع من الإلزامية بالإضافة إلى الفترة الطويلة التي يستغرقها نشاط كل منها والمتابعة المستمرة من إتصال الشخص بين الأفراد من خلال قادة الرأي<sup>1</sup>.  
يبقى الاتصال الفعال هو الذي يجمع بين مختلف وسائل الإعلام الي جانب الإتصال المباشر وهو ما تتطلبه حملة إعلامية ناجحة.

#### 6-4 العوامل المرتبطة بالغاية:

إن تحديد الأهداف من وراء الرسالة إقناعية من الضروريات لإنجاح الحملات الإعلامية، حيث يحدد لنا نوعين الرسالة والمحتوى الواجب تمريره، ومن المتغيرات المرتبطة بالغاية لتحديد ما إذا مانت الرسالة تهدف إلى وقاية والنوعية أم أنها تهدف إلى علاج المشكلة نهائيا.  
إن أهداف الرسالة الإقناعية لا بد أن تأخذ بعين الإعتبار الخصائص الدينية وثقافية والإجتماعية والإقتصادية للمجتمع، حيث إتضح أنه من غير المفيد تطبيق تقنيات الوقاية الموضوعة في بلدان المتطورة علي البلدان النامية<sup>2</sup>.  
نشر أيضا أن بعض الإتصالات الإقناعية لها تأثيرات ذات مفعول متأخر وأن القياسات العاجلة ليست مؤشرات صحيحة عن فاعلية على المدى البعيد، وأن الأثر الإقناعي يمكن أن يستمر حتي عندما تكون مادة الانطلاق قد نسيت<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> سهام العاقل، مرجع سابق، ص 255.

<sup>2</sup> محمد عودة والسيد محمد خيرى، أساليب الاتصال وتغير إجتماعي، دار نهضة العربية، بيروت، لبنان، د. ط، 1988، ص 89.

<sup>3</sup> وليام ماك غاير، مرجع سابق، ص 79-80

## خلاصة :

تکمن أهمية الإعلام الأمني في أنه لا يقف عند حد نقل المعلومات الأمنية الصادقة إلى الجمهور فقط بل يسعى إلى تأسيس وعي أمني يثري الروح المعنوية والمادية بكل مقومات النجاح التي تكفل الإلزام بالتعليمات والأنظمة من أجل أمن وسلامة الإنسان في شتى مجالات الحياة، وقد حددنا مفهوم الإعلام الأمني، وأن من أهم خصائص الإعلام الأمني أنه إعلام يستمد خصائصه من مجالات عديدة كالموضوع الأمني، والحدث الأمني، وأن الإعلام الأمني يستهدف هدفا رئيسيا وهو مساعدة جهاز الأمن في أداء رسالته، ولذلك فإن الإعلام الأمني ووظائف كثيرة يجب على الإعلام الأمني القيام بها لتنمية الوعي الأمني.

## الفصل الثالث: الحملات الإعلامية والوعي المروري

### تمهيد

1. تعريف الحملات الإعلامية
2. أهمية الحملات الإعلامية
3. أنواع الحملات الإعلامية
4. العوامل الأساسية في التأثير على الحملات إعلامية
5. مفهوم الوعي المروري
6. التخطيط لحملات التوعية المرورية والوسائل المستخدمة لنجاحها
7. مكونات عملية التوعية المرورية وأهم مظاهرها في المجتمع
8. أهمية ومحاور ومقومات التوعية المرورية

### خلاصة الفصل

## تمهيد:

أصبحت حوادث المرور تمثل وبشكل كبير هاجسا وقلقا لكافة أفراد المجتمع كلما صارت واحدة من أهم المشكلات التي تستنزف الموارد المادية والطاقات البشرية وتستهدف المجتمعات و من اهم مقومات الحياة والذي هو العنصر البشري ، إضافة إلى ما تكبده من مشاكل اجتماعية ونفسية وخسائر مادية ضخمة ، حيث ما زلت حوادث المرور بالجزائر ونتائجها مفعجة من الجرحى و الوفيات وأثارها الاجتماعية واقتصادية على أرواح والممتلكات من أهم ما يشغل بال العديد من المسؤولين والمواطنين على مستوى الدول وسنحاول تعريف بمفهوم الوعي المروري والحملات الإعلامية ومكونات عملية التوعية المرورية وأثرها على المجتمع .

## 1. مفهوم الحملات الإعلامية

لقد اختلفت العديد من التعريفات الخاصة بالحملات الإعلامية لكن كان جوهرها واحد، ومن هذه المفاهيم اخترنا مجموعة منها:

ولقد عرفها الدكتور " شلبي " بأنها :الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت لنشر بكافة الوسائل والأساليب لطرح و مناقشة ومتابعة موضوع معين .

أما الدكتور "رافد حداد"تناول مفهوم الحملات الاعلامية بالتعريف علي أنها (نشاط اتصالي مخطط ومنضم وخاضع للمتابعة والتقويم، تقوم بيه مؤسسات معينة أو مجموعات أو أفراد و تمتد لفترة زمنية بهدف تحقيق أهداف معينة باستخدام وسائل الاتصال )<sup>1</sup>.

نستنتج من هذا التعريف أن هذه الأخيرة عبارة عن عمل منظم مكانيا وبشرياً وزمنياً.

ولقد عرفها الدكتور "حميد صاعد"هي أنها تستهدف تخطيط وإدارة عمليات التأثير في تصورات واتجاهات وأنماط تفكير وسلوك جمهور أو فئة ما نحو موضوعات محدودة أو شاملة لقيم سائدة او تنمية أفكار ومواقف أيديولوجية وسياسة جديدة<sup>2</sup>.ونستنتج من هذا التعريف أن الحملات الإعلامية تعمل على إظهار أفكار جديدة لإفادة الجمهور.

## 2. أهمية الحملات الإعلامية

هناك العديد من القواعد التي تقدمها الحملات الإعلامية والمتمثلة في أهميتها وأهمية التي تعطيتها للمجتمع وهي تدرج في نقاط التالية :

- تحقيق أهداف محددة مثل التوعية المستهدفة بأمر اجتماعية أو صحية أو اقتصادية
- طرح أفكار جديدة حول موضوع تهيم أغلبية الأفراد والمجتمع في الأمور التي تنشأ بها الحملات الإعلامية.

<sup>1</sup> أ.عامر محسن سلمان العامري، الحملات الإعلامية، القاهرة ، عالم الكتب، 2005، ط1، ص 44

<sup>2</sup> د.حميد صاعد محسن الدليمي، الحملات الإعلامية والتطور والمفهوم، الإسكندرية، الكتب الجامعية، ص11.

- ظهور مشاكل وعراقيل في أي مجال كان سواء اجتماعيا أو اقتصاديا يستوجب إعداد حملات الاعلامية .
  - التقدم التكنولوجي في مجالات التي تؤثر على حياة الأفراد والمجتمع أو الأسرة يفرض تخطيط وتوجيه حملات إعلامية عامة أو خاصة لتوعية المستهدفين.
  - تزايد الوعي بين الأفراد يفرض إعادة النظر في العديد من الصناعات التي تكونت لديهم حول قضايا اجتماعية مختلفة وذلك من خلال تخطيط الحملات الإعلامية.
  - بروز الأزمات الاقتصادية والاجتماعية في المؤسسات.<sup>1</sup>
- كما أن الحملات الإعلامية هي مجموعة من الجهود المنظمة التي تقوم بها جهة معينة بهدف زيادة القبول لفكرة أو سلوك اجتماعي معين أو بهدف ترويج خدمة أو منتج معين خلال فترة زمنية معينة وتحقيق نتيجة معينة والوصول الى ردة فعل بتلاؤم مع هدف المرسل أو القائم بالاتصال، وبوجه عام تهدف الحملات الاعلامية الى نشر الثقافة والوعي الاجتماعي لإصلاح حال المجتمع والإفراد.<sup>2</sup>

### 3. أنواع الحملات الإعلامية

- 3 1 **الحملة المحلية:** وهي الحملة التي تستهدف بها منطقة أو مدينة محددة يراد منها معالجة مواضيع تهم ساكني هذه المنطقة أو المدينة مثل حملة الصحة التي تقوم بها في مدينة النجف التي تدعو إلي عدم تناول المياه الغير معقمة لنشر الوعي الصحي في المدينة وضواحيها .
- 3 2 **الحملة الوطنية:** وفي الحملات التي تستهدف الجمهور في عموم ذلك البلد بمدينة وقومياته وفئاته ومؤسساته تتناول معالجة مواضيع تهم أبناء البلد ككل وبكل المناطق مثل الحملة ضد الأمية.

1 فائق عبد الفتاح محمد العبري، دور الاتصال الشخصي في الحملات العلمية لمنظمة اليونيسيف، (دراسة ميدانية)، جامعة الشرق الأوسط، 2010-2011، ص37.

2 محمد محمود ذهبية، الإعلام المعاصر، دار أجنادين لنشر والتوزيع، القاهرة ط1، 2007، ص36.

**3 3 الحملة الإقليمية :** وهي التي تهتم بمشاكل ومواضيع تعني بجمهور مجموعة دول ومحاولة توجيهها الى مجموعة دول كالذي يحصل في الكوارث الطبيعية أو الأغراض أخرى.

**3 4 الحملة العالمية :** وتهتم هذه الحملة بالجمهور العالمي بمختلف قاراتها ودول، وتعتني بالرسائل الموجهة له بالشمولية، يعني أنها لا تهتم بفئة أو دولة بل بمختلف الشعوب مثل الحملات التي تتبناها اليونيسيف أو الأمم المتحدة لمعالجة مشكلة معينة مثل انتشار أمراض معينة.<sup>1</sup> ولقد حدد سكوت وتورك عدد من الحملات وهي:

- **حملة الوعي الجماهيرية:** تهتم لجعل الجمهور على معرفة بشيء ما، وها النوع من الحملات تتراوح معلوماته من شيء ما بسيط مثل تاريخ فتح مدرسة الى حدث محلي مدني.
- **حملة إعلامية جماهيرية:** وهي حملة معلومات عامة تسعى وراء معرفة الجمهور وإدراكه لحدث ما، وتزويد ببعض المعلومات العامة الحيوية .
- **حملة تربوية جماهيرية:** وهي حملة لتعليم تذهب بخطوة إضافية خلف الوعي والمعلومات التي تفسر ومقدرة الجمهور على تطبيق المعلومات وتحويلها الى سلوك يومي، وبعض الحملات المعاصرة حول الإيدز والمخدرات والتدخين تحاول التغيير وتعديل الاتجاهات والسلوكيات الموجودة لدي الجمهور<sup>2</sup>.

#### 4. عوامل الأساسية في تأثير الحملات الاعلامية

من أجل الوصول الى حملة مؤثرة من القيام بالجملة الإعلامية ينبغي مراعاة عدة عوامل من أهمها:

<sup>1</sup> فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية ، القاهرة، عالم الكتب، ط1، ص64.

<sup>2</sup> رجاء دهانه، سناء مصري، دور الإعلام المسموع في التوعية المرورية، شهادة ليسانس في علم الاجتماع الاتصال، جامعة الوادي، 2012، ص57.

#### 4 1 عوامل متصلة بالمصدر (المرسل):

يمثل المصدر عنصراً أساسياً من حملة والتي يكون فيها مؤثر ينبغي أن تتوفر فيه الصفات التالية:

- أن يمتلك مهارات اتصالية وأن يكون موضع ثقة المتلقي<sup>1</sup>.

#### 4 2 عوامل متصلة بالرسالة:

وتحتل العوامل المتصلة بالرسالة أو المضمون أهمية خاصة في التأثير على المتلقي في الحملات الإعلامية ويقتضي هذا الجانب من العملية توفر العوامل التالية :

- صدوره ووضوح الرسالة و ملامتها لجمهورها.
- والعامل الآخر يتعلق بهدف الحملة ، فالحملة التي تستهدف توصيل المعلومات تكشف عن نجاح أكبر من الحملة.
- كلما كان موضوع الحملة جديد تسير معالجته بواسطة الحملة.
- يجب أن بصيغ القائم بالحملة رسالة تتناسب مع المتلقي في المضمون<sup>2</sup>.

#### 4 3 العوامل المتصلة بوسائل الحملة (مضمون الحملة):

وتحتل هذه العوامل أهمية كبيرة لأن الرسالة من أهم العناصر في الحملات الإعلامية وتكمن العوامل في :

- عوامل متصلة بوسائل الحملة:
- إن وسائل الإعلام لها القدرة الكبيرة في الحملات الإعلامية حيث يبدأ اختيارها بطرح سؤال نوع الوسيلة التي سيتم اختيارها في الحملة الإعلامية ومن العوامل المتحكمة فيها هي:
- عامل التحكم في القدرة الهائلة لها.

<sup>1</sup> محمد بهجة كشك، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، الكتب الجامعي، 1985، ص24.

<sup>2</sup> د. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، النظرية والتطبيق، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1984، ص162.

- إذا ما قدمت وسائل الاعلام صورة مشوهة او نمطية أو متحيزة لجانب ما من البيئية وإذا لم يستطيع المتلقي اختيار دقة تلك الصورة بالاستناد إلي مقياس لا علاقة له بأجهزة الإعلام فإن التصور الذي يشكله على أساس تلك المعلومات يميل إلي أن يصبح مشوها أو نمطيا أو متحيزا.
- أن ما لا تتقله وسائل الإعلام قد يكون بنفس القدر من الأهمية مع ذلك الذي تتقله وهذا معناه أن الطريقة التي تنظم بها تصورها عن الحقيقة، يمكن أن تشوه بسبب تلقينا معلومات منقوصة أو عدم تلقينا معلومات لجوانب من البيئة.<sup>1</sup>

#### 3-4 عوامل متصلة بالجمهور الحملة:

هناك عوامل تمس الجمهور وهي:

كشف عمليات الرصد الاجتماعي المتكرر عن وجود(نواة جامدة مزامنة من الذين لا يعرفون شيئا) وهم فئة من الناس لا يكادون يعرفون شيئا على معظم الموضوعات التي قد تناولتها الحملات الاعلامية والذين يجعل تكوينهم اجتماعي النفسي شيء يصعب النفاذ إليه مهما يكون مستوي المعرفة التي تتضمنها الحملة أو الطبيعة هذه المعرفة

وهناك جماعات كبيرة من السكان يعترفون بالمسائل العامة التي تدور حول الحملات الاعلامية عادة لا تهمهم في قليل أو كثير الأمر الذي يشكل حاجزا مانعا فالاهتمام من جانب الفرد كما نعلم له دور الفعال في التعرض للبيانات واستيعابها

ويجنح الناس أي تعريض أنفسهم إلي المادة التي تتواءم مع مواقفهم السابقة وتجنب تعريض أنفسهم للمعلومات التي لا تتفق مع هذا الموقف

هناك تحيز في الرأي وتفسير للمضمون عقب التعرض فالناس يرون ويستوعبون ويتذكرون حسب عوامل وسيطة مثل الرغبات والدوافع...

<sup>1</sup> رجاء دهان مرجع سابق، ص 67.

أن ما يحدث من تغيرات في الآراء أو السلوك عقب التعرض للحملة قد يتأثر مختلف الأفراد باختلاف قابليته وميوله<sup>1</sup>.

## 5. مفهوم وأهداف التوعية المرورية

### 5 1 مفهوم التوعية:

تتعدد مفاهيم التوعية و تختلف باختلاف اتجاهات الباحثين فعلماء النفس يرون أن الوعي يعني "حالة من اليقظة تتمثل في مجموعة من الأنشطة العقلية، تعكس درجة من درجات الانتباه و الفهم التلقائي لمجموعة من الأفكار، أو تعينه على الإدراك باختلاف درجاته - للقضايا التي تحيط بيه"<sup>2</sup>.

• **مفهوم الوعي المروري:** الوعي المروري بمفهومه الشامل هنا هو اليقظة الحسية والمعنوية والمعرفة والإلمام الواسع بكل ما يتعلق بالمرور من مركبة وطريق وإشارات وأنظمة وقوانين وغيرها مما ينعكس إيجاباً على الشخص وحسن قيادته ومراعاته للأنظمة المرورية المختلفة.

تعتبر التوعية المرورية إحدى الوسائل الهامة في التعريف بوسائل النقل وقواعد القيادة والقوانين والأنظمة والآداب التابعة لها وما يرتبط من أمور تؤمن السلامة للإنسان والمجتمع وتقلل من الخسائر البشرية وغير البشرية والتي تتسبب بخسائر مادية فادحة على مستوى الفرد والمجتمع<sup>3</sup>

### • لماذا نحتاج إلى الوعي المروري؟

إن إحصائيات الحوادث المرورية و نتائجها المأساوية تعطينا دلالة واضحة إلى حاجتنا الماسة وبصورة عاجلة إلى الوعي المروري ، النظري منه والتطبيقي، لصون أنفسنا من الهلاك أو الوقوع في الخطر، وصون غيرنا من الأذى، وصون مركباتنا من التلف، وصون ما يحيط بنا

<sup>1</sup> سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والنصح الحديث، النظرية والتطبيق، دار المعرفة، 1984، ص162.

<sup>2</sup> الموقع/ <http://www.aim-council.org> 15:50. 14/04/2016.

<sup>3</sup> الهاشمي بن بوزيد بوطالبي ، فعاليات حملات التوعية المرورية، مؤتمر التعليم و السلامة المرورية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2006،

من الفساد أو الدمار (الطريق، الإشارات، المحلات، المنشآت، وغيرها). إننا نحتاج وبدرجة كبيرة إلى الوعي المروري لتقليل تلك الخسائر البشرية الفادحة، والخسائر الاقتصادية الباهظة الناتجة عن حوادث المرور.

إن التعليم ونشر الوعي المروري أو الثقافة المرورية هو أحد الأساليب الهامة لمواجهة حوادث المرور، حيث أن (90%) من حوادث المرور تقع بسبب العنصر البشري. و بالتالي و بواسطة رفع مستوى الوعي المروري لدى هذا العنصر البشري (مستخدم الطريق) سيؤدي ذلك بالتأكيد إلى تقليل هذه الحوادث المرورية، وهنا نجد أن التوعية تمثل الخطوة الأولى للوقاية من الحوادث المرورية، وذلك لأن الوقاية هي دائما خير من العلاج وهي مقولة حيوية يجب التركيز عليها في حملاتنا للتوعية المرورية.

## 5 2 أهداف التوعية المرورية :

- ✓ إعلام الجماهير (مشاة، ركاب وسائقين) بالقوانين والأنظمة والتعليمات الخاصة بالمرور.
- ✓ تعديل سلوك مستخدمي الطريق بما يتوافق مع هذه القوانين والأنظمة والتعليمات.
- ✓ حث مختلف الفئات الاجتماعية على تبني السلوك المروري الآمن وإبراز أهمية ذلك على المواطن والمجتمع ككل<sup>1</sup>.
- ✓ إبراز الدور الأساسي والهام للأسرة و تفعيل دورها في تنشئة جيل واع مروريا من خلال قيام رب الأسرة بتعليم وتدريب وتأهيل أطفاله مروريا وغرس السلوك والقيم المرورية الآمنة لهم .
- ✓ التركيز على الدور الهام للمؤسسات التربوية (المدرسة، الكلية، الجامعة) وحثها على تفعيل دورها في
- ✓ مجال التوعية والتربية المرورية للطلبة في كافة المراحل الدراسية.
- ✓ تعليم صغار السن والأطفال آداب وقواعد السير على الطرق وحملهم على التمثل بها وتعريفهم بأهم

<sup>1</sup>الموقع <http://nauss.edu.sa/>، 2016/04/16، 14:50

- ✓ المخاطر التي قد يتعرضوا لها جراء عدم التزامهم بها<sup>1</sup>.
- ✓ العمل على توحيد كافة الجهود التي تبذل من قبل مختلف الجهات الرسمية والأهلية والتي تعنى بالتوعية
- ✓ المرورية ورفع مستوى التنسيق فيما بينها .
- ✓ إبراز الجهود والوسائل والإجراءات التي تقوم بها الأجهزة المختصة للحد من الحوادث المرورية.
- ✓ خلق شعور لدى مستخدمي الطريق بأهمية الالتزام بآداب وقواعد وقوانين المرور وتقبل التعليمات
- ✓ الخاصة بذلك والتي وجدت أصلا لضمان سلامتهم ولتنظيم حركتهم على الطرق.
- ✓ التقليل ما أمكن من وقوع حوادث السير وما ينجم عنها من خسائر بشرية ومادية هائلة تؤثر على سلامة أفراد المجتمع و اقتصاد الوطن.
- ✓ تقليص الفجوة بين رجل المرور والمواطن (مستخدم الطريق) وخلق تفاهم واحترام متبادل فيما بينهم من خلال ترسيخ مبدأ المسؤولية المشتركة للحد من حوادث السير وأثارها .
- ✓ كسب الرأي العام للحملات المرورية الميدانية والتي تقوم بها الأجهزة المختصة لضبط المخالفين مروريا<sup>2</sup>.

حيث أن القيام ببرامج التوعية المرورية يوفر التبرير والدعم المناسب لهذه الحملات

<sup>1</sup> أديب محمد خضور التوعية المرورية العربية الرياض مركز الدراسات والبحوث جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2008، ص 12 20

<sup>2</sup> أديب خضور، مرجع سابق، ص 32.

## 6. التخطيط لحملات التوعية المرورية والوسائل المستخدمة لنجاحها

### 6 1 التخطيط لحملات التوعية المرورية

يستوجب التخطيط لحملات التوعية المرورية بصفة عامة التحديد الدقيق لمجموعة من العناصر تتمثل بالترتيب الآتي :

#### • تحديد الهدف من حملات التوعية المرورية:

سبق الإشارة إلى أن مشكلة حوادث المرور تعد من المشكلات الرئيسية التي تعاني منها المجتمعات البشرية، إلى حد جعلها تتبوأ المركز الثاني في قائمة الأسباب المؤدية إلى الوفاة نتيجة ارتفاع نسبة إصابات ووفيات حوادث الطرق، ونظرا لتنامي هذه المشكلة عاما بعد عام فقد استدعى الأمر ضرورة جذب انتباه الجمهور لخطورتها وذلك عن طريق استخدام

أساليب متنوعة وجذابة في لفت انتباه الجماهير إليها لتحقيق مجموعة من الأهداف منها<sup>1</sup>:

- خلق الوعي المروري لدى الجمهور - بالخدمات المرورية - وذلك عن طريق الجهود التعليمية والإرشادية التي تقوم بها الأجهزة المعنية في مجال التوعية المرورية .
- إعداد برامج التوعية والإرشادية التي تهدف إلى نشر الثقافة المرورية بين سائقي المركبات ومستخدمي الطرق من خلال وسائل الإعلام المختلفة .
- خلق صورة ذهنية طيبة لجهاز المرور في عيون وأذهان الجماهير من خلال كسب ثقتهم وتحقق التكامل والاندماج والتعاون بين الطرفين في التصدي للمشكلات المرورية .
- توضيح الرؤية للجماهير التي تستفيد من الخدمة المرورية القائمة منها والجديدة، ومن ثم الاستجابة للجهود التي تبذلها الحكومة لتحسين هذه الخدمة .
- **تحديد الجمهور المستهدف:** إن تحديد الجمهور يحقق التأثير المطلوب في فعالية الرسالة. لذا فقد يكون هدفنا توجيه رسائل اعلامية أمنية إلى عموم الجمهور وهو جمهور كبير

<sup>1</sup> جاسم جليل ميرزا، الاعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، مركز الكتاب للنشر، ط 1، 2006، ص 203.

ومتنوع، ولكن في نفس الوقت نفسه لابد من الاهتمام بتوجيه رسائل إعلامية إلى جماعات محددة من الجماهير، أو أفراد لها أهمية خاصة في نشر ثقافة الوعي الأمني المروري، أو لمن لهم دور في تحقيق أهداف السياسة المرورية كالإعلاميين ورجال الشرطة، وخبراء المرور، فكل جمهور مستهدف ما يناسبه من رسائل كما له أيضا ما يناسبه من الوسائل الإعلامية للوصول إليه .

فإذا أردنا أن نوجه الرسالة الإعلامية إلى الجمهور العام وجب استغلال كل إمكانيات وسائل الاتصال، لتسليط الضوء على مشكلات حوادث المرور وآثارها الاقتصادية والبشرية، فمن الضروري أن يعلم كل فرد الحد الأدنى من المعلومات عن مشكلات المرور وآثارها .

أما بالنسبة لجماعات الجمهور الخاص مثل قادة المركبات المختلفة فإنه من المهم أن توجه إليهم معلومات كافية توضح لهم أهمية الالتزام بقواعد المرور وآدابه<sup>1</sup>.

فتوجه الرسالة لكل الجمهور المستهدف ينبغي أن يتناسب مع مستواه الثقافي والفكري، ومن الواجب أن تحتوى الرسالة على معلومات تفصيلية ومكررة بأشكال مختلفة لقادة المركبات والمشاة .

• **شكل ومضمون الرسالة:** الرسالة هي أو موضوع الذي ينقله المرسل إلى المستقبل من خلال الوسيلة، وهي أساس عملية الاتصال لا بد أن يكون هناك قدر أدنى من الخبرات المشتركة بين المرسل والمستقبل مع الأخذ بالاعتبار أن هناك مجموعة من الشروط الواجب توافرها في الرسالة حتى يتسنى لها أن تحدث التأثير المقصود ومن أهمها<sup>2</sup>:

يجب أن ترسل الرسالة بطريقة تمكنها من كسب انتباه المستقبل ويضم ذلك عناصر التوقيت والعناوين والكلمات التي تشد اهتمام المستقبل .

<sup>1</sup> محمد محمود ذهبية، الإعلام المعاصر، دار أجنأ دين للنشر والتوزيع، ط 1، 2007، ص 24.

<sup>2</sup> جاسم خليل ميرزا، مرجع سابق، ص 204.

- إن الرسالة يجب ان تستخدم العلامات والرموز التي تجمع بين الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل حتى يتم نقل المعنى المطلوب بسهولة ،ويتعلق ذلك باستخدام نفس (اللغة) التي يتكلم بها المستقبل واستخدام نفس المستوى من التعبير الذي يسمح له بالاستيعاب والفهم .
- إن الرسالة يجب أن تثير الحاجة الشخصية للمستقبل وأن تقترح طريقة اشباعها كأن تخلق الرسالة ربط بينها وبين بعض حاجاتنا الشخصية مثل الحاجة إلى (الامان ،المكانة الانتماء الفهم، التحرر من القيود) أي أنها يجب أن تخلق أو تثير لدى الشخص اقتناعا بأنه يحتاج إلى القيام بتصرف ما للخروج من حالة القلق أو اشباع الحاجة المثارة .
- **اختيار الوسيلة :** تنقل وسائل الإعلام الرسائل الإخبارية عبر الزمان والمكان ،وتقوم باستعراض الظروف المحيطة ،ولهذا توصف بشكل عام بأنها أدوات تزيد قدرة الإنسان على فهم مجتمعه، ويقال إنها تزيد مقدرة الإنسان على التعامل مع واقعه ،بتوافرها معلومات لن تكن تتواجد من قبل لولا تلك الوسائل ،ولهذا التأثير مطلوب مع الأخذ في الاعتبار جوانب القوة والضعف في كل وسيلة ،ونظرا لاختلاف قدرات كل وسيلة إعلامية فإنه يقع على كاهن المخططين لحملات التوعية المرورية أن يضعوا في اعتبارهم عدة نقاط لاختيار الوسائل والأشكال الإعلامية المناسبة، مثل
  - مدى الوسيلة أي : درجة انتشارها .
  - درجة الصدق والجاذبية بين الوسيلة والجمهور المستهدف .
  - إمكانية وصول الوسيلة الإعلامية للجمهور ،فمثلا الرسائل الإعلامية المطبوعة على شرائط فيديو لن تكون في متناول أيد كثيرة كما أن الأمية تحول دون الاستفادة من الوسائل المطبوعة ،ومن أهم الوسائل والطرق التي تستخدم في حملات التوعية المرورية للوصول إلى الجماهير كما يأتي :
- **الإعلان :** وهو عبارة عن وسائل غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> طاهر محسن الغالبي ،أحمد شاكر العسكري ،الإعلان :مدخل تطبيقي ،دار وائل للنشر والتوزيع ،عمان ،ط 2 ، 2006 ،ص 18.

فالإعلان عملية اتصال جماهيرية ينسحب على كافة ألوان النشاط الاتصالي من حيث مكوناتها ومقوماته<sup>1</sup>

أصبح الإعلان في الوقت الحالي صناعة مهمة وأداة فعالة في التأثير واستمالة الجماهير خاصة في ظل التطورات الهائلة في مجال الاتصال وتكنولوجيا، فالإعلانات المرئية والمسموعة والملصقات واللافتات يمكن استخدامها في نشر الوعي المروري وتنمية الوعي العام اتجاه المشكلات المرورية، فوضع الإعلانات الإرشادية في الطرقات والميادين أو لصقها على الحافلات وأعمدة الانارة أو من خلال اللوحات الإعلانية المضاءة في الشوارع، كل هذه الوسائل يمكن أن تساهم في نشر التوعية المرورية بين أفراد الجمهور لخلق جيل واعٍ بأنظمة السير والمرور والتعاون مع جهاز الشرطة للحد من حوادث المرورية المروعة .

ويخدم الاعلان إدارة المرور من خلال تقديم مجموعة من المزايا التي تساهم في تحقيق التوعية المرورية ومن أهمها<sup>2</sup>:

- يساعد الإعلان على قبول الخدمات التي يقدمها الجهاز المروري والتعرف عليه، وإمكانية تطويرها بالأساليب الحديثة في تقديمها ثم توجيه مستخدمي الطريق الى كيفية الاستفادة منها.
- ساهم الاعلان في توجيه وتعريف مستخدمي الطريق علي اختلاف أنواعهم بالعناصر الاساسية للخدمة المرورية كنظام متكامل (السائق-الطريق-السيارة-نظام المرور-رجال المرور)، حيث أن المعرفة بتفاصيل هذه المكونات تؤدي الى زيادة الثقافة المرورية التي تعكس في النهاية كفاءة وأداء الخدمة المقدمة، كما يمكن للإعلان أن يساهم في نشر المعرفة عن نظام المرور، من حيث قواعد وآداب المرور التي تتضمن قواعد السير وتحديد السرعات والسير في تقاطعات و قواعد مرور المنشأة و واجبات قائدي السيارات تجاه المنشأة..... الخ

<sup>1</sup> ابراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، العربي لنشر والتوزيع، القاهرة، ص275.

<sup>2</sup> جاسم خليل ميرزا، مرجع سابق، ص206.

إن المعرفة بهذه المعلومات وغيرها من قانون المرور تتيح الفرصة أمام مستخدمي الطريق في أن يكونوا على مستوى الوعي الكفاءة والخلق اللازمين لنجاح العمل المروري.

يعتبر الاعلان وسيلة ملائمة في هذا الصدد لإنشاء قنوات اتصال غير مباشرة بين جهاز المرور والمستفيدين من خدماته من خلال وسائل واسعة الانتشار مثل: الصحافة والإذاعة و التلفزيون، ولكن ذلك لا ينفي أهمية الشخص أو المرسل في الترويج للخدمة المرورية.

● **النشر:** يمثل النشر أحدي الوسائل المهمة المستخدمة في مجال العمل المروري من خلال نشر المعلومات والبيانات و أخبار عن الخدمة المرورية عن طريق وسائل النشر المختلفة بدون مقابل مثل: الصحافة، المجالات المتخصصة والدوريات، ومن ثم يمكن أن تساهم هذه الوسائل في تقديم الخدمة المرورية للجماهير وتوضيح المشاكل التي تعترضها والحلول المقترحة لها .

● **العلاقات العامة:** تعد العلاقات العامة عنصر مهم في الترويج لخدمة المرور، لأن وجود علاقات عامة طيبة بين طرفي التعامل في مجال الخدمة المرورية يساعد على وجود تفاهم مشترك<sup>1</sup> و من ثم تقديم الخدمة بشكل ملائم للاحتياجات المطلوبة، ويتضمن برنامج العلاقات العامة في مجال الخدمة المرورية النواحي الآتية :

✓ دراسة الشكاوي التي تقدم من الجماهير فيما يتعلق بالخدمات المرورية

✓ دراسة رأي الجمهور في مدي كفاءة الخدمة الحالية

● إطلاع الجمهور باستمرار علي الخدمات المرورية الجديدة وما يطرأ عليها.

**المعارض:**

المعارض طريقة أو وسيلة لعرض فكرة أو التعبير عنها، وذلك بترتيب الاجسام و خاصة غير الحي منها ترتيباً مقصوداً وفق خطة موضوعة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> جاسم خليل ميرزا، المرجع السابق، ص 208.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، مرجع سابق، ص 474.

ويتضمن استخدام المعارض في الإعلام المروري في العادة المشكلة المرورية والقضايا السياسية التي التركيز عليها خلال فعالية اسبوع المرور وتقام في الاماكن العامة كالحداثق والأسواق والمدارس، وهذه المعارض يتم خلالها تقديم الإرشادات المرورية في شمل صور وإحصائيات وأفلام وشعارات توعية في مجال المرور، وتوزيع المطبوعات والنشرات الصادرة عن دوائر الشرطة، بمناسبة أسبوع المرور أو بمناسبة تنظيم الحملات التوعية المرورية.

فالمعارض دورها في التعريف بمنتجات المؤسسات وأنشطتها وإعلام الجماهير بدور المؤسسة الاجتماعية والخدمات التي تؤديها في هذا المجال، وتستخدم الي جانب السلع المعروضة النماذج والملصقات ووسائل الاعلام المختلفة.

• **الندوات والمحاضرات:** وسيلة من وسائل لاتصال ذي الاتجاهين يتم بها تبادل المعلومات والخبرات والتفاعل بين المرسل وهم المتخصصون وبين الجمهور حول موضوع معين، وهي نوع وسائل الاتصال المباشر وجها لوجه تتيح للحضور فرصة الحوار و النقاش وتبادل الرأي.

فان هذه الوسائل تعد من أفضل أنواع الاتصال والإعلام المستخدمة في التوعية المرورية ومن مهامها<sup>1</sup>:

✓ إعداد برنامج زمني لإلقاء المحاضرات المرورية التوعية .  
✓ تجهيز الوسائل التعليمية المستخدمة للمحاضرات والندوات مثل: الصور، الملصقات والأفلام الخاصة بالتوعية

✓ التنسيق مع بعض المؤسسات الحكومية لإلقاء محاضرات توعية مثل: معاهد السياقة....

✓ إلقاء المحاضرات الامنية بالتعاون مع بعض الجهات ذات الاختصاص.

وتبرز اهمية تلك الوسيلة خصوصا مع فئة الشباب لأنها تتيح فرصة التحوار وطرح الأسئلة والتعقيب عليها وتقديم الآراء والاقتراحات والاستفسارات حول المواضيع المرورية المطروحة.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب ، مرجع سابق، ص52.

• **المسابقات:** تعد المسابقات أحدي الطرق والوسائل لجذب الانتباه وإثارة الجمهور المستهدف لخلق الاهتمام بالمعلومات الخاصة بالمشكلة المرورية، ومن ثم في نشر الثقافة المرورية<sup>1</sup>

وتوعية الجماهير بحجم وأخطار حوادث المرور الناجمة عن الالتزام بقواعد المرور، وذلك من خلال طرح أسئلة قصيرة، ويتم تنظيم مثل هذه المسابقات أحيانا في برامج الحملات المرورية، حيث تداع هذه المسابقات وتنتشر في وسائل الاعلام المختلفة كالإذاعة والتلفزيون والصحف اليومية مع تخصيص جوائز للفائزين في هذه المسابقات<sup>2</sup>.

• **الكتيبات:** إحدى وسائل الاتصال الجمعي التي قوامها الكلمة المكتوبة، وهي صورة مصغرة من الكتاب ويتناول الكتيب موضوعا واحدا بشكل مفصل أو عدة موضوعات ذات علاقة وظيفية أو مهنية بالجهة التي تصدرها<sup>3</sup>.

نشر كتيبات توعية للمواطنين بخطورة الحوادث المرورية وآثارها الاجتماعية وشد هم الأفراد للتعاون مع الأجهزة الأمنية ذات العلاقة والعمل على التثقيف الأمني الذاتي داخل الأسرة ووضعها في مناطق التجمعات الشعبية وإبراز دور الأسرة بصفتها الخلية الأساسية للمجتمع.

وأیضا إعداد التحقيقات الصحفية التي تدعو الأسر لتعميق سلوكياتها الايجابية لدى ابنائها والعمل على إبعادهم عن التهور المروري حرصا على سلامتهم وسلامة من معهم وطرح الفكر والرأي الصائب المساهم في بناء أجيال صالحة ذات رأي سديد.

بالإضافة إلى إنتاج أفلام تسجيلية قصيرة واقعية عن حوادث مرورية وخطورتها ووضع المصاب اجتماعيا بعد الحادث، على أن تشتمل على عنصر التشويق بعيدا عن التهوين أو التهويل أو المساس بخصوصيات الفرد أو الأسرة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> أمانة حمراني، الإعلام الاي في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، رسالة ماجستير في العلوم اعلام واتصال والعلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009، ص89.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 213.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب، الاعلام والتنمية الشاملة، مرجع سابق، ص 447.

<sup>4</sup> أمانة حمراني، مرجع سابق، ص 96.

## 7. مكونات عملية التوعية المرورية وأهم مظاهرها في المجتمع

### 7 1 مكونات عملية التوعية المرورية:

إن مكونات عملية التوعية المرورية تتألف من الجهة أو الجهات التي تقوم بإعداد برامج الحملات المرورية للتوعية وخططها، والجهات أو الفئات المستهدفة أو المستفيدة من هذه الحملات أو البرامج، ومضمون الرسالة الإعلامية لهذه البرامج أو الحملات، والوسائل المستخدمة في إيصال هذه البرامج والحملات الى الجهات المستهدفة في التوعية المرورية، وسنأتي على كل عنصر بشيء من التفصيل:

### 7 1 1 جهة المسؤولة عن إعداد برامج وخطط التوعية المرورية:

يخطئ من يظن أن الإدارات المرورية وحدها هي المسؤولة عن إعداد وتنفيذ برامج التوعية المرورية، صحيح إنها تلعب الدور الأكبر في ذلك لما تمتلكه من خبرة واسعة في هذا المجال إلا إن ذلك لا يعني أن هنالك جهات أخرى مسؤولة من واجبها المشاركة في هذه العملية مثل وزارة التربية والتعليم، والتعليم العالي، ووزارة البيئة، والإذاعة والتلفاز والهيئات والجمعيات الأهلية التي تعنى بالعملية المرورية و أمانة عمان الكبرى و البلديات و مركز تدريب السائقين و الجهات التطوعية مثل الجمعية الاردنية للوقاية من حوادث الطرق<sup>1</sup>

### 7 1 2 الجمهور المستهدف في الخطط وبرامج التوعية المرورية:

ليس شرطاً أن يكون جميع أفراد المجتمع مستهدفون في حملة معينة للتوعية المرورية فقد يكون السائقين هم المستهدفون فقط، وقد يكون المشاة فقط هم المستهدفون، وقد يكون ركاب المركبة غير السائق هم المستهدفون، وقد تكون ربات المنازل هي المستهدفة في حملة التوعية المرورية للحفاظ على صغارها من الخروج وحدهم للشارع وحمايتهم من التعرض لحوادث الدهس، وقد يكون الجمهور المستهدف من هذه العملية هم أفراد الإدارات المعنية بالعملية المرورية أنفسهم

<sup>1</sup> أكرم عبد القادر أحمد بو إسماعيل ، التوعية المرورية وأثرها للحد من الحوادث المرورية، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية،الرياض: 2005،ص

من حيث كيفية التعامل مع المواطن على سبيل المثال او كيفية القيام بالحملة الرقابية وفق الأسس والمبادئ الصحيحة، وقد تكون أكثر من فئة مستهدفة في وقت واحد في نفس حملة التوعية المرورية مثل السائقين والمشاة معا.

و بشكل عام فإن الجمهور هو أحد عناصر المرور الأساسية ويعتبر الهدف الأول والأخير لبرامج التوعية المرورية وذلك للأسباب التالية:

- ✓ الجمهور هو العنصر الرئيسي في حوادث الطرق
  - ✓ و هو المتضرر الأول من حوادث الطرق والمستفيد الأول في حال الحد منها.
- ويقسم الجمهور المستهدف بالتوعية المرورية الى :**

- ✓ المواطنون بكافة شرائحهم.
- ✓ الأسرة بكافة أفرادها (السائق، الراكب والماشي)
- ✓ المدرسة (المعلم والطالب)
- ✓ الكليات والجامعات (الطلبة والمدرسين)
- ✓ المؤسسات والدوائر الرسمية.
- ✓ الهيئات والجهات التطوعية غير الرسمية.<sup>1</sup>

### 7 1 3 مضمون الرسالة الإعلامية لهذه البرامج او الحملات:

إن مضمون الرسالة الإعلامية لبرامج وحملات التوعية المرورية يلعب الدور الأساسي في نجاح هذه العملية وفشلها فهي تتضمن الأفكار التي تريد الجهة المسؤولة عن حملة التوعية إيصالها إلى الجمهور المستهدف وإقناعه بها ولذلك فانه من المهم جدا أن تقوم هذه الجهة بالدراسة المتأنية والمعمقة لهذه الأفكار وتبسيطها وجعلها مقبولة وغير مملة (كلما قصر مضمون الرسالة كانت أكثر قبولا لدى الجمهور المستهدف) وكذلك لا بد من ذكر أن

<sup>1</sup> مرجع السابق، ص 30

مضمون الرسالة يجب أن يتوافق مع الوسيلة التي سيتم إيصالها عن طريقها إلى الجمهور المستهدف فالرسالة تختلف بين الإذاعة والتلفاز والصحف والتوعية المدرسية وغيرها.

### 7 1 3 الوسائل المستخدمة في إيصال البرامج والحملات إلى الجهات المستهدفة في التوعية المرورية:

كما تم ذكره سابقا فان الوسائل المستخدمة في إيصال رسائل حملات التوعية المرورية يجب أن تتلاءم مع مضمون هذه الرسائل ولذلك فانه من الواجب على الجهات المسؤولة عن تنظيم حملات التوعية المرورية أن تدرس وتختار بعناية الوسائل التي سيتم استخدامها في إيصال مضمون رسالة التوعية المرورية إلى الجمهور المستهدف ونشرها بطريقة مقنعة للجميع حتى تؤدي الغرض التي وضعت من اجله وهو بشكل أساسي التخفيف من الحوادث المرورية ونتائجها، وقد تكون وسائل إيصال رسائل التوعية المرورية من خلال الاذاعة او التلفاز او الصحف بشتى انواعها وقد تكون من خلال مناهج مرورية مدرسية وجامعية لان أطفال اليوم هم مجتمع الغد وقد تكون من خلال المحاضرات والدروس المدرسية او المحاضرات الدينية داخل المساجد<sup>1</sup>.

### 7 2 أهم مظاهر التوعية المرورية في المجتمع:

أن من أهم مظاهر التوعية المرورية معرفة درجة إتقاننا للقيادة وأصولها والالتزام بقوانين السير والإلمام بهيا ومعرفة حالتنا التي نكون عليها اثناء القيادة سواء كانت الجسدية منها او النفسية وهل سوف تؤثر على مستوى قيادتنا.المعرفة بحالة مركبتنا التي نفوقدها و عمل الصيانة الدورية لها وتفقدتها بشكل يومي لما فيه من فائدة تعود علينا كسائقين وتنجينا من مصائب وحوادث نحن بغنى عنها .الوعي بالطريق التي نسلكها كسائقين او مشاة حيث ان معرفتنا

<sup>1</sup> أكرم عبد القادر أحمد أبو إسماعيل،التوعية المرورية وأثرها للحد من الحوادث المرورية، مؤتمر التعليم و السلامة المرورية، ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض،2007،ص5.

التامة بالطريق التي نسلوها يجنبنا الازدحام في معظم الأحيان بالإضافة إلى التوفير بالمال والجهد.

الإمام بقوانين السير وأنظمتها وتعليماته، فمن البديهي ان تكون كسائق مطلع على أنظمة قوانين السير لتتمكن من معرفة المخالفة وتتجنب الوقوع بها فرجل المرور يفترض انك على معرفة بالمخالفة التي ارتكبتها وانك قمت بارتكابها عامدا في معظم الأحيان، وكذلك ينبغي عليك كسائق أن تكون على وعي وبصيرة ببعض الضروريات التي قد تحتاج إليها أثناء السفر أو القيادة مما قد يكون سبباً في إنقاذ مصاب أو التخفيف من معاناة شخص ما وخير الناس أنفعهم للناس. فمثلاً ينبغي على كل سائق أن يكون لديه حد أدنى من الوعي ببعض طرق الإسعافات الأولية للمصابين، مثل كيفية حمل المصاب، أو تخفيف الألم، أو إعطاء التنفس الاصطناعي أو الإنعاش القلبي الرئوي للمحتاجين. كذلك كيفية التصرف في حال وقوع حادث لا قدر الله سواء للسائق أو للغير، مثل إعطاء التفاصيل كاملة عن موقع الحادث، وحالة المصابين<sup>1</sup>.

### 8. أهمية ومحاور ومقومات التوعية المرورية :

**8 1 أهمية الوعي المروري:** يعد الوعي المروري من الموضوعات التي ترتبط بشكل واضح لحياة الفرد وسلامته إذ تعد أفضل الوسائل للوقاية من الحوادث المرورية على المدى الطويل لذا كان على المهتمين بالسلامة المرورية مراقبة الوضع الحالي للمناهج الدراسية ومحاولة تضمينها للمفاهيم المتعلقة بالسلامة المرورية .

• ويرى هزاع: أن أهمية الوعي المروري يمكن أن يتضح من خلال مايلي:

أن السائق الجاهل يربك حركة المرور، ويفسد كل شيء مهما كانت الإمكانيات، وان مسؤولية السائق كإنسان واعي، هي العامل الأول الذي يقلل من الحوادث والمشاكل المرورية، إذ ألتزم بمقتضى الوعي المروري.

<sup>1</sup> أديب محمد خضور، التوعية المرورية العربية الرياض مركز الدراسات والبحوث جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2008، ص 105.

• ويرى الخلف: أن أهمية الوعي المروري تكمن في تهذيب المفاهيم التي اعتاد الأفراد في المجتمع، بحيث تكون نظريتهم للتقيد بأنظمة المرور وآدابه لا على أساس الخوف من العقاب، وإنما الانصياع الذاتي لها وبالتالي تتحقق العملية التكاملية بين الجمهور وبين المشرعين المروريين.<sup>1</sup> وذلك بهدف تحقيق الهدف المنشود وهو تحقيق السلامة المرورية لكل مستخدم الطريق

ويلاحظ من خلال آراء كل من الهزاع والخلف أن أهمية الوعي المروري تتضح من خلال مساهمته في الوقاية من الحوادث المرورية، إذ أن غرس الوعي المروري في أفراد المجتمع تجعل دواتهم أكثر تقبلاً للقوانين المنظمة للطريق ومستخدميه السائقين والراكبين والمنشأة، لتظهر واضحة في سلوكياتهم التي تعد الوقاية الذاتية هي المحرك الأساسي لها وليس الرقابة الخارجية من إجراءات وعقوبات وغيرها، وهو ما يؤدي إلى خفض معدلات المخالفات المرورية وبالتالي انحسار الحوادث المرورية والتقليل منها.<sup>2</sup>

## 8 2 محاور ومقومات الوعي المروري: إن مقومات الوعي المروري يمكن إجمالها في آتي

- تعليم أفراد مجتمع وتدريب رجل المرور من خلال برامج التدريبية من أجل ممارسة واجباتهم بفاعلية
  - إيجاد وسائل اتصال مناسبة يمكن بواسطتها إيصال المعلومات والحقائق لأفراد المجتمع ومنها: أجهزة المرور، الأسرة، والمدرسة ووسائل الاعلام
- ينصب الوعي المروري في عدة محاور تمثل عناصر الحادث المروري وهي ثلاثة عناصر رئيسية - العنصر البشري - والطريق - والمركبة.

<sup>1</sup> ياسر عبد الله العسري وآخرون، حوادث السيارات في مدينة الرياض، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2009، ص 04.

<sup>2</sup> Adela:l.kinidi@moe.com ، 16/03/2014 ، 10:00

- العنصر البشري: وهو العنصر الأول والرئيسي المكون للحادث المروري ويشمل السائق، والراكب، والمنشأة.
- الطريق: هو العنصر الثاني المكون للحادث المروري والطريق هو المسرح الذي تجري عليه الحركة اليومية لنقل الأشخاص والبضائع<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ياسر عبد الله نفس المرجع السابق، ص56.

## خلاصة :

تعد حوادث المرور من أهم المشكلات التي مزالت تشكل نسبة كبيرة من مجموع الحوادث المسجلة ، فان التصدي لهذه المشكلة يعد على غاية من الاهمية ، ونلاحظ ان النسبة الوفيات والاصابات من جراء حوادث المرورية المسجلة ببلدنا تعد بصفة عامة مرتفعة، وهذا يحتم ضرورة إعداد استراتيجيات للسلامة المرورية، وتتضافر جهود من أجل التصدي لتلك الحوادث كمسؤولية جماعية مشتركة تقع على عاتق مختلف الفئات المجتمع، وحاولنا اعطاء مفهوم الوعي المروري ومكونات عملية التوعية المرورية، واهم مظاهرها في مجتمع

## الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

### تمهيد

1. منهج الدراسة

2. حدود الدراسة

3. الدراسة الإستطلاعية

4. عينة الدراسة

5. أداة الدراسة

6. أساليب المعالجة الإحصائية

خلاصة الفصل

**تمهيد :**

تعد مرحلة العمل الميداني مرحلة هامة وبالغة الأهمية في العلوم الاجتماعية، وذلك أن قيمة البحث لا تكمن في جمع التراث النظري حول المشكلة موضوع البحث، وإنما تستدعي أيضا نزول الباحث الي ميدان الاستقصاء والحقائق، وذلك من خلال استخدامه لبعض الأدوات المنهجية مستنديا على أحد المناهج الاجتماعية التي يتبعها الباحث في دراسته وبهذا يتضمن هذا الفصل توضيح الإجراءات المنهجية التي تم استخدامها والاعتماد عليها أثناء هذه الدراسة وهي منهج الدراسة وحدودها ثم الأداة المعتمد عليها في الدراسة والعينة التي أجريت عليها الدراسة ثم أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

## 1. منهج الدراسة:

يفرض موضوع الدراسة اختيار نوع المنهج المناسب، وهذا الاختيار هو الذي يعطي مصداقية وموضوعية للنتائج المتحصل عليها.

والمنهج هو مجموعة من القواعد العامة المصوغة من أجل الوصول إلى الحقيقة في العلم.<sup>1</sup>

ويعرف المنهج الوصفي بأنه أسلوب من الأساليب التحليل المركز على المعلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد أو فترات زمنية معينة، وذلك من أجل وصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع معطيات الفعلية للظاهرة

كما يمكن تعريفه بأنه وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية.<sup>2</sup> ويرجع تطبيق المنهج الوصفي في الدراسة الحالية بغية الكشف عن العلاقة بين الإعلام الأمني و الوعي المروري حيث أن المنهج الوصفي يقوم بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ووصفها وصفا دقيقا.

## 2. حدود الدراسة:

**2-1 الحدود المكانية:** يتمثل المجال المكاني للدراسة الميدانية في شركة إكسبريس طاكسي لتسيير سيارات الأجرة بحي الناظور الوادي

**2-2 الحدود الزمنية:** بدأت الدراسة الميدانية حول الإعلام الأمني وعلاقته بمستوي الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة من تاريخ 20 مارس 2016 إلى غاية 30 أبريل 2016 .

**2-3 الحدود البشرية:** الدراسة الراهنة حددت مجالها البشري سائقي سيارات الاجرة بشركة إكسبريس طاكسي لتسيير سيارات الأجرة، حيث بلغ عدد العينة 100 مفردة .

<sup>1</sup> عبد الرحمن بدوي، *مناهج البحث العلمي*، ط3، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977، ص 13.

<sup>2</sup> عمار بجوش محمد، محمود محمد الدنبيات، *مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث*، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2001،

### 3. الدراسة الاستطلاعية:

تمثل الدراسة الاستطلاعية الخطوة التي تسبق الثبات النهائي على خطة الدراسة وتعتبر الدراسة الاستطلاعية من أهم الخطوات التي يقوم بها الباحث قبل شروعه في الدراسة الأساسية فهي تعتبر أساساً جوهرياً لبناء البحث كله، ومن خلالها يتم التعرف على مكان الدراسة ومجتمع البحث وعينة البحث.

#### • الفائدة من الدراسة الاستطلاعية:

- تعرفنا على مكان الدراسة.
- تعرفنا على مجتمع الدراسة وتحديد نوع العينة وأسلوب اختيارها.
- اكتشفنا العراقيل والصعوبات التي تواجه الباحثين لتفاديها في الدراسة الأساسية.
- ضبط أداة الدراسة (الاستبيان) اعتماداً على مجموعة من الأدوات لجمع البيانات مثل الملاحظة، المقابلة.
- تعرفنا على جوانب مختلفة للموضوع.
- إعطاءنا معلومات أكثر حول موضوع الدراسة .

### 4. عينة الدراسة:

#### 1-4 حجم العينة وكيفية اختيارها:

تمثل عملية اختيار العينات في البحث العلمي من الخطوات الأساسية التي تسهم في جمع البيانات والمعلومات عن مجتمع الدراسة الأصلي الذي سوف تجرى عليه عملية البحث، ومن ثم تحليل النتائج وتعميمها.

وفي كثير من الأحيان يصعب القيام بدراسة شاملة لجميع عناصر أو مفردات المجتمع الأصلي وحتى إن أجريت فهي ليست بالأمر الهين لأنها تحتاج إلى بذل جهد كبير ومال كثير ووقت طويل ولذلك يلجأ الباحث إلى استخدام أسلوب العينة.

وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على الطريقة العشوائية البسيطة في اختيار العينة حيث قدر حجم العينة للمجتمع الكلي 300 وأخذنا منها 100، وتم توزيع 100 استمارة وتم استرجاعها كلها، 33% من المجتمع الأصلي للدراسة بطريقة العشوائية البسيطة.

#### 4-2 خصائص العينة:

جدول (02) : يوضح خصائص العينة حسب متغير السن .

النسبة %	التكرار	السن
81%	81	20سنة- 40 سنة
19%	19	40 سنة-60 سنة
100%	100	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن الفئة الذين يتراوح أعمارهم من 20سنة إلى 40 سنة هي بنسبة كبيرة قدرت ب 81%، اما الذين يتراوح أعمارهم من 41سنة إلى 50سنة بنسبة 19%.

جدول رقم (03): يوضح خصائص العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة %	التكرار	المستوي التعليمي
15%	15	إبتدائي
35%	35	متوسط
33%	33	ثانوي
17%	17	جامعي
100%	100	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة أكبر هي مستوى متوسط و قدرت ب 35%، ثم تأتي بعدها مستوى ثانوي و قدرت ب 33%، ثم مستوى جامعي و قدرت بنسبة 17%، وفي الأخير مستوى إبتدائي قدرت ب 15%.

جدول رقم (04): يوضح خصائص العينة حسب متغير الحالة الإجتماعية.

النسبة %	التكرار	الحالة الإجتماعية
35%	35	اعزب
65%	65	متزوج
100%	100	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن المتزوجين هم أكبر نسبة وقدرت بـ 65%، أما المبحوثين الذين يحملون صفة العزوبية قدرت نسبتهم بـ 35%.

جدول رقم (05): يوضح خصائص العينة حسب متغير الخبرة المهنية.

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
30%	30	أقل من 3 سنوات
40%	40	من 5 سنوات إلى 10 سنوات
30%	30	أكثر من 10 سنوات
100%	100	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة الذين لديهم خبرة من 5 سنوات إلى 10 سنوات هم نسبة أكبر تكرر وقدرت بـ 40%، أما الذين لديهم خبرة أقل من 3 سنوات قدرت بسبة 30%، وأما الذين الذين لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات قدرت بـ 30%.

## 5. أداة الدراسة:

يعتمد الباحث في جمع البيانات عن موضوع الدراسة على أداة أو أكثر لجمع البيانات ونظرا لطبيعة الموضوع الذي ندرسه، فقد قمنا باستخدام الاستبيان.

**الإستمارة :** ويقصد به " تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخدمة الموضوعية تقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة<sup>1</sup> .

ويعرفها "محمد عبد الحميد" على أنها أسلوب لجمع البيانات تستهدف إستشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقدم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في تقرير الذاتي من المبحوثين في هذه البيانات<sup>2</sup>. وأيضاً هي أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إستمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبيئتها .

قمنا بإعداد أداة الدراسة بعد الاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع وقد تكونت الأداة الدراسة من قسمين الأول يتضمن البيانات الشخصية عن العينة والثاني يتكون من محورين، محور الإعلام الأمني، ومحور الوعي المروري.

يحتوي إستبيان الإعلام الأمني وعلاقته بمستوي الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة على 60 بند مقسمة إلى محورين وكل محور مقسم إلى ثلاث أبعاد وهي:

<sup>1</sup> فخر الدين عمر خيربي خمش، علم الاجتماع الموضوع والمنهج مع التركيز على المجتمع الغربي ، عمان: دار مجدلاوي لنشر والتوزيع ،1999، ص284.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد ، المرجع السابق، ص 133.

**المحور الأول: الإعلام الأمني .**

البعد الأول: الإعلام المروري من البند 1- 10.

البعد الثاني: الثقافة المرورية من البند 11- 20.

البعد الثالث: الأمن المروري من البند 21- 30.

**المحور الثاني: الوعي المروري.**

البعد الأول: الجانب الإجتماعي من البند 1-10.

البعد الثاني: نظام المرور من 11- 20.

البعد الثالث: أخلاقيات القيادة من البند 21- 30.

معتمدين على مقياس ليكارت في بدائل الإجابة المتمثلة في : موافق بشدة، موافق، لا أدري، غير موافق، غير موافق بشدة. حيث نعطي (05) إذا كانت الإجابة بموافق بشدة، ودرجة (04) إذا كانت الإجابة بموافق، ودرجة (03) إذا كانت الإجابة لا أدري، ودرجة (02) إذا كانت الإجابة غير موافق، ودرجة (01) إذا كانت الإجابة غير موافق بشدة.

**6. أساليب المعالجة الإحصائية:**

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات المجمعة، ثم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وهو برنامج يحتوي على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تتدرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل التكرارات، المتوسطات والانحرافات المعيارية..... الخ، وضمن الإحصاء الاستدلالي مثل معاملات الارتباط بيرسون، ومستويات الدلالة، وقد تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لمعالجة بيانات الاستبيانات، والأساليب هي:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الشخصية لعينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة مستوى الإعلام الأمني و الوعي المروري.
- معامل ارتباط بيرسون لتحديد العلاقة وقوتها بين أبعاد الإعلام الأمني و أبعاد الوعي المروري لدى السائقين

## خلاصة

يمكننا أن نلخص في آخر هذا الفصل إلى أننا حاولنا إتباع المنهجية الأكاديمية المعتادة في البحوث العلمية وذلك من خلال الضبط الإجرائي لمتغيرات البحث وتوضيح مجالات الدراسة وأستهدف الفصل أساسا المنهج المعتمد في دراسة عينة البحث وخصائصها وثم الأدوات المستعملة في البحث وكيفية تطبيقها وكذا التقنيات الإحصائية المستخدمة في الدراسة



## الفصل الخامس: عرض وتحليل وتفسير النتائج

### تمهيد

1. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الأولى
2. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الثانية
3. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الثالثة
4. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الرابعة
5. عرض وتحليل وتفسير الفرضية العامة

النتائج العامة للدراسة

**تمهيد:**

يعد فصل عرض وتحليل ومناقشة الفرضيات من إحدى الركائز الأساسية في البحث العلمي، لذلك سوف نتناول في هذا الفصل نتائج الإستمارات البحثية التي قمنا بتطبيقها على السائقين للتوصل للنتائج النهائية والعامّة للدراسة، وسنتطرق للنتائج التي أسفرت عنها الدراسة الحالية من خلال عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية العامة والفرضيات الجزئية.

عرض وتحليل وتفسير النتائج

الفرضيات الجزئية:

1. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الأولى:

- الفرضية الجزئية الأولى: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري في الجانب الاجتماعي لدى سائقي سيارات الأجرة.

جدول رقم (06): يبين قيمة معامل الارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري في الجانب الاجتماعي لدى سائقي سيارات الأجرة.

المتغيرات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة معامل الارتباط بيرسون	الدلالة
مستوى الاعلام الأمني	100	119.31	12.34	0.149	غير دالة عند مستوى 0.05
مستوى الوعي بالجانب الاجتماعي		38.26	3.32		

الاستنتاج: لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري في الجانب الاجتماعي لدى سائقي سيارات الأجرة .

التحليل والتفسير: من خلال الجدول نلاحظ ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام الامنى و مستوى الوعي المرورى في الجانب الاجتماعي يساوى 0.149 وهى غير دالة عند مستوى 0.05 مما يؤدى الي قبول الفرضية الصفرية

وقبول الفرضية البديلة وهي لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين المستوى الاعلام الامنى ومستوى الوعي المرورى في الجانب الاجتماعى

من خلال النتائج الموجودة في الجدول والذى يوضح العلاقة بين مستوى الاعلام الامنى وبين مستوى الوعي المرورى في الجانب الاجتماعى ومن النتائج المتحصل عليها يتضح من قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.149 أن مستوى الإعلام الأمنى غير مرتبط بالمستوى الوعي المرورى من الجانب الاجتماعى أن من أهداف الإعلام الأمنى إنماء السلوك الاجتماعى العام بالأمن و السكنية ويكون ذلك بحملات إعلامية تهدف إلى التوعية المواطنين وتبصيرهم بواجبهم حيال الأمن العام وإرشادهم إلى أقوم السبل التى يتعين عليهم إنتاجها لحماية أرواحهم وأموالهم من أخطار حوادث المرور، وهناك دراسة لدكتور جاسم خليل ميرزا أجريت بأمانة دبي أكدت على دور الاعلام الامنى المرورى يحتل مكانة بارزة في منظومة الإعلام الأمنى الإماراتي لما له دور في خفض الخسائر المادية البشرية واقتصادية بإضافة إلى أنه وجد أن الحملات التوعية المرورية مثال يتخذ به ويمكن تعميمه على المستوى المحلى و الإقليمي وهو نموذج قابل للتطبيق على جميع الدول باعتبار أن العديد من الدول العربية لا تنظم مثل هذه الحملات المرورية وحتى عن وجدت فإنها تكون شكلية ولا تركز على الجانب الاجتماعى ونشر الوعي الاجتماعى لهذه الظاهرة.

2. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الثانية:

- الفرضية الجزئية الثانية: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بنظام المرور.

جدول رقم (07): يبين قيمة معامل الارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بنظام المرور.

المتغيرات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة معامل الارتباط بيرسون	الدلالة
مستوى الاعلام الأمني	100	119.31	12.34	0.022	غيردالة عند مستوى 0.05
مستوى التزام السائقين بنظام المرور		37.32	3.97		

الاستنتاج: لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بنظام المرور.

التحليل والتفسير: من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة معامل إرتباط بيرسون بين مستوى الإعلام الأمني و إلتزام السائقين بنظام المرور يساوى 0.022 وهى غير دالة عند مستوى 0.05 مما يؤدي إلى قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة وهى: لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين المستوى الإعلام الأمني و مستوى إلتزام السائقين بنظام المرور.

من خلال النتائج الموجودة في الجدول والذى يوضح العلاقة بين مستوى الإعلام الأمنى وبين التزام السائقين بنظام المرور ومن النتائج المتحصل عليها يتضح من قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.022 أن مستوى الإعلام الأمنى غير مرتبط بالمستوى التزام السائقين بنظام المرور، برغم مجهود الإعلام الأمنى بجميع مجالاته سواء كانت مسموعة أو مرئية تحاول رفع من مستوى الثقافة قانون المرور لدى السائقين والدليل على ذلك نسبة الحوادث المرورية المتزايدة يوما بعد يوم برغم من التوعية المرورية التى تحاول مصالح الأمن بكافة فروعها أن توقض بيه ضمير جميع فئات المجتمع وخاصة السائقين الآن. هذه الاخيرة في تزايد كبير جدا ففي رسالة قدمها الدكتور علي الكومان الأمين العام لوزارة الداخلية بمناسبة أسبوع العالم العربي للمرور ذكرا فيها ما تتعرض له البشرية بسبب هذه الحوادث حيث قال ان نسبة 80% من الحوادث المرورية السبب الرئيسى هم السائقين أم النسبة الباقية فهى بسبب المشاة و الطرقات كما أضافه أن نسبة القتلا 12 الف قتيل ناهيك على 210 الف جريح وكتليل آخر لهذه النتيجة المحصل عليها كانت نتائج أحد الدراسات وهى الإرشادات الإذاعية ودورها في نشر الوعي المرورى لسعيد عبد الله وآخرون في جامعة ورقلة التى خرجت بمجموعة من النتائج لدارستهم تقرر أن السائقين يفضلون اللهجة الدارجة في التوعية المرورية و التخويف كأسلوب لتوعية وذلك ل احترام القانون و فتح المجال أمام السائقين لأبداء آرائهم بالإضافة الى أن العوامل الديمغرافية دور في استيعاب والتزام السائقين بقانون المرور بالإضافة إلى الدورىة في نشر كل ما هو يوقض الوعي المرورى لديهم كما أن السائقين يفضلون الأشخاص الماطرين في هذا المجال من خلال هذه المعطيات فان الإعلام الأمنى العربى بالمقارنة مع نظيره الغربى لا يهتم بهذه التفاصيل التى من خلاله يلعب دور في الرفع من المستوى الثقافى في ما يخص التزام القانونى لسائقين

3. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الثالثة:

- الفرضية الجزئية الثالثة: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بأخلاقيات القيادة.
- جدول رقم (08): يبين قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الإعلام الأمني ومستوى إلتزام السائقين بأخلاقيات القيادة

المتغيرات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة معامل الارتباط بيرسون	الدلالة
مستوى الاعلام الأمني	100	119.31	12.34	0.053	غير دالة عند مستوى 0.05
مستوى الالتزام بأخلاقيات القيادة		38.34	5.22		

الاستنتاج: لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بأخلاقيات القيادة.

**التحليل والتفسير:** من خلال الجدول نلاحظ ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام الامنى و إلتزام السائقين باخلاقيات القيادة يساوى 0.53 وهى غير دالة عند مستوى 0.05 مما يؤدى الي قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة وهى: لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين المستوى الاعلام الامنى و مستوى التزام السائقين بأخلاقيات القيادة

من خلال النتائج الموجودة في الجدول والذى يوضح العلاقة بين مستوى الاعلام الامنى وبين التزام السائقين بأخلاقيات القيادة ومن النتائج المتحصل عليها يتضح من قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.53 ان مستوى الاعلام الامنى غير مرتبط بالمستوى إلتزام السائقين اخلاقيات القيادة، من خلال النتائج نستنتج أن الإعلام الامنى ليس له علاقة بأخلاقيات القيادة وأن الإعلام الامنى ومن بين السمات الأساسية له هو الاهتمام بالجانب الجنائى هناك دراسة حول أسباب إرتكاب المخالفات المرورية وتأثيرها على سلوك السائقين فى دراسة أجريه على نسب توزيع الرأى العام حسب الموضوعات العامة توجه الإعلام الامنى بنسبة 2 % من إجمالي المواد الاخرى ك الاقتصاد والدين والتعليم أهمية وفي دراسة أجريت لتعرف على الأسباب التي تدفع السائق إلى إرتكاب المخالفات المرورية ومدى تأثير المخالفات المرورية على سلوكه ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم توزيع إستبيانات على عينة من السائقين في محافظتي عمان والزرقاء حيث خلصت الدراسة إلى ضرورة التركيز على حملات التوعية المرورية للسائقين وتنفيذ الرقابة المرورية ضمن خطط وبرامج مدروسة بالإضافة إلى التركيز على مادة المخالفات والعقوبات في منهاج تدريب السائقين وفحصهم. ورفع اخلاقيات القيادة لديهم من خلال ما تقدم نلاحظ ان الاعلام الامنى في الدول العربية سطحي ولا يعتمد علي تطبيق اهدافه الارشادية والوعضية وحتى ان قدمها لا يسعى الي الرقابة البعدية التي من خلالها يحاولون خلق ورفع من مستوى الاخلاقى لديهم .

4. عرض وتحليل وتفسير الفرضية الرابعة:

- الفرضية الجزئية الثالثة: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام المروري ومستوى الوعي المروري.

جدول رقم (09): يبين قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام المروري ومستوى الوعي المروري.

المتغيرات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة معامل الارتباط بيرسون	الدلالة
مستوى الاعلام المروري	100	39.76	4.85	0.214	دالة عند مستوى 0.05
مستوى الوعي المروري		114.43	10.31		

الاستنتاج: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام المروري ومستوى الوعي المروري.

التحليل والتفسير: من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بيرسون بين الاعلام المروري والوعي المروري يساوي 0.214، وهي دالة عند مستوي 0.05، مما يدل على قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية التي هي: توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاعلام المروري ومستوي الوعي المروري من خلال الجدول الذي يوضح العلاقة بين الاعلام المروري والوعي المروري ومن النتائج المتحصل عليها يتضح أن الاعلام المروري مرتبط بالوعي المروري، ومن

الدراسة تتضح الإعلام المروري المتمثل في توعية الأفراد والإرشادات والنصائح المقدمة لهم من طرف الشرطة المرورية له علاقة إرتباطية دالة مع الوعي المروري.

وأظهرت دراسة لرائد الدكتور جاسم خليل ميرزا أن المعرفة لهذه المعلومات وغيرها من قانون المرور تتيح الفرصة أمام مستخدمي الطريق أن يكونوا على مستوى الوعي والكفاءة والخلق للزمين لنجاح العمل المروري

### 5. عرض وتحليل وتفسير الفرضية العامة:

- الفرضية العامة: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة.

جدول رقم (10): يبين قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة.

المتغيرات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة معامل الارتباط بيرسون	الدلالة
مستوى الاعلام الأمني	100	119.31	12.34	0.083	غير دالة عند مستوى 0.01
مستوى الوعي المروري		114.43	10.31		

الاستنتاج: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة.

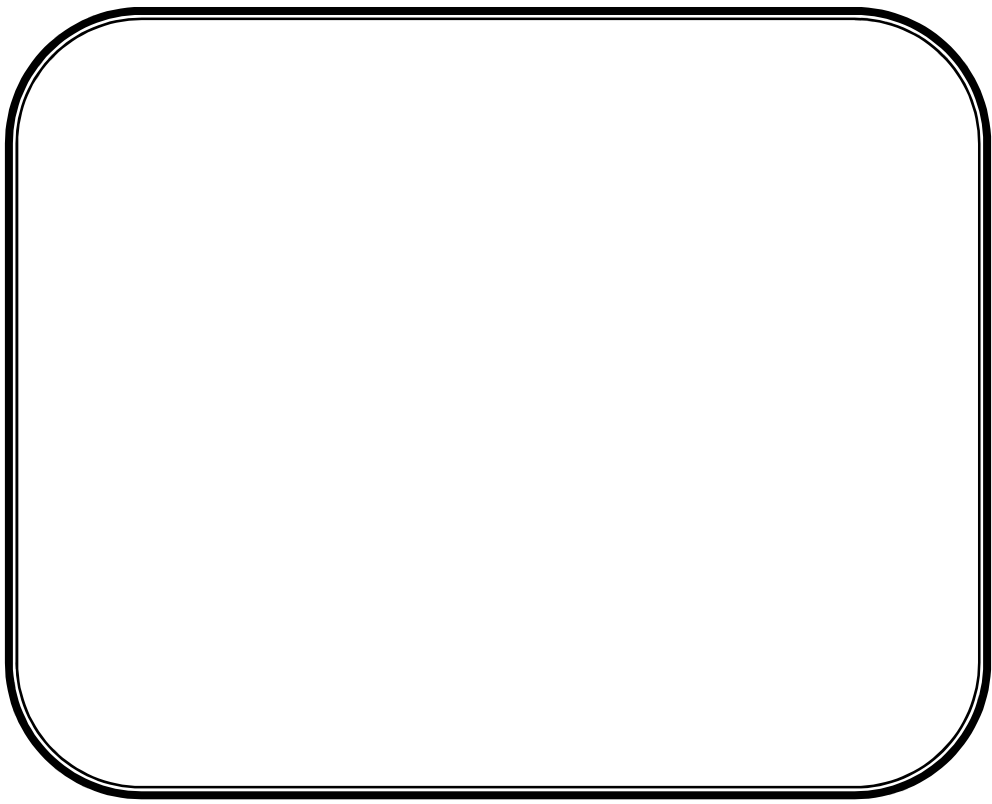
**التحليل والتفسير:** من خلال الجدول الموضح أعلاه من خلال الجدول نلاحظ ان قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الإعلام الأمني و الوعي المرورى هي 0.083 وهى غير دالة عند مستوى 0.15 مما يؤدى الي قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة وهى: لا توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى الإعلام الأمني و مستوى الوعي المرورى.

من خلال النتائج الموجودة في الجدول والذي يوضح العلاقة بين مستوى الإعلام الأمني وبين مستوى الوعي المرورى ومن النتائج المتحصل عليها يتضح من قيمة معامل إرتباط بيرسون 0.083 أن مستوى الإعلام الأمني غير مرتبط بالمستوى الوعي المرورى، لسائقين في دراسة أجراها على بن الشويل القرني تحت عنوان الإعلام الأمني بين التطلع والتغطيات الإعلامية وبتركيزه على أربع دراسات أخرى وجد أن الإعلام الأمني يحتل النسب الأخير من حيث الإهتمام به في مجال الإعلام حيث نسبته من 10 % من إجمالي توزيع الصحافة أما حسب الموضوعات فقد كانت النسبة 8 % و أم حسب المادة المقالية 4.1 % أما حسب المشاهدة فكانت 1.3 % بالإضافة إلى أنه وضع مقارنة بين الإعلام الأمني العربي والغربي وإستخلاص ما يلي الإعلام الامنى العربي يهتم بالنطاق الجغرافي الداخلي فقط أم الإعلام الأمني الغربي يهتم بالداخل والخارج بالإضافة إلى ان الإعلام الأمني العربي يهتم بالجانب الجنائي أما الغربي يهتم بجميع المجالات ما يفسر هذه الفرضية التي تعد أنه ليس هناك علاقة بين المتغيرين بالإضافة إلى المرجعيات فالدول الغربية تعتمد على المجتمع والدولة أما الإعلام العربي يعتمد الداخلية و القطاعات الأمنية أما طبيعة الإعلام فان الإعلام الأمني الغربي وقائى أما الآخر فهو علاجى أما توقيت النشر في الغرب هو نشر قبلي و بعدى أما الإعلام الأمني العربي فهو قبلي فقط ايضا اسلوب الخطاب في الاعلامين نجد الاعلام العربي

وعضي مباشر أم الإعلام الأمني الغربي فهو نقاشي غير مباشر من خلال كل هذه المعطيات نخرج بعنصرين أساسيين في تفسير هذه الفرضية يمكننا في الخصائص الإعلام الأمني العربي فهو علاجي ووعضي والإهتمام بالجانب الجنائي وكل هذه الخصائص تجعله ضعيف في ما يخص نشر الوعي المروري بشكل فرعي لانه لا يراعي أساليب التوعية ونشر الوعي المروري سواء لدى عامة المجتمع أو فئة معينة.

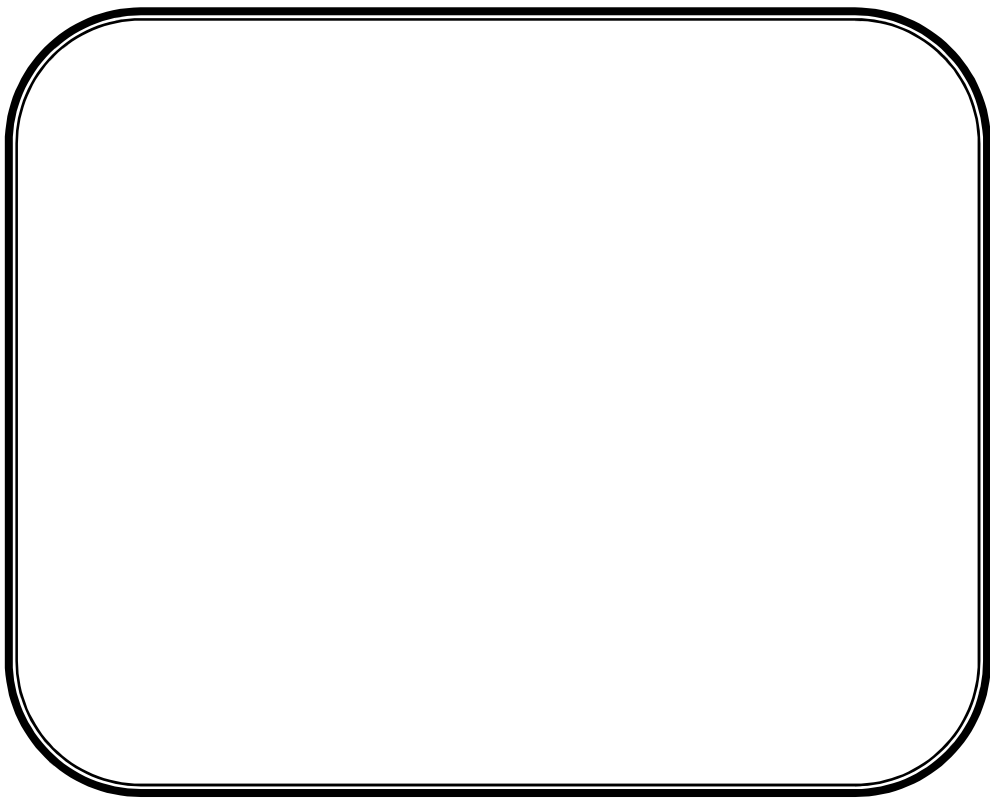
النتائج العامة للدراسة :

- لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري لدى سائقي سيارات الأجرة.
- توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام المروري
- لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بأخلاقيات القيادة.
- لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى التزام السائقين بنظام المرور.
- لا توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة احصائية بين مستوى الاعلام الأمني ومستوى الوعي المروري في الجانب الاجتماعي لدى سائقي سيارات الأجرة.



### خاتمة

ولكن رغم الدور الإيجابي الذي يؤدي الإعلام الأمني في توعية المواطنين إلا أن الحديث عن إمكانياتها في تخفيض من حدة حوادث المرور لا يزال مبكرا ، بسبب إختراق القوانين من طرف الأفراد فإن ذلك يحول دون تحسين الأمن المروري بل يجب تضافر الجهود مستعملي الطرق في إلتزامهم بقواعد السلامة المرورية لأن تجاوزهم للقوانين وإستهتارهم بها وكذا عدم مبالاتهم يحول دون أن يثمر دور الإعلام الأمني في تحسين التوعية المرورية عن نتائج طيبة، وتكتسي الحملات الإعلامية أهمية كبيرة فى توجيه السلوك الإنساني للفرد وتعتبر الحملات التوعوية المرورية من أبرزها ومن هذا المنطلق كان الهدف الأساسي من دراستنا هو بث رسائل توعية الأمنية إلى مختلف شرائح المجتمع.



قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

1. أ. عامر محسن سلمان العامري، الحملات الاعلامية، القاهرة، عالم الكتاب
2. ابراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، العربي لنشر والتوزيع، القاهرة.
3. أديب خضور، الاعلام الأمني، المكتبة الجامعية، د.ط، دمشق (د. م. ن) 2002.
4. أديب خضور، التوعية المرورية العربية، الرياض، مركز الدراسات والبحوث الجامعية، 2008.
5. أكرم عبد القادر أحمد أبو إسماعيل، التوعية المرورية، (الثقافة المرورية) وأثرها للحد من الحوادث المرورية، مؤتمر التعليم و السلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، 2007.
6. بركة بن زامل الحوشان، الاعلام الامني والأمن الإعلامي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، ط 1، الرياض، 2004.
7. جاسم خليل ميرازا، الاعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، ط 1، مركز الكتاب للنشر، 2006.
8. جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ،العمل الاعلامي الامني المشكلات والحلول، د. ط الرياض ،مركز الدراسات العربية، 2005.
9. الجحني ،علي فايز ،الجهود العربية في مكافحة الإرهاب والعولمة، الرياض جامعة بن عربية للعلوم سنة 2002 م.
10. حمدي محمد شعبان ،الاعلام الامني وادارة الأزمات والكوارث ،مصر ،الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات ،د.ط، 2005 .
11. الحوشان بركة زامل ،الإعلام الأمني العربي ،ندوة العمل الإعلامي الأمني المشكلات وحلول الرياض جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية 2005،

12. خضور ديب محمد ،أولويات تطور الاعلام الأمني عربي واقعة وأفاق خطورة ،الرياض ،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
13. د. سامية محمد جابر ،الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق،الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1984..
14. د.حميد صاعد محسن الدليمي ، الحملات الاعلامية والتطور والمفهوم،الإسكندرية، الكتب الجامعية.
15. زهير حدادانن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، د. ط،1991.
16. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعرفة،1984.
17. طاهر محسن الغالبي،أحمد شاکر العسكري:مدخل تطبيقي الاعلان، دار وائل للنشر والتوزيع ،عمان، ط 2، 2006 .
18. طاهر محسن القلمي ،أحمد شاکر العسكري ،الإعلان مدخل التطبيق ، دار وائل ، ط 1 ،2003.
19. عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي،الكويت، ط3، وكالة المطبوعات، 1977.
20. عبد الرحمن عسيري ،العمل الاعلامي الأمني المشكلات والحلول الرياضي جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،2000 .
21. عبد المنعم محمد بدر،الإعلام الأمني العربي،الرياض، مركز الدراسات والبحوث بأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، ط1،1997.
22. عصمت عدلي، مدخل إلى التشريعات الاعلامية والأعلام الأمني ،د.ط ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ،2005.
23. عمار بحوش محمد، محمود محمد الدنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2001.

24. العميد ، د .بركة بن زامل الحوشان ،الاعلام الأمني العربي ،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،2005.
25. فانتن عبد الفتاح محمد العبهري، دور الاتصال الشخصي في الحملات العلمية لمنظمة اليونسيف،(دراسة ميدانية)، جامعة الشرق الاوسط، 2010-2011.
26. فخر الدين عمر خيرى خمش، علم الاجتماع الموضوع والمنهج مع التركيز على المجتمع الغربي ، عمان:دار مجدلاوي لنشر والتوزيع ،1999.
27. فؤاده عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الاعلامية القاهرة، عالم الكتب، ط1.
28. محمد بهجة كشك، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية، الاسكندرية، الكتب الجامعي،1985.
29. محمد جمال الفاز، المعجم الاعلامي، دار اسامة والمشرف الثقافي، ط1، 2006.
30. محمد عودة والسيد محمد خيرى، أساليب الاتصال وتغير إجتماعي، دار نهضة العربية، بيروت، لبنان، د.ط،1988.
31. محمد محمود ذهبية،الإعلام المعاصر ،دار أجنادين للنشر والتوزيع ،ط 1 ، 2007.
32. المعلا محمد خليفة، الأعلام الشرطي في دولة امارات العربية المتحدة، دار مقدمة إلى ندوة شرطة ومجتمع ،أبو ظبي، ديسمبر ، 1995.
33. منير محمد حجاب، المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر والتوزيع، طبعة 1،(د.م.ن)، 2004.
34. الهاشمي بن بوزيد بوطالبي، فعاليات حملات التوعية المرورية، مؤتمر التعليم و السلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية،2006.
35. وليام ماك غاير ،الأسس النظرية للحملات ،ترجمة سعيد بومعيزة ،المجلة الجزائرية للاتصال ،ع 11 و 12 ،(ربيع ،صيف 1995).

36. ياسر عبد الله العسري وآخرون، حوادث السيارات في مدينة الرياض، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2009.

ثانيا : مذكرات ورسائل جامعية

37. تركي بن صالح عبد الله الحقباني، مدي إسهام الإعلام الأمني في معالجة الظاهرة الإرهابية، دراسة تحليلية لعدد من الصحف الكلية اليومية السعودية، رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم العربية الأمنية، مركز دراسات العليا، 2006.

38. رجاء دهانة، سناء مصري، دور الإعلام المسموع في التوعية المرورية، شهادة ليسانس في علم الاجتماع الإتصال، جامعة الوادي، 2012.

39. رسالة ماجستير في العلوم اعلام والإتصال والعلاقات العامة، الإعلام الامني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009

40. سهام العاقل، الإتصال الإجتماعي في الجزائر، دراسة حول فاعلية الإعلام لوقاية الشباب من المخدرات- دراسة تحليلية ميدانية- شهادة ماجستير في قسم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر، 1988.

41. عبد المالك ملولي، أساليب الإقناع عند رسول الله صلى الله عليه وسلم، مذكرة لنيل شهادة ماجستير بـقيم الدعوة والإعلام واتصال، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2005.

42. نبيلة بوخبزة، الأتصال الإجتماعي الصحي في الجزائر، رسالة ماجستير بقسم الإعلام والإتصال، دراسة تحليلية، جامعة الجزائر، ديسمبر، 1995.

43. يزيد آل سعود، دور الاجهزة الإعلامية فى التعامل مع الأزمات الأمنية، دراسة تطبيقية على أجهزة الإعلام السعودي من وجهة نظر القائمين عليها، رسالة ماجستير فى العلوم الإدارية ، الرياض، 2007.

ثالثا : ندوات

44. المعلا محمد خليفة، الإعلام الشرطة في دولة امارات العربية المتحدة، مقدمة إلى

ندوة شرطة ومجتمع ابو ظبي، ديسمبر، 1995

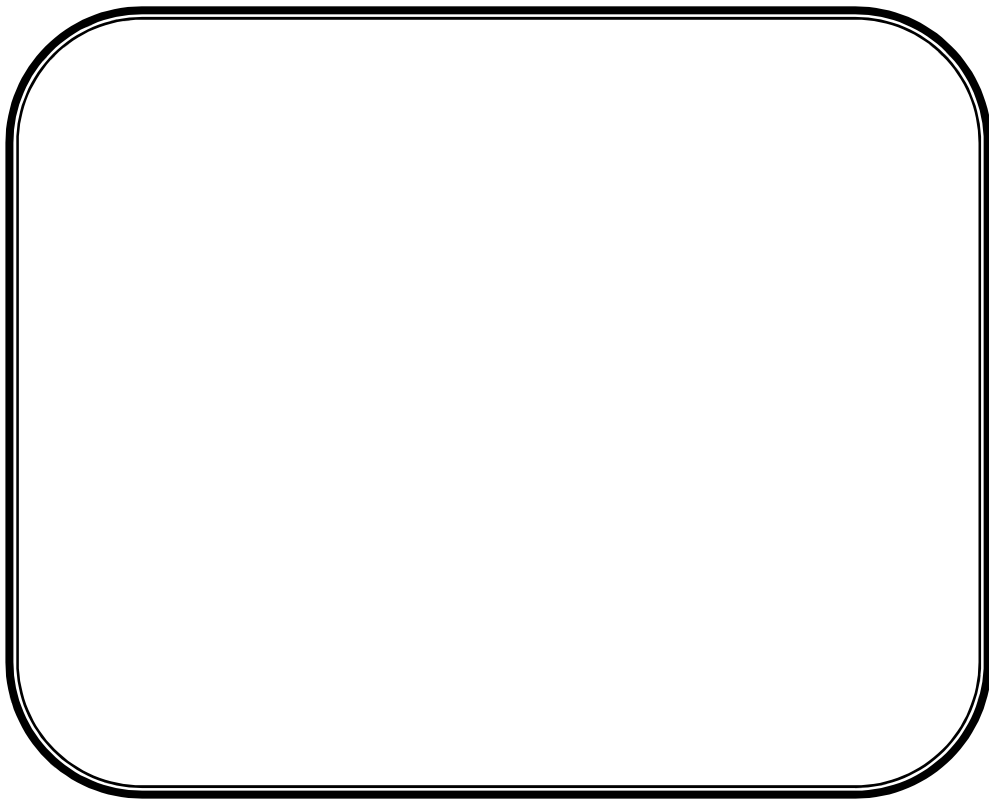
رابعا : مواقع الأنترنت

45. Adela:l.kinidi@moe.com a16/03/2014.hr 10/00.

46. Arcand richard .bourdoy .nicol.la communication.

47. efficace.ed.deboeck univer site paris 1998.

48. lenet .michel.op.cit .



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة حمه لخضر الوادي  
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية  
قسم العلوم الاجتماعية

استبيان

أخي السائق

نحن بصدد إعداد مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص علم الاجتماع الاتصال، تحت عنوان "الاعلام الامني وعلاقته بمستوي التوعية المرورية" لذلك نضع بين أيديكم هذا الاستبيان ونرجو منكم الإجابة عن الاسئلة الواردة في صفحاته بكل صدق وأمانه وما عليكم سوي وضع علامة (X) أمام عبارة التي تناسب أجابتم ونحيطكم علما أن المعلومات المقدمة من طرفكم ستبقي في كنف السرية والكتمان ولن تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

البيانات الشخصية :

- 1- السن: .....
- 2- المستوى :  إبتدائي  متوسط  ثانوي
- جامعي  أمي
- 3- الحالة الاجتماعية:  أعزب  متزوج
- 4- الخبرة المهنية :  أقل من 3 سنوات  من 5 إلى 10 سنوات  أكثر من 10 سنوات

الموسم الجامعي: 2016/2015

ملحق رقم : (01)

المحور الأول: الإعلام الأمني

الأبعاد	الرقم	العبرة	موافق بشدة	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة
لبعد الأول : الإعلام المروري	01	أحرص على حضور الأيام التحسيسية من طرف أعوان الشرطة					
	02	أهتم بالومضات الإشهارية في الإذاعة الخاصة بحوادث المرور					
	03	أتتبع الإرشادات والنصائح المقدمة من طرف الشرطة المرورية					
	04	ينبغي إدخال التوعية المرورية في المقرر الدراسي الخاص بالمدارس					
	05	أجد أن اللغة المستخدمة في التوعية المرورية تخدم جميع الفئات					
	06	يهمني أن تكون هنالك الكثير من المنبهات الخارجية التي تزيد من الوعي المروري لدي.					
	07	لدي مقدور كافي من الوعي المروري الذي يضمن لي حياة مهنية مريحة.					
	08	أسعي أن تكون لدي علاقة بأشخاص ذات وعي مروري.					
	09	أسعي لتكوين نفسي فيما يخص التوعية المرورية.					
	10	أري أن البرامج التلفزيونية كافية لتحقيق وعي مروري لدي سائقي المركبات.					
البعد الثاني : الثقافة المرورية	11	التوعية المستمرة والتدريب الدوري يساعدي علي احترام القانون المروري.					
	12	التدريب الجيد يساعدي علي اتقان مهارات القيادة.					
	13	تكثيف الملصقات المرورية يزيد من حثي علي الانتباه أكثر.					
	14	أعتبر الإشارات المرورية واللوحات الإرشادية كافية ومثبتة في مكان واضح ومرئي.					
	15	أخذ بعين الاعتبار الإرشادات والنصائح المقدمة من طرف الشرطة المرور.					
	16	البرامج المرورية المقدمة من طرف التلفزيون والإذاعة كافية لنشر					

					الوعي المروري.		
					أحرص علي معرفة كل جديد حول قانون المرور.	17	
					أحرص علي مشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالتوعية المرورية.	18	
					أستخدم الانترنت لتحسين مستوي الثقافى في مجال التوعية المرورية.	19	
					أحرص على راحة الركاب .	20	
					الاعلام المروري يساعدني علي رفع الثقافة الأمنية.	21	البعد الثالث : الأمن المروري
					أطلع علي مجالات الصادرة من الإعلام الأمني.	22	
					أعتقد أن الحملات الإعلامية مفيدة لي .	23	
					يساعدني الإعلام الأمني علي تحسين الأمن المروري.	24	
					الإكثار من الحملات الإعلامية الخاصة بالأمن المروري يزيد من الوعي المروري.	25	
					غياب الحس بالإعلام الأمني يؤثر سلبا على <u>المجتمع</u> .	26	
					تكريس البرامج الإعلامية الخاصة بالأمن المروري تساعد علي خفض نسبة حوادث المرور.	27	
					عرض الإحصائيات بنسب حوادث المروري دوريا تساعد علي تخفيض حوادث المرور.	28	
					تساهم برامج التوعية المرورية علي تحسين كيفية إستغلال الطريق	29	
					<u>أرى أن البرامج التوعية المرورية تحدم جميع فئات المجتمع.</u>	30	

## المحور الثاني : الوعي المروري

الأبعاد	الرقم	العبرة	موافق بشدة	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة
لبعد الأول : الجانب الاجتماعي	01	أحترم كبار السن عند قطعهم لطريق.					
	02	أخفض من السرعة عند تواجدي في أماكن العامة					
	03	أرفع من مستوي مسجلة صوت المذياع عند قيامي بالقيادة.					
	04	أحترم الجنس الآخر عند قيامي بالقيادة.					
	05	أبادل أطراف الحديث عند وجود أشخاص في سيارتي.					
	06	أصبر عندما يقوم أحد الركاب بإستفزازي.					
	07	أحترم سائقي سيارات صغار السن أثناء القيادة.					
	08	أبادر للمساعدة فورا عند مصادفتك حادث مرور.					
	09	أساعد الغير عند القيادة.					
	10	أحترم شرطي المرور لقناعتي ذاتية به.					
البعد الثاني : نظام المرور	11	ألتزم بالإشارات المرور الضوئية والقواعد المرورية.					
	12	أزيد من سرعة أثناء القيادة.					
	13	أترك مسافة الأمان.					
	14	أسير ليلا بدون أنوار أو استخدام النور العالي.					
	15	أحرص علي ربط الأمتعة أثناء القيادة بطريقة سليمة.					
	16	أستخدم الهاتف أثناء القيادة أو تناول السجائر.					
	17	أتصل بالآخرين أثناء القيادة.					
	18	أستخدم المرايا لمراقبة حركة السيارات الأخرى.					
	19	أتأني في الطرق الغير محكومة بالإشارات المرورية.					
	20	أستخدم إشارات الجانبية في سيارتي لتنبيه الآخرين قبل الإلتفاف.					

					أجتاوز السيارات الأخره مهما كانت الظروف.	21	البعد الثالث : أخلاقيات القيادة
					أسعي دائما لمعرفة حقوقي وواجباتي عند تعرضي لحادث.	22	
					أجتاوز الحد الأقصى لسرعة المسموح لي نا في حالة حلو الطريق.	23	
					ألتزم دائما بالسرعة المسموح لي بها من القانون المرور.	24	
					تشديد العقوبات علي مكرري المخالفات .	25	
					أحترم زملائي في المهنة.	26	
					أحرص علي وجود رخصة القيادة بجوزي.	27	
					أقوم بمحاورة الركاب عند قيادتي لسيارة .	28	
					أقوم بإجراء مكالمات الهاتفية عند القيادة.	29	
					أحترم الأماكن المحددة لي لتوقف السيارة.	30	