

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم الإعلام والاتصال



الموضوع

فاعلية برامج الإذاعة الجزائرية في التوعية المرورية

دراسة ميدانية على عينة من سائقي سيارات الأجرة بولاية الأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الباحثين:

د. حمود مفتاح

د. طيبي محمد الغني.

لجنة المناقشة:

أ. بن قيط الجودي رئيسا

د. طريف عطا الله مشرفا

أ. آيت قاسي ذهبية مناقشا

.2017-2016



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شوارعنا تنزف كفى حوادث

إرهاب الطرقات اخذت منا الصديق والحبيب والأخ ، اخذت منا القريب والبعيد

أفجعتنا في من نحب ، سرقت أحلامنا في لحظة طيش ، الى متى وطرقاتنا تحصد

الأرواح فرادى وجماعة ، الى ان تغير لونها أحمر

مهووس من عشاق السرعة لن اخاطر بحياتي معك

كفاكم جهلا وتهورا أيها السائقين فهناك أرواح وثقت بكم ، فكون على قدر

المسؤولية الملقاة على عاتقكم فنحن نستأمنكم على اغلى ما نملك فلا تخون ثقتنا

بكم ، لذة الافراط في السرعة لحظة وتنتهي ولكن ماذا لو انقلبت الى ألم يستمر

مدى الحياة عن الإعاقة أتحذث ، فإلى متى نحتل المراتب الاولى في عدد القتلى

شوارعنا تنزف والمعايق .
لست لوحدك رجاء خفف سرعتك

لنتحد يدا ولحدة لمحاربة الظاهرة ونحمي من نحب ، من اجل سلامة اولادنا

والحفاظ على حياتنا .

سيارتك لك و أرواحنا لنا فلا داعي للمغامرة

معاً من أجل

الحد من الحوادث

شكر

" ربنا أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى

والدي

وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلي برحمتك في عبادك

الصالحين "

النمل-19-

الشكر أولاً لله على جزيل فضله ونعمه، إنه ولي ذلك

والقادر عليه.

نتقدم بخالص عبارات الشكر والعرفان إلى كل من

ساعدنا وشجعنا من قريب

أو بعيد على إنجاز هذا العمل المتواضع و نص

بالذكر:

الأستاذ المشرف: دكتور طريف عطاء الله

الذي تفضل بالإشراف على بحثنا هذا وعلى توجيهاته

ونصائحه القيمة.

و جزيل الشكر إلى عمال إذاعة الجزائر بالأغواط وكل

موظفيها

وأخيراً نشكر جميع الإخوة والأصدقاء و زملائنا بالجامعة

قسم إعلام واتصال

الذين كانوا لنا بمثابة

الدعم المعنوي إلى نهاية هذا العمل.

-بارك الله فيكم جميعاً -

إهداء

إلى من تنتظرنني بالدعوات و الدعوات ، التي لا تقدر بثمن

أمي.

إلى النهر الخالد، الذي جرع كأس فارغا ليسقينني قطرة علو ، إلى من لا

يكرره الزمن أبي.

إلى روح عمتي الطاهرة.

إلى القلوب الطاهرة و النفوس البريئة إلى رباحين حياتي إخوتي.

إلى من يسعد قلبي بلقيام أخواتي.

و إلى كل من كان سندا لي في مساري الدراسي ، من حملهم قلبي و

نسيم قلبي. و إلى من أتمنى أن تبقى صورهم في عيوني.

دعو مقتاج.

إهداء

إله لا يطيب الليل إلا بشكرك لا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك، ولا تطيب الجنة إلا بعفوك

إلى روح والدي الطاهرة (علي طيبي) رحمه الله، الذي علمني معنى الصوم مهما تبدلت الظروف والذي طالما غرس فيا حب العلم والعلماء .

بأسمى عبارات الحب و ازدهار الورد و الحنان

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى رمز الصوم، منبع

الحنان و الحب، و الإخلاص، إلى التي شجعتني دوما ،

إلى التي أحسنت تربيتي و زرعت بذرة الأمل في فؤادي، تحية عرفان

و امتنان إلى من حملتني وهنأ على وهن، إلى قررة عيني التي

أبصر بها ،

إلى بهجة قلبي إلى أحلى و أعذب اسم تعلمته في حياتي إلى أمي ثم

أمي ثم أمي فاطنة.

إلى اخوتي الأعزاء توفيق، احمد، عبد الحق يوسف.

إلى أخواتي خيرة، كلثوم، ام الخير، حليلة، امباركة، زينب العزيزات وأزواجهم وأولادهم

والى جميع أقاربي والى الاصدقاء، حمادة، عمر ، البشير، دحو، مسعود، خالد، لمين،

نية، لحسن، عيسى، حرز الله، حنان شانة، فتيحة، ابراهيم عبد العزيز، حيدر، هاجر،

نجاة، نجوى.

إلى أساتذتي الكرام حفظهم الله ورعاهم

إلى من عرفتهم أخوة و أحبة (أصدقائي)

و إلى جميع رفقائي في الدراسة من الطور الابتدائي الى الجامعي.

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة التي كانت تحت عنوان فاعلية برامج الاذاعة الجزائرية في التوعية المرورية، على القاء نظرة حول الدور الذي تلعبه اذاعة الجزائر من الاغواط في نشر وترسيخ الوعي المروري ومدى تجاوب الجمهور لها باعتبارها من اهم وسائل الاتصال الجماهيري التي واكبت متغيرات عدة، الا انها تبقى الوسيلة البارزة وهذا من خلال ما تتميز به من خصائص ومميزات ونظرا للأهمية البالغة لما تقدمه من ارشادات توعوية مرورية، فهي تسعى بدورها للحد من حوادث المرور، ومن خلال ما سبق، تولي دراستنا اهمية الى تقديم وعرض دور فاعلية البرامج الاذاعية في نشر الرسالة التوعوية ومدى قدرتها على توعية الجمهور من مخاطر حوادث المرور ومعرفة حجم واهتمام اذاعة الاغواط بالأساليب الاقناعية التي يجب مراعاتها في تحرير الرسائل الاعلامية المسموعة ونجاحها، ومن خلال دراستنا توصلنا الى مجموعة من النتائج منها فتح المجال امام السائقين للمشاركة في تفعيل البرامج التوعوية من مخاطر حوادث المرور وان عامل الخبرة له دور كبير في تفادي وقوع الحوادث المرورية وان البرامج التوعوية التي يستضاف فيها المختصين في مجال الوعي المروري كانت الاكثر اقبالا واستماعا من قبل اغلب السائقين.

Résumé de l'étude en français:

Cette étude, intitulée «L'efficacité des programmes de radio algériens dans le domaine de la sensibilisation au trafic», vise à examiner le rôle joué par la Radio Algérienne dans la diffusion et la consolidation de la sensibilisation au trafic et dans la mesure où le public y répond en tant que Des moyens les plus importants de communication de masse qui ont accompagné plusieurs variables, en raison de ses caractéristiques et de ses avantages. En raison de l'importance de sa sensibilisation au trafic, elle vise à réduire les accidents de la circulation. Grâce à ce qui précède, notre étude est importante pour présenter et représenter le rôle de l'efficacité des émissions de radio dans la diffusion des messages de sensibilisation. Pour informer le public sur les dangers des accidents de la circulation et connaître la taille et l'intérêt de la Radio de Laghouat dans les méthodes convaincantes Cela doit être pris en compte dans l'édition et le succès des messages audio. Grâce à notre étude, nous avons atteint un certain nombre de résultats, notamment en ouvrant la voie aux conducteurs pour participer à l'activation des programmes de sensibilisation aux accidents de la circulation. Un rôle important dans l'élimination des accidents de la circulation et des programmes de sensibilisation organisés par des spécialistes dans le domaine de la sensibilisation au trafic Le plus populaire et entendu par la plupart des conducteurs.

الفهارس

الفهرس المحتويات

دعاء

الشكر

إهداء

ملخص الدراسة

مقدمة أ-ب

الإطار العام و المنهجي للدراسة

- 19..... إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- 21..... الفرضيات
- 21..... تحديد مفاهيم الدراسة:
- 24..... أسباب اختيار الموضوع:
- 24..... أهداف الدراسة:
- 25..... أهمية الدراسة.
- 25 منهج الدراسة.
- 26..... أدوات جمع البيانات:
- 27..... مجال الدراسة :
- 27..... مجتمع الدراسة وعينته.
- 28..... الدراسات السابقة:

الفصل الاول: تطور الخدمة الاذاعية

- 37..... المبحث الأول: نشأة الاذاعة وانواعها.
- 37..... المطلب الأول: نشأة الاذاعة وتطورها.
- 39..... المطلب الثاني: انواع الاذاعات.
- 41..... المطلب الثالث: دور الإذاعة في المجتمع.
- 42..... المبحث الثاني: خصائص و وظائف الاذاعة المحلية.
- 42..... المطلب الأول: خصائص الإذاعة المحلية.
- 45..... المطلب الثاني: وظائف الإذاعة المحلية.

- 48.....المطلب الثالث: أهداف الاذاعة المحلية.
- 49.....المبحث الثالث: ظهور وتطور الإذاعة في الجزائر
- 49.....المطلب الأول: نشأة الاذاعة في الجزائر.
- 51.....المطلب الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر.
- 54.....المطلب الثالث: نشأة إذاعة الاغواط

الفصل الثاني: دور الاذاعة في التوعية المرورية

- 61.....المبحث الأول: تفاقم ظاهرة حوادث المرور في الجزائر.
- 61.....المطلب الأول: مفهوم حوادث المرور.
- 61.....المطلب الثاني: أسباب حوادث المرور
- 66.....المطلب الثالث: الآثار الناجمة عن حوادث المرور
- 67.....المبحث الثاني: التوعية المرورية عبر الاذاعة.
- 67.....المطلب الأول: مفهوم التوعية المرورية وأهميتها.
- 70.....المطلب الثاني: أهداف وخصائص التوعية المرورية
- 72.....المطلب الثالث: دور الاذاعة في التوعية والتحسيس من مخاطر حوادث المرور.
- 75.....المبحث الثالث: أساليب واستراتيجيات الاتصال الاقناعي
- 75.....المطلب الأول: استراتيجيات الاتصال الاقناعي
- 79.....المطلب الثاني: أهمية الاتصال الاقناعي في الاذاعة.
- 81.....المطلب الثالث: الأساليب والاستمالات الإقناعية في الاذاعة

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

- 89.....المبحث الاول: تحليل وتفسير نتائج استمارة الاستبيان.
- 107.....المبحث الثاني: تحليل وتفسير محاور الدراسة وفقا للفرضيات.
- 107.....المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة:
- 110.....خاتمة
- 113.....قائمة المصادر والمراجع
- 119.....ملاحق

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول:

الصفحة	موضوع الجدول	الرقم
89	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق لمتغير السن .	01
89	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق لمتغير المستوى التعليمي	02
90	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق لمتغير الحالة الاجتماعية	03
90	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق لمتغير الخبرة في السياقة.	04
91	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق لاستعمال مذياع السيارة	05
91	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق الاستماع لبرامج اذاعة الجزائر من الاغواط:	06
92	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق نوع البرامج التي يستمع اليها السائقين على امواج اذاعة الجزائر من الاغواط.	07
93	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق طبيعة البرامج التي يستمع اليها السائقين على امواج اذاعة الجزائر من الاغواط.	08
93	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق القالب الازاعي المفضل لدى السائقين لعرض البرامج التوعوية المرورية.	09
94	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق الاضافة التي تضيفها برامج التوعية المرورية للسائقين في المجال المهني .	10
95	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق نسبة حوادث المرور في ولاية الاغواط	11
95	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق اللغة التي يفضلها السائقين في عرض برامج التوعية المرورية عبر اذاعة الجزائر من الاغواط؟	12
96	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق البرامج التي تغرس الوعي المروري اكثر عبر اذاعة الجزائر من الاغواط.	13
96	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق الاسلوب الاكثر اقناعا للسائقين.	14
97	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق القالب المناسب لعرض برامج التوعية المرورية عبر الاذاعة.	15
97	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق مقدم البرامج التوعوية الذي يفضله السائقين.	16
98	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق فتح المجال للسائقين للمشاركة في تفعيل هذه البرامج.	17
98	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق كيفية المشاركة في برامج التوعية المرورية.	18
99	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق العوامل التي تزيد من فاعلية ترسيخ البرامج التوعوية لدى السائقين.	19
100	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق تأثير الاستماع لبرامج التوعية المرورية عبر الاذاعة.	20
100	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق صعوبة فهم هذه البرامج المعروضة عبر الاذاعة.	21
101	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق اسباب عدم فهم برامج التوعية المرورية المعروضة عبر الاذاعة.	22
101	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق هل قدمت هذه البرامج تصورا كافيا لمفهوم الوعي المروري لدى السائقين.	23
102	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق التعرض لحادث مروري.	24
102	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق سبب التعرض لحادث المرور.	25
103	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق عامل السن ومدى استماع السائقين لإذاعة الجزائر من الاغواط	26
104	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق عامل السن ومدى تأثيره على نوع البرامج التي يستمع اليها السائقين عبر إذاعة الجزائر من الاغواط.	27
104	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق عامل السن ومدى تعرض السائقين لحوادث المرور.	28
105	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق عامل الخبرة ومدى استماع السائقين لإذاعة الجزائر من الاغواط.	29
106	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق عامل الخبرة ومدى تأثيره على نوع البرامج التي يستمع اليها السائقين عبر إذاعة الجزائر من الاغواط.	30
106	جدول يوضح توزيع افراد العينة وفق عامل الخبرة ومدى تعرض السائقين لحوادث المرور	31

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الاشكال:

الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
52	شكل رقم (1) يمثل الاذاعات المحلية في الجزائر	01
55	شكل رقم (2) يوضح توزيع الطاقم الصحفي والاداري لإذاعة الجزائر	02
76	الشكل (3): الاستراتيجية السيكو ديناميكية للإتصال الاقناعي	03
77	الشكل (4) : الاستراتيجية الاجتماعية الثقافية للاتصال الاقناعي	04
78	الشكل (5): استراتيجية إنشاء المعاني	05

مقدمة



ترتبط وسائل الإعلام والاتصال بشتى أنواعها ارتباطا وثيقا بالمجتمع وهذا من خلال ما تقدمه من برامج، فهي تتأثر بالأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، التي باتت تهدد سلامة المجتمع وسيره وتوازنه، فقد أصبح من الضروري على الدول والحكومات الاعتماد على طرق وتقنيات عملية للحد من تفاقم هذه المشكلات والتقليل من حدتها وأثرها السلبية من خلال الاعتماد على أسلوب الاقناع الذي يعكس درجة احترام الفرد وأعطائه قيمته وتمكينه من تحمل المسؤولية.

فالإعلام أصبح الوسيلة الأساسية لإبراز إيجابيات التطور في الدول والأنظمة، وصار أيضا وسيلة لا يمكن الاستغناء عنها من أجل التأثير في معتقدات الناس قناعاتهم ووعيهم وذلك من خلال التكلم عن الراي العام وتوجيهه ومع مرور الوقت ظهرت وظائف جديدة للإعلام .

إن الاذاعة كغيرها من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الكبرى استطاعت ومنذ نشأتها أن تفرض نفسها وأن تحافظ على بقائها نظرا لخصوصيتها والدور الهام الذي تلعبه في تطوير المجتمعات البشرية، وفي تغيير سلوك الإنسان داخل هذه المجتمعات من خلال تنويع الصلاة التي تربط أفرادها، فقد ربطت هذه الوسيلة بين الناس بصفة متينة ومستمرة ...

إن الاهتمام بمواضيع حوادث المرور لأنها تعتبر من أبرز المشاكل في الفترة الحالية والتي تحظى باهتمام كبير سواء من طرف الجهات المعنية أو أفراد المجتمع، فظاهرة حوادث المرور أو ما يسمى بإرهاب الطرقات التي أصبحت مشكلة يعاني منها كل العالم، كونها تمس الإنسان بالدرجة الأولى أما بالموت أو العجز الدائم، فقد بات واضحا وجليا أن الخسائر التي تسببها تفوق غيرها من الخسائر الناجمة عن هذه الحوادث .

ونظرا للمكانة التي تحتلها هذه الوسيلة إرتأينا اجراء هذه الدراسة التي تناولت في مضمونها عن فاعلية برامج الاذاعة الجزائرية في التوعية المرورية.

وقد تناولنا في موضوع دراستنا من خلال خطة البحث التي شملت مقدمة وجانب منهجي وجانب نظري إضافة إلى آخر تطبيقي وخاتمة .

قمنا من خلاله بتحديد إشكالية الدراسة وتحديد تساؤلاتها وفرضياتها إلى جانب أسباب إختيار الموضوع، ثم تطرقنا إلى أهمية وأهداف الدراسة، إضافة إلى المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات وقمنا بإبراز الدراسة ومتغيراتها، فتحديد المفاهيم و ضبطها وبعدها قمنا بالتعرض إلى الدراسات السابقة.

الفصل الأول تضمن نشأة الاذاعة وأنواعها ودورها في المجتمع، ثم قمنا بالتعريف على خصائص ووظائف وأهداف الاذاعة المحلية، وبعدها تناولنا كيف تطورت ونشأة الاذاعة الجزائرية، وصولا الى ظهور الاذاعات المحلية في الجزائر، وختاما لهذا عند الاذاعة المحلية بالأغواط.

قدمنا في هذا الفصل الثاني من خلال مبحثه الأول مفهوم وأسباب حوادث المرور ثم تحديد الآثار الناجمة لها، أما المبحث الثاني ركزنا فيه على مفهوم التوعية المرورية وأهميتها وصولا إلى الأهداف والخصائص كما أننا قمنا بإبراز دور الاذاعة في التوعية والتحسس من مخاطر حوادث المرور كآخر مطلب في هذا المبحث، لتكون خاتمة هذا الفصل بمبحث ثالث شمل استراتيجيات واستعمالات الاتصال الاقناعي، أهميته وأساليبه.

واختتمت الدراسة بفصل آخر خص في ثلاث مباحث ، أحدها تحليل وتفسير نتائج إستمارة الاستبيان ، ومبحث ثاني تحليل مناقشة محاور الدراسة وفقا للفرضيات ومبحث ثالث استنتاج عام للدراسة وخاتمة.

الإطار العام والمنهجي

2- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

أصبحت الحوادث المرورية تمثل وبشكل كبير هاجسا وقلقا لكافة المجتمعات، كما صارت واحدة من أهم المشكلات التي تستنزف الموارد المادية والطاقات البشرية وتستهدف المجتمعات في أهم مقومات الحياة والذي هو العنصر البشري، إضافة إلى ما تكبده من مشاكل اجتماعية ونفسية وخسائر مادية ضخمة، حيث مازالت حوادث المرور بالجزائر ونتائجها المفجعة من الجرحى والوفيات وآثارها الاجتماعية والاقتصادية على الأرواح والممتلكات من أهم ما يشغل بال العديد من المسؤولين والمواطنين، فلا يكاد يمر يوم إلا وتطلعنا الإذاعات الصحف المحلية بحوادث السيارات تحصد الأرواح وتصيب الناس، ولما كانت حوادث المرور و مازالت تشكل نسبة كبيرة من مجموع الحوادث المسجلة، فإن التصدي لهذه المشكلة يعد في غاية من الأهمية .

وتشير الإحصاءات المرورية بأن نسبة الوفيات والإصابات من جراء الحوادث المرورية المسجلة ببلادنا تعد بصفة عامة مرتفعة بالمقارنة مع الدول المتقدمة، وهذا ما يحتم ضرورة إعداد دراسات استراتيجية للسلامة المرورية وتضافر الجهود من أجل التصدي لتلك الحوادث كمسؤولية جماعية مشتركة تقع على عاتق مختلف فئات المجتمع، وكذلك الأجهزة والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية .

حيث يؤكد مدير الأمن والدراسة بالمركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق أن حوادث المرور تكلف الخزينة العمومية أكثر من 200 مليار دينار سنويا¹، هذا على الصعيد المادي أما على الصعيد البشري فيما يسمى بإرهاب الطرق يخلف 13 قتيلا و 178 جريحا يوميا وحوالي 41224 حادث مرور سنويا، وتعتبر هذه الأرقام الحصيلة الأثقل من نوعها تجعل الجزائر في مقدمة الدول العربية²، ما فرض تكثيف الجهود وتسخير مختلف وسائل الإعلام سعيا لنشر الثقافة المرورية وخلق البرامج لتوعية وخوض حملات تحسيسية متواصلة في محاولة لاستجابة لمحمل التطورات الحاصلة في ميدان السلامة المرورية و بعث ثقافة من شأنها الحد من هذه الحوادث .

وأمام المنحى المتزايد والارتفاع الكبير لحوادث المرور في مدينة الاغواط، وتفاقم المشكل بشكل جلي بالرغم من الإجراءات الردعية و صرامة تطبيق القوانين، إلا أن المشكل يبقى قائما، ووجب على تكاثف وتضافر الجهود والتنسيق بين مختلف الجهات المعنية، من اجل الحد والتقليل من النسب الهائلة

¹ تبايني عبير، الحملات الاعلامية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال ، جامعة بسكرة، 2012، ص 04.

² مجلة وزارة النقل، المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق، دراسة احصائية لحوادث المرور في الجزائر خلال سنة 2009، ص 05.

لهذه الحوادث، حيث لجأت المنظمة الى الاعتماد على وسائل هادفة وفاعلة في أطراف المجتمع من أجل تمرير رسائلها التوعوية في مجال الثقافة المرورية من خلال تسخير كل المؤسسات والوسائل الإعلامية المتاحة والتي تخاطب الجمهور بشكل مباشر، إذ تعد الإذاعة إحدى أهم القنوات التي يمكنها توصيل هذه الرسالة بشكل قوي وهاذف. نظرا لحملة من الخصائص التي تتمتع بها من تجاوز للحاجز المكاني وقدرتها على مخاطبة كافة شرائح المجتمع باختلاف مستوياته التعليمية والاجتماعية إضافة الى ملاءمتها للتعرض لهكذا موضوع وللخاصية بساطة القناة الاتصالية وتوافرها في كل الأماكن وبشكل قوي خصوصا تعرض جمهور السائقين لمضامين هذه الوسيلة وذلك بحكم تنقلاتهم لأداء أعمالهم حيث تقضي هذه الشريحة وقتا معتبرا داخل المركبات ما يجعلها أكثر عرضة للمضامين الإذاعية، بما فيها من برامج وحملات للتوعية المرورية خاصة في ظل الاهتمام الإذاعي الكبير بهذا الموضوع، سواء من طرف الإذاعة الوطنية الجزائرية بمختلف محطاتها، أو من طرف أغلب المحطات الإذاعية الجهوية، بما فيها إذاعة الاغواط.

وعليه فانطلاقا من سبق ذكره، استوجب الموضوع خوض دراسة علمية كمحاولة لتشخيص المشكلة والوقوف على نتائجها من خلال الوضع الإعلامي التوعوي والإرشادي الخاص بحوادث المرور في الجزائر من خلال مدينة الاغواط، وخاصة في تزايد هذه الحوادث واستمرارها في حصد الأرواح والممتلكات رغم الجهود المبذولة من قبل الدولة في خلق آليات واستراتيجيات للتقليل منها والحد من خطورتها واحتواء المشكلة، فمن خلال تكثيف الرسائل الإعلامية عبر مختلف الوسائل وعلى رأسها الإذاعة إلى اعتماد أسلوب الردع والإجراءات القانونية وتكثيف عمليات الضبط الميداني، هذه المفارقة تحتم ضرورة معرفة مدى فعالية هذه البرامج الإعلامية المرورية وذلك من خلال معرفة توجهات وأراء جمهور السائقين باختلاف خصائصهم النفسية والاجتماعية وتوجهاتهم ومدركاتهم نحو هذه البرامج، ومدى تقبلهم واقتناعهم بها، وبالتالي معرفة مستوى تأثيرهم بها، و الأمر الذي نسعى للوصول إليه من خلال دراستنا هذه والتي تتمحور حول التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى فاعلية برامج إذاعة الجزائر من الاغواط في التوعية المرورية؟.

3-تساؤلات الدراسة:

- ✓ ما مدى اهتمام إذاعة الاغواط بالتوعية المرورية؟.
- ✓ هل لإذاعة الاغواط أساليب إقناعية تعمل على غرس الثقافة المرورية لدى السائقين؟.

✓ ما مدى فاعلية البرامج الخاصة بالوعي المروري؟.

4-فرضيات الدراسة:

- ✓ تهتم إذاعة الاغواط بشكل كبير بالتوعية المرورية من خلال برامجها المقدمة للجماهير .
- ✓ لإذاعة الاغواط أساليب كافية تعمل على غرس الثقافة المرورية لدى السائقين.
- ✓ برامج الإذاعة الخاصة بالتوعية المرورية تكتسي فاعلية كبيرة في الحد من حوادث المرور.

5-تحديد مفاهيم الدراسة:

1-مفهوم الفاعلية:

تعرف الفعالية انها القدرة على تحقيق النتائج المقصودة طبقا لمعايير محددة مسبقا¹، أما الفعالية الإعلانية فتعرف " بأنها قياس تأثير الرسالة الإعلانية على الجمهور المستقبل لهذه الرسالة عن طريق عينات محددة من هذا الجمهور"².

و من هذا التعريف يظهر تداخل بين مصطلح الفعالية ومصطلح التأثير، إلا أن علماء الإعلان والتسويق قد حسموا هذا الأمر حيث ذهبوا إلى أن الفعالية أشمل من التأثير، وأنه يفضل استخدام مصطلح الفاعلية في الإعلان بدل مصطلح التأثير.

2-مفهوم الإذاعة:

أ-لغة: الإذاعة اسم مشتق من الفعل "أذاع" "يذيع" "اذاعا" و تعني "الإشاعة" بمعنى النشر العام، و ذبوع ما يقال حتى أن العرب قديما يصفون الرجل الذي لا يتكتم السر أنه رجل "مذيع" فيقال "فلان للأسرار مذيع و للأسباب مضياع".

ب-اصطلاحا: يعرفها عبد العزيز شرف: "عبارة عن تنظيم مهيكلي في شكل وظائف و أدوار تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي و الثقيفي و الاعلامي و ذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متنثر يتكون من أفراد و جماعات بأجهزة مناسبة"³. وهذا يعني أن الإذاعة عبارة عن مؤسسة تبث مجموعة من البرامج الإعلامية، و التعليمية و الترفيهية، عن طريق جهاز يسمح بإرسالها في آن واحد.

¹ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات في العلوم الادارية، دار الكتاب المصري، ط 02، القاهرة، 1994، ص 170.

² تباري عبير، مرجع سابق، ص 17.

³ عبد العزيز شرف، مدخل الى وسائل الاعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989، ص 403.

كما يعرفها فضيل دليو على أنها: " ما يث على الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية و السياسية و ربط مستمعيها برباط مباشر و سريع، ومن ثم فقد شاركت مع التلفزيون خاصة و وسائل الاتصال الأخرى في تقريب الثقافات و تكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه"¹.

ج-التعريف الاصطلاحي: هي الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج، ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء العالم فرادى وجماعات باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة.

د-التعريف الاجرائي: الإذاعة هي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية تعمل على نشر الأخبار عن طريق الاتصال اللاسلكي وذلك عبر موجات كهرومغناطيسية.

3- مفهوم البرامج الاذاعية:

كلمة برنامج لها معاني مختلفة حسب طبيعة عملها، ففي حين نجد البرنامج الاقتصادي والدراسي والسياسي هو عموما الخطة التي يستخدمها الإنسان من اجل القيام بشيء معين، فإن مفهومه في ميدان الإعلام فهو : "شكل يشغل ساحة زمنية محددة ويقوم في مواعيد ثابتة سواء يوميا أو أسبوعيا أو شهريا أو لعرض مادة سواء كانت علمية أو فنية أو ثقافية أو دينية"².

ويعتبره بعض الباحثين مجموعة الحصص التي تتناول موضوعا أو أكثر في شكل فني مميز يختلف عن الإلقاء العادي غالبا ما يعالج حدثا سياسيا أو قضية اجتماعية كالبطالة، أزمة السكن عالم الشغل الصحة، كما انه يمكن أن يكون أشبه بالمجلات الأسبوعية التي تجمع بين الأخبار و الروبورتاجات والتحقيقات الأسبوعية، ويقول محمود فهمي : "البرامج في تلك القائمة من حصص الراديو والتلفزيون لفترة مغطاة مع حجم الساعات والمواضيع"³.

فالبرنامج الإذاعي هو حصة تخصصها الإذاعة لوقت محدد لبث قضايا تتعلق بمختلف جوانب الحياة وتهم المستمع، يحاول هذا البرنامج معالجتها من إحدى أو كل أبعادها، كما تستخدم فيه المؤثرات الصوتية والموسيقية حتى لا يشعر المستمع بالملل.

¹ فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة بن عكنون، الجزائر، 1998، ص 175.

² محمود فهمي ، الصورة والصوت، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ص 204.

³ المرجع نفسه، ص 204.

4- مفهوم التوعية المرورية :

تعتبر التوعية المرورية نوعا من أنواع التوعية الاجتماعية، و تعني بصورة عامة، تلقي الفرد جملة من المعارف و المعلومات، و تدريبه على تطبيقها ميدانيا، و إكسابه قيما و عادات تحكم سلوكه عند التعامل مع الطريق سائقا كان أو راكبا أو راجلا، و عليه يمكن القول أن التوعية المرورية تهدف في الأساس إلى تحقيق غاية واضحة، و هي تمكين مستعملي الطريق من تفادي الأخطار التي تحدث بهم، مما يترتب عليه التقليل من الحوادث المرورية وكذلك، التقليل من المآسي و الخسائر التي يسببها الاستعمال السيئ للطريق.

أ-التعريف الإجرائي: هي عبارة عن إلمام السائق بالمعلومات الأساسية عن الحياة المرورية و اهتمامه الكافي بها ونشرها على الشرائح الاجتماعية وارشادهم نحوها لتحقيق الأهداف الإنسانية في تعديل السلوك عبر الإذاعة.

5-تعريف الوعي:

يعرف الوعي في اللغة بأنه الحفظ والتقدير، وسلامة الفهم والإدراك، ويرى علماء النفس أن الوعي هو شعور الكائن الحي بما في نفسه وما يحيط به، كذلك القواميس الأجنبية كقاموس أكسفورد الصغير جاء معنى كلمة Aware و الاسم منها Awareness المعرفة والإدراك¹، كما يشير كراث ول " إلى الوعي كخطوة في تكوين الجوانب الوجدانية بما تتضمنه من اتجاهات وقيم. ويؤكد على أنه في مستوى الوعي لا يكون الإهتمام موجها إلى الذاكرة أو القدرة على استرجاع المعلومات بقدر الإهتمام بأن الفرد يدرك أشياء معينة في الموقف أو الظاهرة، ومعنى ذلك أن الوعي يتضمن مكونا معرفيا مما يجعل الجانب الوجداني ملازما للجانب المعرفي"².

أ-التعريف الاجرائي للوعي:هو عملية الجمع بين المكون الوجداني والمعرفي و المهاري، ليصبح لدى الفرد مجموعة من الإتجاهات والقيم والمعارف يظهرها في مواقف مختلفة تعكس مستوى الوعي لديه.

¹فايز عبد الله الشهيري، دور المدرسة في نشر الوعي الامني، رسالة ماجستير، غ-م، جامعة نايف للعلوم الامنية، السعودية، 2006.

²أحمد جمعة الريامي، إعداد المعلمين في سلطنة عمان، عالم الكتب الحديث، الاردن، ص 122.

6-أسباب اختيار الموضوع:

لم يكن اختيارنا لموضوع الإرشادات الإذاعية ودورها في غرس الوعي المروري لدى السائقين من باب الصدفة وإنما هنالك عدة أسباب تضافرت لتشكل لنا حافزا لاختيار هذا الموضوع وهي: أسباب موضوعية وأخرى ذاتية.

أ-الأسباب الموضوعية:

1. إن هذا الموضوع بطبيعته يصب في صلب التخصص الذي نطوي ضمنه وهو ميدان الاتصال بمجالاته الواسعة محولين أن نوضح العلاقة التي تربط الإذاعة كوسيلة إعلامية بغرس ثقافة الوعي المروري.

2. تفاقم مشكل المرور في الجزائر وخاصة في الآونة الأخيرة.

3. حاجة المجتمع للمثل هذا النوع من الدراسات التي تهتم بالتوعية عبر الإذاعة.

4. إدراكنا كباحثين للدور الذي يمكن أن تؤديه الإذاعة كوسيلة إعلامية في غرس الوعي المروري بالنسبة لجمهور المستمعين من خلال التركيز على بث مجموعة من إرشادات التوعية.

الإذاعة ونظرا لما تتميز به من خصوصيات تجعلها قريبة من جمهور المستمعين كسهولة حمل الجهاز(جهاز الراديو) والقدرة على استخدامه في كل الأماكن تقريبا إلى جانب مخاطبتها كافة شرائح المجتمع وذلك باللجوء إلى الطرق الجذابة والمشوقة واستعمال اللغة البسيطة التي تسيطر على العقول وتؤثر في السلوك.

ب- الأسباب الذاتية:

- ضرورة الخوض في مثل هذه المشكلات واجراء الدراسات عليها للخروج بنتائج تفسر أسباب حوادث المرور والحلول الممكنة للحد منها.

- الإهتمام الشخصي نحو هذا النوع من الدراسات القابل للتحليل والمناقشة.

- معرفة مدى استجابة وتعامل السائقين مع هذا النوع من الإرشادات التوعوية عبر اذاعة الاغواط.

7-أهداف الدراسة:

-التعرف على مدى اهتما اذاعة الجزائر من الاغواط بالتوعية المرورية.

-التعرف على الاساليب الاقناعية التي تستخدمها اذاعة الجزائر من الاغواط في غرس الثقافة المرورية لدي السائقين.

-معرفة فاعلية البرامج الاذاعية الخاصة بالوعي المروري.

8-أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في كون هذه الأخيرة تتناول موضوعا مهما ألا وهو التوعية المرورية في الإذاعة وذلك للحد من ارتفاع نسبة حوادث المرور الذي أصبح يسمى في الآونة الأخيرة بإرهاب الطرقات وبما أن الإذاعة تعد احد الوسائل الإرشادية والتوعوية التي تحاول الوصول الى المسببات الحقيقية لحوادث المرور وغرس ثقافة مرورية وهي أن نصل جميعنا مواطنين وسائقين إلى وعي ومعرفة بقواعد المرور، نقوم بتطبيقها في حياتنا اليومية تكفل لنا السلامة وتجنبنا حوادث المرور التي لظالما تؤدي بنا إلى الهلاك والإعاقة وفقد أحبائنا وأطفالنا ولنعيش حياة سعيدة بعيدة عن المعاناة الناجمة عن حوادث الطرقات، ومن هنا إبراز الدور الفعلي الذي يمكن أن تقوم به الإذاعة كوسيلة إعلامية في غرس الوعي المروري لدى افراد المجتمع بصفة عامة.

8- منهج الدراسة :

يقتضي إجراء أي بحث علمي تحديد الأسلوب أو المنهج الذي يتناسب مع الموضوع المعالج والذي يساعد على جمع المعلومات أو البيانات لتصنيف وتحليل المعطيات، وأن اختيار المنهج المناسب للدراسة يرتبط بطبيعة المشكلة والمجال الذي تنتمي إليه وكذلك بالإمكانيات المتاحة لدى الباحث وعليه فالمنهج هو:

حسب الدكتور مروان عبد المجيد ابراهيم: المنهج هو الاداة وهو الوسيلة التي تعتمد وترتكز عليها المجتمعات في تحقيق اهدافها ومكانتها داخل وخارج المؤسسات التربوية التعليمية حيث يمارس المتعلمون كل قيم ومبادئ وتصورات المجتمع الذي يعيشون فيه وينتمون اليه مستخدمين كل ما يملكون من قدرات بدنية وعقلية وخلفيات ثقافية لغرض تحقيق ما يصبون اليه من توجهات وطموحات وتطلعات تسعدهم وتسعد مجتمعهم فيتقدم ويرقى بأفراده.¹

ومن خلال هذا المنطلق التمهيدي لمفهوم المنهج وطبيعة الدراسة والتي نحن بصدد معالجتها والمتمثلة في التوعية المرورية في الإذاعة، فارتأينا أنه من الضروري الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لما يمتلكه من مقومات تتلاءم مع هذه الدراسة فهو الأسلوب الأكثر استخداما في الدراسات الإعلامية، فهو يقوم على " وصف ظاهرة من الظواهر للوصول الى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم

¹ مروان عبد المجيد ابراهيم ، أسس البحث العلمي في اعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، 2000، ص 60.

فيه و استخلاص النتائج لتعميمها ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة وذلك من خلال تجميع البيانات و تنظيمها و تحليلها .¹

10- أدوات جمع البيانات:

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات والتي تعرف على أنها الوسيلة التي يستعين بها الباحث لجمع البيانات اللازمة والمتعلقة بموضوع الدراسة² ، كما أن تطبيق هذه الأدوات بطريقة علمية وموضوعية يؤدي إلى التوصل إلى نتائج علمية تحيط بجميع جوانب الظاهرة المدروسة.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على مجموعة من الأدوات التي تتناسب ومنهج المسح من اجل جمع البيانات الخاصة بالإرشادات الإذاعية ودورها في غرس الوعي المروري لدى سائقي سيارات الاجرة بولاية الاغواط وهذه الأدوات هي الملاحظة والاستبيان.

أ-الملاحظة: الملاحظة العلمية تلة التي يقوم فيها العقل بدور كبير من خلال ملاحظة الظواهر وتفسيرها وإيجاد ما بينها من علاقات ولهذا فهي وسيلة هامة من وسائل جمع البيانات، تسهم إسهاما كبيرا في البحوث الكشفية والتجريبية.³

ب-الاستبيان :يعد الاستبيان أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التي يتطلبها البحث الميداني في العلوم الإعلامية وهي تستخدم لجمع قدر أكبر من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة، وهي تستخدم بكثافة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع، ويمكن القول أن الاستبيان يستخدم عادة في البحوث التي تتطلب جمع بيانات كثيرة عن الظاهرة أو مشكلة موضوع البحث .⁴

وحتى يحقق الاستبيان الهدف المرجو منه لا بد أن تكون أسئلته ذات مواصفات خاصة بحيث تكون هذه الأسئلة معبرة بحق عن الموضوع المبحوث وتتيح من ناحية أخرى أجوبة يمكن التعامل معها فيما بعد بحيث تكون واضحة و قابلة للتحليل حيث يتم ضبط الأسئلة المتمثلة في الاستبيان سواء من حيث الشكل أو المحتوى .

¹ مروان عبد المجيد ابراهيم ، مرجع سابق، ص 125.

² احمد بدر، مناهج في عالم المعلومات والمكتبات، دار المعرفة الجامعية، الرياض، السعودية، 1999، ص 48.

³ د/فاطمة عوض طاير و د/ ميرفت على خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، 2002، ص 143.

⁴ محمد عبد الحميد، أسس البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط4، عالم الكتب، مصر، 2000، ص 392.

11- مجال الدراسة :

أ-المجال الجغرافي: هي الجهة المعنية بالدراسة وقد وقع اختيارنا على اذاعة الجزائر من الاغواط، وهذا يمثل الاطار الجغرافي للدراسة في ولاية الاغواط التي تمثل لنا مجتمع البحث.

ب-المجال الزمني : يتمثل في الفترة التي فيها جمع المعلومات والبيانات من خلال الملاحظة الميدانية في مقر الاذاعة خلال الفترة الممتدة من بداية شهر جانفي 2017 الى غاية اواخر شهر افريل من نفس السنة، حيث تم الحصول على مختلف الوثائق والبيانات الخاصة بإذاعة الجزائر من الاغواط والمتعلقة بالجانب التطبيقي ضف الى ذلك اعداد الاستبيان وتوزيعه على العينة المختارة.

ج-المجال البشري :حيث يشمل الحدود البشرية في فئة متبعي اذاعة الجزائر من الاغواط وبصفة خاصة سائقي سيارات الاجرة بولاية الاغواط. مجتمع الدراسة وعينته.

أ-مجتمع الدراسة : ينبغي على الباحث تحديد المجتمع الذي تجري عليه الدراسة بدقة و وضوح باعتباره الهدف الأساس من الدراسة، حيث أن الباحث سوف يعمم في النهاية النتائج عليه ولذلك فإن الخطوة الأولى في اختيار العينة هي تعريف المجتمع، والغرض من تعريف المجتمع هو تحديد الوسيلة التي سوف يتم ادرستها مثل: الصحف، المجلات، القنوات التلفزيونية، القنوات الفضائية، الدوريات، المواقع الإلكترونية أو حجم وسائل الإعلام (الأطفال، نساء، شباب، آداب، أمهات، كبار السن)¹. حيث يتكون مجتمع دراستنا من مجموع سائقي سيارات الأجرة (خط ما بين الولايات) الذين يعملون بولاية الاغواط حيث يتكون مجتمع البحث من 196 سائق².

ب-عينة الدراسة: العينة هي طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات فنأخذ عينة من مجموعة ما الانتقال من الجزء إلى الكل للتوصل إلى حكم على المجتمع في ضوء بعض أفرادها فهي ضرب من الاستقراء وليست العينة إلا مثالا أو مجموعة أمثلة يستخلص منها أحكام في قدر من الاحتمال وكثير ما يستعمل هذا المنهج في البحوث الإحصائية وتعرف العينة على انها الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا³.

¹ منال هلال مزاهرة، البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 90.

² وفقا لتصريح رئيس مكتب حركة سيارات الأجرة مديرية النقل للأغواط، 02-04-2015.

³ عبد الحميد لطفي، علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة، ط7، 1976، ص 353.

تعريف العينة القصدية: (العينة العمدية) وفي هذا النوع من العينات يقدر الباحث حاجته الى معلومات معينة ويختار العينة التي تحقق له ما يريد¹.

بما ان مجتمع البحث معلوم العدد (196) أخذنا نسبة 50% ما مجموعه 98 مفردة.

12-الدراسات السابقة:

1- قام بأسعيد عبد الله وآخرون² بدراسة حول: الإرشادات الاذاعية و دورها في غرس الوعي المروري.

تمحورت اشكالية الدراسة حول دور الاذاعة الجهوية بورقلة في تنمية الوعي المروري وما مدى نجاعة الاساليب الاذاعية المعتمدة من طرف اذاعة ورقلة الجهوية في غرس الوعي المروري أين اعتمد على منهج المسح مستعملا ادوات البحث متمثلة في الملاحظة والمقابلة والاستبيان، حيث كان حجم العينة 30 مفردة بحث كعينة من سائقي سيارات الاجرة بولاية ورقلة وقد اندرج ضمن هذه الدراسة عدة اسئلة وهي كالتالي:

- ما الدور الذي تلعبه الارشادات الاذاعية في تنمية الوعي المروري لدى سائقي سيارات الاجرة بولاية ورقلة؟.

- ما هي أساليب الاذاعية في غرس الوعي المروري لدى السائقين؟.

- كيف ينظر جمهور السائقين الارشادات الاذاعية التوعوية؟.

و توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

- إن للعوامل الديمغرافية (السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية) دورا كبيرا في بناء مثل هذه الإرشادات التوعوية المرورية ومدى استيعاب السائقين لها وفهم مضامينها، كما تقدم للباحث تصورا عن خصوصيات ورغبات واحتياجات الجمهور المستهدف .

- إن الإرشادات التوعوية المرورية تحظى باهتمام أكبر من طرف السائقين إذا كانت معروضة بشكل يومي على أمواج الإذاعة وتكتسي جاذبية كبيرة إذا برمجت ضمن المواعيد الإخبارية لان هذه الاخيرة تتأثر وبنسبة كبيرة من اهتمام المبحوثين (العينة المختبرة).

¹ محمد عبد الفتاح حافظ الصيرفي، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، دار واقل للنشر، 2001، ص 211.

² بالسعيد عبد الله وآخرون الارشادات الاذاعية ودورها في غرس الوعي المروري، غ-م، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة ورقلة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، 2013/2014.

-إن الاذاعة تنمي الوعي المروري لدى السائقين من خلال بثها لمواضيع التوعية المرورية مصحوبة بنصائح و إرشادات تداعب من خلالها وجدان ومشاعر السائقين اتجاه تحمل المسؤولية واحترام قانون وقواعد المرور.

-بينت نتائج الدراسة فيما يخص الاسلوب الأنجع في عرض مثل هذه الارشادات التوعوية المرورية إلى أن:

1- السائقين فضلوا اللغة الدارجة كلغة رسمية لأنها الاقرب إلى كل فئات المبحوثين .
2- التخويف كان الاسلوب الاكثر إقناعا لأنه يخاطب الوجدان ويجعل السائق في حالة من الانتباه والتركيز.

3- تكثيف البرامج التوعوية لأنها تساهم في غرس قيم الثقافة المرورية خصوصا إذا كانت مؤطرة من طرف شخص مختص في المجال لأنه يتمتع بالخبرة .

4- فتح المجال أمام السائقين في تفعيل هذه الارشادات التوعوية لأنه يعطي الفرصة في إبداء رأيهم حول واقع حوادث المرور والتطور الحاصل في عملية التقليل منها، وبالتالي ساهم هذا في بناء تصورا صحيحا لمفهوم الوعي المروري لديهم.

2-قامت تباني عبير¹ بدراسة حول: الحملات الاعلامية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر. تمحورت اشكالية هذه الدراسة حول تقييم حملات التوعية المرورية الاذاعية في الجزائر من خلال اذاعة سطيف الجهوية ومعرفة مدى فاعليتها، مستعملة المنهج المسحي، اما الادوات التي استعملتها في دراستها تمثلت في الملاحظة واستمارة الاستبيان ، مستخدمة العينة القصدية بلغت 100 مفردة (سائق) حيث اندرج ضمن هذه الدراسة التساؤلات التالية:

-ما مدى تعرض جمهور السائقين للفواصل الإعلانية الخاصة بالتوعية المرورية المقدمة من طرف إذاعة سطيف الجهوية؟.

-ما هي آراء جمهور السائقين في محتوى هذه الفواصل الإعلانية الخاصة بالتوعية المرورية؟.

-ما مدى تذكر جمهور السائقين لهذه الفواصل الإعلانية الخاصة بالتوعية المرورية ولمضامينها؟.

¹ تباني عبير، الحملات الاعلامية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، غ-م، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، 2011/2012.

- هل استطاعت هذه الفواصل (كمتغير مستقل) التأثير على المستوى السلوكي لجمهور السائقين بولاية سطيف ؟.

- ما هو الدور الذي يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية من وجهة نظر جمهور السائقين بولاية سطيف ؟

و توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

- أغلبية السائقين يستمعون إلى الحملات الاعلامية الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية.
- اعتبار الفترة الصباحية من أكثر الفترات ملائمة لبث الحملات الاعلامية الخاصة بالتوعية المرورية.
- السائقون يفضلون بالدرجة الأولى أن تقدم هذه الفواصل الإعلانية بالعامية (اللهجة المحلية).
- اعتماد أسلوب التخويف في أغلب الفواصل الإعلانية لم يحقق أهدافه المرجوة.
- أشار السائقون إلى أن أغلب المواضيع المعالجة مهمة لكنها مكررة وتفتقر إلى التحديد والتنوع وإلى معالجة عدد من القضايا والمشكلات المرورية المهمة كما كتبتها للمستجدين والتعديلات القانونية، وتوعية المشاة والشباب على وجه الخصوص، والتركيز على ضرورة خلق روح إحترام للقانون.
- السائقين لا يعتمدون على هذه الفواصل كمصدر للمعلومات حيث أكدوا عدم استفادتهم منها معرفيا نظرا لبساطة معلوماتها وعدم جدتها، غير أنهم أشاروا إلى دور آخر لهذه الفواصل وهو إشعارهم بالمسؤولية أثناء قيادتهم السيارة وهو تأثير جد ايجابي نظرا لأهمية الشعور بالمسؤولية في مجال السياقة.

3- قامت وانيس ليندة¹ بدراسة حول : مسموعية الاذاعة ودورها في نشر الوعي المروري .

وقد كانت اشكالية هذه الدراسة متمحورة في التساؤل التالي :

ما مدى مساهمة الاذاعة المحلية في نشر الوعي المروري ؟، حيث استعملت المنهج الوصفي مستخدمة الاستبيان كأداة بحث للدراسة واعتمدت على عينة قصدية تمثلت في 60 مفردة (سائق).

حيث اندرجت ضمنها عدة تساؤلات فرعية تمثلت أهمها في:

- ما مسموعية الاذاعة المحلية ؟.

- عند اي جمهور تحتل هذه المكانة ؟.

- هل تساهم الاذاعة المحلية في نشر الوعي المروري ؟.

¹ وانيس ليندة، مسموعية الاذاعة ودورها في نشر الوعي المروري، رسالة ماستر في علم الاجتماع والاتصال ، غ-م، جامعة ورقلة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2014/2015.

و توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها :

ان اغلبية السائقين يستمعون الى الفواصل الخاصة بالتوعية المرورية في الاذاعة ، نتائج اراء الجمهور حول افضلية اللغة حيث يفضلون بالدرجة الاولى اللهجة المحلية الاقرب الى كل فئات المجتمع باختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية وتفضيلهم اسلوب الشهادة كأسلوب اقناعي ، وأن اسلوب التخويف لم يحقق اهدافه المرجوة ، كما ان درجة الاعجاب كانت متوسطة بالنسبة الى السائقين .

4- قامت وفاء كعوس¹ بدراسة حول: دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي المروري.

تمثلت اشكالية الدراسة حول دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي المروري من خلال الافراد المستمعين، مستخدمة المنهج الوصفي، والاستبيان والملاحظة والمقابلة كأدوات للبحث وعينة قصدية بلغ عددها 100 مفردة توزعت على كلا الجنسين حيث اندرجت ضمنها عدة تساؤلات فرعية كانت كالآتي :

-هل تلقى البرامج في اذاعة ام البواقي المحلية اقبالا من طرف الافراد المستمعين؟.

-ماهي دوافع اقبال الافراد المستمعين على اذاعة ام البواقي والبرامج التوعوية؟.

- ما مدى مساهمة اذاعة ام البواقي المحلية في نشر الوعي المروري؟.

و توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها :

إذ توصلت الدراسة في الوقوف على الدور الذي تقدمه الاذاعة المحلية في نشر الوعي المروري لدى مستخدمي الطرق ، والوقوف على اهم المحطات رغم الدور الايجابي الذي تقدمه الاذاعة المحلية من أجل توعية الافراد للتخفيف من الحوادث المرورية ، إلا انه لا يمكن التركيز عليها فقط واهمال دور الوسائل الاعلامية الاخرى ، لذا فعملية التوعية المرورية يجب أن تكون شاملة ، فعلى كل المؤسسات الاعلامية ومؤسسات العمل أن يقوموا بالدور الرئيسي لبث الوعي المروري وترسيخه وتأصيله في أفراد المجتمع ، باعتبار التثقيف والتوعية موكلة الى جميع الهيئات وهي تتم بأبسط العمليات الاتصالية .

¹ وفاء كعوس، دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي المروري، رسالة ماستر في علوم الاعلام والاتصال ، غ-م، جامعة ام البواقي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية.2016/2015.

5- قامت سويقات لبنى¹ بدراسة حول : الاعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع.

وقد كان السؤال المحوري لهذه الدراسة : كيف يعمل الاعلام المحلي ومن ذلك الاذاعة المحلية على تنمية المجتمعات المحلية من خلال مضامين الرسائل التي ييئها ؟ معتمدة على منهج التحليل الوصفي ، اما ادوات البحث فتمثلت في الاستبيان والملاحظة والمقابلة وعينة قصدية بلغ عددها 49 مفردة .

وقد اندرج ضمنها مجموعة من التساؤلات هي كالآتي :

- هل يمكن ان نتحدث عن وجود خطاب اعلامي تنموي متضمن في الرسائل التي ييئها الاعلام المحلي ؟.

- ما حجم اهتمام الاذاعة المحلية بقضايا التنمية في المجتمعات المحلية؟.

- ما أولويات أبعاد قضايا التنمية (الاجتماعية ، الاقتصادية ، والسياسية، الثقافية) في المضمون الذي تقدمه الاذاعة المحلية؟.

- هل يناسب الخطاب الاعلامي كل فئات المجتمع ؟.

- ماهي الوسائل التي يستعملها الاعلام المحلي لإقناع جمهوره بضرورة التنمية؟.

و توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها :

منها ما تعلق بمحتوى الرسائل التي يتضمنها الخطاب الاعلامي الهادف الى التنمية، ومنها ما تعلق بالشكل والقالب الذي قدمت فيه هذه الرسائل لتشكل مجتمعة مقاييس بناء الخطاب الاعلامي التنموي في الجزائر من جهة، وتعكس السياسة الاعلامية اتجاه قضايا التنمية في الجزائر.

6- أجرى عيسى بوكرموش² دراسة حول: إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، دراسة وصفية لإستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجاً.

إعتمد في دراسته على منهج المسح الوصفي مستعملاً المقابلة والملاحظة كأدوات بحث لدراسته، حيث إختار العينة بشكل قصدي وهي جملة المشاهدين لإعلانات من أحياء متباينة بالعاصمة قوامها 300 مفردة، فيما كانت اشكالية الدراسة كيف ينسق المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق جهوده الاقتصادية في إدارته للأمن المروري بولاية غرداية؟ متفرعة الى عدة تساؤلات منها:

¹ سويقات لبنى ، الاعلام المحلي وابعاده التنموية وأبعاده في المجتمع، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، غ-م، جامعة وهران ، كلية العلوم الاجتماعية ، 2010/ 2009.

² عيسى بوكرموش، إستراتيجية الإتصال في الحملات الإعلامية، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال ، غ-م، جامعة الجزائر ، كلية الإعلام والإتصال ، 2013/2012 .

-هل يعتمد المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق على إستراتيجية إتصالية واضحة قائمة على التنسيق المشترك بين كل الأطراف المعنية بالسلامة المرورية؟

-أين تكمن فعالية الحملات الإعلامية التي يقوم بها المركز الوطني للوقاية في الجزائر وكيف يتم تصميم وتخطيط الاستراتيجية الاتصالية لنجاحها؟

-ماهي أطراف التوعية المرورية بولاية غرداية؟

-كيف ساهمت الإذاعة المحلية لولاية غرداية في تفعيل هذه الاستراتيجية؟

-هل كانت الاستراتيجية الاتصالية لمركز الوطني للوقاية ناجحة في ضبط الأمن المروري بولاية غرداية؟

وتوصل الى النتائج التالية:

-غياب تفعيل حقيقي لقانون المرور الساري وقت إذن قانون 2001 إذ لم يفي بالردع اللازم لأصحاب المخالفات المرورية الناتجة عن عدم احترام قوانين المرور.

-تزامن تفعيل القانون الجديد بإطلاق الحملة السنوية التوعوية التي أطلقتها الإذاعة الوطنية تحت إشراف المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق.

-لم يدم الحال طويلا على انقضاء عام 2010 التي شهدت إطلاق التوعية المرورية وتطبيق القانون الردعي الصارم باتخاذ جملة من التدابير أدت إلى انخفاض عدد من الحوادث-يلاحظ من خلال النقاط الثلاث السالفة الذكر أنه بالرغم من تراجع العمل بالقانون الردعي مرة واحدة، إلا أن حوادث المرور لم تشهد ارتدادا مرة واحدة، أي أنها عادت للنتامي تدريجيا بعد سنة 2011 مما يشير إلى أن سنة التوعية كان لها أثر واضح في التقليل من حوادث المرور وأن العمل التحسيس والتوعوي المستمر كفيل بأن يحد من هذه الظاهرة على المدى الطويل، فالردع نتائجه فعالة على المدى القصير، لكن التوعية تظهر آثارها على المدى البعيد.

7- قامت شعور عبير¹ بدراسة حول: الاذاعة المحلية ودورها في تحسيس المجتمع المحلي بخطر حوادث المرور.

حيث كانت اشكالية الدراسة حول دور الاذاعة المحلية في نشر التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي متخذة من المنهج الوصفي كمنهج للدراسة حيث استعملت الاستبيان والمقابلة والملاحظة كأدوات للبحث لعينة قدرها 50 مفردة من سائقي السيارات الخاصة الذين يستمعون للإذاعة المحلية اثناء السياقة ، حيث اندرجت ضمنها عدة تساؤلات :

-ماهي اهم المضامين التي تهتم بالتوعية المرورية بإذاعة تبسة؟

-ما مدى تتبع السائقين لبرامج التوعية المرورية بإذاعة تبسة؟

-كيف تساهم هذه البرامج في التحسيس من خطر ظاهرة حوادث المرور ؟

-الى أي مدى تعمل اذاعة تبسة على تحقيق السلامة المرورية؟

وتوصلت من خلال دراستها الى النتائج التالية:

-ان الاذاعة المحلية كوسيلة اتصال تساهم على نشر الثقافة المرورية عن طريق مختلف البرامج والومضات التحسيسية التي تقدمها، حيث ان واقع ظاهرة حوادث المرور دفعت الاذاعة الى تكثيف الجهود للتخفيف من مخاطر هذه الحوادث من خلال العمل على تنمية الوعي المروري لدى المجتمع المحلي .

-تعدد المضامين التي تعمل على تحقيق السلامة المرورية للمجتمع التبسي خاصة وان جزء كبير من المجتمع المحلي يتأثرون بما تقدمه هذه البرامج الى حد كبير .

¹ شعور عبير ،الاذاعة المحلية ودورها في تحسيس المجتمع المحلي بخطر حوادث المرور، مذكرة ماستر في وسائل الاعلام والمجتمع ، غ-م، جامعة تبسة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية،2014/2015.

الفصل الأول

مقدمة الفصل:

تعتبر الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، حيث احتلت مركز الصدارة بين وسائل الاعلام الأخرى في عملية التثقيف والتعليم والترفيه، لما تقوم به من دور فعال يساهم في تنمية المجتمع ولما لها من خصائص يميزها عن أي وسيلة أخرى كونها أداة تواصل مع عامة الناس داخل المجتمعات، وهذا راجع إلى مخاطة المستمعين ضمن نطاق واسع من خلال ما تبثه من برامج وحصص وما تنشره من أخبار في مختلف الميادين، حيث نستعرض في هذا الفصل ثلاث مباحث وهي :

المبحث الاول يتكلم عن نشأة الاذاعة وأنواعها ودورها في المجتمع ، اما المبحث الثاني تناولنا فيه خصائص ووظائف الاذاعة المحلية وفي الاخير مبحث يتحدث عن ظهور وتطور الاذاعة في الجزائر .

المبحث الأول: نشأة الإذاعة وأنواعها.

المطلب الأول: نشأة الإذاعة وتطورها.

إن ظهور الإذاعة كوسيلة من وسائل الاتصال في القرن الماضي كان بمثابة تطور الراديو الذي كان اكتشافه يعتمد على استخدام الموجات الهوائية، حيث أدى تطور الراديو إلى ثورة في الاتصالات، وهو أيضا البث الإذاعي الذي بدأ ينشر خلال ذلك القرن إلى تحولات رئيسية في الحياة اليومية، وحقق تنوعا كبيرا في وسائل الاتصال الأمر الذي يمكن من تنوع وسائل الاتصال ومن متابعة الأحداث أثناء وبعد حدوثها.

وتحتل الإذاعة المسموعة موقعا هاما من بين وسائل الاتصال الجماهيري منذ أن أصبحت حقيقة في عام 1920، فقد استطاعت الإذاعة نتيجة لثورة الاتصالات التي نظمت في العالم أن تكون في المركز الأول بين غيرها من وسائل الاتصال فيما يتعلق بالتقنية وقوة التأثير والتوجيه والإخبار، فقد استطاعت كل وسائل التطور التقني في مجال الاتصالات أن تجعل منها وسيلة عصرية وفورية تصل إلى الجميع بسهولة متخطية الحواجز الجغرافية خاصة بعد النقلة النوعية التي أحدثها اختراع "تراستور"، والذي جعل الراديو جزء لا يتجزأ من حياة الفرد وأداة من أدوات التأثير¹.

كما يعتبر ظهور الراديو من نتائج الدراسات والبحوث التي قدمها رواد الاتصال في مجالات متعددة مثل التلغراف على يد "صامويل مورس" سنة 1835، و"جراهم بل" واكتشافه للتلفون عام 1867، وغيرها من الدراسات².

فكل هذه الاختراعات وفق ما تقدم كانت مقدمة فعلية لظهور الإذاعة المسموعة، لكن ارتبطت قصة اكتشاف الراديو بشكل خاص بالمخترع الإيطالي "جوليلمو ماركوني"، الذي طور النتائج العلمية التي رافقت هذه الوسيلة الجديدة من وسائل الاتصال في حياة الناس، فقد تمكن الشاب الإيطالي في عام 1895 من استخدام هذه الوسيلة اللاسلكية بالاتصال أول مرة في التاريخ، وتلاه آخرون في تطوير استخدامه مثل "ريجنالد فنسدون" الذي تمكن سنة 1906 من بث رسائل لاسلكية مختصرة إلى

¹عبدو احمد يوسف حمائل، دور اذاعة امن، أف ام، في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال،

غ م، كلية الاعلام جامعة الشرق الاوسط، 2011، ص 23.

² ماجي حلواني، مدخل للفن الاذاعي والتلفزيوني والفضائي، د ط، عالم الكتب، مصر، 2002، ص 135.

سفن في البحار مصحوبة ببعض القطع الموسيقية التي نظمت احتفالاً بحلول عيد الميلاد¹، وأسس "ماركوني" شركة الاتصالات السلكية ولاسلكية في بريطانيا وسماها باسمه وكان الهدف منها تبادل البرقيات لاسلكياً، إذ لم تكن الإذاعة في بال أحد آنذاك، وعندما تمكن "ماركوني" بالاستناد إلى أفكاره الخاصة من إرسال أول إشارة إتصال بموجات الإذاعة عبر الهواء عام 1895 مستخدماً الموجات الكهرومغناطيسية لإرسال شفرات برقية إلى مسافة تزيد على 1.5 كم، وفي عام 1901 حقق "ماركوني" أول إرسال للإشارات المشفرة عبر المحيط الأطلسي بين إنجلترا ونيوزلندا، حيث اقتنع بعدها أنه بالإمكان نقل الصوت إلى كافة أرجاء العالم، وكان الدافع وراء إنجازات "ماركوني" في ذلك أن يثبت للعالم أنه بالإمكان نقل موجات الراديو إلى ما وراء الأفق².

تطورت الإذاعة شأنها شأن سائر الاختراعات بعد النظريات والتجارب، أسهم فيها العديد من العلماء، ويصعب تحديد تاريخ ولادة الراديو وتسمت مختره، فهو ويد سلسلة من الاكتشافات المتتابعة والمتكاملة تدريجياً على مدى سنوات كثيرة، ويعود الفضل في تطوير تقنيات البحث إلى الأعمال التي قام بها الرواد في القرن التاسع عشر مثل "أمبير، بل، موريس، فاراداي، وواط، هيرتز، فولتا" إلى أن التاريخ الحقيقي لميلاد الإذاعة المسموعة باعتبارها وسيلة الاتصال الجماهيري، كان في عام 1906، عندما تمكن العالم الأمريكي "ريجنالد فنسيندون" من جامعة "بوستن برج" من نقل الصوت البشري والموسيقى إلى مسافات بعيدة بلغت مئات الأميال أثناء أعياد رأس السنة³.

وكانت بريطانيا أول دولة أوربية تنشئ محطة إذاعية برنامج "ديلي ميل" البريطانية، وفي 15 يوليو 1920 تم إنشاء الإذاعة البريطانية وسرعان ما انتشر الإرسال في اتجاه بريطانيا، وبعدها تم إنشاء هيئة عامة تتولى هذه الخدمة تحت اسم هيئة الإذاعة البريطانية، وفي عام 1921 ظهرت أول إذاعة صوتية أمريكية، واستخدمت تلك الإذاعة في بث الدعاية ونقل الانتخابات الرئاسية الأمريكية على الهواء مباشرة⁴.

¹ إبراهيم امام، وكالات الأنباء، دار الفكر العربي، مصر، 1994، ص 24.

² طارق الشاوي، الإعلام الإذاعي، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 118.

³ المرجع نفسه، ص 120.

⁴ علي محمد درويش، تجربة الاذاعات الاردنية في تنمية المجتمع المحلي، رسالة ماجستير في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، 2010، ص 23.

وفي منتصف العشرينيات في القرن العشرين واجه العالم مشكلة الفوضى في البث الإذاعي التي سببت تداخل الموجات، فصدرت معاهدة "هافانا" عام 1925، والتي أرسلت قواعد البث الإذاعي وأصبحت السيطرة على البث الإذاعي بيد الحكومات حسب المعاهدة، وهذا ما رسخ سيطرت الحكومات العربية على وسائل الإعلام، وفي إحصائيات رسمية أصدرتها منظمة "اليونسكو" التابعة للأمم المتحدة عام 1969 بينت وجود 652 مليون جهاز راديو في العالم لإستقبال البرامج الإذاعية، وفي عام 1978 ارتفع العدد ليصل إلى 922 مليون جهاز راديو ما دل على عدم وجود تأثير لدخول التلفزيون إلى وسائل الإعلام، كما بينت إحصاءات اليونسكو عام 1977 أن نسبة المستمعين إلى الراديو في العالم بلغ 73 لكل ألف، أما في آسيا فكانت النسبة مرتفعة لتصل إلى 95 لكل ألف، وبلغ عدد المحطات الإذاعية في تلك الفترة إلى 500 محطة عام 1965، وازداد الرقم إلى 790 محطة إذاعية عام 1977¹.

ومن سنة 1977 إلى غاية اليوم أعتبر الراديو من أكثر الأجهزة الالكترونية توفرا خاصة لدى الفقراء، كما أنه الأقرب إليهم لسهولة استعماله ورخص ثمنه بالمقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى مثل التلفاز والإنترنت، كما يمكن استخدام الراديو في أي مكان على عكس وسائل الأخرى.

المطلب الثاني : أنواع الاذاعات.

1- الإذاعة المحلية:

لقد قام "كريستيد وكريستيد" بلفت النظر إلى أن الإذاعة المحلية يمكن أن تعرف بطرق متعددة وذلك بالاعتماد على دورها في نظام الإعلام القومي، فالإذاعة المحلية قد تعرف تقنيا في ضوء البث مخفض القدرة إلى منطقة سكانية متجانسة، وربما تشير إلى مشاركة جمهور المجتمع المحلي في إنتاج البرامج أكثر من مشاركتهم في السياسة والتخطيط².

وقدم "ليرويرو" وصفا آخر لا يختلف كثيرا عن التعريف السابق فهو يصفها بأنها الاستخدام النظامي للإذاعة بهدف تنمية الناس داخل منطقة جغرافية ذات حدود مكانية محددة بدقة، وهذا يعني الإذاعة "الراديو"، أقل منطقة جغرافية محددة لأي أناس ذوي طموح وخصائص ومشكلات متشابهة إلى حد

¹ ماجي الحلواني، مرجع سابق، ص 23.

² طارق سيد احمد، الاعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص 76.

كبير، أي أن الإذاعة المحلية ذات قوة إرسال منخفضة غالبا، وهي تخدم مجتمعا محليا متجانسا تحاول أن تشرك أعضاء في أنشطتها محاولة تنمية هذا المجتمع¹.

فالإذاعة المحلية هي غالبا ما تكون ذات قوة إرسال منخفضة وهي تخدم مجتمعا محليا متجانسا، تحاول أن تشرك أعضاء في أنشطتها محاولة لتنمية هذا المجتمع².

2- الإذاعة الاقليمية:

وهي التي تغطي بإرسالها مدينة ودائرة محددة تشمل إقليم داخل الدولة، وتستهدف هذه المحطة برامجها التي تبثها على بعض المواطنين في جزء من أجزاء الدولة مثل إذاعة صوت العرب.

إنّ الإذاعات الإقليمية هي التي تبث برامجها للمواطنين الذين هم في جزء محدد من أجزاء الدولة وهذا لتقسيم الإداري لها³.

أو هي إذاعة تخاطب مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجزا أو أكثر مثل حواجز اللغة والدين وحواجز جغرافية مما يجعل كل إقليم مستقل بذاته⁴.

3- الإذاعة المركزية أو الوطنية:

هي التي تبث برامجها من عاصمة الدولة، فهي الإذاعة القومية والرسمية الناطقة باسم تلك الدولة، ولها من قوة البث ما يغطي الوطن كله، بل ويعبر صوتها حدود الدولة.

أو هي التي تبث برامجها من عاصمة الدولة ولها من قوة البث ما يغطي البلد كله، ويعبر صوتها حدود الدولة، فهي تقدم ما يهم غالبية الأفراد⁵.

وتخاطب الإذاعة المركزية أبناء الوطن جميعا، فهي الوسيلة القومية المعترف بها للاتصال، وهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين، وهي تخدم جميع المواطنين بصفة عامة وتهتم في برامجها بالكليات دون

¹ طارق سيد احمد، مرجع سابق، ص76.

² محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، د ط، دار النشر والتوزيع، مصر، 2003، ص ص 123 و124.

³ عبد المجيد شكري، الاذاعات المحلية لغة العصر، المركز الجامعي للطباعة الالكترونية، دار الفكر العربي، مصر، 1987، ص ص 15 و16.

⁴ حفيدة سنوسي، الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، جامعة الجزائر، معهد علوم الاعلام والاتصال، د س، ص 12.

⁵ ليندة طيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، غ-م، كلية العلوم السياسية، قسم علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، 2007، ص 145.

التفصيلات، حيث أنها تخاطب مستمعين تختلف إهتماماتهم ووظائفهم وثقافتهم وتقاليدهم، وهي تجعل الإهتمامات المشتركة بمؤلاء هاديا لها ما تقدمه من برامج وحتى من خلال مخاطبتها للطوائف ولنوعيات محددة من المواطنين¹.

4- الإذاعة الدولية:

ويقصد بها تلك المحطات الإذاعية التي يتجاوز بثها حدود الدولة الواحدة، وهي بذلك موجهة للغير قصد التأثير عليها، كما قد توجه للمغتربين من البلد الأم². كما يمكن تعريفها على أنها هي التي توجه من داخل دولة معينة إلى دولة أخرى وتكون لغتها بلغات الملائمة لسكان تلك الدولة³، إذ أنّ هذه الإذاعة موجة بكثرة للمغتربين لمعرفة ما يدور في بلدهم من الأحداث والأخبار الهامة.

المطلب الثالث: دور الإذاعة في المجتمع.

يبرز دور الإذاعة في المجتمع من خلال مجموعة من الخصائص التي تتميز بها كوسيلة إعلامية فعالة، فهي تتجاوز كل الحدود للوصول إلى مختلف المناطق والأجزاء وعلى اختلاف مسؤولياتهم الفكرية والثقافية، ويمكن ذكر دورها في النقاط التالية:

- ترسيخ القيم والعادات والتقاليد السليمة أو محاولة نقلها خارج الحدود، وتهذيب سلوك الفرد والمجتمع.

- معالجة المشكلات الاجتماعية من خلال التثمينات المختلفة.

- تقديم فرصة جيدة للمجتمع لكي يعمل على الاستفادة من وقت فراغ الشباب على نحو مثمر، يتم بالاعتماد على البرامج الثقافية والاجتماعية والمسابقات ونحوها من البرامج المفيدة.

- كما أن لها دور بارز في فترات الحرب وذلك من خلال رفع الروح المعنوية لأفراد الجيش والمجتمع والوقوف ضد الدول المعتدية.

- حماية أفراد المجتمع من التيارات الفكرية الهدامة من خلال المحافظة على القيم السائدة⁴.

¹عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص ص 17 و18.

²المرجع نفسه، ص ص 16 و17.

³ليندة طيف، مرجع سابق، ص 145.

⁴مصطفى محمد عيسى فلانة، الإذاعة وسيلة اتصال وتعليم، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية، 1997، ص 41.

-إعلام الجماهير بالتحويلات السياسية العامة، والتغيرات الاجتماعية لشعوب أخرى، وتوجيه الرأي العام الداخلي والخارجي وخلق وجهات النظر ومن ثم رأي عام حول القضايا العالمية.

-الإذاعة وسيلة لتزويد السلطات العليا بمشاكل الواقع الثقافي فهي تنقل رسائل معينة على لسان المثقف والجمهور¹.

-والإذاعة كوسيلة إتصال لا تنسم بالاكتماء الذاتي فقط، ولكن عندما يصاحبها استقبال ومناقشة جماعية تصبح وسيلة إتصال ذات اتجاهين، وعندما تدخل كنظام ضمن الخطة الشاملة للتنمية، فإنها تصبح عاملا رئيسيا في التغيرات الحيوية التي يتطلبها العصر.

-و لكي تنجح الإذاعة في علاقتها بعملية التنمية، يجب أن ترتبط بالمواطن ومشاكله التي يعيشها يوميا، وتكون دائما مرافقة لكل جديد في حياته.

-دورها الفعال في الخدمة الاجتماعية من خلال تحقيق الرفاهية من أجل حياة إنسانية أفضل مع تطلعات الفرد ورغباته، كما أنها تستهدف تحقيق النمو الاجتماعي عن طريق دعم العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع².

-تقوم بمتابعة حاجات الجمهور وتعمل على توحيد الفكر والذوق والشعور، فهي تعتبر كرابط بين الدولة والشعب، ومنبرا لنقل الانشغالات وتبسيط الضوء على الانجازات.

يرى خبراء وعلماء الاعلام والاتصال والتنمية أن مشكلة الدول النامية ليست في استخدام الإذاعة كوسيلة من وسائل الاعلام والاتصال، ولكن المشكلة كيف تستخدم الوسيلة لأن الإذاعة تستطيع أن تفعل الكثير من أجل التنمية في هذه البلدان عن طريق التعرف على احتياجات أفراد المجتمع وتكييف البرامج التي تنتجها وتبثها مع هذه الاحتياجات³.

المبحث الثاني: خصائص و وظائف الاذاعة المحلية.

المطلب الأول: خصائص الإذاعة المحلية.

إن الإذاعة المحلية تنقل واقع المجتمع، لذا لا بد أن يكون الاتصال وثيق بينها وبين أجهزة الحكم المحلية، فهي وسيلة توفيق بين متطلبات الجمهور وبين الإدارات والهيئات المسؤولة في المجتمع المحلي،

¹فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام، ط 3، دار اقطار الفكر العربي، الجزائر، 2010، ص 111.

²ليندة طيف، مرجع سابق، ص 145.

³محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، د ط، مصر، 2006، ص 256.

وبواسطتها يتم تبادل المعلومات والآراء، فتقدم أجهزة الحكم المحلي الخطط والتعليمات والقرارات إلى المواطنين المحليين، وفي نفس الوقت تنقل آراءهم وأفكارهم ومطالبهم وشكاويهم إلى هذه الهيئة، إذ أن الإذاعة المحلية هي نوع من الرقابة الشعبية، فتمثل أفراد المجتمع المحلي، وتهتم بتلبية حاجاتهم وحل مشاكلهم.

- من مميزات الإذاعة المحلية بساطة الأسلوب واللغة واستعمال اللهجات المحلية كعامل هام في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية، وإحياء التراث المحلي، كما تتناول القضايا والمسائل التي يعاني منها المواطنين وتشغل بالهم، من أجل معالجتها وإيجاد الحلول المناسبة، وتقديم الأخبار المحلية والوطنية.

- الإذاعات المحلية هي الأسبق في بث ونقل الأنباء المتعلقة بالمجتمع المحلي، كما أن أفضل البرامج التي تقدمها تلك التي يكون الاتصال فيها مباشرا (عبر الهاتف) بين المستمعين والمختص أو مسؤول أو مجموعة من المختصين في ميدان معين تتناول قضية ما من جميع جوانبها، ونجاح هذه البرامج يتوقف على قدرة الضيف على استيعاب الأسئلة، وقدرة المذيع على إدارة الحوار¹.

- كما يميز الإذاعة المحلية التركيز بدرجة كبيرة على ثقافة المجتمع المحلي الذي تخدمه من خلال البرامج الثقافية والترفيهية والتربوية، وكذا الاجتماعية والاقتصادية والرياضية، وبشكل أكبر الغنائية.

- كما توفر مساحات خدمية تخص أبحاث في فائدة العائلات، مواعيد الصلاة في نطاق محلي، والأحوال الجوية، والنقل.... الخ.

- يستطيع الإرسال الإذاعي أن يتخطى الحدود والموانع الطبيعية مما يضمن انتشارا أوسع للرسالة الإذاعية لذلك اعتبرت الإذاعة أسرع وسائل النشر.

- كما تتميز الإذاعة باستعمالها لمختلف طرق التأثير على العاطفة التي تتمثل في المؤثرات الصوتية والموسيقية، مما يعطي المستمع شعورا بالمشاركة، ويكون تأثيرها أقرب إلى التأثير الشخصي، الذي يقترب من الاتصال وجها لوجه².

- يتصف الراديو بخاصية في غاية الأهمية، ولا تتوفر في وسائل الإعلام الأخرى وهي ذاتية، والراديو جهاز شخصي، كما أن الاتصال عن طريق الإذاعة لا يحتاج إلى وسيط خاص وأن الرسالة الإذاعية تصل مباشرة من المذيع إلى المستمع، ما مكن الراديو من بناء علاقة قوية ومتينة بينه وبين المستمع.

¹عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص 77.

²جمال مجاهد، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة، مصر، 2009، ص 45.

- الرسالة المذاعة تكون أكثر فعالية من الرسالة التي تنقل بالاتصال الذاتي وأنه يسهل التذكر خاصة عند الفئات أقل تعلمًا¹.
- قلة التكلفة المادية مع التقدم التقني، بحيث أصبح بمقدرة كل فرد شراء جهاز الاستقبال وسهولة تشغيله².
- مخاطبة الأميين بكل مكان من المجتمع، إذ تشترك في هذه الخاصية مع السينما والتلفزيون، لكن يكون المتعلم والمثقف أكثر قدرة على فهم واستيعاب المقصودة من الرسائل الاتصالية عبر الإذاعة بصورة أكثر³.
- تبدو أن الأشياء التي يتم سماعها عبر الراديو وكأنها تحدث الآن أي على الهواء مباشرة.
- يخلق الراديو جوا من الألفة والصدقة بينه وبين المستمعين، ومن ثم فإن أي مستمع للراديو يتوقع دائما أن ما يسمعه سابق ومتوقع.
- الفن الإذاعي فن وجداني وعاطفي وهي سمة تنبعت لها الحكومات في العديد من دول العالم، لإثارة المشاعر الشعبية الجارفة وخاصة أثناء الحروب والأزمات.
- يتيح الراديو للمستمعين فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة الإخبارية للأحداث والأنشطة التي تقع داخل او خارج الوطن.
- يعد الراديو الوسيلة الوحيدة الغير مرئية والأكثر انتشارا وشاع استعماله في المناطق النائية والمعزولة.
- لا تحتاج عملية الاستماع للإذاعة إلى جهد وعناء كما هو الحال بالنسبة (للقراء) لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون⁴.

¹عزيز لعبان، مدخل الى علوم الاعلام والاتصال، التعريف بوسائل الاتصال الجماهيرية، الوسيط في الدراسات الاعلامية، الجزء الثالث، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 33.

²نعيم الطاهر و عبد الجابر تيم، وسائل الاتصال السياحي، دار النشر البيازوري للنشر والتوزيع، الاردن، 2001، ص 62.

³محمد يسرى ابراهيم دعبس، الاتصال الانساني، رؤية في أنثروبولوجيا الاتصال، البيان للنشر والتوزيع، 1999، ص 38.

⁴إيمان عبد الرحمان واحمد محمود، دور الإذاعة في نشر التوعية الامنية، جامعة نايف العربية الامنية، المملكة العربية السعودية، 2010، ص

المطلب الثاني: وظائف الإذاعة المحلية.

يقوم الاعلام بأدوار عديدة وفعالة في المجتمع، فالإذاعة لا تقل أهمية عن الوسائل الاعلامية الأخرى، فالراديو يرتبط بوظيفة هامة وهي أن يحقق نعمة وإيقاعا معيناً للنشاط اليومي، فالأسلوب الإذاعي يناسب الفرد في الصباح قبل أن يخرج للعالم الخارجي، كما أنه يساعد على خفض التوترات الناجمة عن روتين العمل اليومي من جهة والشعور بالعزلة من جهة أخرى، فالإذاعة لها عدة وظائف، كلن حصرناها في بعض النقاط التالية:

1- الوظيفة الإخبارية (الاعلامية):

الأخبار في الإذاعة المحلية لا يقصد بها مجرد الأخبار المحلية بل الأخبار التي تم الأفراد في المجتمع المحلي، سواء كانت محلية، قومية، أو عالمية، فجمهور الإذاعة المحلية أخبار الوطن وأيضاً أخبار العالم، بل إن هناك من الأخبار القومية والعالمية ما له ارتباط وثيق ومباشر بمجتمع المحلي¹.

2- الوظيفة السياسية:

توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في عملية التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معينة تروج لها تلك النخب، كما توظف الإذاعة لتوصيل الرسالة الاعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم والشخصية الوطنية والكيان السياسي إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي والوحدة الوطنية داخل الدولة وخارجها كما تنقل مشاكلهم واهتماماتهم إلى السلطة لتصدر القرارات المناسبة، وأول دليل على فعالية الإذاعة هو الدور الذي لعبته الإذاعة إبان الحرب العالمية الثانية وأثناء الحرب العالمية الأولى².

3- الوظيفة الاقتصادية (التنموية):

وهي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية، ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزاً من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقرات إخبارية من أجل الترويج إلى سلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مدخولاتها، كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية، وتتطرق إلى إبراز أسباب تأخرها وتعطيلها، كما أنها تلعب

¹ عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص 79.

² عدلي السيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، د س، دار الفكر العربي، مصر، ص 146.

دورا مهما في المناطق النائية حيث تكسر عزلتها وتقدم لسكانها جملة من الارشادات والنصائح التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعهم فهي مسؤولة عن التنمية الريفية وإنعاش الزراعة والفلاحة¹.

4-الوظيفة التربوية والثقافية:

وهي وظيفة ليست أقل شأنًا عن سابقتها من الوظائف، حيث تشجع الاذاعة على التعليم واكتساب المعارف والمهارات والحصول على المعلومات والخبرات الجديدة تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بسلوك الفرد والمجتمع، إنها تقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية، وقد تجمع الاذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد فالمادة الترفيهية لا يقتصر آخرها على مجرد تسلية الجمهور، بل تؤثر عليه في إطار السياسة إعلامية محددة.

إن توظيف الاذاعة في المجال الثقافي خلق واقع جديد يتميز الحيوية والنشاط، فهي على حد رأي "عدلي محمد رضا" تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع بالعمل على ملاحظة العالم الحديث ونقله في حدود ما يناسب الجماهير كمعلومات وأفكار وبالشكل والأسلوب الذي يمكن من استيعابها والوصول بمن يتلقاها إلى مستوى واقع العصر الذي يعيشه فكرا وطموحا².

5-الوظيفة الاجتماعية:

تلعب الاذاعة دورا هاما داخل المجتمع حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية، فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته وكذا بعث تراثه وعاداته وتقاليده، كما تسعى إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، لأن مهمة الجهاز الاعلامي بصفة عامة والإذاعة بصفة خاصة ليست شغل الوقت بأي برنامج، بل تهدف البرامج جميعها حتى ما كان منها لتسلية والمتعة والوصول إلى الفكر السليم وتكوين السلوك الاجتماعي الفردي من خلال الاستغلال هذا التأثير لما يعود بالنفع وبما يساعد على البناء السليم للأمة، والتأكيد على الأشياء الحسنة والتنفير من الأشياء الضارة، هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع، ومحاولة إيجاد الحلول لتكون الوساطة بين شكاوي المواطنين والمسؤولين³.

¹ عدلي السيد محمد رضا، المرجع السابق، ص ص 146 و147.

² المرجع نفسه، ص 148.

³ محمد لعقاب، وسائل الاعلام والاتصال الرقمية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 132.

6- الوظيفة الخدماتية:

يحتاج المواطن إلى مجموعة من الخدمات التي تتعلق بالصحة، النقل، الفلاحة، وغيرها من الخدمات الضرورية التي لا تنطرق إليها الاذاعة الوطنية والتلفزيون لأنه خدمات محلية لأنهم سوى أفراد محدودين وبالتالي كان لا بد من وجود هيئة او جهاز إعلامي يتكفل بهذه الوظيفة، فكانت الاذاعة المحلية هي الوسيلة المثلى التي تقوم بمثل هذه الوظيفة الخدماتية، في تقديم مجموعة من الخدمات والمعلومات الضرورية التي تهم السكان المحليين، مثل تقديم حصة عن الأحوال الجوية، مواقيت الصلاة... إلخ¹.

7- الوظيفة الترفيهية:

يواجه المواطن في حياته اليومية عدة مشاكل وصعوبات التي تجعل منه مشردا غارقا في الهموم، وعندما يعجز عن حلها فإنه يحاول الهروب منها عن طريق وسائل الاعلام أين يجد برامج ترفيهية مسلية، تجعله ينسى مشاكله ومتاعبه اليومية، وتتمثل هذه الوظائف الترفيهية للإذاعة في شغل أوقات الفراغ للروايات الفكاهية، الكتب والبرامج الغنائية والتحقيقات والمقابلات وغيرها، وهي تعمل أيضا على فتح المجال لمشاركة المواطنين من فهم القرارات المتعلقة بالحياة العامة².

8- الوظيفة الاشهارية:

تهدف الاذاعة المحلية إلى تحقيق الوظيفة الاشهارية التي تهدف من ورائها إلى تعريف المواطن بمنتج أو إشهار للسلعة لم يكن يعرفها أو تفيده في حياته اليومية، وقد لا يجد هذه الخدمة إلى في الاذاعة المحلية، كما ترشده في اختيار سلعة أو منتج على آخر باعتبارها من الوسائل التي يثق في الفرد³.

9- وظيفة الترابط:

إن وظيفة الاذاعة المحلية هي التحقيق بين خدمة استجابة المجتمع تجاه بيئته، وهو ما ينبغي وجود رأي عام، فالالاتصال هو الذي يؤدي إلى وجود رأي عام، وبدون رأي عام لا تستطيع الحكومة أداء مهامها في المجتمعات، فمن الضروري وجود قدر من الترابط في المجتمع المحلي وذلك عن طريق الاذاعة المحلية، كالصحفيون والمحروون ورجال الأعمال المختصون في تحقيق هذا الترابط⁴.

¹ نوال محمد عمر، الاذاعة الاقليمية، ط1، ديوان الفكر العربي، القاهرة، 1983، ص 34.

² المرجع السابق، ص 34 و35.

³ المرجع السابق، ص 35.

⁴ نوال محمد عمر، مرجع سابق، ص 36.

المطلب الثالث: أهداف الاذاعة المحلية.

- السهر على تلبية مضامين شبكات البرامج واحتياجات عقلية المستمع فالأمر يتعلق بالمحتوى واللغة بحيث يجب أن تتلاءم شبكة البرامج مع احتياجات المجتمع المحلي بلغة محلية.
- تهدف إلى خدمة الثقافة الوطنية وإبرازها والتعمق في جذورها عن طريق ما يقدم من برامج وأبحاث حفاظا على الارث الحضاري والثقافي لكل منطقة وإبرازها عن طريق التعريف لتقاليد المنطقة وتاريخها وخصوصية سكانها.
- إبراز الثقافة الشعبية المحلية خوفا من اضمحلالها لكونها أساسا من الأسس الشخصية الوطنية والتعريف بتقاليد المنطقة.
- تقدم الاذاعة المحلية كل أنواع الانتاج الاذاعي من برامج ترفيهية وبرامج دينية وإعلامية وثقافية بالإضافة إلى تغطية جميع الأحداث والنشاطات¹.
- كسر الحواجز التي تحول بين المواطنين والمسؤولين، ومحاولة نقل اهتماماته ومشاكل المواطنين إلى السلطة المحلية.
- فك العزلة عن المناطق النائية للوطن باستعمال الاعلام الجوّاري.
- تحقيق فرصة الاتصال الجماهيري (الاتصال المستمر بالجمهور المحلي) وحرية التعبير وجعله منبرا للأشخاص الراغبين في تبليغ السكان بالمواضيع ذات المصلحة المشتركة، وتحقيق التفاعل في عملية الاتصال الجماعي².
- السهر على أن تلبي شبكة البرامج الاحتياجات المحلية للمستمعين الذين تصلهم برامج الاذاعة حيث يجب أن تتلاءم الشبكة البرمجية مع ما يحتاجه المجتمع المحلي وبلغته المحلية المتفق عليها، التنوير والتثقيف والاحاطة بالمعلومات السابقة.
- تنوير رأي العام الوطني باطلاعهم على الأنباء الداخلية والخارجية.
- تنمية الوعي ونشر الثقافة وتشجيع مختلف الفنون والترويج لها.
- تحقيق التفاعل في عملية الاتصال الاجتماعي .
- بعث الحيوية في التراث وإبقائه حيا في أذهان المستمعين وإخراجه إلى دائرة الضوء في صورة إبداعية.

¹ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 140.

² نوال محمد عمر، مرجع سابق، ص 38.

- خدمة التنمية وخاصة التي استحوذت على عقول المفكرين والباحثين لدفع عملية التنمية وتحقيق الرفاهية للمجتمع النامي.
- تغطية الأحداث المحلية وتقديم الخدمات المختلفة لمجتمع المحلي بمختلف شرائحه عن طريق مشاركتهم وممارسة لحق الاتصال الذي يعتبر في الوقت الحاضر حقا من حقوق الانسان.
- توسيع المستوى الديمقراطي والحق في الاعلام وتحقيق النمو في كل الجهات الوطن والمشكلات والبحث عن حلول لها¹.

المبحث الثالث: ظهور وتطور الإذاعة في الجزائر

تتميز الاذاعات المحلية الجزائرية كتجربة حديثة بمميزات خاصة من الجانب الشكلي والضمني حيث أن تجربة الجزائر في ميدان البث الاذاعي المحلي حديثة الولادة، فهي عبارة عن انتداب للمؤسسة الوطنية للإذاعة باعتبارها مشاريع توسعية لها، سبقت المحطات المحلية والهياكل المديرة لها من حيث النشأة، فكان إنشاء مديرية تنمية الاذاعات المحلية والتي مهمتها تسيير هذه المحطات وتنسيق مهامها وتوجيه برامجها، وكان الإطلاق السريع المفاجئ للمحطات يعبر عن مسايرة الوضع العام أكثر منه عن الحاجة إلى الاذاعة المحلية.

المطلب الأول: نشأة الاذاعة في الجزائر.

يمكن تقسيم نشأة وتطور الاذاعة الجزائرية إلى ثلاث مراحل رئيسية وهي مرحلة ما قبل الثورة مرحلة إبان الثورة، وتليها ما بعد الاستقلال وهي كالتالي:

أولا: قبل الثورة.

عرفت الإذاعة في الجزائر عام 1925، عند قيام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة لم تتعدى قوتها 100 كيلو واط" ثم ارتفعت عام 1928 إلى "600 كيلو واط" رغم انها كانت تابعة للحكومة الفرنسية بمشاركة الحاكم العام للجزائر، وفي سنة 1945 أدمجت الاذاعة الجزائرية مع الاذاعة الفرنسية وأدخلت تقنيات جديدة على محطات الإرسال، وقد بلغ عدد مستمعيها سنة 1956 ما يقارب 16 ألف جزائري².

¹ احمد خشاب، المدخل السوسولوجي للإعلام، دار الكتاب، القاهرة، مصر، د س، ص 77.

² ماجد حلواني وعاطف عدلي العبد، الانظمة الاذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص ص 202 و203.

ثانيا: أثناء الثورة.

كنتيجة لقرارات "مؤتمر الصومام" تم إنشاء الإذاعة السرية التي لم تبدأ نشاطها الفعلي إلا بعد 1945، يعمل بها 10 مناضلين وكانت مدة إرسالها في المساء ساعتين، بالعربية الدارجة والفرنسية والقبائلية، وتشتمل برامجها على البلاغات العسكرية والتعليقات والأخبار إلى جانب برامج أسبوعية. وقد واجهت هذه الإذاعة لنقص خبرة العاملين بها في هذا الميدان، وعدم توفر المواد الإذاعية ومع ذلك فإن إنشاء الإذاعة الجزائرية كان لها أثر على الشعب الجزائري، تمثل في توجيه الرجال ورفع الروح المعنوية للمناضلين وتوعية أفراد الشعب¹.

ثالثا: بعد الاستقلال.

في 17 أوت 1962 أعلنت الهيئة التنفيذية المؤقتة أنه بالاتفاق مع المكتب السياسي لجهة التحرير الوطني قامت بتكليف شخصية جزائرية بالإشراف على البرامج الإذاعية إلى أن يتم تشكيل الحكومة الجزائرية، وقبل بداية المفاوضات النهائية قامت الحكومة المؤقتة الجزائرية بتعيين شخصية جزائرية مديرا عاما للراديو وذلك بدلا من الفرنسية.

وفي يوم 23 جانفي سنة 1963 تم توقيع الاتفاقية الجزائرية الفرنسية جاء فيها العمل على تبادل البرامج بين الحكومتين.

وفي 1 أوت سنة 1963 صدر قرار ينظم راديو وتلفزيون الجزائر، اللذان تعتبرهما الحكومة الجزائرية عنصرا يساعد في التنمية القومية وفي بناء المجتمع الجزائري، وقد كان الراديو هو الوسيلة الوحيدة التي تصل رسالتها إلى جميع أنحاء البلاد وخاصة سكان الريف.

بعد ذلك انتشرت الاذاعات في أرجاء بلاد الجزائر، ونمت شبكات الاذاعية الهدف منها هو التغطية الشاملة للبلاد، ففي سنة 1968 أسست محطة قسنطينة وكذلك في وهران، أما في أواخر الثمانينيات بعدما دخلت الجزائر في مرحلة التعددية الحزبية سنة 1988، ظهر هناك ما يسمى حرية التعبير وأصبحت الاذاعة في الجزائر منذ ذلك الوقت مجالاً للتعبير عن هذه الحرية كوسيلة إعلام جماهيرية².

¹ ماجد حلواني وعاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 202.

² المرجع نفسه، ص 204.

المطلب الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر.

اختلفت التواريخ نشأة الاذاعات المحلية في الجزائر وهناك من حاولت ربطها بإذاعات الاحتلال الفرنسي للجزائر "1924-1962"، وهناك من ربط ظهورها بالإذاعة السرية لثورة الجزائرية "1956-1962" وهناك من يربطها بالبث الجهوي الذي كان مع ميلاد برنامج "مغرب الشعوب" سنة 1975 ومنه من ذهب إلى أن ظهور أول إذاعة محلية سنة 1990 بإنشاء إذاعة "التكوين المتواصل" و"إذاعة القرآن الكريم" في 1991، وإذاعة البهجة سنة 1992. وهناك من يعيد الفضل بظهورها إلى الكاتب الروائي المرحوم "الطاهر وطار" حين تسلم إدارة الاذاعة الوطنية.

وقد أجمع الباحثين على أن سنة 1991 هو بداية ظهور الاعلام المحلي المسموع في الجزائر بإنشاء الاذاعات التالية:

- ❖ إذاعة الساورة "بشار" 1991/04/20: تغطي أدرار وتندوف وبشار وكذلك النعام.
- ❖ إذاعة متيجة "الجزائر" 1991/05/08: وتغطي كل من العاصمة، بليدة، بومرداس وتيبازة.
- ❖ إذاعات الواحات "ورقلة" 1991/05/09: تغطي حاسي مسعود، تقرت، إليزي، الوادي، المنيع، عين أمناس، وجنوب غرداية.

❖ إذاعة السهوب "الأغواط" تغطي أجزاء من البيض ورقلة، الوادي، بسكرة، تيارت. وعلى هذا الاساس نستطيع أن نقول أن الاذاعات الجزائرية بدأت سنة 1975، كإذاعات إقليمية بحيث كانت الجزائر مقسمة إلى أربعة أقاليم وكل لإقليم مقسم على مجموعة من الولايات، وتغطي الاذاعة هذا الاقليم والولايات التي تنشأ فيها الاذاعة المحلية تغطي فيها الولايات المجاورة لها، والتي لا تملك الاذاعة المحلية مما أدى فيما بعد إلى التداخل في الموجات داخلا لولاية الواحدة بحيث يمكن إلتقاط أكثر من إذاعتين، وأدى إلى ضعف إلتقاط الاذاعات الوطنية ودفعت التعددية الاعلامية في مجال الصحافة سنة 1989 بالكثير من الخواص إلى التفكير في إنشاء إذاعات محلية¹. وحتى يغلق المجال أمام التعددية السمعية البصرية رفضت الحكومة الاعتماد، وشجعت الاذاعة الوطنية على إنشاء الاذاعات المحلية دون أن توفر أي قانون لذلك.

¹عبد العالي رزاقى و عبد الرحمان رشادن، دور الاذاعات المحلية والاقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي، سلسلة بحوث ودراسات اذاعية، تونس، 2012، ص 44.

وتم في سبتمبر 1993 إنشاء مديرية تنمية الاذاعات المحلية وقد م رئيس الحكومة في أكتوبر 1994 أول برنامج لإنشاء محطات إذاعية محلية واصفا الأولوية للمناطق الحدودية. وعند القراءة متأنية لتطور الاذاعات خلال السنوات 1991-2012 تبين أن العشرية الأولى من 1991 إلى 2001 عرفت ميلاد 21 إذاعة بالرغم من أنه هناك أعوام لم تنشأ فيها إذاعة واحدة بسبب العنف الذي كان يسود في الجزائر وخاصة سنوات 1993-1999. وإن العشرية الثانية من 2001 إلى 2012 عرفت ركودا في بعض السنوات كانت، وارتفاعا في السنوات الأخرى، وهو ما يدل على غياب سياسة إعلامية تعنى بالشأن الإذاعي المحلي ويبرز المنافسة بين الولايات¹، والجدول التالي يمثل الاذاعات المحلية في الجزائر: الشكل رقم (01)².

تاريخ إنشائها	الاذاعة الجهوية
1991/04/20	بشار الساورة
1991/06/08	العاصمة متيجة
1991/06/09	ورقلة الواحات
1991/11/05	الأغواط السهوب
1992/04/16	تمنراست الأهقار
1992/10/07	تلمسان العالية
1992/10/10	سطيف الهضاب
1994/12/29	باتنة الأوراس
1995/01/26	وهران الباهية
1995/02/05	قسنطينة سيرتا
1995/04/04	تبسة
1995/06/04	أدرار توات
1995/09/20	بجاية الصومام
1996/11/20	واد سوف

¹نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص 140.

²قاسمية عبد النور، دور الاعلام الجوّاري في التنمية المحلية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال المدية، الجزائر، 2011، ص 25.

1997/01/13	عناية
1997/01/27	إليزي الطاسيلي
1998/10/25	تيارت
1999/05/12	تندوف
1999/05/25	نعامة
1999/06/14	بسكرة الزيان
2001/02/24	غرداية ميزاب
2003/08/27	معسكر بني شقران
2003/09/08	البيض
2003/10/10	مسيلة الحضنة
2003/11/15	سكيكدة
2004/01/26	الشلف
2004/02/11	مستغانم الظهرة
2004/02/11	سيدي بلعباس
2005/02/23	سوق اهراس
2006/07/05	غيليزان
2008/02/24	سعيدة
2008/05/19	أم البواقي
2008/05/26	عين تموشنت
2008/04/06	تسمسيلات
2008/04/23	برج بوعربريج
2008/05/01	عين الدفلة
2008/11/01	جيغل
2008/12/27	قلمة
2009/09/09	الجلفة
2010/03/23	المدية التيطري
2012/07/05	بومرداس

المطلب الثالث: نشأة إذاعة الاغواط .

تعد إذاعة الاغواط رابع صرح إعلامي انطلق بعد استرجاع السيادة الوطنية واسترجاع الإذاعة والتلفزة سيادتها بتاريخ 1962/04/28، حيث شرعت في بث برامجها بعد إذاعات الساورة، متيعة والواحات ليعلو صوتها مدويا في رحاب بعض الولايات السهية المجاورة لولاية الاغواط وذلك بتاريخ 1991/11/05 على الموجة المتوسطة للإذاعة الوطنية 783 كيلو هرتز آنذاك .

إذ انطلقت كمرحلة أولى في بث تجريبي تحت إشراف الفقيه المخرج محمد بوتلجة رحمه الله رئيس المشروع على مدى ساعتين يوميا باستثناء يومي الخميس والجمعة.

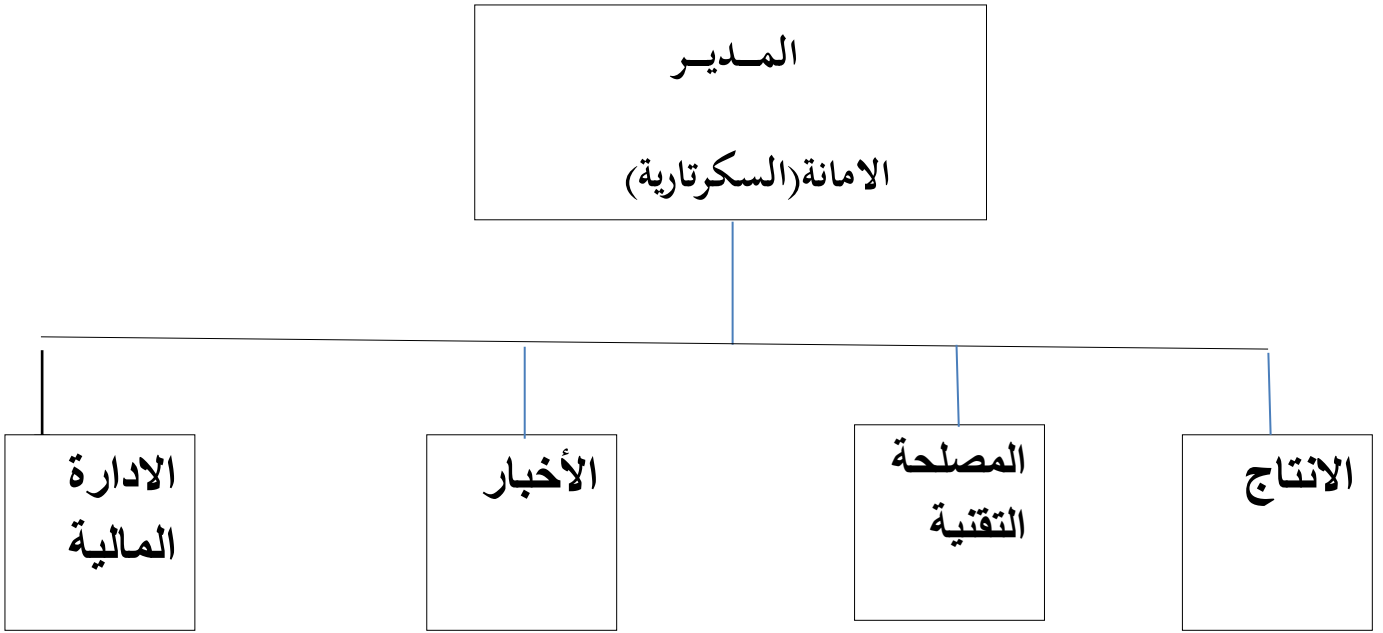
وبعد إعداد العدة وانتقاء العناصر البشرية من مذيعين ومساعدتي إخراج كانوا الدرع القوي بانطلاقة متواضعة مدعمة بعناصر من الإذاعة المركزية، التي رافقتهم من اجل تهيئة أرضية المشروع، هذا الصرح الذي يعد بمثابة مكسب ومفخرة للمنطقة كلها عموما ولمستمعيها في حدود الخريطة الإعلامية لجهاز البث الإذاعي المتواجد على بعد 15 كلم من مدينة الاغواط على الطريق الوطني -01- اتجاه ولاية غرداية على الموجة المتوسطة 702 كيلو هرتز بقوة 25 كيلو واط، حيث وصل شعاع البث الى حدود 320 كلم الشيء الذي إذاعة الاغواط تستقطب جمهورا كبيرا داخل تراب الولاية و ولاية الجلفة إضافة الى بوغزول جنوب ولاية المدية وولاية البيض و ولاية غرداية جنوبي الى دائرة بوسعادة ولاية المسيلة شمال شرق مقر الإذاعة.¹

الوسائل والإمكانات التي انطلقت بها إذاعة الاغواط الجهوية .

الوسائل البشرية: 13 موظفا

- ✓ المدير + أمين الإدارة.
- ✓ رئيس دائرة الإنتاج.
- ✓ عدد من المذيعين.
- ✓ صحفي واحد.
- ✓ الإدارة المالية.
- ✓ سائق واحد.
- ✓ عون امن .

¹وثيقة معتمدة من ارشيف إذاعة الاغواط، ص 03.



-شكل رقم (2) يوضح توزيع الطاقم الصحفي والاداري لإذاعة الجزائر من الاغواط.

الوسائل التقنية:

- ✓ جهاز (حقيبة) البث (VALISE DE MIXAGE).
- ✓ جهاز سماع وتسجيل (MAGNETO).
- ✓ آلة تسجيل واحدة (NAGRA).
- ✓ جهاز اسطوانات (TOURNE DISQUE)¹.

بهذه الامكانيات البسيطة انطلقت بث اذاعة الاغواط الجهوية ببرامج متواضعة جلها ترفيهية تداول عليها المذيعون والمذيعات كبرنامج "مع المستمعين" آنذاك، بالإضافة الى لقات حول تراث المنطقة وبعض الفنون وبرامج اخرى تعد على الاصابع كذلك التي اعدتها متعاونون كبرنامج " من السهوب " وبرنامج " امثال وحكم" وبرنامج اخرى نسخت من اصل برامج اذيعت في القناة الوطنية حيث عملت ادارة المحطة على تكثيف برامجها في انتظار بدائل واجاد معدين ومتعاملين جامعيين

¹المرجع نفسه ، ص 04.

متخصصين، أما البرامج التنموية والاعلامية بما في ذلك الاخبار المحلية فكانت تحضا بجيز قليل من الوقت.

وفي اول جانفي 1993 عملت ادارة المحطة وطاقمها على إضافة ساعة واحدة للبث ليصبح 03 ساعات يوميا باستثناء الخميس والجمعة أي من الساعة العاشرة 10:00 صباحا الى الساعة الواحدة 13:00 زوالا، لتضاف الى ذلك برامج اخرى استحدثت في مجالات تربوية ودينية واجتماعية، حيث سارت اذاعة الاغواط على هذا المنوال قرابة السنتين بفضل جهود طاقمها المتواضع وفي غياب الامكانيات والوسائل وقلة العناصر البشرية ذات كفاءات اعلامية عالية القادرة على العطاء والتفاعل مع الاحداث بهدف تكريس وترسيخ مفهوم الاعلام الجوّاري .

أما في مارس 1993 فتدعمت اذاعة الاغواط بعناصر كان لها الدور الفعال والتجربة الرائدة في الاذاعة المركزية حيث اعطت نفسا جديدا ومغايرا للمرحلة الاولى من الانطلاقة، إذ عملوا على وضع شبكة برمجية تشمل جميع مناحي الحياة الاجتماعية والاحداث اليومية للمواطن الاغواطي، حيث تجاوزت 18 برنامج اسبوعي لازال البعض يتذكرها "كبرامج مساحة للرأي، ديوان البادية، اليك سيدتي، آثار ومعالم..... الخ " ¹.

هذه البرامج نالت اعجاب المستمعين ظف الى ذلك البرامج الاخبارية والتنموية التي اهتمت بانشغالات المواطنين ومتابعة الاحداث الجهوية والاقليمية منها برنامج من تحقيقات المحطة، بصراحة واضواء على البلديات وغيرها.

مع مرور الوقت انفتحت الاذاعة على رؤية جديدة ومنظور متجدد من قبل الادارة الحالية التي سعت في اول خطوة في الاتجاه الى حذف والغاء بعض البرامج التي لم تلقى الاهتمام من محتوى والاهداف وهو ما اسفر عن تقليص وحذف العديد من البرامج، لا لشيء فقط لاكتساب ثقة المستمع وتلبية حاجاته المطلوبة للإشباع رغباته، كما سعت الاذاعة جاهدة لاعتماد طرق جديدة وتطلعات في تنظيم علاقات العمل والمحيط وتحسين ظروف العمل داخل المحطة من خلال تسخير كل ما هو متاح من امكانيات التسهيل وتوفير شروط العمل، وخلال نفس الفترة اولت الادارة للإذاعة اهتمام أكبر للعمل الاذاعي اليومي، كما ونوعا، معتمدة في هذا المسعى على تطوير ادائها الاعلامي الجوّاري من حيث ضمان الاستمرارية المطلوبة والتأسيس لمنهجية وطريقة جديدة لأداء رسالتها الاعلامية على

¹المرجع نفسه، ص 05.

اكمل وجه من خلال فتح المجال لمبادرات وتشجيع روح الابداع لدى العمال في مختلف الاقسام والوظائف، وقد شملت هذه الاهتمامات الجوانب التالية:

1- ضمان الاستمرارية والمتابعة المطلوبة لمختلف البرامج والمشاريع التنموية وكل ما له علاقة بتنمية المجتمع والتقرب الدائم من الاهتمامات والانشغالات اليومية للمواطن.

2- توسيع دائرة التغطية الاعلامية اذ وبعد ان كانت مقتصرة على مقر ولاية الاغواط حيث اصبحت أكثر قربا من المواطنين خاصة بالمناطق النائية والمعزولة، بما في ذلك توسيع دائرة التغطية لتشمل العديد من البلديات الواقعة في الجهة الجنوبية لولاية الجلفة التي كانت في وقت سابق محرومة اعلاميا.

3- اعتمدت المحطة قيادة بعض العمليات والتجارب بهدف ايصال صوت الاذاعة الى ابعد نقطة من اجل تطوير العمل الاعلامي الجوّاري الحقيقي، منها على سبيل المثال :

تصميم الحملات ذات المنفعة العامة التي شملت عدة قصايا واهتمامات تنوعت مواضيعها، حيث اصبحت الاذاعة شريكا اساسيا في الحياة اليومية للمواطن من جهة اخرى وفي ظرف قياسي استقطبت جمهور واسع بصفته الركيزة الاساسية لتبليغ الرسالة الاعلامية وتفعيل العمل الجوّاري المثمر و الذي يخدم حاجيات المستمعين¹.

¹ المرجع نفسه، ص 09.

خلاصة الفصل:

إن أهم ما يمكن الخروج به من هذا الفصل هو أن الإذاعة بشكل عام، والإذاعات المحلية بشكل خاص، على طبيعة جمهورها من حيث الخصائص والوظائف والأهداف إلا أن الاختلاف في المضمون الاعلامي للإذاعة المحلية يعود بالدرجة الأولى لطبيعة الجمهور المستهدف أي أن المجتمع المحلي ونمط عيشه والثقافة المحلية التي ينفرد بها داخل المجتمع الكلي وترسيخ ثقافته وتقريب مشاكله للمسؤولين وترويج الأفكار والخدمات ...

الفصل الثاني

مقدمة الفصل:

تعد حوادث المرور وما ينتج عنها من خسائر بشرية ومادية من أهم المشكلات التي تواجه المجتمع، نظرا لحجم هذه الخسائر وتأثيرها السلبي، حيث ما زالت حوادث المرور في الجزائر خاصة ودول العالم عامة، ونتائجها من الجرحى والوفيات وأثارها الاجتماعية والاقتصادية الهدامة على الأرواح والممتلكات من أهم ما يشغل بال العديد من المسؤولين والمواطنين على حد سواء، فلا يكاد يمر يوم إلا وتطلعنا الإذاعات والصحف على حوادث المرور الأليمة التي تحصد الأرواح إلى يومنا هذا، وتشير الإحصائيات المرورية أن نسبة الوفيات والإصابات من جراء هذه الحوادث الأليمة المسجلة، فمثلا الجزائر تعد بصفة عامة مرتفعة مقارنة مع الدول المتقدمة، وهذا يحتم إعداد استراتيجيات للسلامة المرورية. ولقد تم تفصيل هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث وهي :

المبحث الاول تناولنا فيه تفاقم ظاهرة حوادث المرور في الجزائر، والبحث الثاني عرجنا فيه على التوعية المرورية عبر الاذاعة وفي المبحث الأخير عرضنا أساليب واستراتيجيات الاتصال الاقناعي الاذاعي.

المبحث الأول: تفاقم ظاهرة حوادث المرور في الجزائر.

المطلب الأول: مفهوم حوادث المرور.

أ- مفهومه: الحادث المروري هو كل ما يتعرض له مستخدم الطريق من اصطدام ودعس وانقلاب وسقوط ونحو ذلك، سواء كان مشاة أو ركاب سائرين أو واقفين أو جالسين، وسواء كانت وسائل نقلهم مركبات آلية سيارات قطارات أو حيوانات¹.

هو كل فعل أدى إلى تلف جسمي أو مادي أو أدى إلى وفاة، وقد يؤدي إلى تلك الاتلافات مجتمعة، ويكون ناتجا مبدئيا من سير الإنسان ومروره أو وقوفه في الطريق، سواء فعل ذلك بذاته أو بوسيلة الركوب التي يستعملها، وبغض النظر عن قصده في إتيان الفعل أولا².

هي الإصابات المادية والمعنوية التي تصيب المركبة (السيارة الصغيرة أو الكبيرة) بسبب تصادم أو انحرافات فنية في المركبة والتصرفات السيئة لقائد المركبة مما يسبب خسائر مادية ومعنوية هو حدث افتراضي يحدث دون تخطيط مسبق من قبل سيارة واحدة أو أكثر مع سيارات أخرى أو منشآت أو حيوانات أو أجسام على طريق عام أو خاص، وعادة ما ينتج عن الحادث المروري تلفيا متفاوت من طفيفة إلى ممتلكات والمركبات وجسيمة تؤدي إلى الوفاة أو الإعاقة المستديمة³.

ب- التعريف الإجرائي:

الحوادث المرورية هي ظاهرة خطيرة تنشأ أو تحدث في الطرق عند اصطدام سيارة بأخرى نتيجة الاخلال بأحد القواعد المرورية، وتنتج عن هذه الحوادث خسائر مادية واصابات بشرية قد تصل الى حالات الوفاة.

المطلب الثاني: أسباب حوادث المرور .

يقع الحادث المروري بصفة عامة نتيجة خلل يحدث في عنصر أو أكثر من العناصر التالية: العنصر البشري، المركبة، الطريق، عوامل أخرى.

¹ نبيل صقر، حوادث المرور نضا وفقها وتطبيقا، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص22

² عمار شويحت، أحكام حوادث المرور والآثار المترتبة عليها في الشريعة الاسلامية، رسالة ماجستير، غ-م، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010، ص12.

³ ياسر عبد الله العيسيرس وآخرون، حوادث السيارات في مدينة الرياض، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2009، ص04 .

وتشير معظم الدراسات إلى أن 85% من الحوادث المرورية تعود إلى أخطاء العنصر البشري نتيجة لمخالفات مرورية، يلي ذلك دور الطريق بنسبة 10% وأخيرا دور المركبة بنسبة 5%، وفي أغلب الأحيان يشترك أكثر من عامل في وقوع الحادث المروري، كما لو كان السائق مسرعا وكان هناك عيب في فرامل السيارة فلم يتمكن بسبب السرعة وضعف الفرامل معا من التوقف في الوقت المناسب¹. ويكمن تقسيم الأسباب المؤدية إلى حوادث المرور حسب التصنيف الآتي: "أنظر الملحق 2" أ- الأسباب الشخصية والنفسية:

1- السن:

حيث يرتبط مستوى سن السائق بمدى إدارته للسياسة ففي حين يتميز المراهقون بسيمية توكيد الذات عبر السرعة المفرطة والحركات الغير المبالية، ونجد كبار السن يعوزهم ضعف التآزر الحركي لديهم، وبطء رد الفعل السريع لديهم بينما أهم أسباب الحوادث لدى الأطفال ترجع إلى سعة نظر الطفل المحدودة إضافة إلى توزيع اهتمامه على عدة أشياء في الوقت نفسه كما أن له رؤية لحركة المرور من زاوية مخالفة للكبار بحكم صغر قامته وعدم اكتمال بعض المدارك التي تحول دون إدراكه الكامل لمخاطر الطريق².

2- الفروق بين الجنسين:

سلوك النساء للسياسة يختلف بصفة عامة عن سلوك الرجال، إذ أشارت الدراسات أن النساء يتميزن باحترام قوانين المرور ولا يملن إلى السرعة المفرطة في السياسة، وغباوة في السياسة، بينما يميل الرجال في نفس الصدد إلى التهور والتسرع واللامبالاة³.

وهناك أبحاث أخرى رأت أكثر من ذلك الامتلاك السيارة يعد استثمارا نرجسيا، يسهم في تكوين وتأکید صورة الاعتزاز بالذات عند الرجل، كوسيلة تفتح له حدودا جديدة وواسعة لتأکید ذاته الذكورية، حيث يعدون السيارة امتدادا لحدود ممارسة سلطتهم الجسدية وكأن السيارة عضو من أعضاء الجسم وعندما تتعرض هذه الحدود إلى مضايقات في الطريق العمومي مثلا، تنطلق آليات الدفاع عن

¹راضي عبد المعطي السيد، الآثار الاقتصادية لحوادث المرور، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 2008، ص 56.

²محسن بن عيسى، السلامة المرورية، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2010، ص 08.

³عبد الرحمان الوافي، حوادث السياسة اسبابها والوقاية منها، دار هومة، الجزائر، 2010، ص 28.

المجال الحيوي بعنف وقوة، وغالبا ما تبلغ هذه المشاعر مستويات تصاحبها سلوكيات تشجع على رفع تحديات تكون نتائجها في الأخير حوادث مرور خطيرة¹.

3-دوافع الاثارة والمغامرة:

وهي تكون عند الشباب أكثر من غيرهم حيث أن الدوافع التي تكمن وراء حب الاثارة تبرز بشكل أكثر وضوحا في سلوكيات منحرفة تتناقض مع القيم السائدة في المجتمع، وهي أفعال يغلب عليها اللون السليبي ويعجز أصحابها عن إدراك إمكانية تحقيق التفوق والنجاح إلا من خلال السلوكيات المغامرة والمبالغة، وقد تكون هذه الدوافع اجتماعية أو نفسية أو اقتصادية.

ب- الأسباب السلوكية:

1-نقص الخبرة والتدرب الغير كافي:

فالسياقة شأنها شأن العديد من المهارات التي ينميها الفرد بالإرادة والممارسة الواعية، والزمن الكافي من الممارسة الصحيحة يخليها إلى خبرة تستشعر محاذير السياقة ومخاطرها، وقدما كان التدرب على ركوب الخيل يتم بمرافقة الكبار في البراري الواسعة، وكيف بركوب السيارات في خطوط النقل السريع أين يعتبر أي خطأ في القيادة خطرا يؤدي إلى الوفاة أو العجز، وفي مدارس السياقة مثلا لا يتاح للمتدرب أن يجرب السياقة في حالة سوء الأحوال المناخية أو المنحدرات الصعبة أو السياقة الليلية، لذا كان الاهتمام بالممارسة المستمرة الواعية سبيلا إلى التكيف والتغلب على المواقف الحرجة أثناء السياقة².

2-الضغط والاجهاد:

تتطلب السياقة مستوى عالي من الانتباه والتركيز حتى تسمح للسائق من فهم وتحديد التغيرات التي يمكن أن تواجهه بشكل مفاجئ خاصة على الأفراد الذين يمتنون السياقة كمهنة لكسب العيش وقد يتعرضون لمستويات مختلفة من الضغط والاجهاد، بسبب نوعية العربة وطبيعة العمل ودقة المواعيد خاصة عند سائقي قطاع النقل العمومي، وعدم برمجة ساعات العمل في أوقات مناسبة يؤدي إلى تذبذب ساعات النوم والشعور المستمر بالإعياء وينعكس على الحالة الصحية عموما والنفسية أيضا، وهذا يؤدي إلى ضعف التعرف على إشارات المرور وقراءتها بشكل سليم، وقد كان التعب والاعياء

¹صالح العبودي، العوامل النفسية لحوادث المرور، جامعة نايف للعلوم الامنية، الرياض، دس، ص ص 140 و 141.

²عبد الرحمان الوافي، مرجع سابق، ص 28.

من أكثر الأسباب المؤدية لحوادث المرور المروعة، خاصة عند سائقي الحافلات وشاحنات النقل العمومي.

3- عدم احترام قوانين المرور:

غالبا ما يفسر السائق ويترجم قوانين المرور بطريقة ذاتية وأتانية، فسواء تعلق الأمر بتعلم بعض الصفات السيئة أثناء عملية التدريب أو اكتساب بعض العادات والتقاليد الاجتماعية أثناء الممارسة الفعلية لسياقة، فالسائق يظهر عليه التردد والغموض إلى جانب درجة عالية من العشوائية والأناية في فهم قواعد المرور وترجمتها، كما قد يرجع ذلك إلى بعض الاتجاهات والعادات لدى المجتمع أو إلى المواصفات الشخصية للسائق الذي لا يحترم القانون نظرا لأنه يعتقد بذلك، أنه يعبر عن صفات محبذة وسائدة في المجتمع أو ما يشبع طموحاته الشخصية مثل اعتقاده بأنه يستطيع دفع الغرامة المالية، بل وقد يفعل ذلك دلالة على أنه محمي من المتابعة القانونية كما قد يفعل ذلك لأنه مضاد للمجتمع أو غير مبالي، بل عدواني وفوضوي، وقد يعود ذلك إلى كونه لا يدرك بأن القوانين تحميه أو الاعتقاد بأنها غير واقعية¹.

ج- الأسباب الخارجية:

1- شكل و أوضاع الطرق:

يعتبر المحيط عاملا على زيادة الحوادث حتى وإن لم يكن العامل الأساسي، حيث أن عدم صلاحية أجزاء من الطريق أو انعدام الاشارات والإنارة قد يؤدي إلى وقوع الحوادث، خاصة عند سوء الأحوال الجوية كتهاطل الأمطار وهبوط الرياح أو الزوابع الرملية أو الضباب، فقد تغير من اتجاهات السائق وتعيق التحكم في المركبة، فتهيئة الطريق عامل لا يستهان به وتعزيزه بمختلف الاشارات والمخططات قد تساعد على تجنب الحوادث فالتصميم الهندسي للطريق قد يكون سببا في وقوع الحوادث، ويظهر ذلك من تكرار الحوادث المرورية في جزء معين من الطريق كما هو الحال عند بعض التقاطعات حيث يكون نظام الفصل بين السيارات، أو بين السيارات والمشاة لا يحقق السلامة لمستعملي الطريق إضافة إلى عدم صلاحية بعض الأجزاء ووجود بعض الانحناءات الحادة في المسارات، ومن العيوب التي تكون في الطريق وجود موانع وعوائق مرورية تحول دون مشادة علامات وإشارات الطريق، أو عدم وجود

¹ وهيبة حمراوي، الاتصال الاجتماعي الخاص بالوقاية من حوادث المرور في الجزائر، رسالة ماجستير، غ م، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، 2008-2009. ص ص 16 و17.

علامات تحذيرية كافية، وكذلك عنصر الانارة من العناصر المهمة وعدم إضاءة الطريق أو عدم وجود الإضاءة الكافية قد يكون سببا لوقوع العديد من الحوادث المرورية¹.

2-العوامل الطبيعية والمناخية:

تمثل العوامل الطبيعية سببا من أسباب الحوادث المرورية، حيث يزداد وقوع الحوادث في الأيام الممطرة وشديدة الحرارة وعند هبوب الرياح والعواصف وانتشار الضباب، فقد يكون السائق رشيد والسيارة سليمة وهندسة الطريق مناسبة، ولكن ظروف خارجية عن إرادة السائق يتعرض لحادث مروري، قد يكون السبب في القوة القاهرة الناتجة عن هذه التغيرات الجوية الغير مواتية فمثلا في المناطق الصحراوية ورغم استقامت مقاطع الطريق وخلوها من حركة السير، إلا أن الطرق الصحراوية تتميز بظهور أخطار فجائية كزحف الرمال وتراكمها بسبب الزوابع الرملية المتتالية عبر قطعان الكثبان ليلا ونهارا، وكذا الانبهار بضوء الشمس الساطع ولمدة طويلة بسبب طول المسافة واستقامت الطريق وانبساط التضاريس ما يؤثر على القدرة البصرية للسائق إضافة إلى الانبهار بأضواء السيارات المعاكسة ليلا².

يرى عبد الرحمن الوافي أن الطبيعة قد تكون سببا من الأسباب المباشرة في حوادث المرور، وهذا من خلال الأجواء الممطرة أو الثلجية وهي تتمثل في سوء الرؤية أو الانزلاق المفاجئ أو طوفان المياه فوق الطرق مما تنجم عنه إصابات، ولعل هذه الخارجية تتداخل فيها أسباب بشرية أخرى تؤدي بالوقوع فيها، اهمها عدم التكيف مع هذه الأحوال ونقص الخبرة إضافة إلى غياب تهيئة الطرقات المشهورة بكثرة الضباب الذي يحجب الرؤية بالإنارة، أو تلك الطرق التي تقطعها وديان موسمية والتي تحتاج إلى بناء جسور لتفاديها³.

¹راضي عبد المعطي السيد ، مرجع سابق، ص ص 68 و69.

²بوطالي الهاشمي ، الاستراتيجية الوطنية للوقاية من حوادث المرور(مجلة الوقاية والسياقة)، العدد06، المركز الوطني للوقاية والامن عبر الطرق، 2007،ص 16.

³عبد الرحمان الوافي، مرجع سابق، ص ص 31 و32.

المطلب الثالث: الآثار الناجمة عن حوادث المرور

يقضي نحو 1.24 مليون نسمة نحبهم كل عام نتيجة حوادث المرور، تمثل الاصابات الناجمة عن حوادث، أهم أسباب وفاة الشباب من الفئة العمرية من 15-29 سنة.

ما كانت تمثله نسبة 91% من الوفيات الناجمة عن حوادث الطرق في البلدان منخفضة الدخل والبلدان متوسطة الدخل، على الرغم من أن تلك البلدان لا تمتلك إلا أقل من نصف المركبات الموجودة في العالم.

ينتمي نصف من يموتون في طرق العالم تقريبا إلى فئة (مستخدمي الطرق المعرضين للخطر) وهذه الفئة تشمل الراجلين وراكبي الدرجات الهوائية والنارية¹، من المتوقع أن تؤدي حوادث المرور بحياة نحو 1.9 مليون نسمة سنويا بحلول عام 2020 إذا لم تتخذ أي إجراءات للحيلولة دون ذلك.

لا يملك إلا 28 بلدا يمثلون 416 مليون شخص (7% من سكان العالم) قوانين شاملة تتعلق بخمسة عوامل خطيرة رئيسية وهي: السرعة والقيادة تحت تأثير الكحول، وعدم استخدام الخوذات الواقية الخاصة بالدراجات النارية، وأحزمة الأمان، وأحزمة مقاعد الأطفال.

ويشهد كل عام وفاة نحو 1.24 مليون نسمة نتيجة حوادث المرور وهناك 20 إلى 50 مليون من الأشخاص الآخرين الذين يتعرضون لإصابات غير مميتة من جراء تلك الحوادث يؤدي الكثير منها إلى العجز، وتسبب الاصابات الناجمة عن حوادث المرور من إلحاق خسائر اقتصادية هائلة لصحيا والأسر وبالذول عموما.

وتنشأ هذه الخسائر من تكاليف العلاج (بما في ذلك التأهيل والتحقيق في الحوادث) وانخفاض وفقدان إنتاجية (الأجور) من يموتون أو يصابون بالعجز بسبب إصابتهم وإنتاجية اعضاء الأسر المعنيين الذين يضطرون إلى التغيب عن العمل للاعتناء بالمصابين.

ولا يوجد إلا القليل من التقديرات الخاصة لتكاليف الاصابات، وكن تقديرا أجري في عام 2000 يشير إلى أن التكاليف الاقتصادية المرتبطة بحوادث المرور تفوق 518 مليار دولار أمريكي، وقد أظهرت التقديرات الوطنية أن حوادث المرور تكلف البلد من 1% إلى 3% من ناتجها القومي الاجمالي في حين تبين أن الآثار المالية التي يتكبدها الأفراد والأسر تؤدي إلى زيادة الاقتراض المالي والديون، بل تؤدي أيضا إلى انخفاض حجم الاستهلاك الغذائي.

¹ صحيفة الوقائع ، منظمة الصحة العالمية، الاصابات الناجمة عن حوادث المرور، رقم 358، مارس 2013.

وقد تجاهلت البرامج الصحية العالمية طيلة سنوات عديدة الاصابات الناجمة عن حوادث المرور وذلك على الرغم من إمكانية التنبؤ بها، والوقاية منها إلى حد كبير، وتظهر البيانات المستقاة من بلدان كثيرة أنه يكمن تحقيق نجاحات كبيرة من الوقاية في حوادث المرور، وهذا من خلال بذل جهود متضافرة تشمل قطاعات أخرى غير قطاع الصحي.

عندما نتحدث عن آثار حوادث المرور وثارها يمكن ترجمتها إلى خسائر مادية وبشرية فقد قام "ياسر عبد الله العسيري" بتقسيم آثار حوادث المرور ومخلفاتها إلى ثلاثة أقسام وهي:

أ- الآثار الاجتماعية:

تتمثل في الخسارة التي تنتج عن فقدان فرد بالنسبة إلى أسرة وذويه وأصدقائه وأيضا خسارة للمجتمع عندما يكون هذا الفرد منتجا وفعالا، فعندما يكون هذا الفرد عائد لأسرته فإن خسارة هذه الأسرة يكون فادحا من جراء فقدان راعيها، فقد يؤدي تفكك اسري وانهايار كيانها نظرا للدور الجسيم الذي يؤديه رب الأسرة في الحفاظ على أفراد أسرته ومتابعتهم لملاحظتهم.

ب- الآثار الطبية:

هي عنصر مهم في قياس حجم المشكل، ويمكن تحويل تلك آثار وخسائر محسوسة تتمثل في الاصابات الجسدية وخسائر مادية تعبر عنها بوحدة النقد.

ج- الآثار الاقتصادية:

إن تقدير تكلفة الحوادث المرورية والفاقد الاقتصادي منها خطوة مهمة نحو تحديد الآثار الاقتصادية ومشكلة حوادث المرور في أي بلد، ومدى تأثير ذلك على الناتج المحلي، كما أنها مطلب ضروري في ترتيب أولويات تحسينات السلامة المرورية، وقياس فاعلية والحلول المقترحة لهذه التحسينات، وقياس جدواها الاقتصادي¹.

المبحث الثاني: التوعية المرورية عبر الإذاعة.

المطلب الأول: مفهوم التوعية المرورية وأهميتها.

أ- مفهوم التوعية المرورية.

يعني بها تنمية قدرات الجمهور وسقل مهاراته في الاستعمال الأمثل للطريق سواء أثناء سيطرة المركبات كالامتثال إلى الاشارات واللوحات، والالتزام بأولويات المرور وترك مسافة الأمان، أو أثناء السير

¹ياسر عبد الله العسيري واخرون، مرجع سابق ، ص 06.

مترجلا مثل المشي على الرصيف والتقيد بقواعد الطريق، أي التدريب على تطبيق ما تلقاه من معارف نظرية تطبيقا سليما أثناء استعمال الطريق¹.

يقصد بالوعي المروري اليقظة الحسية والمعنوية والمعرفة والإلمام الواسع لكل ما يتعلق بالمرور من المركبة وطريق أو إشارات أو أنظمة وقوانين وغيرها، مما ينعكس إيجابا على الشخص وحسن قيادته ومراعاته للأنظمة المرورية².

التوعية المرورية تعني حالة اليقظة تتمثل في مجموعة من الأنشطة العقلية تعكس درجة من درجات الانتباه والفهم التلقائي لمجموعة من الأفكار، وتعيّنه على الإدراك باختلاف درجاته للقضايا التي تحيط به³.

عبارة عن منظومة السياسات والخطط والبرامج الهادفة إلى إنتاج مضامين ورسائل تتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية، وتقوم بنشاطات وفعاليات مختلفة⁴.

التوعية المرورية هي جهود إعلامية تثقيفية وتربوية مخططة يحث الجمهور بالتزام قواعد المرور، وقوانين السير الحسن، كما تهدف إلى التنبيه والارشاد إلى اعتماد السلوك السليم أثناء السياقة، ومحاولة الإقناع بعدم ارتكاب أخطاء مرورية حفاظا على سلامة كل مستعملي الطريق⁵.

1- التعريف الإجرائي:

من خلال التعاريف السابقة للتوعية المرورية، فهي تعني بصورة عامة لتلقي الفرد جملة من المعارف والمعلومات، وتدريبه على تطبيقها ميدانيا وإكسابه قيما وعادات تحكم سلوكه عند التعامل مع الطريق سائقا كان أو راكبا أو لراجلا.

ب- أهمية التوعية المرورية

تتجسد أهمية التوعية المرورية وضرورتها في المرحلة المبكرة في حياة الانسان "مرحلة الطفولة" فالأطفال في المدارس هم الأكثر استخداما للطريق والأكثر تعرضا للحوادث المرورية القاتلة، وهي تؤدي بحياتهم

¹ الهاشمي بن بوزيد الطالبي، حملات التوعية المرورية، قسم البحوث والدراسات، جامعة نايف للعلوم الامنية، ص 12.

² عبد الله الحامد الله الخلف، دور افلام التوعية في رفع مستوى الوعي المروري، رسالة ماجستير، غ م، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، قسم العلوم الاجتماعية، 2005، ص 59.

³ الهاشمي بن بوزيد الطالبي، فعاليات حملات التوعية المرورية، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، 11-13/12/2006، ص 10.

⁴ اديب محمد حضور، حملات التوعية المرورية العربية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، جامعة نايف للعلوم الامنية، 2007، ص 13.

⁵ الهاشمي بطالبي، من اجل حوادث اقل، مجلة السياقة والوقاية، المركز الوطني للوقاية والامن عبر الطرق، العدد 06، ص 31.

وتسبب لهم إعاقات دائمة بسبب جهلهم وعدم معرفتهم بأبسط قواعد المرور، فالطفل عموماً لديه قدرة كبيرة على الاستيعاب والادراك، وكلما تلقى قدراً من المعلومات كانت أكثر رسوخاً وثباتاً وشكلت بالنسبة له سلوكاً دام معه طوال حياته، وهذا يؤكد ضرورة وأهمية التوعية المرورية وإعطائها حيزاً مهماً وقدراً كبيراً في المناهج الدراسية¹.

كما يرى "أحمد مطهر عقبات" أن للإذاعة أهمية كبيرة في التوعية المرورية فهي تساهم في نشر الوعي المروري لتحقيق الأهداف المرجوة.

فورية الاتصال وهذا من خلال استخدام الإذاعة في مخاطبة قائدي السيارات في أي موقع كان وبأسرع وقت، خاصة في مناطق الازدحام المروري.

كثرة وتنوع عدد البرامج التي تتحدث عن الوعي المروري كالرسائل الإعلامية المرورية والارشادات المرورية التي تذاع بين فقرات البرامج اليومية، كما يمكن توجيه رسائل توعوية تذاع في فترة الصباح أثناء خروج الموظفين.

تساعد الإذاعة على انتشار الرسائل الإعلامية نتيجة قدرتها على مخاطبة جميع الفئات بما يتفق مع ثقافتهم وإهتماماتهم فضلاً عن القدرة الإيحائية والخدمة العامة لإشباع حاجات المتعلم، تساعد على إعلام الجماهير (مشاة، ركاب، سائقين) بالقوانين والأنظمة والتعليمات الخاصة بالمرور²، كذلك تكمن أهمية التوعية المرورية في تهذيب المفاهيم التي إعتاد عليها الأفراد في مجتمعنا، بحيث تكون نظرهم بالتقيد بأنظمة المرور وآدابه، ليس على أساس الخوف من العقاب، وإنما الانصياع الذاتي لها لمخالفتها من مخاطر على حياتهم أولاً، لأنها تحاكي السلوك القويم والأخلاق الفاضلة ثانياً، وهي ذات علاقة بمطامحنا للمستقبل لأن يكون المواطنين متعاونين مؤمنين بأهمية تعليمات المرور والأسس التي يقوم عليها الوعي المروري، التي تساعد على نشر أنظمة وتعليمات المرور حتى يصبح العمل شكل تكاملي ما بين الجمهور المستهدف والأجهزة المعنية لتحقيق الهدف المنشود وهو السلامة المرورية لكل مستخدمي الطريق، وتحقيق السلامة المرورية بين أفراد المجتمع، فهي ليست مسؤولية رجال المرور فقط، بل هي مسؤولية جماعية يؤدي رجل المرور فيها وظيفته مشكوراً ولا بد أن يتعاون أفراد المجتمع

¹ إسماعيل سليمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، عمان، دار اسامة، 2012، ص 114.

² أحمد مطهر عقبات، ندوة علمية واقع الحملات التوعوية، دور وسائل الإعلام في نشر التوعية المرورية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2007، ص 19.

الحضاري جميعا، ولا يكفي في هذا الصدد بكفاءة من يقود عجلة القيادة فحسب بل لا بد من توفر ثقافة عالية، ودراية ومعرفة بوسائل السلامة بالمحافظة على أرواح ودماء الإخوة المارين والسائقين¹.

المطلب الثاني: أهداف وخصائص التوعية المرورية

أ- أهداف التوعية المرورية

إن العناية بالفكر المروري والثقافة المرورية له أهداف بطبيعة الحال، وهذه الأهداف لم تكن وليدة الصدفة، بل تم استخلاصها من أساليب التوعية المرورية التي هي بمثابة أحد قوائم الثقافة المرورية وهي على النحو التالي:

1- الأسلوب المعرفي:

ويعني تزويد الفرد بكل المعارف والمعلومات الخاصة بالمرور، وبالقواعد التنظيمية، أي تمكينه من الامتثال بقواعد السير وقوانين والتنظيمات التي تحكم سير المركبات والراجلين على الطريق العام، مثل الاشارات والعلامات ومبادئ الأولوية وشروط التجاوز والمكوث وغيرها، وإلمام الجمهور بهذه المعارف يحقق وحدة الفكر والمفاهيم بين مستخدمي الطريق العام.

2- الأسلوب المهاري:

ويعني تنمية قدرات الجمهور وسقل مهاراته في الاستعمال الأمثل للطريق سواء أثناء السياقة كالامتثال للإشارات، ترك مسافة الأمان، أو أثناء السير مرتجلا كالمشي على الرصيف، والتقييد بقواعد الطريق وغيرها.

3- الأسلوب السلوكي:

ويعني تهذيب سلوك مستعملي الطريق من خلال التركيز على الجوانب النفسية لهم، والسعي إلى إقناعهم بتقبل قواعد السلامة المرورية، وجعلهم يؤمنون بجدوى امتثال لها وغرس قيم التسامح فيهم والتأكيد لهم بأنهم مسؤولون على سلامتهم وسلامة غيرهم في الطريق². وهناك أهداف أخرى حددها المؤتمر العربي الأول المنعقد في القاهرة سنة 1972 وتمثلت هذه الأهداف فيما يلي:

❖ تكوين نسق معرفي مروري لدى مختلف الأطراف المعنيين.

❖ شرح قوانين السير وقواعد المرور وآدابه بشكل مستمر ومنتظم.

¹عبد الله الحامد عبد الله خلف، مرجع سبق ذكره، ص 59.

²المكتب العربي للإعلام الأمني، دور وسائل الاعلام في التوعية المرورية والوقاية من حوادث الطرقات، اعداد المكتب العربي، ص 12.

- ❖ تبصير الفرد بمشكلات المرور وأثارها في سلامته وصحته ومصالحه.
- ❖ تعويد الفرد على ممارسة السلوك الصحيح لقواعد المرور وآدابه.
- ❖ تنمية روح التعاون وبث الألفة والمساعدة بين مستعملي الطريق.
- ❖ خلق العلاقة الطيبة والثقة المتبادلة بين المواطن ورجل المرور.

كذلك يجب أن تسعى التوعية المرورية إلى تكوين نسق قيمي مروري يتضمن:

أ-القيم الانسانية: التي تدفع إلى الحفاظ على حياة الناس و حمايتهم من خطر حوادث المرور.

ب-القيم الوطنية: التي تدفع إلى الحفاظ على الثروة الوطنية البشرية والمادية وتخليص الوطن من الآثار الاقتصادية لحوادث المرور.

ج-القيم الاجتماعية: التي تدفع بالتماسك الأسري والمجتمع عامة، والحد من هذا الخطر المتمثل في تدمير الحياة الأسرية وإرباك الحياة الاجتماعية جراء حوادث المرور.

د-القيم الأخلاقية: التي تدفع باتجاه إحترام القانون والغير.

وعليه يمكن القول إن التوعية المرورية تهدف في الأساس إلى تحقيق غاية واضحة وهي تمكين مستعملي الطريق من تفادي الأخطار التي تحدق بهم، مما يترتب عليهم التقليل من حوادث المرور وكذا التقليل من الخسائر المادية والبشرية والاقتصادية، وبالتالي السعي والتقرب من السلامة المرورية¹.

ب-خصائص التوعية المرورية

1-الاستمرارية: استمرارية ثقافة المرور هي مرهونة باستمرارية عملية التوعية المرورية.

2-التخطيط والبرمجة: تعتبر هاتين الخاصيتان الدعامتان اللتان تقوم عليهما التوعية المرورية، وذلك أن توصل وصول الثقافة المرورية إلى الشريحة المستهدفة يستدعي بناء برنامج عملي والتخطيط لمخطط اتصالي وتحديد أهدافها مما يتفق مع هذه الاستراتيجية ويسهم في تحقيق أهدافها في مختلف مجالات الحياة المرورية.

3-التفاعلية: تعتبر التوعية والثقافة المرورية الناجحة كخلاصة لعمليتي التثقيف والتعليم اللتان تتبعدان من حيث أسلوبهما عن الإكراه والتكليف، وتعتمدان أسلوب التفاعل وبالتالي تنجح في رفع فاعلية الناس وتفاعلهم مع الأهداف الاستراتيجية للتوعية المرورية.

3-الشمولية: فهي تشمل مختلف القيم المرورية وستهدف الوصول إلى جميع الشرائح الاجتماعية.

¹اديب محمد خضور ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 26و27.

4-التكامل: إن الاهتمام بخلق ثقافة التوعية المرورية يعني التأكيد على مختلف الأطوار المعنية بالسلامة المرورية الهندسية، البشرية، والقانونية والعمرانية، وهذا راجع لتكاملها في التوعية المرورية، كما يتسع هذا التكامل ليشمل الاهتمام بمختلف جوانب المشكلة المرورية الاقتصادية والنفسية والاجتماعية¹.

المطلب الثالث: دور الإذاعة في التوعية والتحسيس من مخاطر حوادث المرور.

بما أن العنصر البشري غالبا ما يتسبب في وقوع الحوادث المرورية فهو يحتاج إلى توجيه وتوعية دائمة للتحكم في سلوكياته أثناء القيادة بالتبصير إلى الأمور المساعدة في تجنب الحوادث وبما أن وسائل الإعلام تضطلع بدور التوعية بناء على ما تمتلكه من خصائص ومميزات، ودخولا في بعض تفاصيل مجالات الدور الإعلامي في نشر التوعية المرورية مع كل وسيلة إعلامية على حدا، فالإذاعة تعتبر من اهم الوسائل التي ساهمت في نشر التوعية المرورية فهي مدرسة التي وجد فيها الاميون المعرفة والمعلومة².

" أمن الطرقات هو قضية الجميع حيث ينبغي فضلا عن الشركاء المؤسساتيين سائر المنظمات الجموعية والأسر والمعلمين، وينبغي لكل واحد من هؤلاء ان يتحمل المسؤولية ضمن برامج التحسيس والاعلام حول مخاطر الطرقات وحول الآثار والوخيمة المترتبة عن حوادث المرور، وإضافة المسعى القائم على الحملات التحسيسية والتوعية للتجنيد العام للسلك الاجتماعي ومؤسسات الدولة في إطار عمل طويل المدى الكفيل بالتقليل من فداحة هذه الظاهرة تقريبا معتبرا " ³.

وتظهر أهمية القيام بحملات التوعية المرورية من منظور وظائف وسائل الاعلام لفائدتها في الإخبار والاعلام والإرشاد والتعليم، وإبراز دور الحملات التوعية المرورية وجب استنطاق الواقع الذي يوحى بغياب التشقيف اللازم للسائقين والراجلين على سواء، ومدى تدني مستوى تعرض المجتمع للمعلومات المتعلقة بآداب وقواعد المرور، ولذلك وجب أعمال الحملات التوعوية في إطار الاستراتيجية طويلة المدى تهدف ليس فقط للتحسيس بخطورة بعض الوضعيات الغير آمنة في السياقة، بل وبالأساليب الكفيلة على تربية وحس وأدب مروري لدى الناشئة، فضلا عن الكبار والممارسين للسياقة، إضافة إلى التوعية بالقوانين وفائدة إبرازها مدى قوة الزجر، حتى يشكل لها هذا العرض الاعلامي تفاعلا مع

¹المكتب العربي للإعلام الامني ، مرجع سابق ، ص 13.

²عبد الرحمان العسيري، العمل الاعلامي الامني المشكلات والحلول ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية: الرياض ،2002، ص 28.

³من خطاب رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة، الملتقى الوطني حول الوقاية من حوادث المرور ، جامعة سعد دحلب البليدة،2004.

الجمهور مما يمكنهم من التعاطف الايجابي مع القضية والتداول بشأنها شأن المشرع الذي اصدر هذا القانون¹.

التسيق مع وسائل الاعلام لتنمية الوعي المروري والتأكيد على إحترام القانون لتحقيق السلام العامة والاستفادة في هذا الشأن من الخطة الاعلامية العربية النموذجية للحد من هذه الظاهرة. إصدار كتيبات ونشرات وأفلام وغير ذلك من المواد الاعلامية في مجال التوعية المرورية وإنشاء مواقع للثقافة المرورية على شبكة الانترنت².

حملات تكوين نسق سلوكي تتعلق بكيفية التعامل مع الظروف الصعبة للجو والقيادة الآمنة في حالة رداءة الأحوال الجوية، وهي في أغلبها تذكيري بالدرجة الاولى وإرشادي لمن لم يخبر بعد السياقة في مثل تلك الظروف كالسياقة الصحراوية ومخاطرها وخطر الرمال وغيرها.

حملات تكوين نسق فكري تستهدف التوعية بالتقليل من الازدحام خاصة في المناسبات من خلال إرشاد الجمهور المستهدف بضرورة أخذ الاحتياطات التي ينبغي التقيد بها في مثل هذه المواقف من لزوم الصبر والسلوك الحضاري أو الارشاد إلى استعمال طرق جديدة غير معروفة ومختصرة، والتحفيز على استعمال النقل العمومي للأشخاص كالميترو، للتقليل من حدة الازدحام وريح الوقت.

ان حملات تكوين معرفي تهدف إلى إعلام المجتمع بالقوانين الجديدة ومدى فائدتها في تحسين جودة المرور وحد من المخالفات وإعلامهم بخطورة ما يتعرضون له في حالة المخالفة يتم الزجر بهم قبل الفعل والوقاية قبل الندامة³.

إذ استخدمت الاذاعة كوسيلة لإيصال رسالة التوعية المرورية إذ يكمن أن تتطرق إلى حدث يتعلق بالمرور في أي موجز عادي كما يكمن التطرق إلى المشكلة المرورية عبر حصص تربوية في شكل بحوث، حوار مناقشات يتلقاها السائق من السيارة ويمكن بث التوجيه والارشاد للمزارعين والصناع والعمال أثناء تأدية عملهم، حتى ربة البيت داخل المنزل يمكنها الاستماع للراديو ومن خلاله تنشر كل سبل التوعية وتدخل كل بيت، فعند إرسال رسائل التوعية الامنية عبر الاذاعة يجب الاهتمام بالصوت وإمكانيته في توصيل الرسالة عبر دلالات ونبرات الصوت لترسيخ المعلومة.

¹ احسن مبارك طالب ، سبل الوقاية من حوادث المروي، جامعة نايف للعلوم الامنية،دط، الرياض، 2010، ص ص 27 و28.

² محسن بن عيسى ، مرجع سابق ، ص 83.

³ اديب خضير ، مرجع سابق ، ص 17.

فالجمهور في الإذاعة يعتمد على حاسة واحدة ولكي نحتفظ حتى نهاية البرنامج لابد من الاهتمام بعامل الصوت وقوته ونبراته وتعبيراته ومزجه بالموسيقى وغيرها من المؤثرات الصوتية والفنيات التي تضيفي على الرسالة عامل الجذب والتشويق.

إن دور الإذاعة في مجال التوعية هو التشجيع على القيام بإنشاء جمعيات ومؤسسات تتعلق بالوقاية والتوعية من خلال حوادث المرور، يدخل في هذا المضمون تبصير أفراد المجتمع للوقاية من الحوادث التي تقع جراء الإهمال واللامبالاة، كما ان توجيه أفراد المجتمع لإحترام القوانين واللوائح والانضباط الاجتماعي والالتزام بالقيم الأخلاقية والمبادئ والتقاليد، يمكنه أن يسهم في منع أو التقليل من حوادث المرور¹.

تشكل برامج عبر أثير الإذاعة في نشر التوعية المرورية في كثير من الاتجاهات منها:

تكثيف فقرات برامج الاجتماعية الارشادية بمواضيع متابعة لنشاطات الحملات المرورية من خلال التغطيات الاخبارية والتقارير الميدانية واللقاءات الصحفية مع رجال المرور المهتمين لمناقشات أحداث الساعة واستعراض طبيعة الكوارث المرورية المحلية في البلد وحجمها وأسبابها وطرق معالجتها من خلال التوعية والحملات المرورية وتطبيق القوانين السارية.

تنوع العرض والأداء بفقرات وثائقية وتسجيلية وفلاشات تمثيلية في تناول التوعية المرورية في البرامج التي تعدها او تشارك في إعدادها الجهات المختصة في وزارة الداخلية.

فالرسالة التي تبث عبر الإذاعة لا تخرج عن كونها مضمون يتخذ أكثر من شكل، فالفكرة الواحدة للبرنامج يمكن أن تكون في شكل نشرة إخبارية أو تحقيق إذاعي أو برنامج حدث إذاعي مباشر².

تستطيع الإذاعة في سياق نشر التوعية المرورية ربط مختلف المناطق بعضها ببعض، بإتباع أساليب جديدة في تكثيف الفلاشات والتنويهات باللهجات المحلية والعمل على إمدادها لكافة الناس لأهمية تكرار القضايا المرورية.

ومن خلال برامج الإذاعة يشعر المستمع أن الرسالة الاعلامية قد أعدت له بصفة شخصية من خلال استخدام بعض الكلمات والجمل الایحائية مثل "عزيزي قائد المركبة" أو "أخي السائق" وهذا في حد ذاته يساهم في تفاعل مع مثل هذه البرامج.

¹فتح الله محجوب محمد، ندوة علمية اساليب و وسائل الحد من حوادث المرور، الرياض ، 1997، ص 155.

²طارق سيد احمد الخليفي ، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص 83.

إنتاج أعمال فنية راقية بهدف إبراز الأجهزة المرورية من خلال إبراز جهود الشرطة ورجال المرور في الحفاظ على أمن الطريق والتعاون مع الجماهير لكسب ثقتهم وتعاونهم والاهتمام بفئات الجمهور كافة وخاصة قائدي المركبات من خلال الاتصال المباشر معهم وتنظيم مقابلات مع المسؤولين للاستماع لانشغالاتهم.

إن الفعالية الإذاعية التوعوية تتوافق على عدة عوامل مختلفة ويبقى الهدف الأساس هو تعديل أو تغيير سلوك الجمهور المستهدف، ويرتبط نجاح الدور التوعوي بمدى تعرض واستيعاب الجمهور لمضامين البرامج التحسيسية عبر الإذاعات المحلية والقائمين على الرسالة المقدمة والإرشادات التوعوية والدور الفعال في التأثير على سلوك الأفراد، والبرامج والإرشادات التوعوية المرورية تختلف هي الأخرى عن الحملات الإعلامية الأخرى، فهي تسعى بدورها في الحد من حوادث المرور ومدى قدرتها على نشر الوعي المروري.

المبحث الثالث: أساليب واستراتيجيات الاتصال الإقناعي الإذاعي

المطلب الأول: استراتيجيات الاتصال الإقناعي

إن الاتصال الإقناعي لا يهدف إلى تغيير الآراء والمواقف بالدرجة التي يركز فيها على نقل الشخص الممارس عليه إلى مرحلة اتخاذ القرار والقيام بالفعل حيث يركز المرسل على عدة خطط نفصلها فيما يلي:

أ- الاستراتيجية السيكو ديناميكية:

إن الاتصال الإقناعي هو من أشكال الاتصال التي بمقدور الفرد معرفة قوة أدائه ومدى وصوله إلى أهدافه، إذ ينطلق من التعديل الواقعي للسلوك، باعتباره الهدف الذي يسعى إليه القائم بالاتصال¹. إن هذه الاستراتيجية تنطلق من افتراض أساسي همان السلوك البشري مصدره داخلي أي ينطلق من الاستعدادات النفسية للفرد، إذ يجوب عن حالات معينة، فهو إما يكون ناتجا عن دافع داخلي في النفس البشرية وسعيا منها إلى إشباع حاجة معينة.

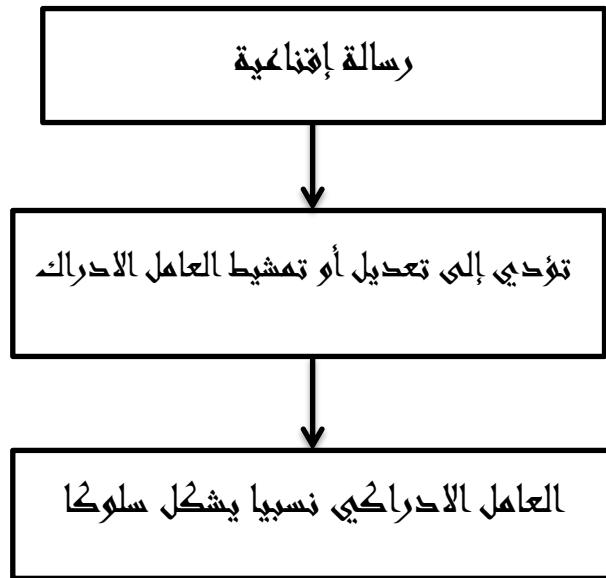
إذن تعتمد هذه النظرية عن عامل النفسي المحرك لسلوكيات الأفراد، إذ على المرسل أن ينتقل منه إذا أراد أن يحدث عملية الإقناع على المتلقي، أي أن استثارة الجوانب الانفعالية والعاطفية فيه وتوظيفها بالشكل الذي يمكن معه للفرد الممارس عليه من مسارة أفكار المرسل أو على الأقل التجاوب معها

¹ ميلفن ديفلر و ساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية، القاهرة 1994، ص 377.

إيجابيا، إذ على المرسل ان يدرك جيدا هذه العناصر إما كعوامل مساعدة على الاقناع أو معوقات له.¹

وتمثل هذه النظرية من خلال المخطط التالي:²

الشكل (3): الاستراتيجية السيكو ديناميكية للإتصال الاقناعي



إن هذه الخطة تدج مكانها في مجال الاشهار إذ لا بد على المعلن بدراسة السوق، حيث يدرس نفية الزبون ودوافعه، حاجاته، ومرتكزات إتخاذ القرار لديه، فهي مفتاح الوصول إليه وإقناعه بأن المنتج (س) هو المنتج الذي يلي رغباته النفسية.

ب- الاستراتيجية الاجتماعية الثقافية:

تنطلق هذه المقاربة من كون أنه ليست كل أفعال الانسان صادرة عن قوة داخلية حيث يرى (ميلفن ديفلر) و(سندرا روكيتش) أنه: "بينما تقوم الفرضيات الأساسية لعلم النفس على فكرة أن السلوك تتم السيطرة عليها من الداخل، فإن العلوم الاجتماعية الأخرى تفترض أن قدرا كبيرا من السلوك الانساني تشكله قوى من خارج الفرد، ويؤكد علم دراسة المجتمعات البشرية على التأثير القوي

¹عامر مصباح ، الاقناع الاجتماعي خلفيته النظرية والياته التطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، 2005، ص 51.

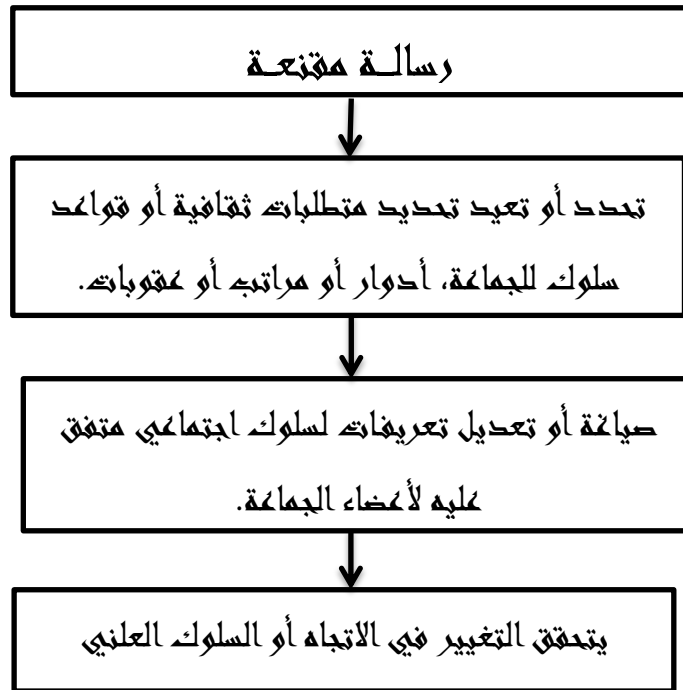
²سهير جاد ، وسائل الاعلام والاتصال الاقناعي ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ، 2003، ص 32.

للثقافة على السلوك، ويشير علماء الاقتصاد إلى تصرفات موضوعية غير شخصية للسياسات والاتجاهات النقدية¹

إن هذه الاستراتيجية تنطلق عن فكرة أساسية مفادها "أن الثقافة تؤدي وظيفة حيوية في تشكيل السلوك البشري، وأكثر من ذلك أنها تتحكم في الأنماط السلوكية المنبثقة عن الشخصية، فهي الخلفية والمعرفة والاعتقادية للسلوك."

مما سبق نفهم أن هذه النظرية تشير إلى الخصائص الاجتماعية للفرد من جهة والثقافية من جهة أخرى، فالفرد لا يعيش بمعزل المرجعيات الاجتماعية، إذ يلحق مجموعة من الأفكار، المشاعر، العادات والتقاليد، المعايير والقيم، وهي مجموعة لها تأثيرها في تكوين شخصية الفرد، إذ لا يكمن للمرسل أن يهمل هذه العوامل في محاولة التأثير على الآخر، ويمكن تمثيل هذه النظرية من خلال المخطط التالي:

الشكل (4) : الاستراتيجية الاجتماعية الثقافية للاتصال الإقناعي



إذن هنا على المرسل أن يرسم توقعات إجتماعية متضمنة في النظم الاجتماعية التي تشكل دوافع للأفراد في التفاعل مع جماعة معينة، فالأسرة ومجموعة الرفاق وجماعة الانتماء والمدرسة إلى جانب كل

¹ سهير جاد ، مرجع سابق ، ص 42.

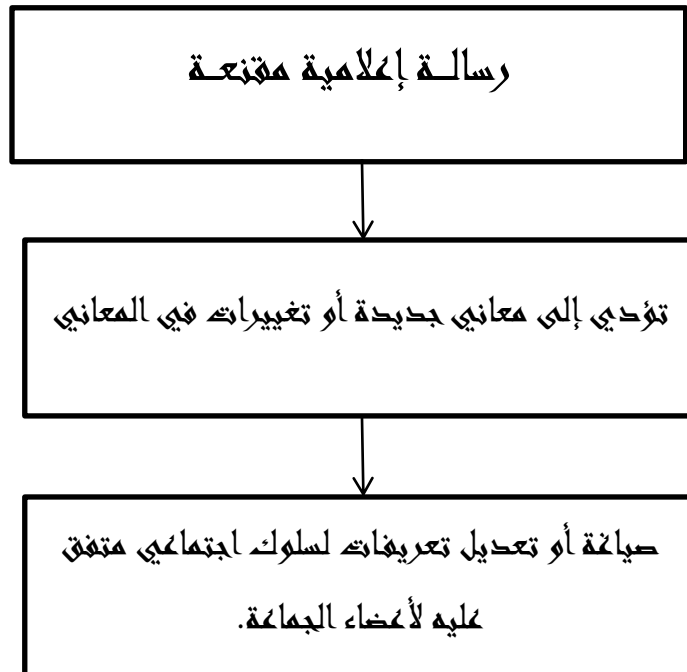
المؤسسات الاجتماعية الاخرى تمارس نوع من الضغوطات التي تعمل على ضبط سلوكه وتوجيهه في الاتجاه الذي لا يتعاص مع ما يمتلكه وما تلقاه من معلومات تتشكل في الأخير في شخصيته¹.

ج- استراتيجية إنشاء المعاني:

ترمي إلى تعزيز المعاني الايجابية وتغيير المعاني السلبية قصد إصلاح السلوك الجماعي في إطار الحملات تقييم سلوكيات الأفراد.

إن هذه الخطة تعتمد أساسا على مناسبة معينة، أي عندما نريد تغيير نظرة الفرد تجاه فكرة أو سلعة أو حتى خدمة، فالأشياء التي نريد تثبيتها تعمل على تعزيز المعاني الايجابية التي تدعمها، أما إذا أردنا العكس فنعمل على تذكير المتلقي بمختلف الجوانب السلبية للموضوع، إذن يمكن تمثيل هذه الاستراتيجية من خلال المخطط التالي:

الشكل (04): استراتيجية إنشاء المعاني



إذن فالمستهدف من الاقتناع سواء كعملية أو استراتيجية هو السلوك الذي نحاول إما تبنيه أو تعزيزه أو تغييره من خلال خطة معينة تفرضها طبيعة الموضوع المعالج والظرف الذي تتم فيه العملية، فما يصلح لموضوع قد لا يصلح لآخر.

¹عامر مصباح، مرجع سابق، ص 53.

المطلب الثاني: أهمية الاتصال الإقناعي في الإذاعة.

ان جميع وسائل الاعلام لا تخل عملياتها من الإقناع حيث يعتبر الاتصال القناعي عملية ، تفاعلية بين المرسل والمتلقي فالإقناع يستهدف التأثير في وجدان المتلقي وإثارة حاجته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه مما يحقق هدف القائم بالاتصال ، وهذا لتقديم رسائل مخططة عمدا لاستنباط اشكال معينة من جانب جماهير المستمعين¹.

بعد ان كانت السيادة المطلقة للكلمة المجردة التي تعتمد على عناصر التعبير اللغوي وقد تغير الموقف بل تعزز وضع اللغة، حيث شاركها في التعبير رسائل اخرى كالحركة والصورة والإشارة الضوئية.....الخ.

وقد ادى تطور ادوات التعبير من خلال وسائل الاتصال الجماهيري، من صحافة واذاعة وتلفزيون الى تحقيق الهيمنة على الجماهير وأصبح النفوذ اللغوي الاعلامي سلاحا حاسما في الإقناع بالأفكار المختلفة والترويج لها .

فالإذاعة لا تخل موضوعاتها من اساليب الإقناع المختلفة، سواء تعلق الامر بالمواد الصحية أو الاقتصادية كترشيد المستهلكين والمواضيع السياسية وغيرها، ولعل الحملات الاعلامية خير مثال على ذلك لأن رسائلها معدة خصيصا للإقناع ، وحيث اصبح التوفيق في اختيار إسم تجاري مناسب لكل سلعة له تأثير ملموس على إنتشارها وتفضيلها على السلع المنافسة التي لا تختلف في واقع الامر كثيرا أو قليلا عنها في مكوناتها الاساسية ، وأصبح الاعلام يسع إلى ربط السلعة بأفراد محبوبين او اوجه نشاط جذابة حتى يقدم الناس على شرائها².

مهما كانت فكرة الاعلان فان ما يزيد فاعليتها هي أساليب الإقناع من طرف المذيع أو المقدم حيث يلعب دورا مهما في الإقناع ، كرفع الصوت ، وانتقاء الالفاظ القادرة على الاثارة ، والإمام بالشيئي وهذا من خلال معرفة طبائع النفوس وعواطفها ويعلم ما يثير وما يهدد وما يرضي أو يغضب المجتمع، أما فيما يخص النصوص فلا بد من استخدام عنصر التشويق في الاخبار فهو اسلوب للإقناع ، كما أن المذيع في الإذاعة لا ينسى التوضيح وصياغة الخبر وما له من تأثير مهم فالبرامج الاذاعية تشمل المقابلات والندوات وعرض الحقائق من خلال الاحصائيات والأرقام وغيرها من الاساليب المختلفة ،

¹ملفين ديفلر وساندر روكيتش، مرجع سابق ، ص 376.

²جهان احمد رشتي ، الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، دار الفكر العربي القاهرة، 1978، ص 12.

فلا احد ينكر مدرة وسائل الاعلام على التأثير والإقناع لما لها من مزايا وقدرة على تشكيل الواقع في ابهى صورة حتى يتخيل البعض انه عالم بهيج من المرح واللعب.... الخ¹.

ان المتتبع لوسائل الاعلام يدرك جليا بأنها عرفت جيدا هدف الاقناع الذي يتمثل في المزج بين العقل والخيال وهذا برغبة التأثير خاصة ونحن نعلم بان عصر المعلومات التي يتلقاها الانسان في وسائل مختلفة اكانت سمعية كالإذاعة ، أو سمعية بصرية كالتلفاز ، أو مكتوبة كالصحف والمجلات .

فلا يستطيع احد الانكار بمدى تمسك الجمهور بوسائل الاعلام حيث يعتداها البعد الى درجة الادمان خاصة أن هنالك العديد من الخيرات منها السيئ ومنها الجيد فما عليك الا ان تشغل المذيع أو التلفاز حتى تدرك المعنى الذي يريد المذيع أو المقدم الوصول إليه ، وهنا يكشف جليا أسلوب الاقناع .

كما تكمن أهمية الاتصال الاقناعي في الاذاعة من خلال التخطيط المسبق اضافة الى الوقت والجهد لتغلب على كافة العوائق التي تقف في سبيل تحقيق العملية الإقناعية ، كما يمكن تطبيقها من خلال تعديل سلوكيات الجمهور المستهدف بنوع الاخبار والمعاملات الرمزية لاستمالة العقل والعاطفة.

فأسلوب الاقناع في الاذاعة تكمن أهميته في استخدام احتياجات والاتجاهات الموجودة وهذا من خلال تلبية رغبات الجمهور والتركيز عليها في صياغة رسالة اتصالية تساعد كثيرا تهيئة المتلقي لقبول المضمون الذي سعى القائم بالاتصال لإيصاله للمتلقي ، فإقناع أي فرد للقيام بعمل معين يجب أن يطلق من احساس الفرد بأن هذا العمل وسيلة لتحقيق هدف معين ، حيث رأى علماء الاجتماع أن الجمهور يكون لديه الاستعداد لتدعيم احتياجات عن طريق تطويره بصفة جيدة بمعنى أن الرسالة تكون أكثر فاعلية حينما تجعل الرأي والسلوك الذي تعرفه².

زيادة على ذلك تكمن عملية الاقناع في الاذاعة بسيطرة المرسل على العمليات الانتقائية لدى الجمهور حيث يوجد نوع من المرونة يتاح بمقتضاها للمرسل تغيير الموضوع أو أسلوب اتجاه المناقشة وحدوث رجوع اثري فوري ومباشر وقت الاتصال حيث تزداد فئات الجمهور فالهدف لا يكمن الا في اقناعه وانما حمله على القيام بسلوك المراد الوصول اليه ومن اجل ذلك على المرسل ان يتفهم كل المحصلات الثقافية في شخصية الفرد (تربيته ، أسرته ، تعليمه... الخ).

¹عبد الله محمد الغوشن ، كيف تقنع الاخرين، دار العاصمة للنشر والتوزيع ، الرياض ، 1996، ص 88.

²منى سعيد الحديدي و سلوى امام علي ، الاعلام والمجتمع ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2004 ، ص 68.

وتندرج هذه المحصلات الثقافية في ما يلي:

- فهم الجانب المعرفي للفرد (الكشف عن نفسية و احساس الجمهور)

- استخدام الاشياء المألوفة للجمهور .

- بث رسائل اعلامية ملائمة لتقاليد التفكير والإتيان بالجد.

- اقامة روابط ايجابية مع المتلقي .

المطلب الثالث: الأساليب والاستمالات الإقناعية في الاذاعة .

أ- الأساليب الإقناعية في الاذاعة .

الاذاعة والتلفون تقدمان كل يوم ساعات طويلة من أخبار متنوعة والبرامج الي تسعى من خلالها لكسب أكثر عدد من المستمعين والمشاهدين، وذلك بتحقيق رغباتهم وهواياتهم وتطلعاتهم الثقافية، وإشباع اهتمامهم الفكري، وتحقيق ألوان من التسلية والإمتاع إلى جانب الاقناع¹.

وأساليب الاقناع في الاذاعة تأخذ اتجاهين، أحدهما يخص المذيع أو المقدم، والآخر يخص المواد المذاعة، حيث يلعب صوت المذيع دورا مهما في الاقناع، كرفع الصوت عند الاستفهام، والتعصب وانتقاء الألفاظ القادرة على إثارة مناظر حية بأكملها في ذهن المستمع.

كما من أساسيات الاقناع في المواد الاذاعية علم مقدم بنفسية المستمعين الذين يوجه إليهم حديثه، وسبيل ذلك الامام بالشيء من علم نفس الاجتماعي حتى يتعرف على طبائع النفوس وعواطفها، ويعلم ما يثير المجتمع أو يهدئه، وما يرضيه أو يغضبه، وإقتناع المذيع بما يقوله يعكس إقناع المستمع.

أما فيما يخص النصوص استخدام عنصر التشويق في الاخبار وهو أسلوب الاقناع، حيث تقدم البيانات التي لها ثقل خاصة في المجال السياسي لأن المستمع لما يسمع الخبر الأول مرة، فإنه يترك فيه طابعا أو شعورا معيناً خصوصا إذا كان لديه شعور مسبق بمصادقية هذه الوسيلة.

كذلك تسعى الاذاعة إلى استخدام أسلوب الاستعانة بالأكاديميين لعرض تحقيقاتهم وآرائهم الاخبارية وهؤلاء ليس لهم علاقة بالإذاعة، إنما الاستعانة بهم من أجل الإيحاء للمستمع بصدق الخبر وتأكيده، تقوم بالاتصال بمراسليها في الخارج والذين وقفوا على الحدث نفسه لتقديم مزيد من التوضيح والتعليق.

ولا ننسى أسلوب صياغ الخبر وما له من تأثير مهم جدا، وايضا الجدية والرزانة في تقديم الخبر ومحاولة استضافة المسؤولين ورجال الفكر للتعليق على بعض الأخبار وتحليلها.

¹عبد الله الغوشن ، مرجع سابق، ص 62.

والبرامج الإذاعية تشمل الأركان المختلفة والندوات والمقابلات، وقد ينفرد برنامج بأسلوب معين، ولكن أغلبية البرامج تتخذ أساليب مشتركة في الإقناع، حيث تعتمد أكثر البرامج على الحقائق والاحصائيات والأرقام، وأسلوب الإقناع فيها يكون بإثبات حجة البرهان العقلي¹.

ب- الاستمالات الإقناعية في الإذاعة.

الاستمالة هي العملية التي نقوم بها لتأثير على الآخرين عن طريق استخدام مختلف الأدلة والشواهد والأمثلة والبراهين والنوازع النفسية والميول والرغبات لتقبل ما نقدم لهم من أفكار وآراء أو للقيام بعمل معين أو تكوين اتجاهات محددة².

إن نجاح عملية الإقناع يجب أن يتم بشكل مخطط ومدروس، فإن تم بصورة عشوائية لا يمكن ضمان نجاحها بالصورة الكاملة ولو أنها نجحت بالمصادفة، ولكي يتم تحقيق الهدف المنشود للعملية الإقناعية، توجد ثلاث أنواع أساسية من الاستمالات وهي:

1- الاستمالات العقلانية:

وتعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتنفيذ الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة، وتستخدم في ذلك:

- الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.
- تقديم الأرقام والإحصائيات.
- بناء النتائج على المقدمات.
- تقديم وجهات النظر الأخرى.

2- الاستمالات العاطفية:

تستهدف للتأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته وإثارة حاجته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، فهناك بعض الجماهير يمكن إقناعها من خلال التأثير العاطفي عليها، حيث يكون الأثر النفسي عالياً، وبالتالي يكون المتلقي أكثر تهيأ وقبول بالأفكار التي تعرض عليه، ويعتبر التأثير العاطفي من أكثر الاستمالات التي يمكن الاعتماد عليها في حالة المثقفين ثقافة عالية³.

تعتمد الاستمالات العاطفية على ما يلي:

¹عبد الله الغوشن، مرجع سابق، ص 65.

²محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 260.

³علي برغوث، الاتصال الإقناعي، 2005، ص 14.

أ- استخدام الشعارات والرموز:

- الشعارات: تعتمد على خاصية التبصير المخل لعملية التفكير واختزال مراحلها المختلفة عن طريق إطلاق حكم نهائي في شكل مبسط، مما يجعل المتلقي ينقل الشعارات دون أن يمر بمرحلة تفكير، وتشير الشعارات إلى العبارة التي يطلقها القائم بالاتصال لتلخيص هدفه في صيغة واضحة ومؤثرة بشكل يسهل حفظها وترديدها، وتصبح مشحونة بمؤثرات عاطفية تثار في كل مرة تستخدم فيها، ولأنها تستخدم الكلمات البراقة التي لا تحدد المعنى الدقيق لها في الموقف الاتصالي، تخصي الشعارات باحترام المتلقي .

- الرموز: فهي خلاصة التجارب الانسانية، وهي أساس التفاهم بين الأفراد لأن لها مدلول عام ومنتفق عليه، بين أفراد الجماعة، وكل حضارة رموزها العامة التي تأسس الخلفية والإطار المرجعي لمدلولات التفكير لدى كل فرد من أفراد الجماعة، وتتجلى في شكل المعتقدات الأساسية المطلقة، أما عن معنى هذه الرموز فهي تستفتي من "الثقافة السائدة، والتراث الشعبي، والقيم الانسانية، والتراث الديني" ¹.

ب- استخدام الأساليب اللغوية: مثل التشبيه، الاستعارة، الكناية، وكل الأساليب التي من شأنها تقريب وتحديد وجهة النظر القائم بالإقناع ².

ولنعطي مثالا على الاستعارة كأسلوب لغوي يسمح لنا بتشخيص الأفكار المجردة، ويساعد على الاقناع، فالاستعارة عبارة عن أسلوب مجازي لوصف شيئا ما من خلال التعبير عنه بشيء آخر، مثل "الوقت من ذهب".

فالاستعارات تشكل الطريقة التي نفكر بها، فهي تشكل هياكل نوافذ التي يصممها المعماريون ليصلو إلى المنظر المطلوب، بل إن أطر النوافذ لا تركز فقط على ما ينظر إليه، فإنها ايضا تحدد ما تستطيع ان تشاهده، لذا فإن الاستعارات تعمل بنفس الطريقة، إذ أنها تركز على خصائص معينة، بينما تخفي خصائص أخرى، هكذا هو الأسلوب الاقناع في الإذاعة وغيرها من وسائل الاتصال الجماهيري ³.

¹ محمد منير حجاب ، مرجع سابق ، ص 262.

² نزيهة حانون، اساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، رسالة ماجستير ، جامعة متنوري ، قسنطينة ، 2007-2008، ص ص 39 و40.

³ هاري ميلز، فن الاقناع كيف تسترع انتباه الاخرين لتغير اراءهم ، جامعة الملك عبد العزيز الدوسري ، مكتبة جرير، 2012، ص ص 130 و136.

ج- دلالات الالفاظ: تستخدم دلالات الألفاظ كأساليب لتحريف المعاني، إن استخدام كلمة أو فعل أو صفة، محملة بمشاعر معينة، قد تكون سلبية تظفي نوعاً من الرفض على الاسم أو الفعل المصاحب لها، مثل: استخدام صفات أو افعال.

كما يمكن أن تستبدل الكلمة بكلمة أخرى لها دلالة معنوية، أي تنقل الذهن بالكلمة إلى ما يلاومه، ويمكن حدوث هذا عن طريق إعطاء فكرة معينة استمالة دلالة عند الجمهور مثل "مفكر" أو "إرهابي" أو "معتدل"، تعمل شحنة عاطفية تؤدي إلى قبول أو رفض الفكرة أو الشخصية.

ويرى الدكتور "محمد يوسف" أن دلالات الألفاظ هي من أساليب تحريف المعنى اعتماداً على الالفاظ المستخدمة، ويمكن تطبيق ذلك من خلال كلمة أو صفة أو فعل تكون محملة بمشاعر معينة، قد تكون سلبية تظفي نوعاً من الرفض على الاسم أو الفعل المصاحب لها، وقد تكون إيجابية ويلاحظ أن بعض هذه الألفاظ في أصلها اللغوي محايدة كلفظ "ادعى" إلا أن معيار الكم هو ما جرى العرف عليه في استخدام اللفظ، وهو ما يطلق عليه علماء اللغة الحقيقة المعرفية للفظ¹.

1- صيغ أفعال التفضيل: أي استخدامها لترجيح فكرة معينة أو مفهوم ما دون الترجيح على المفهوم.
2- الاستشهاد بالمصادر: مثل التشبيه بمن هم أكثر شهرة أو أعلى سلطة أو من يحظى بمصداقية من جانب المتلقي.

3- عرض الرأي على أنه حقيقة: وذلك رغم عدم الألفاظ والإجماع عليها، وتستخدم لهذا الغرض عبارات مثل: "لا شك أنه" أو "في الحقيقة"

4- استخدام غريزة القطيع: ويقصد بها استغلال الضغط الذي يجعلنا نتوافق مع الجماعة المرجعية التي نتمي إليها، ويمكن أن نطلق عليها العدوى النفسية².

3- إستمالات التخويف:

يشير مصطلح إلى "مضمون الرسالة التي يشير بها إلى النتائج الغير مرغوبة التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي أو قبوله للتوصيات القائم بالاتصال، وسوف تنشط إمثال تلك الاستمالات درجة معينة من التوتر العاطفي، تزيد أو تقل وفق لمضمون الرسالة، وكثيراً ما تلجأ وسائل الإعلام الجماهيرية

¹ يوسف محمد ، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والالكترونية، ط2، القاهرة ، دار الكتاب الحديث، 2013، ص574.

² نزهة حانون، مرجع سابق، ص40.

إلى استخدام الرسائل التي تثير خوف المتلقي بهذا الشكل... وكثيرا ما تخيف الناس من الأمراض الخبيثة، متى يسارعوا بعرض انفسهم على الطبيب في الوقت المناسب" ¹.
تؤدي استمالة التخويف إلى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين:
- تؤدي شدة الإثارة العاطفية والتي تشكل حافزا لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة.
- توقعات الفرد بإمكان تجنب الإخطار وبالتالي تقليل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة ².
وتوجد عوامل تؤثر على شدة الإثارة العاطفية منها:

1- محتوى الاستمالة:

قد تنجح الاستمالة وقد لا تنجح، حيث أثبتت الدراسات أن الرسائل التي تعمل على إثارة الخوف، يقل تأثيرها كلما زاد مقدار الخوف فيها، ذلك لأن الجمهور التي ترتفع درجة توتره بالتخويف الشديد -ولا تقلل نسبته- يميل إلى التقليل من شأن التخويف وأهميته، هذا إذا لم يتجنب المتلقي تلك الرسالة بدلا من التفكير في مضمونها، لذلك فلا بد أن يكون محتوى الاستمالة له معنى لدى المتلقي حتى يستجيب للهدف منها.

2- مصدر الرسالة: يمكن للاستمالة العاطفية أن تفشل إذا نظر المتلقي إلى القائم بالاتصال باعتباره غير ملم بالمعلومات الكافية فسوف يرفض توقعاته، بهذا تفشل الرسالة في إثارة ردود الفعل العاطفية وقد يتجاهل المتلقي الرسالة إذا شعر بأن القائم بالاتصال يباليغ في التخويف، أو يرفض الرسالة مطلقا.

3- خبرات الاتصال السابقة للمتلقي: من خلال نظريات الاقناع نرى كيفية تحصيل الأفراد من الدعاية المضادة، كذلك الامر بالنسبة للرسائل التي تثير الخوف والتوتر، فقد أثبتت الدراسات أن حين ما يتعرض بعض الناس لرسائل تثير الخوف يقل جانب الخوف لديهم إذا سبق أن تعرضوا لرسائل مشابهة، وهذا نوع من "التحصين العاطفي"، ذلك لأن عنصر المفاجأة يزيد من درجة الإثارة العاطفية التي تحدثها الأنباء السيئة، فإدراك الخطر تدريجيا يقلل الخوف الذي يترتب عن المعرفة، في حين أن الإدراك المفاجئ يزيد من درجة الخوف ³.

¹جهان احمد رشتي ، مرجع سابق، ص 465.

²محمد منير حجاب ، مرجع سابق ، ص 264.

³يوسف محمد ، مرجع سابق ، ص 579.

رغم أن الدراسات أثبتت مدى فاعلية هذه الاستمالات، إلا أنه لا توجد قاعدة ثابتة تستطيع أن تعمم على أساسها أي الاستمالات أفضل، فالتجارب المختلفة تشير إلى أن الاستمالات "المنطقية" (العقلانية) أفضل في بعض الأحوال من الاستمالات "العاطفية"، في حين أن الاستمالات "العاطفية" قد تصلح أكثر في ظروف أخرى، كما أن الرسائل التي تتضمن إستمالات التخويف قد تؤدي إلى نتائج عكسية أو آثار غير مرغوبة، وهذا الاختلاف في ظروف الموقف الاتصالي ينتقل أيضا إلى وسيلة نقله، فلكل وسيلة من وسائل الاعلام والاتصال مقدرة على استمالة تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى، كذلك تختلف الإمكانيات بالنسبة للوسائل الإعلامية من مهمة إلى أخرى أي حسب الموضوع ووفقا لنوع الجمهور الذي يوجه إليه¹.

¹جهان احمد رشتي ، مرجع سابق، ص 264.

خلاصة الفصل:

تعتبر مشكلة حوادث المرور مشكلة سلوك انساني ووعي إجتماعي، فمن البديهي على أن كل الاجراءات المتعلقة بالتوعية في هذا المجال لا يمكن أن تكون فعالة إلا من خلال وضع خطط واستراتيجيات مدروسة وهذا للحد من هذه الكارثة التي هي في تفاقم كبير ، وكانت مرفقة بجملة من الاجراءات المكتملة لهل في مجالات أخرى ، فالإذاعة تلعب دورا كبيرا في تطبيق هذه الاستراتيجيات ، وعلى هذا الاساس يمكن النظر على أن التوعية المرورية ضرورية في المجتمع أيا كان مستواه الحضاري طالما توجد به حركة سير للمركبات .

الفصل الثالث

المبحث الاول: تحليل وتفسير نتائج استمارة الاستبيان.

المحور الاول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: توزيع مفردات العينة وفق متغير السن بالنسبة للدراسة.

النسبة المئوية %	التكرار	الفئات / التكرارات
10,20%	10	اقل من 30 سنة
42,85%	42	من 30 الى 40 سنة
24,48%	24	من 40 الى 50 سنة
22,44%	22	من 50 سنة فما فوق
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

من خلال الجدول رقم (01) المعروف اعلاه يتبين لنا ان 42,85% من المبحوثين تتراوح اعمارهم من 30 الى 40 سنة ، تليها نسبة 24,48% تتراوح اعمارهم من 40 الى 50 سنة ، لتليها نسبة 22,44% كانت اعمارهم فوق 50 سنة، لتاتي نسبة 10,20% في المرتبة الاخيرة وهي خاصة بالسائقين الذين كانت اعمارهم اقل من 30 سنة.

نستنتج مما سبق ان افراد العينة اغلبهم تتراوح اعمارهم من 30 الى 40 سنة فيما تنخفض الى نسبة 10,20% الخاصة بالسائقين الذين كانت اعمارهم اقل من 30 سنة.

الجدول رقم 02: توزيع مفردات العينة وفق متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
10,20%	10	دون المستوى
20,40%	20	إبتدائي
32,65%	32	متوسط
24,48%	24	ثانوي
12,24%	12	جامعي
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

من خلال الجدول رقم (02) يتضح لنا ان اغلبية افراد العينة المدروسة من ذوي التعليم المتوسط والتي قدرت نسبتهم ب32,65% ، وعادت ثاني اعلى نسبة لأصحاب المستوى الثانوي بنسبة 24,48 %، ثم تليها نسبة 20,40% لأصحاب المستوى الابتدائي، ليلها اصحاب المستوى الجامعي بنسبة 12,24 %، اما اصحاب دون المستوى فكانت نسبتهم 10,20% . نستنتج مما سبق ان هناك اختلاف كبير بين افراد العينة من حيث المستوى التعليمي وهذا شيء عادي ويمكن تفسيره بان مهنة السياقة لا تتطلب شهادات ولا تشترط مستوى تعليمي معين لامتهاها عكس الوظائف والمهن الاخرى .

الجدول رقم 03: توزيع مفردات العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	التكرارات	الفئات
81,63%	80		متزوج
10,20%	10		أعزب
8,16%	8		مطلق
100%	98		المجموع

التحليل الاحصائي :

من خلال الجدول رقم (03) يتضح لنا ان نسبة 81,63% من المبحوثين متزوجون ، ونسبة 10,20% هم عزاب ، لتاتي فئة المطلقين في المرتبة الاخيرة بنسبة 8,16% ، فنستنتج ان اغلب المبحوثين الذين اجريت عليهم الدراسة هم متزوجون .

الجدول رقم 04: توزيع مفردات العينة وفق متغير الخبرة في السياقة.

النسبة	التكرار	التكرارات	الفئات
8,16%	8		أقل من 5 سنوات
26,53%	26		من 5 الى 10 سنوات
65,30%	64		اكثر من 10 سنوات
100%	98		المجموع

التحليل الاحصائي:

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (04) ان اغلبية افراد العينة هم من ذوي الخبرة الطويلة في السياقة حيث جاءت اعلى نسبة لأصحاب اكثر من 10 سنوات خبرة بنسبة 65,30% ، بينما كانت المرتبة الثانية لأصحاب الخبرة من 5 الى 10 سنوات والتي قدرت نسبتهم ب 26,53% ، واخيرا نسبة 8,16% كانت اصحاب الخبرة القصيرة في السياقة اقل من 5 سنوات.

نستنتج من الجدول اعلاه أن اغلبية السائقين لهم خبرة كبيرة في مجال السياقة .

المحور الثاني : متابعة السائقين لبرامج اذاعة الجزائر من الاغواط:

الجدول رقم 05: توزيع مفردات العينة وفق استعمال مذياع السيارة

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
36,73%	36	دائما
50%	49	أحيانا
13,26%	13	نادرا
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي: يتضح لنا من خلال الجدول رقم (05) ان اغلبية المبحوثين يستعملون المذياع في السيارة حيث قدرت نسبة ما بين دائما و احيانا اكثر من 80,00%، وبينما جاءت نسبة السائقين الذين نادرا ما يستعملون المذياع ضئيلة حيث قدرت بنسبة 13,26%.

نستنتج من الجدول اعلاه ان هناك اهتمام واقبال كبير من السائقين على استماع للمذياع .

الجدول رقم 06 : توزيع مفردات العينة وفق الاستماع لبرامج اذاعة الجزائر من الاغواط:

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
20,40%	20	دائما
57,14%	56	أحيانا
22,44%	22	نادرا
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي :

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (06) ان اغلبية المبحوثين يستمعون احيانا لإذاعة الجزائر من الاغواط بنسبة 57,14% ، اما الذين نادرا ما يستمعون اليها فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 22,44% ، اما الذين يستمعون لإذاعة الجزائر من الاغواط بصفة دائمة فكانت نسبتهم ضعيفة حيث قدرت ب 20,40% . يتوضح لنا من خلال استقراء الجدول اعلاه ان الفئة التي تستمع احيانا لإذاعة الجزائر من الاغواط هي الاكثر نسبة والتي قدرت ب نسبة 57,14% .

الجدول رقم 07: توزيع مفردات العينة وفق نوع البرامج التي يستمع اليها السائقين على امواج اذاعة الجزائر من الاغواط.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
30,61%	30	اجتماعية
44,89%	44	إخبارية
20,40%	20	توعوية
4,08%	4	اخرى
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (07) ان البرامج الاخبارية هي اكثر استماعا لدى السائقين على امواج اذاعة الجزائر من الاغواط حيث قدرت بنسبة تصل الى ما يقارب 45% ،اما البرامج الاجتماعية فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة تقدر ب اكثر من 30% ،ومثلت البرامج التوعوية ما نسبته 20,40% محتملة بذلك المرتبة الثالثة ما بين البرامج التي تقدمها اذاعة الجزائر من الاغواط لما لها من اهمية لدى السائقين التي تساهم في طرح كل جديد بما يخص قانون المرور والنشرات التوجيهية اليومية .

الجدول رقم 08: توزيع مفردات العينة وفق طبيعة البرامج التي يستمع اليها السائقين على امواج اذاعة الجزائر من الاغواط.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
42,85%	42	التوعية من مخاطر حوادث المرور
22,44%	22	قضايا دينية
22,44%	22	سياسية
12,24%	12	قضايا اخرى
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

مما استقرأناه من الجدول السابق عن البرامج الاكثر استماعا في اذاعة الجزائر من الاغواط وكانت البرامج التوعية من الاكثر استماعا لدى السائقين ،والتي كانت من اهم هذه البرامج التوعوية برامج التوعية من حوادث المرور بنسبة ما يقارب 43% لما تقدمه للسائقين من نصائح وارشادات حول مخاطر حوادث المرور تساهم في تحسيسهم و زيادة الوعي المروري لديهم ، اما البرامج التوعوية الدينية والسياسية فكانت بنسبة 22,44% ،والبرامج الاخرى اخذت ما تبقى من النسب .

الجدول رقم 09: توزيع مفردات العينة وفق القالب الاذاعي المفضل لدى السائقين

لعرض البرامج التوعية المرورية.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
48,97%	48	الحصص الاذاعية الخاصة
38,77%	38	النشرات الاخبارية
12,24%	12	الحملات الاعلانية الهادفة
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي :

من خلال قراءتنا للجدول رقم 09 الذي يمثل شكل البرامج التوعوية التي تقدمها إذاعة الجزائر من الاغواط والمفضل لدى سائقي سيارات الاجرة "ما بين الولايات"، وكانت الحصص الاذاعية الخاصة أكثر نسبة بما يقارب 49% وذلك لما تقدمه من حصص مبسطة للفهم من خلال إستقبال ضيوف

كرجال الشرطة أو اختصاصيين في مجال التوعية المرورية، ويطبع هذه البرامج غالباً تحدث باللهجة المحلية، وتلتها النشرات الاخبارية بنسبة 38,77% لما تقدمه من إحصائيات جديدة حول حوادث المرور وكل جديد في ما يخص الطرقات التي يستعملها سائقي سيارات الأجرة، وذلك لمعرفة أي جديد يطرأ على الطرقات التي يتنقلون عبرها، وكذلك تغيرات الجديدة التي تخص قوانين المرور. وكانت للحملات الاعلانية الهادفة النسبة الأقل ويعود ذلك عدم انتظام فترات بثها وقصر مدتها حيث هي عبارة عن فواصل إعلانية إخبارية تبث ما بين البرامج، ويطبع عليها أسلوب التخويف أو التحذير من مخاطر حوادث المرور.

الجدول رقم 10: توزيع مفردات العينة وفق الاضافة التي تضيفها برامج التوعية المرورية للسائقين في المجال المهني .

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
32,65%	32	خبرة في السياقة
53,06%	52	مسؤولية اجتماعية
14,28%	14	معارف اخرى
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

من خلال برامج التوعية المرورية التي تقدمها اذاعة الجزائر من الاغواط للسائقين في المجال المهني برزت المسؤولية الاجتماعية لما تُخص به مجال سياقة سيارات الاجرة ، فقائدي المركبة يحملون على عاتقهم سلامة الاشخاص الذين يضعون ثقتهم فيهم بنسبة تفوق 53% ، اما ما نسبته 32,65% فكانت لزيادة الخبرة في مجال السياقة لما تقدمه هذه البرامج من نصائح وارشادات توعوية تساهم تكوينه ومعرفة اكبر بجوانب قوانين المرور، والنسبة المتبقية شملت تحصيل معارف اخرى.

الجدول رقم 11: توزيع مفردات العينة وفق نسبة حوادث المرور في ولاية الاغواط

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
48,97%	48	مرتفعة
36,73%	36	متوسطة
14,28%	14	ضعيفة
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي :

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 11 ان نسبة 48,97% من المبحوثين ترى بان نسبة حوادث المرور مرتفعة بولاية الاغواط، و 36,73% من المبحوثين يرون انها متوسطة ، اما الذين يرونها ضعيفة فكانت نسبتهم 14,28% .

المحور الثالث: اساليب اذاعة الجزائر من الاغواط في غرس الوعي المروري

الجدول رقم 12: توزيع مفردات العينة وفق اللغة التي يفضلها السائقين في عرض برامج

التوعية المرورية عبر اذاعة الجزائر من الاغواط.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
36,79%	36	الدارجة
30,61%	30	الفصحى
32,65%	32	كل اللهجات الجزائرية
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

يتضح لنا من خلال الجدول ان نسبة ما يفوق 36% من المبحوثين فضلت ان تبث البرامج الاذاعية الخاصة بالتوعية المروري باللغة الدارجة وذلك لبساطتها وسهولة فهمها ووصول رسائلها الاعلامية للجمهور بغض النظر عن الفروقات الموجودة بينهم ، اما باقي النسب فتوزعت على اللغة الفصحى وكل اللهجات الجزائرية بنسب متقاربة .

الجدول رقم 13: توزيع مفردات العينة وفق البرامج التي تغرس الوعي المروري أكثر عبر اذاعة الجزائر من الاغواط.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
30,61%	30	الجانب القانوني
22,44%	22	الاحصائيات
24,48%	24	الاعلانات الارشادية والتوجيهية
22,44%	22	الجانب الجزائري
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

من خلال قراءتنا الجدول رقم 13 تبين لنا غالبية سائقي سيارات الاجرة يفضلون البرامج التي تتناول الجانب القانوني بنسبة 30,61% ، حيث يوليها السائقين اهمية كبيرة اذ تزودهم بكل ما يخص الجانب القانوني للمرور، وتليها برامج الاعلانات التوجيهية والارشادية بنسبة اقل قدرت ب 24,48% وهذا لما تقدمه من نصائح وتوجيهات للسائقين، اما عن الاحصائيات والجانب الجزائري فتساوت في النسبة ب 22.44% لكل منها .

الجدول رقم 14: توزيع مفردات العينة وفق الاسلوب الاكثر اقناعا للسائقين.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
53,06%	52	الأسلوب العقلي
22,44%	22	أسلوب التخويف
22,44%	22	أسلوب الترغيب
2,04%	02	أساليب اخرى
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

من خلال الجدول نلاحظ أن الأسلوب العقلاي هو الطابع الذي يغلب على الاساليب الاكثر إقناعا للسائقين لما يقدمه من جدية الطرح وتوازن في صياغة الكلام، وكانت نسبة هذا الأسلوب تفوق

53% ومن بعدها أساليب التخويف والترغيب بنسبة 22,44% كانت بأقل درجة تأثيرا وإقناعا على السائقين.

الجدول رقم 15: توزيع مفردات العينة وفق القلب المناسب لعرض برامج التوعية المرورية عبر الاذاعة.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
61,22%	60	القلب المباشر
12,24%	12	القلب الفكاهي
26,53%	26	قلب ممزوج بالإحصائيات
100%	98	المجموع

التحليل الإحصائي:

يتميز هذا الجدول بتفاوت نسبه، حيث بلغت نسبة القلب المباشر أكثر من 61% فهي تحاطب الجمهور بصفة مباشرة ويمتاز باستقبال ذوي الاختصاص في مجال التوعية المرورية لتقديم النصائح والإرشادات وكذلك ما يحس به السائقين من خلال هذا الأسلوب الذي يعتمد المخاطبة الشخصية لهم، أما القلب الفكاهي فكان نسبته أقل من غيره من القوالب لأن التوعية المرورية تتصف بالحزم والإلزام لتبيين المخاطر المرورية وما تكبده من خسائر في الأرواح، وكان القلب الممزوج بالإحصائيات في المرتبة الثانية بنسبة تصل إلى 26,53% .

الجدول رقم 16: توزيع مفردات العينة وفق مقدم البرامج التوعوية الذي يفضله

السائقين.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
51,02%	50	شخص مختص في المجال
18,36%	18	منشط اذاعي
30,61%	30	حلقة حوار
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

نلاحظ من الجدول أن مقدم البرامج التوعوية الذي يفضله السائقين هو مختص في المجال بنسبة تفوق 51% ويعود ذلك لما يمتلكه المختص من ثقافة في التوعية المرورية بحكم قربه وفهمه أكثر من غيره واسلوبه الذي يتصف بمخاطبة السائقين بصفة شخصية ويطبع عليه التحدث باللهجة العامية وكذلك اسلوب الاقناع، أما حلقة حوار فكانت تمثل المرتبة الثانية بنسبة تصل إلى 30,61% ويعود ذلك لتحكم المذيع بالحصّة مما يجعل الضيوف يقدمون ما يطلب منهم من إحصائيات ونصائح، أما المذيع فكانت له النسبة الأقل لعدم درايته بكيفية التوعية المرورية ونقص خبرته في هذا المجال.

الجدول رقم 17: توزيع مفردات العينة وفق فتح المجال للسائقين للمشاركة في تفعيل هذه البرامج.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
85,71%	84	نعم
14,28%	14	لا
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول ان السائقين يوافقون بنسبة عالية تفوق 85% على المشاركة في البرامج التوعوية وذلك لزيادة فاعلية البرامج من خلال طرح تساؤلاتهم أو إعطاء نصائح تساهم في الحملات التوعوية بسبب خبرتهم في السياقة ومجال عملهم اليومي في الطرقات.

الجدول رقم 18: توزيع مفردات العينة وفق كيفية المشاركة في هذه البرامج.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
28,57%	24	المشاركة بالهاتف
40,47%	34	حضور لقاء اذاعي توعوي
30,95%	26	المشاركة في الايام التحسيسية
100%	84	المجموع

التحليل الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة متقاربة بعض الشيء وإن كان يفضل السائقين الحضور الشخصي في البرامج التوعوية بنسبة 40,47% وذلك يمثل مدى قيمتهم في المجتمع وأهمية عملهم كسائقي الأجرة ما بين الولايات واعتبار خبرتهم تتجلى في إعطاء النصائح والارشادات كغيرهم من المختصين في هذا المجال، واختارت فئة أخرى المشاركة في الايام التحسيسية بنسبة 30,95% لإعطائها صبغة اجتماعية أكبر، وأن مخاطر حوادث المرور لا تقتصر على التحسيس من الجهات الرسمية فقط كرجال الشرطة وغيرهم، بل هي خطر على المجتمع وهم يمثلون فئة من هذا المجتمع، ورأى آخرون المشاركة عبر الهاتف لزيادة فاعلية البرامج التوعوية من خلال تدخلاتهم واستفساراتهم.

الجدول رقم 19: توزيع مفردات العينة وفق العوامل التي تزيد من فاعلية ترسيخ البرامج

التوعية لدى السائقين.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
22,44%	22	زيادة اذاعة البرامج التوعوية
46,93%	46	تحسين نوعية البرامج
30,61%	30	زيادة المدة الزمنية المخصصة للبرامج
100%	98	المجموع

التحليل الإحصائي: من خلال الجدول نلاحظ ان الفئة الاكبر بنسبة تقارب 47%، ان العوامل التي تزيد من فاعلية ترسيخ البرامج التوعوية لدى سائقين هي تحسين جودة البرامج وإعطائها نقلة نوعية تزيد من المساهمة في الحد من إرهاب الطرقات، ورأت فئة أخرى بنسبة 30,61% ان الزيادة في المدة الزمنية المخصصة للبرامج التوعوية قادرة على التقليل من الحوادث المرورية بدل الفواصل الاعلانية التي تقدمها عن حوادث المرور، وكانت الفئة الأقل التي تمثل زيادة البرامج التوعوية بنسبة 22,44%.

المحور الرابع : توزيع مفردات العينة وفق تفاعل السائقين مع برامج التوعية المرورية المعروضة عبر اذاعة الجزائر من الاغواط.

الجدول رقم 20: تأثير الاستماع لبرامج التوعية المرورية عبر الاذاعة.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
55,10%	54	زيادة الوعي المروري
40,81%	40	تذكرك باحترام قانون المرور
4,08%	4	تستمع وتتجاهل
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 ان نسبة 55,10% من المبحوثين يستفيدون من هذه البرامج حيث تضيف لديهم زيادة في وعيهم المروري اذ كلما استموا اليها ترسخ اكثر لديهم الوعي المروري، بينما ترى نسبة 40,81% من المبحوثين ان هذه البرامج تذكرهم باحترام قانون و اشارات المرور، في حين ان نسبة 4,08% تستمع وتتجاهل حيث ربما يعود ذلك الى انها برامج مكررة او ان لديها خيرة طويلة في مجال السياقة .

الجدول رقم 21: توزيع مفردات العينة وفق صعوبة فهم هذه البرامج المعروضة عبر

الاذاعة.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
28,57%	28	نعم
71,42%	70	لا
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

نرى من خلال نسب الجدول رقم 21 ان اغلبية المبحوثين لا تجد صعوبة في فهم محتوى البرامج المعروضة عبر اذاعة الجزائر من الاغواط بنسبة اكثر من 71% ، وهذا راجع الى اعتماد الاذاعة الى اللغة البسيطة الواضحة السهلة الفهم من طرف الجميع بغض النظر عن مستوياتهم التعليمية والثقافية (اعتمادها على اللهجة المحلية)، اما نسبة 28% فوجدت صعوبة في فهم هذه البرامج .

الجدول رقم 22: توزيع مفردات العينة وفق اسباب عدم فهم برامج التوعية المرورية المعروضة عبر الاذاعة.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
28,51%	8	لأنها لا تعتمد على اساليب واضحة
50%	14	برامج مكررة ومملة
21,42%	6	توقيت عرضها غير مناسب
100%	28	المجموع

التحليل الاحصائي:

من خلال الجدول رقم 21 وجدنا ان نسبة 28,57% وجدت صعوبة في فهم برامج التوعية المرورية المعروضة عبر الاذاعة ، حيث يعود ذلك لعدة اسباب نستقرؤها في الجدول رقم 22: انها برامج مكررة ومملة بنسبة 50% ، بينما كانت نسبة 28,51% بانها برامج لا تعتمد على اساليب واضحة، اما توقيت بثها غير مناسب فكانت بنسبة 21,42%.

الجدول رقم 23: توزيع مفردات العينة وفق ما قدمته هذه البرامج من تصور كافي

لمفهوم الوعي المروري لدى السائقين.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
85,51%	84	نعم
14,28%	14	لا
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 23 ، ان نسبة 58,51% من المبحوثين الذين اجابوا بنعم حيث عبروا بان استماعهم لهذه البرامج قدم لهم تصورا كافيا لمفهوم الوعي المروري ، في حين اجاب الآخرون ب لا بنسبة 14,28% وهي نسبة ضعيفة تعبر عن فاعلية هذه البرامج في توصيل رسائلها الاعلامية .

الجدول رقم 24: توزيع مفردات العينة وفق التعرض لحادث مروري.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
40,81%	40	نعم
59,18%	58	لا
100%	98	المجموع

التحليل الاحصائي:

من خلال الجدول رقم 24 نلاحظ بان اغلبية المبحوثين لم يتعرضوا لحوادث المرور بنسبة 59,18% وهذا راجع الى وعيهم او خبرتهم في مجال السياقة ، بينما اجاب المبحوثين المتبقين على انهم تعرضوا لحوادث مرورية بنسبة 40.81% وذلك راجع لعدة اسباب نستعرضها في الجدول رقم 25.

الجدول رقم 25: توزيع مفردات العينة وفق سبب التعرض لحادث المرور.

النسبة	التكرار	الفئات / التكرارات
15%	6	التجاوز الخطير
30%	12	الاحوال الجوية
10%	4	السرعة المفرطة
25%	10	عدم ترك مسافة الامان
20%	8	اخرى
100%	40	المجموع

التحليل الاحصائي:

من خلال الجدول رقم 25 نلاحظ ان نسبة اغلبية المبحوثين الذين تعرضوا لحوادث المرور سببها الاحوال الجوية بنسبة 30% ، في حين كانت عدم ترك المسافة الامنية في المرتبة الثانية بنسبة 25% ، اما التجاوز الخطير فقد اخذ نسبة 15% ، والسرعة المفرطة 10% ، اما باقي النسب فكانت اسباب اخرى .

الجدول رقم 26: توزيع مفردات العينة وفق عامل السن ومدى استماع السائقين لإذاعة الجزائر من الاغواط.

المجموع	نادرا		احيانا		دائما		التكرارات الفئات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
10	40	4	30	3	30	3	اقل من 30 سنة
42	11,90	5	64,29	27	23,81	10	من 30 الى 40 سنة
24	20,83	5	54,17	13	25	6	من 40 الى 50 سنة
22	36,36	8	59,09	13	4,55	1	من 50 سنة فما فوق
98	22,45	22	57,14	56	20,41	20	المجموع

التحليل الاحصائي:

يتوضح لنا من خلال الجدول اعلاه الفئة الاقل من 30 سنة كانت فيها الاجابة على نادرا هي الغالبة نسبة 40% ، في حين الاجابة على دائما و احيانا فكانت بنسبة متساوية 30% لكل منها. والفئة من 30 الى 40 سنة كانت فيها الاجابة على احيانا هي الغالبة بنسبة 64,29% ، في حين كانت الاجابة على دائما بنسبة 23,81% و نادرا بنسبة 11,90%. والفئة من 40 الى 50 سنة فكانت الاجابة على احيانا هي الغالبة 54,17% بينما كانت الاجابة على دائما في المرتبة الثانية بنسبة 25% و نادرا بنسبة 20,83%. والفئة ما فوق 50 سنة فكانت الاجابة على احيانا هي الغالبة بنسبة 59,09% و نادرا بنسبة 36,36%، بينما كانت الاجابة على دائما بنسبة ضئيلة قدرت ب 4,55%.

ومنه نستنتج ان الفئة الاكثر استماعا لإذاعة الجزائر من الاغواط هي التي يتراوح عمرها من 30 الى 40 سنة وهي التي تستمع بصفة دائمة بنسبة تقدر ب 23,81% ، وكذلك كانت النسبة الاعلى لأحيانا من نصيب هذه الفئة (من 30 الى 40 سنة) بنسبة 64,29% ، بينما كانت فئة من 50 سنة فما فوق هي الغالبة في الذين يستمعون للإذاعة بصفة نادرة بنسبة 36.36% .

الجدول رقم 27: توزيع مفردات العينة وفق عامل السن ومدى تأثيره على نوع البرامج التي يستمع اليها السائقين عبر إذاعة الجزائر من الاغواط.

المجموع	برامج أخرى		برامج توعوية		برامج اخبارية		برامج اجتماعية		التكرارات الفئات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
10	0	0	3,06	3	3,06	3	4,08	4	اقل من 30 سنة
42	2,04	2	8,16	8	19,38	19	13,26	13	من 30 الى 40 سنة
24	0	0	6,12	6	11,22	11	7,14	7	من 40 الى 50 سنة
22	2,04	2	3,06	3	11,22	11	6,12	6	من 50 سنة فما فوق
98	4,08	4	20,40	20	44,89	44	30,61	30	المجموع

التحليل الاحصائي :

يتضح لنا من خلال الجدول اعلاه ان فئة من 30 الى 40 سنة هي التي تستمع الى البرامج الاذاعية التوعوية بنسبة اكبر تقدر ب 8,6% ، وفئة من 40 الى 50 سنة في المرتبة الثانية بنسبة 6,12% بينما جاءت بقية الفئات في نفس المرتبة الثالثة بنفس النسبة 3,06 لكل منها.

الجدول رقم 28: توزيع مفردات العينة وفق عامل السن ومدى تعرض السائقين لحوادث المرور.

المجموع	لا		نعم		التكرارات الفئات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
10	4,08	4	6,12	6	اقل من 30 سنة
42	29,59	29	13,26	13	من 30 الى 40 سنة
24	11,22	11	13,26	13	من 40 الى 50 سنة
22	14,28	14	8,16	8	من 50 سنة فما فوق
98	59,18	58	40,81	40	المجموع

التحليل الاحصائي :

يتضح من خلال الجدول ان الفئة التي تتراوح اعمارهم من 30 الى 40 سنة و الفئة التي تتراوح اعمارهم من 40 الى 50 سنة هم الاكثر تعرض لحوادث المرور بنسبة 13,26% لكل منهما ، بينما نجد الفئة التي تتراوح اعمارهم من 30 الى 40 سنة هي الغالبة في الذين لم يتعرض لحوادث المرور بنسبة 29,59% .

الجدول رقم 29: توزيع مفردات العينة وفق عامل الخبرة ومدى استماع السائقين لإذاعة الجزائر من الاغواط.

المجموع	نادرا		احيانا		دائما		التكرارات الفئات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
8	2,08	2	2,08	2	4,08	4	اقل من 5 سنوات
26	13,26	13	6,12	6	7,14	7	من 5 الى 10 سنوات
64	7,14	7	48,97	48	9,18	9	من 10 سنوات فما فوق
98	22,44	22	57,14	56	20,40	20	المجموع

التحليل الاحصائي :

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان الفئة الاثر خبرة هي الاكثر استماعا لاذاعة الجزائر من الاغواط حيث قاربت هذه النسبة 49% شملت الفئة التي تفوق الاكثر سنوات من الخبرة ، اما الفئة التي تراوحت اعمارهم من 5 الى 10 سنوات كانت في المرتبة الثانية 13,26% .

الجدول رقم 30: توزيع مفردات العينة وفق عامل الخبرة ومدى تأثيره على نوع البرامج التي يستمع اليها السائقين عبر إذاعة الجزائر من الاغواط.

المجموع	برامج أخرى		برامج توعوية		برامج اخبارية		برامج اجتماعية		التكرارات الفئات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
8	0	0	2,04	2	3.06	3	3.06	3	اقل من 5 سنوات
26	2,04	2	6,12	6	10,20	10	8,16	8	من 5 الى 10 سنوات
64	2,04	2	12,24	12	31,63	31	19,38	19	من 10 سنوات فما فوق
98	4,08	4	20,40	20	44,89	44	30,61	30	المجموع

التحليل الاحصائي :

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 05 ان نسبة السائقين الذين لهم خبرة وهي فئة اكثر من 10 سنوات خبرة حيث يستمون اكثر للبرامج الاذاعية الاخبارية اذ قدرت النسبة ب 31,63% .

الجدول رقم 31: توزيع مفردات العينة وفق عامل الخبرة ومدى تعرض السائقين لحوادث

المرور

المجموع	لا		نعم		التكرارات الفئات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
8	4,08	4	4,08	4	اقل من 5 سنوات
26	14,28	14	12,24	12	من 5 الى 10 سنوات
64	40,81	40	24,48	24	من 10 سنوات فما فوق
98	59,18	58	40,81	40	المجموع

التحليل الاحصائي :

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 الذي يمثل الخبرة ومدى تعرض السائقين لحوادث المرور حيث كانت فئة من 10 سنوات فما فوق هي التي حازت على اعلى نسبة تمثلت في 40.81% في حين ان كانت فئة اقل من 5 سنوات هي الاقل تعرضا لحوادث المرور بنسبة 4.08%.

المبحث الثاني: تحليل ومناقشة محاور الدراسة وفقا للفرضيات.

من خلال تحليل وتحليل وتفسير نتائج الجداول تبين لنا أن إذاعة الجزائر من الاغواط تولي اهمية للجانب التوعوي وهذا ما أقر به نحو 20,40% من المبحوثين حيث عبروا عن انهم من مستمعي البرامج التوعوية التي تبث عبر اذاعة الجزائر من الاغواط، ليتضح لنا فيما بعد في الجدول رقم 08 أن نسبة مستمعي برامج التوعية من مخاطر حوادث المرور كانت كبيرة بنسبة 42,85% ، متوزعة على عدة اساليب إقناعية كان اكثرها تفضيلا عند السائقين الاسلوب العقلي بنسبة 53,06% متفوقا على اسلوب التخويف ، حيث اختار اغلب السائقين القالب المباشر لعرض هذه البرامج التي تعنى بالتوعية المرورية ليتسنى للسائقين المضارة في تفعيلها، وما يتضمنه من حلقات حوارية يستضاف فيها مختصين في مجال التوعية المرورية من رجال الشرطة والدرك والحماية المدنية، ونوعية وكمية النصائح والارشادات المقدمة خلال هذه البرامج .

جميع البرامج التي تقدمها اذاعة الجزائر من الاغواط بمختلف اساليبها الاقناعية سواء الاسلوب العقلي او التخويف ، او اساليب اخرى لم تقدم النتيجة المرجوة منها اي انها لم تكن ذات فاعلية كبيرة ذلك ما يفسره وترجمه نسبة تعرض سائقي سيارات الاجرة لحوادث المرور بنسبة 59,18% بمختلف اسبابها سواء أكانوا هم الضحايا ام المتسببين فيها، هذا من جهة ومن جهة اخرى اكتست فاعلية كبيرة من جانب ترسيخ مفهوم الوعي المروري لدى السائقين حيث لم يصادف البهم اي صعوبات في فهم محتوى البرامج التوعوية المعروضة عبر اذاعة الجزائر من الاغواط.

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة:

ان دراستنا هذه كانت تهدف الى معرفة مدى فاعلية البرامج الاذاعية في التوعية المرورية من خلال دراسة ميدانية على عينة من سائقي سيارات الاجرة بولاية الاغواط التي تشهد ارتفاعا محسوسا لحوادث المرور في الاعوام الاخيرة حيث تمكنا من استخلاص النتائج التالية :

- ان لعوامل (السن والمستوى التعليمي والخبرة في القيادة) دورا كبيرا في تشكيل الوعي المروري لدى سائقي سيارات الاجرة ومدى فهمهم لبرامج التوعية المرورية التي تبث عبر الاذاعة.
- ان البرامج الاذاعية التي تحضى باهتمام اكبر لدى السائقين هي البرامج الاخبارية .
- ان برامج التوعية من مخاطر حوادث المرور كان لها الجانب الاكبر من اهتمام السائقين وهذا بحكم مجال مهنتهم اليومية .

- ان الحصص الاذاعية الخاصة بالتوعية المرورية هي التي يفضلها السائقين لأنها تعتمد عادة على اسلوب سهل وواضح ويتخللها استضافة اخصائيين في هذا المجال كرجال الشرطة والدرك والحماية المدنية.
- ان اكثر اهم ما تضيفه هذه البرامج التوعوية بالنسبة للسائقين هي المسؤولية الاجتماعية والمهنية حيث يعتبرون ان نقل الاشخاص وايصالهم سالمين مسؤولية تقع على عاتقهم .
- اغلبية السائقين يرون ان نسبة حوادث المرور مرتفعة في ولاية الاغواط.
- ان عرض وتناول الجانب القانوني لحوادث المرور هو اكثر ما يشغل بال السائقين.
- ان استضافات مختصين في مجال السلامة المرورية في شكل لقاء حوارى مفيد يعد الاسلوب الأنجع .
- فتح المجال للسائقين في تفعيل البرامج التوعوية من مخاطر حوادث المرور لأنه يعطيهم الفرطة في ابداء آرائهم حول واقع حوادث المرور وسبل التقليل منها ومنه تثنين دور وفاعلية هذه البرامج في غرس التوعية المرورية لدى الجميع وليس السائقين فقط.
- من خلال النتائج المحصل عليها نستطيع ان نقول ان برامج التوعية المرورية التي تبث عبر اذاعة الجزائر من الاغواط تحضا باهتمام كبير من طرف سائقي سيارات الاجرة بولاية الاغواط حيث تساهم في اكتسابهم لمعارف وخبرات جديدة تساعدهم في مجال مهنتهم .

خاتمة

كان لوسائل الإعلام منذ نشأتها الفضل الكبير في البناء والتنمية في المجتمع بمختلف ابعادها من خلال وسائل الاعلام، والتي اصبحت لها مكانة مرموقة في هذا الصدد وكذا حل المشكلات والقضايا التي نعيشها يوميا والتي تهدد المجتمع، ولعل من ابرز هذه الوسائل الاعلامية الاذاعة والتي كانت موضوع دراستنا.

حيث كانت ولا تزال الاذاعة تسعى جاهدة في المضي قدما حول خدمة الرسائل الاعلامية بنزاهة وشرف ومصداقية كما تسعى جاهدة لتطوير برامجها التي من شأنها خدمة المجتمع، حيث استطاعت هذه البرامج ان تكون بمثابة المنبر والملاذ الامن والوحيد الذي تنبثق من كيفية محاربة القضايا الاجتماعية بالمحافظة وحماية كيانه حيث تعتبر وسيلة تهدف الى تجسيد مبدا الخدمة العمومية التي نص عليها التشريع الاذاعي في الجزائر من خلال برامج اجتماعية وتوعوية لفائدة الفرد والمجتمع.

ولعل من ابرز الاذاعات المحلية الموجودة في الوطن حاليا نجد اذاعة الاغواط التي تعتبر مرفقا عموميا فهي تضطلع من جهة بواجب اداء الخدمة العمومية وتشجيع الرغبات و تلبية الحاجيات اليومية من اعلام وتثقيف وترفيه وقف المبادئ التي تحكم سير المرافق العمومية حيث يتجلى ذلك ولو بجزء صغير بالتوعية المرورية الكافية، وهذا له دور هام وبارز في نشر الوعي المروري وهذا راجع الى المكانة التي تحظى بها عند مختلف شرائح المجتمع، من خلال الارشادات والنصائح ومجموعة المعارف التي تقدمها هذه الوسيلة كونها تؤثر وتغير في سلوكيات السائقين وتسعى الى تطويرها والسير بها الى مستقبل خال من هذه الظاهرة او التقليل منها، وهنا تكمن اهمية فاعلية التوعية المرورية في الاذاعة، الا انها يجب ان لا تكتفي البرامج المقدمة عبرها بعرض الظاهرة فقط، وانما يجب ان تناقش اسبابها ودوافعها وتضع لها الحلول الممكنة .

وبعد إستعراضنا لمختلف المعلومات النظرية توصلنا للنتائج التالية:

❖ إن السلوك المروري بحاجة ماسة إلى المزيد من الفهم والوعي والعمل على تطويره حتى يتناغم ومقتضيات المواطنة والسلوك الحضاري، وهذا هو الهدف الأسمى للبرامج التوعوية التي تقدمها الإذاعة.

❖ تساهم الإذاعة في تنمية الروح الانسانية بترسيخ قيم المواطنة في مجال إحترام القوانين وإشاعة الامن المروري الذي يقوم على تحمل المسؤولية.

❖ إن الإذاعة تني الوعي المروري لدى السائقين من خلال بثها المواضيع التوعوية المرورية مصحوبة بنصائح وإرشادات تداعب من خلالها وجدان ومشاعر السائقين إتجاه تحمل المسؤولية وإحترام قانون المرور.

❖ رغم تعدد الاساليب الإقناعية والرسائل التوعوية المستخدمة من طرف الإذاعة للحد من ظاهرة حوادث المرور، إلا أن هذه الظاهرة في تفاقم مستمر.

التوصيات والاقتراحات:

- تكثيف من برامج التوعية المرورية المعروضة عبر اذاعة الجزائر من الاغواط والتحسين من نوعيتها من الافضل الاعتماد على اللهجة المحلية الدارجة نظرا لسهولةها وبساطتها.
- استضافة مختصين في المجال من رجال الشرطة والحماية والدرك نظرا لتكوينهم الخاص في مجال السلامة المرورية واطلاعهم بسبل مكافحتها والحد من خطورتها
- التجديد والتغيير في برامج التوعية المرورية واختيار التوقيت المناسب لبثها لاستقطاب أكبر عدد من المستمعين .
- ضرورة فتح المجال امام السائقين للمشاركة في تفعيل هذه البرامج التوعوية سواءا بالهاتف او المشاركة في الايام التحسيسية.



قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب.

1. ابراهيم امام، وكالات الانباء، ، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994.
2. احسان محمد حسن، علم الاجتماع العسكري، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
3. احمد بدر، مناهج في عالم المعلومات والمكتبات، دار المعرفة الجامعية، الرياض السعودية، 1999.
4. أحمد جمعة الريامي، إعداد المعلمين في سلطنة عمان، ، عالم الكتب الحديث، الاردن.
5. احمد خشاب، المدخل السوسيولوجي للإعلام، دار الكتاب، القاهرة، د.س.
6. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات في العلوم الادارية، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1994.
7. اسماعيل سليمان ابو جلال، الاذاعة ودورها في الوعي الامني، ، دار اسامة، عمان، 2012.
8. جمال مجاهد، مدخل الى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة، مصر، 2009.
9. جهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، ، دار الفكر العربي القاهرة، 1978.
10. سهير جاد، وسائل الاعلام والاتصال الاقناعي، ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003.
11. طارق الشاوي، الاعلام الاذاعي، ، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
12. طارق سيد احمد الخلفي، فن الكتابة الاذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، 2008.
13. طارق سيد احمد، الاعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة للطبع والنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2004.
14. عامر مصباح، الاقناع الاجتماعي خلفيته النظرية والياته التطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2005.
15. عبد الحميد لطفي، علم الاجتماع، ، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1976.
16. عبد الرحمان العسيري، العمل الاعلامي الامني المشكلات والحلول، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، السعودية، 2002.
17. عبد الرحمان الوافي، حوادث السياقة اسبابها والوقاية منها، دار هومة، الجزائر، 2010.
18. عبد الرزاق شرف، مدخل الى وسائل الاعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 2004.
19. عبد العالي رزاقى و عبد الرحمان رشادن، دور الاذاعات المحلية والاقليمية في التوعية

20. عبد الله محمد الغوشن، كيف تقنع الاخرين، ، دار العاصمة للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، 1996.
21. عبد المجيد شكري، الاذاعات المحلية لغة العصر، المركز الجامعي للطباعة الالكترونية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987
22. عدلي السيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، مصر، دار الفكر العربي.
23. عزيز لعبان، مدخل الى علوم الاعلام والاتصال، التعريف بوسائل الاتصال الجماهيرية،
24. علي برغوث، الاتصال الاقناعي، ، 2005.
25. فاطمة عوض طابر وميرفت على خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، 2002.
26. فتح الله محجوب محمد، ندوة علمية اساليب و وسائل الحد من حوادث المرور، الرياض، 1997.
27. فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام، دار اقطار الفكر العربي، ط 3، الجزائر 2010.
28. فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1998.
29. ماجي حلواني وعاطف عدلي العبد، الانظمة الاذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987.
30. ماجي حلواني، مدخل للفن الاذاعي والتلفزيوني والفضائي، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2002.
31. محسن بن عيسى، السلامة المرورية، ، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2010.
32. محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، د ط، الاسكندرية، مصر، 2006.
33. حمد عبد الحميد: أسس البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000.
34. محمد عبد الفتاح حافظ الصيرفي، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، دار وائل للنشر، ، 2001.

35. محمد لعقاب، وسائل الاعلام والاتصال الرقمية، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2007.
36. محمد يسرى ابراهيم دعبس، الاتصال الانساني، رؤية في أنثروبولوجيا الاتصال، البيان للنشر والتوزيع، 1999.
37. محمود فهمي، الصورة والصوت، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، مصر.
38. مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي في اعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، 2000.
39. مصطفى محمد عيسى فلانة، الاذاعة وسيلة اتصال وتعليم، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية، 1997.
40. منال هلال مزاهرة، البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان 2014.
41. منى سعيد الحديدي و سلوى امام علي، الاعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004.
42. ميلفن ديفلر و ساندر بول روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية، القاهرة، 1994.
43. نبيل صقر، حوادث المرور نصا و فقها وتطبيقا، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
44. نعيم الطاهر و عبد الجابر تيم، وسائل الاتصال السياحي، دار النشر اليازوري للنشر والتوزيع، الاردن، 2001.
45. نوال محمد عمر، الاذاعة الاقليمية، ديوان الفكر العربي، القاهرة، 1983.
46. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
47. هاري ميلز، فن الاقناع كيف تسترع انتباه الاخرين تغير آرائهم، جامعة الملك عبد العزيز الدوسري، مكتبة جرير، السعودية، 2012.
48. الهاشمي بن بوزيد الطالبي، حملات التوعية المرورية، قسم البحوث والدراسات، جامعة نايف للعلوم الامنية.

49. يوسف محمد، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والالكترونية، ط2، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013.

ثانيا: المذكرات.

50. بألسعيد عبد الله وآخرون، الارشادات الاذاعية ودورها في غرس الوعي المروري، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، جامعة ورقلة، 2013/2014.

51. تباني عبير، الحملات الاعلامية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، جامعة بسكرة، 2011/2012.

52. سويقات لبنى، الاعلام المحلي وابعاده التنموية، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية، 2009/2010.

53. عبد الله الحامد الله الخلف، دور افلام التوعية في رفع مستوى الوعي المروري، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، غ م، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، قسم العلوم الاجتماعية، 2005.

54. عبدو احمد يوسف حمائل، دور اذاعة امن، أف ام، في تعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، غ م، كلية الاعلام جامعة الشرق الاوسط، 2011.

55. علية محمد درويش، تجربة الاذاعات الاردنية في تنمية المجتمع المحلي، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، كلية الاعلام، 2010.

56. عمار شويحت، أحكام حوادث المرور والآثار المترتبة عليها في الشريعة الاسلامية، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010.

57. فايز عبد الله الشهيري، دور المدرسة في نشر الوعي الامني، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع والاتصال، جامعة ورقلة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2014/2015.

58. قاسمية عبد النور، دور الاعلام الجوّاري في التنمية المحلية، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، المدية، الجزائر، 2011.
59. ليندة طيف، دور الاذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية، قسم علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، 2007.
60. وانيس ليندة، مسموعية الاذاعة ودورها في نشر الوعي المروري، عبد الله الحامد الله الخلف، دور افلام التوعية في رفع مستوى الوعي المروري، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع والاتصال، غ م، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، قسم العلوم الاجتماعية، 2005.
61. وفاء كعوس، دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي المروري، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال، جامعة ام البواقي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية. 2016-2015.
62. وهيبه حمراوي، الاتصال الاجتماعي الخاص بالوقاية من حوادث المرور في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، غ م، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، 2009/2008.
63. عيسى بوكرموش، إستراتيجية الإتصال في الحملات الإعلامية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية الإعلام والاتصال، 2013/2012 .
64. شعور عبير، الاذاعة المحلية ودورها في تحسيس المجتمع المحلي بخطر حوادث المرور، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة تبسة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2015/2014.
- ثالثا: القواميس والمعاجم.
65. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات في العلوم الادارية، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر.
66. محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، د ط، دار النشر والتوزيع، مصر، 2003.
67. الوسيط في الدراسات الاعلامية، الجزء الثالث، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
68. محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004.
- رابعا: المجالات و الندوات.

69. أكرم أحمد أبو إسماعيل، دور المؤسسات التربوية في حملات التوعية المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الندوة العلمية "واقع الحملات التوعوية المرورية"، 22-24/10/2008.
70. بوطالبي الهاشمي، الاستراتيجية الوطنية للوقاية من حوادث المرور (مجلة الوقاية والسياسة)، العدد 06، المركز الوطني للوقاية والامن عبر الطرق، 2007.
71. مجلة منظمة الصحة العالمية، الاصابات الناجمة عن حوادث المرور، صحيفة الوقائع، رقم 358، مارس 2013.
72. من خطاب رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة، الملتقى الوطني حول الوقاية من حوادث المرور، جامعة سعد دحلب البلدية، 2004.
73. الهاشمي بن بوزيد الطالبي، فعاليات حملات التوعية المرورية، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، 11-13/12/2006.
74. الهاشمي بوطالبي، من اجل حوادث اقل، مجلة السياحة والوقاية، المركز الوطني للوقاية والامن عبر الطرق.

الملاحق

جامعة عمار ثليجي الاغواط.
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة.
قسم الاعلام والاتصال.

استمارة استبيان بعنوان:

فاعلية برامج الإذاعة الجزائرية في التوعية المرورية

دراسة ميدانية على عينة من سائق سيارات الاجرة (ما بين الولايات)بولاية الاغواط.

في إطار القيام بدراسة حول فاعلية البرامج الاذاعية في التوعية المرورية (اذاعة الاغواط)، يرجى منكم التكرم بالإجابة على هذه الاستمارة بكل صراحة و دقة و جدية كما أن تجاوبكم الموضوعي مع أسئلتنا يسمح باستخلاص نتائج أكثر دقة، و نعدكم أن المعلومات التي تقدمونها لن تستخدم إلا لأغراض علمية .

ملاحظة: ضع علامة X في المكان المناسب.

حكم من طرف:

الدكتور طريف عطا الله
الأستاذة آيت قاسي ذهبية
الأستاذ دهيكل عامر

من إعداد الطالبين:

دحو مفتاح
طبيي عبد الغني

المحور الأول : البيانات الشخصية للمبحوثين:

01- السن :

اقل من 30 سنة

من 30 الى 40 سنة

من 40 الى 50 سنة

من 50 فما فوق

02- المستوى التعليمي :

دون المستوى متوسط

ابتدائي جامعي

03- الحالة الاجتماعية :

متزوج أعزب مطلق

04- الخبرة في السياقة :

اقل من 05 سنوات

من 5 الى 10 سنوات

اكثر من 10 سنوات

المحور الثاني :الإذاعة وتنمية الوعي المروري لدى السائقين.

05- هل تستعمل المذياع في السيارة؟

دائما احيانا نادرا

06- هل تستمع للإذاعة الجزائر بالاغواط:

دائما احيانا نادرا

07- ما نوع البرامج التي تستمع إليها على أمواج الجزائر بالاغواط؟

اجتماعية إخبارية توعوية اخرى تذكر.....

08- إذا كنت من مستمعي البرامج التوعوية ،ما طبيعة هذه البرامج؟

برامج تعنى بالتوعية من مخاطر حوادث المرور قضايا دينية سياسية قضايا أخرى...

09- إذا كنت تهتم ببرامج حوادث المرور ، ما هو القالب البرامجي المفضل لديك؟

الحصص الإذاعية الخاصة نشرات الاخبار الحملات الاعلانية الهادفة

- 10- ماذا تضيف لك هذه البرامج التوعوية في مجال مهنتك ؟
 خبرة في السياقة مسؤولية اجتماعية معارف أخرى
 تذكر.....
- 11- كيف ترى نسبة حوادث المرور في ولاية الاغواط؟
 مرتفعة متوسطة ضعيفة
- المحور الثالث: أساليب إذاعة الجزائر من الاغواط في غرس الوعي المروري.
- 12- ما هي اللغة التي تفضلها في عرض برامج التوعية المرورية عبر اذاعة الجزائر من الاغواط؟
 الدارجة الفصحى كل اللهجات الجزائرية
- 13- ما هي البرامج التي تغرس فيك الوعي المروري اكثر ؟ تلك التي تناول :
 الجانب القانوني الاحصائيات الاعلانات الارشادية والتوجيهية الجانب الجزائري
- 14- ماهو الاسلوب الاكثر إقناعا بالتوعية المرورية؟
 الاسلوب العقلي اسلوب التخويف
 اسلوب الترغيب
- اساليب اخرى تذكر.....
- 15- في رايتك ما هو القالب المناسب لعرض هذه البرامج؟
 القالب المباشر القالب الفكاهي قالب ممزوج بالاحصائيات
- 16- هل تفضل إن يقدم البرامج التوعوية ؟
 شخص مختص في المجال
 منشط إذاعي
 حلقة حوار
- 17- هل تفضل فتح المجال أمام السائقين للمشاركة في تفعيل هذه البرامج التوعوية ؟
 نعم لا
- 18- في حالة الاجابة ب نعم :هل تفضل المشاركة ب:
 الاتصال بالهاتف حضور لقاء اذاعي توعوي المشاركة في الايام التحسيسية
- 19- ما هي العوامل التي تزيد من فعالية ترسيخ البرامج التوعوية لدى السائقين ؟
 زيادة إذاعة البرامج التوعوية

تحسين نوعية البرامج

زيادة مدة الفترة الزمنية المخصصة للبرنامج

المحور الرابع: تفاعل السائقين مع الإرشادات التوعوية المعروضة على إذاعة الجزائر بالاغواط:

عند سماعك لهذه البرامج هل

-20

تؤدي بك الى :

زيادة الوعي المروري

تذكرك بإحترام قانون المرور

تستمع وتتجاهل

-21 هل تجد صعوبة في استيعاب هذه البرامج؟

نعم لا

-22 في حالة الاجابة ب نعم اين تكمن صعوبة الاستيعاب؟

لأنها لا تعتمد على اساليب واضحة برامج مكررة ومملة توقيت عرضها غير مناسب

-23 هل قدمت لك هذه البرامج التوعوية الإرشادية تصور كافيا عن مفهوم الوعي المروري؟

نعم لا

-24 من خلال استماعك لبرامج التوعية المرورية، هل سبق لك ان تعرضت لحادث مروري؟

نعم لا

-25 في حالة اجابتك ب نعم ، ما سبب ذلك؟

التجاوز الخطير الاحوال الجوية

السرعة المفرطة عدم ترك مسافة الامان

اخرى تذكر

الملحق رقم 2: إحصائيات حوادث المرور لسنوات 2014-2015-2016 بولاية الأغواط

الأسباب الرئيسة لحوادث المرور: إحصائيات الشرطة

2016	2015	2014	طبيعة الحادث
168	200	163	عدم احترام قواعد السياقة (عامل بشري)
02	02	01	عامل المركبة
03	01	00	عامل مرتبط بالمحيط
173	203	164	المجموع

حسب الأسباب الرئيسية المتعلقة بالعامل البشري: إحصائيات الدرك الوطني

2016	2015	2014	الأسباب
01	02	00	السياقة في حالة سكر
10	14	12	السير على اليسار
09	11	12	تورط المارة
33	42	37	التجاوز الخطير
18	16	20	عدم احترام الإشارات المختلفة
02	08	01	الفرار
133	153	128	السرعة المفرطة
10	10	18	عدم ترك الأولوية
03	01	05	السير في الاتجاه الممنوع
08	10	08	تغير اتجاه بدون إشارة
05	05	02	المناورة الخطيرة
16	18	13	عدم ترك المسافة الأمنية
01	00	00	الوقوف الخطير
00	08	00	الاجتياز بالأضواء الحمراء
00	01	00	الحمولة الزائدة

الحوادث الضحايا: إحصائيات الدرك الوطني

القتلى	الجرحي	الحوادث	السنة
88	688	325	2014
88	750	351	2015
94	620	295	2016

الأسباب: إحصائيات الدرك الوطني

السنة	السوق	المارة	الطريق	المركبات
2014	259	12	18	36
2015	288	11	25	27
2016	240	09	21	25