

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مساهمة إذاعة جيجل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي  
-دراسة ميدانية على عينة من مستمعي إذاعة جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة.

إشراف الأستاذة:

د/ هند عزوز

إعداد الطالبتين:

✓خالدة بوقريبة

✓صليحة لقربوي

لجنة المناقشة

أ. عز الدين بوطننيخ.....رئيسا

أ.د. هند عزوز.....مشرفا ومقررا

أ. فيروز بوزيدة.....مناقشا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



"وقل ربي زدني علما"

سورة طه، الآية 114.

## شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين؛

نتقدم بالشكر والامتنان إلى الأستاذة المشرفة "هند عزوز"

التي تفضلت علينا بتوجيهاتها القيمة، نسأل الله لها الأجر والتواب

على كل ما قدمته لنا من توجيهات ونصائح من أجل هذا العمل.

كما نتقدم بالشكر إلى كل من مدّ لنا يد المساعدة

وإلى كل من ساهم في استكمال هذا العمل.



مقدمة

## مقدمة

تعد الإذاعة من أهم وسائل الإعلام الجماهيري، وأكثرها قربا ونفاذا إلى التركيبة الاجتماعية، من ثقافة وعادات وأخلاق يتمسك بها المجتمع، حيث تقوم بزرع وترسيخ مبادئ وقيم اتجاهات المجتمع والمحافظة عليها، من خلال المشاركة في إنتاج برامج متنوعة تقدم من خلالها خدمات مختلفة للمجتمع، بهدف التأثير في الجمهور عبر رسائلها، قصد مساعدته على فهم الظروف، كما تعمل على تلبية رغباته ودوافعه في حل المشكلات التي تقف عائقا أمام أفراد، مستعملة بذلك أساليب وقوالب واستمالات إقناعية قصد تحقيق أهدافها، إذ تعد الإذاعة كغيرها من وسائل الإعلام الأخرى التي تسعى إلى تحقيق أهداف في جميع المجالات (الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية...)، بهدف كسب ثقة الجمهور ولفت انتباهه إلى ماتقدمه من برامج مختلفة، تخاطب من خلالها كافة شرائح المجتمع.

ومع تعقد الحياة وتعدد اللهجات والثقافات والاتساع الجغرافي، وظهور ما يعرف بالإذاعات المحلية، هذه الأخيرة دخلت ضمن مجموعة من وسائل الإعلام التي تخدم المجتمع كمؤسسة اجتماعية، إذ تلعب الإذاعة المحلية دور الوسيط الاجتماعي، حيث تقوم بنقل انشغالات المواطن داخل المجتمع الذي تنشط فيه، وتحاول إيجاد حلول للمشكلات التي تواجه المجتمع.

وتعد الإذاعة المحلية في وقتنا الحاضر أداة تواصل هامة بين المجتمع المحلي والعالم الخارجي، وتشكل دورا هاما في إحداث التغيير في سلوك الأفراد، والتأثير والتوجيه والتوعية، والتي بدورها أسست لإيجاد حلول وآراء حول ما يصادفه المجتمع من قضايا ومشكلات، وعلى رأسها مشكل حوادث المرور، الذي بات اليوم أحد المشاكل الخطيرة والمعقدة التي تواجه المجتمعات الحديثة، والتي تزداد تعقدا بسبب التحولات البيئية والاجتماعية والاقتصادية.

وفي هذا السياق تزايد اهتمام الإذاعة المحلية بالقضايا المرورية، التي استفحلت داخل المجتمع المحلي، ومن ثم إيجاد حلول لها وذلك عن طريق ما تبثه من برامج مرورية، إذ أنها تبذل ما لديها من جهودات لتحقيق التوعية المرورية، بهدف إيجاد وعي مروري لدى مستعملي الطريق، وهذا ما يتطلب ثقافة التخطيط الجيد في إعداد هذه البرامج وتقديمها بالمضمون والشكل الجيد الذي يحتاجه المجتمع.

وتعد إذاعة جيجل واحدة من الإذاعات المحلية التي ظهرت في الجزائر، نتيجة لعوامل عدة أدت إلى تأسيسها، والتي أصبحت لها دور كبير في خدمة المجتمع المحلي، بكل ما تحتويه من مميزات وخصائص، والتي استطاعت أن تصنع لنفسها جمهورا معتبرا يقبل على ما تقدمه له من برامج توعوية مرورية، تسعى من خلالها إلى نشر الثقافة المرورية الساعية إلى تنمية المعرفة وتعزيز اتجاهات الوعي، لتفادي أخطار الكوارث المرورية، وقد جاءت هذه البرامج بعناوين مختلفة، تعالج من خلالها إذاعة جيجل المحلية مشكل حوادث المرور، وذلك بتوعية المجتمع المحلي وتحذير أفرادهم بمدى خطورتها، من خلال تقديم معلومات ونصائح وإرشادات للتبصير إلى الالتزام بالقواعد المرورية، واحترام قواعد وآداب السلامة على الطرقات حفاظا على سلامتهم.

ولعل هذا ما دفعنا إلى معالجة هذا الموضوع، وإجراء هذه الدراسة المعنونة بـ "مساهمة إذاعة جيجل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي"، وكذا تسليط الضوء عليها أكثر والوقوف عند مدى مساهمة إذاعة جيجل المحلية في توعية المواطنين بخطورة حوادث المرور.

ومن أجل معالجة الموضوع من كل جوانبه، تم وضع خطة منهجية تتضمن ثلاثة فصول منها الفصل المنهجي، الفصل النظري وآخر في الجانب الميداني.

**الفصل الأول:** عاجلنا من خلاله الإطار المنهجي للدراسة، وقد تم التطرق من خلاله إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أيضا أسباب وأهمية وأهداف الدراسة، ومن تم عرضنا مفاهيم الدراسة والمفاهيم ذات العلاقة بالموضوع، كما تطرقنا إلى عرض الدراسات السابقة، وفرضيات الدراسة، ومن تم المقاربة النظرية، ثم منهج الدراسة وأدواتها، وأخيرا عينة الدراسة ومجالها الزماني والمكاني والبشري.

أما **الفصل الثاني:** فقد عاجلنا من خلاله الجانب النظري للدراسة والذي تضمن أربع محاور.

- **المحور الأول:** بعنوان الإذاعة المحلية، نشأتها، خصائصها، أهميتها وأهدافها، كما تضمن: هذا المحور أسباب انتشار الإذاعة المحلية، أنواع الإذاعات المحلية ووظائفها، التخطيط للإذاعة المحلية، جمهور الإذاعة المحلية.

- **المحور الثاني:** بعنوان الإذاعة المحلية في الجزائر، والذي تضمن: نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر ضرورة الإذاعة المحلية في الجزائر، أسباب وأهداف تأسيس الإذاعة المحلية في الجزائر خصائصها، أنواعها، مهام الإذاعة المحلية في الجزائر.

- **المحور الثالث:** بعنوان التوعية المرورية، أهميتها، أبعادها، مقوماتها ومظاهرها، وتضمن: أهمية التوعية المرورية، أهداف التوعية المرورية، خصائصها، أساليب التوعية المرورية، مقومات التوعية المرورية، التخطيط للتوعية المرورية، مكونات عملية التوعية المرورية، وأهم مظاهر التوعية المرورية في المجتمع.

- **المحور الرابع:** بعنوان دور إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي وتم التطرق فيه إلى عرض أبعاد ومقومات المجتمع المحلي، خصائص المجتمع المحلي، نبذة عن إذاعة جيغل، برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل، إستراتيجية إذاعة جيغل في التوعية المرورية، إضافة إلى التطرق إلى دور الإذاعة في التوعية المرورية.

**الفصل الثالث:** عاجلنا من خلاله الجانب التطبيقي للدراسة، وقد تم التطرق فيه إلى عرض وتفريغ وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية، ومن تم عرض النتائج العامة للدراسة، إضافة إلى مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات والتوصيات والاقتراحات، وصولا حتى آخر نقطة وهي الخاتمة، حيث تم فيها تلخيص أهم النتائج التي توصلنا إليها استنادا إلى المقاربة العلمية التي تم توضيفها في الدراسة.



# الفصل الأول

{ الإطار المنهجي للدراسة }

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.

ثالثاً: أهمية الدراسة وأهدافها.

رابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة.

خامساً: الدراسات السابقة.

سادساً: فرضيات الدراسة.

سابعاً: المقاربة النظرية للدراسة.

ثامناً: منهج الدراسة وأدواتها.

تاسعاً: عينة الدراسة ومجالها الزمني والمكاني.

## أولاً: إشكالية الدراسة

أصبحت وسائل الإعلام والاتصال اليوم ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمجتمع، وتؤثر تأثيراً بالغاً في الأوضاع الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وخاصة بعد التطور المتسارع في وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، التي أصبحت تحتل مكانة هامة في عصرنا الحديث على كافة المستويات الاجتماعية والسياسية، والاقتصادية والثقافية، ويعتبر هذا العصر عصر الاتصال بكافة وسائله، الذي أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياة الشعوب، وأداة من أدوات التأثير وتوجيه أفراد المجتمع.

وتعد الإذاعة من أبرز وسائل الإعلام الجماهيري التي ظهرت بشكل متطور في عام 1945، والتي تعتبر وسيلة من وسائل الاتصال المسموع التي نجدها في كل مكان، والتي تخاطب الجماهير على اختلاف أعمارهم وثقافتهم ومستوياتهم المعيشية، بالإضافة إلى ميزة الانتشار والسرعة الفائقة في نقل الرسائل دون حاجز أو عائق، والتي ينتشر استخدامها بالرغم من دخول تكنولوجيا الإعلام الجديدة كوسائل إعلامية، وما زالت تمارس سلطتها ونفوذها وقدرتها على تخطي الحواجز الجغرافية، والوصول إلى كافة فئات المجتمع، وخاصة المناطق النائية والمعزولة، ما جعل الإذاعة وسيلة هامة في المجتمع، سواء كانت إذاعة قومية أو وطنية أو محلية.

هذه الأخيرة أي الإذاعة المحلية تحتل مركزاً هاماً وتعتبر أحد روافد الإعلام المحلي، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمجتمع المحلي، وتهدف إلى توعية الناس داخل منطقة جغرافية ذات حدود مكانية محددة بدقة، والتي تميل إلى أن تكون أكثر اعتماداً على تلبية احتياجات الجمهور المحلي واهتمامه، وتتميز بمجموعة خصائص لعل أهمها، اتجاهها نحو مخاطبة المجتمع المحلي من خلال البرامج المختلفة التي تبثها (برامج فكرية ثقافية تاريخية تفاعلية، وبرامج توعوية).

وتعتبر الإذاعة المحلية وسيلة اتصال قوية، تستطيع الوصول إلى مختلف الأفراد والمجموعات نظراً لخاصية أن الرسالة تكون أكثر فعالية، إضافة إلى التفاعل الاجتماعي من خلال البرامج المباشرة، كما تعتبر مصدراً هاماً للثقافة وخلق الوعي وتبادل المعلومات العلمية والثقافية والأدبية.

وترجع أهميتها إلى أنها واحدة من وسائل الاتصال الجماهيرية، إذ لا يمكن لأحد أن ينكر أن الإذاعة المحلية واحدة من أقوى الوسائل، التي يمكن أن تؤثر في مختلف شرائح المجتمع، فقد استطاعت الإذاعة المحلية منذ البث الأول، أن تكون مصدر معلومات قوية ونقطة مركزية في حياة المجتمع.

وتعتبر إذاعة جيغل المحلية واحدة من الإذاعات التي تخاطب جمهورا محليا باستخدام لهجة محلية، ومعالجة مختلف القضايا التي تمس واقع المواطن، ولعل من أهمها مشكلة حوادث المرور، وذلك من خلال برامج تخص التوعية المرورية، بهدف إيجاد حلول لها فهي تعتبر مساهمة في توعية المجتمع وتربيته، وهذه المساهمة تظهر في كثير من المعطيات، من مشاكل وظواهر اجتماعية تعتبر خطيرة في حق الإنسانية.

فظاهرة حوادث المرور تعد من أخطر المشكلات التي تعاني منها المجتمعات المعاصرة، والتي تستنزف الموارد المادية والطاقات البشرية، إضافة إلى ما ينتج عنها من مشاكل اجتماعية ونفسية، وأحد المشاكل التي تواجه معظم دول العالم، وتشهد زيادة مطردة في أعداد حوادث المرور. وفي هذا السياق تعد الجزائر من بين دول العالم التي تعاني من مشكل حوادث المرور، والتي تعرف تزايدا من سنة إلى أخرى، فإن المتأمل في الاحصائيات التي تصدرها الجهات المختصة في الجزائر، أرقاما هائلة ومخيفة من الحوادث المرورية المميتة التي تزهق الأرواح، فقد كشفت الاحصائيات في الجزائر أنه قد بلغ عدد قتلى حوادث المرور إلى 1343 شخص و14500 جريح خلال الأشهر الخمسة الأولى لسنة 2017<sup>(1)</sup>.

انطلاقا من هذه المعطيات تبدو الضرورة ملحة إلى إيجاد حلول للحد من هذه الحوادث، ومعالجة أسبابها والتخفيف من آثارها، ومن هنا كان لا بد من تدخل وسيلة إعلامية لنشر الوعي المروري لضمان السلامة المرورية، التي تهدف بمفهومها الواسع إلى تبني كافة الخطط والبرامج واللوائح المرورية، والاجراءات الوقائية للحد أو منع وقوع حوادث المرور، وضمان سلامة الإنسان وممتلكاته وحفاظا على أمن البلاد ومقوماته البشرية والاقتصادية.

ونظرا للدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في توعية المجتمع المحلي، الذي يعبر عن وحدة متماسكة تجمعهم أفكار ومشاعر، وأنظمة ومصالح، وعادات وتقاليد مشتركة، والتي تعتبر عناصر أساسية في تكوين المجتمع المحلي.

وبهذا تظل الإذاعات المحلية أقرب الإذاعات إلى الجمهور، وذلك من خلال تسليط الضوء على مخاطر حوادث المرور، من خلال حملات، توعوي بضرورة الالتزام بالقوانين والأنظمة المرورية، وبهذا فالإذاعة المحلية أداة أساسية للوصول إلى المجتمع المحلي، والتأثير على جماهيرها سواء كان جمهور

(1) تم الإطلاع يوم [www.radioalgeie.dz/news/Ar/article/2017.07.16/117269.html](http://www.radioalgeie.dz/news/Ar/article/2017.07.16/117269.html) على الساعة 10:07/1/20/2018/

السائقين أو أفراد المجتمع الأخرى، وذلك من خلال تنمية الوعي المروري وترسيخ قواعد السلامة المرورية، والمساهمة في تقديم النصائح والإرشادات نحو السلوك الإيجابي.

ومن هنا يأتي موضوع دراستنا المتمثل في "مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي"، وهو ما يقتضي منا طرح إشكالية دراستنا المحددة بتساؤل رئيسي مفاده:

**ما مدى مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي؟.**

ويندرج ضمن هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:

✓ ما مدى إقبال مستمعي إذاعة جيغل المحلية على برامج التوعية المرورية؟

✓ ما مدى إسهام إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية لدى المجتمع المحلي؟.

✓ هل ما تقدمه إذاعة جيغل المحلية من برامج توعية مرورية يشبع رغبات الجمهور ويلبي حاجياتهم؟.

✓ هل تؤثر برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية على سلوك المستمعين في المجال المروري؟.

**ثانيا: أسباب اختيار الموضوع.**

إن اختيار موضوع الدراسة وتحديد إشكالياتها يكون نتيجة مجموعة من الأسباب، فلكل باحث أسباب وحوافز تدفعه إلى اختيار الموضوع الذي يريد دراسته، ودراستنا هذه جاءت لأسباب قسمت إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

## **1.2 أسباب ذاتية:**

✓ الإحساس بالمشكلة المرورية وزيادة تفاقمها في المجتمع.

✓ الرغبة الشخصية في دراسة موضوع التوعية المرورية.

✓ الرغبة في البحث في موضوع الإذاعة المحلية والتوعية المرورية لدى المجتمع المحلي.

✓ الفضول وحب الاكتشاف الذي دفعنا إلى معرفة مدى مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية بمخاطر حوادث المرور.

## **2.2 أسباب موضوعية:**

✓ المساهمة في إثراء موضوع الدراسة وإبراز أهمية إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي.

- ✓ تفاقم المشكلة المرورية في الجزائر، والزيادة المطردة في عدد حوادث المرور.
- ✓ علاقة الإعلام المحلي بالتوعية المرورية عبر الطرقات.
- ✓ أهمية التوعية المرورية، ومعرفة الدور الذي يمكن أن تلعبه إذاعة جيغل المحلية في هذا الجانب.
- ✓ اختيار إذاعة جيغل المحلية كونها أكثر قربا من الجمهور المحلي في إذاعة مواضيع التوعية المرورية.
- ✓ حاجة المجتمع لمثل هذا النوع من التوعية "التوعية المرورية".

### ثالثا: أهمية الدراسة وأهدافها

#### 1.3 أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة كون هذه الأخيرة تناولت موضوعا هاما، ألا وهو مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي، ففي ظل ضخامة المشكلة المرورية وتعدد الجهات المعنية بها (سائقين، مشاة...)، وتعدد أسبابها ودوافعها النفسية والاجتماعية والتقنية، مع إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة، في التخطيط لبرامج التوعية ووضع الإستراتيجيات لحل المشكلة المرورية، والتخفيف من حدتها أو القضاء عليها.

وتكمن أهمية الدراسة أيضا، كونها تناولت موضوعا انعكست آثاره في الوقت الراهن على المجتمع، بالإضافة إلى أن هذا الموضوع يكتسي أهمية كبيرة كونه تناول ظاهرة مهمة مست المجتمع وتفاقمت فيه، وتعتبر الإذاعة وسيلة هامة للحد من حوادث المرور، أو على الأقل التقليل من خطورتها، عن طريق التوعية بمختلف برامجها وقدرتها على التأثير من خلال تشكيل الوعي المروري.

#### 2.3 أهداف الدراسة:

تكتسي الدراسة أهمية وقيمة بالغة من خلال الأهداف والنتائج التي تهدف إلى تحقيقها، والتي يمكن الوصول إليها، فالأهداف مهمة في توجيه مسار البحث في مختلف مراحلها، وتهدف دراستنا إلى:

التعرف على مدى مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي.

- ✓ تسليط الضوء على موضوع التوعية المرورية، وعلى مدى إقبال وتفاعل مستمعي إذاعة جيغل اتجاه برامج التوعية المرورية.

- ✓ التعرف على مدى مسموعية إذاعة جيغل المحلية من قبل مستمعيها.

✓ التعرف على الإشباعات المحققة من خلال برامج التوعية المرورية المقدمة من قبل إذاعة جيغل المحلية من وجهة نظر المبحوثين.

✓ معرفة مدى نجاح إذاعة جيغل في إحداث التوعية المرورية من خلال معرفة رأي المستمعين في برامج التوعية التي تقدمها إذاعة جيغل المحلية.

✓ التعرف على مدى تأثير هذه الوسيلة على سلوك الجمهور في جانب التوعية المرورية.

رابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة.

كل بحث علمي مهما كان مجال اختصاصه، فإنه يحتوي على العديد من المصطلحات التي تسهل مهمة الباحث، وتساعد في إزالة الغموض الذي يمكن أن يصادفه في دراسته، وبهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وواضحة، وعلى الباحث أن يحدد المفاهيم لغة واصطلاحاً وإجراءياً.

وتضمنت دراستنا عدداً من المفاهيم الأساسية نحددها كالتالي:

#### 1.4. المساهمة:

➤ لغة:

- جمع: (س، ه، م) مصدر ساهم.
- مساهمة جيدة: اشتراك، تعاون فعلي، كانت مساهمة إيجابية.
- ساهم، مساهمة وسهاماً.
- مساهمة: قارعه وغالبه في رمي السهام، ساهمة في الأمر، شاركه فيه وأسهم فيه.
- ساهم في حل المشاكل، ساهم في تنظيم مظاهرة احتجاج، ساهمت الحكومة بمبلغ من المال المشروع.<sup>(1)</sup>
- المساهمة في التعاون، الاشتراك بالأسهم في المشاريع.<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> تعريف معنى ومساهمة بالعربي في المعجم الوسيط، اللغة العربية المعاصرة، معجم عربي عربي، 1/ au % c2 % i : /// File : تم الإطلاع عليه يوم 09 / 01 / 2018، على الساعة 14:34.

<sup>(2)</sup> علي بن هادية، بلحسن البليش، القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسة ألف بائي، ط 6، (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991) ص، 63، 10.

## 2.4 الإذاعة:

### ➤ لغة:

من أذاع الشيء بمعنى نشر وأشاع، وهي بمعنى النشر العام وذيوع ما يقال. (1)  
ويعود مفهوم كلمة الإذاعة إلى لفظ راديو "radius" باللاتينية، وتعني نصف قطر الدائرة، وهذه التسمية تناسب فعلا الإرسال الإذاعي، حيث ترسل الموجات الصوتية عبر الإرسال في شكل دوائر لها مركز الإرسال. (2)

### ➤ اصطلاحا:

هي الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية، وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج، ليلتقطها في وقت واحد المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم، فرادى وجماعات باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة. (3)

وتعرف على أنها البث المنظم والنشر للأخبار، والبرامج والأغاني و التمثيلات والموسيقى وأي مواد إعلامية أخرى موجهة إلى جمهور عام، واستقبال ذلك جماهيريا وعاما بواسطة أجهزة استقبال الراديو، وبذلك أصبح هذا المصطلح يعبر عن خصائص فن قائم بذاته، له مقوماته المادية وجمهوره، ونتيجة جهود وأبحاث متواصلة ثم التوصل إلى الإذاعة بمفهومها الحالي. (4)

وهي إحدى وسائل الاتصال، إلا أن إمكانية استخدامها لاسيما في الدول النامية قليلة لأنها تابعة للحكومة، بينما نلاحظ العكس في الدول الغربية، حيث توجد إذاعات كبيرة، ومنها ما يكون تجاريا حيث يمكن استخدامها في الاتصال الإذاعي. (5)

### ➤ التعريف الإجرائي:

هي إحدى الوسائل الإعلامية الجماهيرية، لها تأثير كبير وهي مجموعة من الإشارات والأصوات، تنقل من المرسل إلى المستقبل على شكل رسالة صوتية مسموعة، يتم إستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر .

(1) عبد الباسط محمد الخطامي، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015)، ص، 20.

(2) محمد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الإتصال الجماهيري، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012)، ص، 127.

(3) عبد الباسط محمد الخطامي، مرجع سابق، ص، 20.

(4) محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، ( عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص، 16.

(5) المرجع نفسه، ص، 17.



## 3.4. الإذاعة المحلية:

## 1.3.4 المحلية:

اشتق مصطلح المحلية local الخاص من الكلمة اللاتينية locus تعني حرفيا المكان، تشير إلى مكان صغير منفصل عن كيانات كبيرة، أو تشير إلى الجزء وليس الكل، وفي الإنجليزية يشتمل المصطلح على عناصر من الجوار والقربة والمدينة والقطر والمقاطعة، ودون المحلي يشتمل على أجزاء من المحلية، localité قطاع أو جزء من المدينة، جيرة، يضيف بعض الباحثين استخدام مفهوم الإعلام المحلي، ويشير إلى مركز الإعلام الداخلي الذي يمكن أن يمتد ليشمل ما قد يطلق عليه اتصالا محليا، مثل أنشطة قصور الثقافة والندوات... وغيرها، فعندما نقول أخبار محلية نعني بها الأخبار الخاصة الداخلية، مقابل الأخبار العالمية الدولية أو المحلية أو الإقليمية، كما تأخذ المحلية بعدا جغرافيا وإداريا، ويأتي البعد الثقافي بدرجة ثانية في تحديد ماهو محلي، ويتم تجسيده عبر المضامين الإعلامية. (1)

## 2.3.4 الإذاعة المحلية:

تعريف الإتحاد العالمي للإذاعة المحلية: "يصنف هذا النوع من الإذاعات، بأنها تستجيب لاحتياجات المجتمع المحلي الذي تخدمه وتساهم في تنميته محاولة تحقيق ديمقراطية الاتصال. وقد تعرف الإذاعة المحلية تقنيا، في ضوء البث منخفض القدرة low powers إلى منطقة سكانية متجانسة، وربما تشير إلى مشاركة transmission جمهور المجتمع المحلي، في إنتاج البرامج أكثر من مشاركتهم في السياسة والتخطيط.

ويقدم ليبري رو libérer وصفا آخر للإذاعة المحلية التي لا تختلف كثيرا عن التعريف السابق، فالإذاعة ومن وجهة نظره "هي الاستخدام النظامي للإذاعة، بهدف تنمية الناس داخل منطقة جغرافية ذات حدود سكانية محدودة بدقة، وهذا يعني الإذاعة بالراديو داخل منطقة جغرافية محددة، لأية جماعة من الناس ذوي طموح وخصائص ومشكلات متشابهة إلى حد كبير. (2)

وتعرف أيضا بأنها "المحطة التي تقوم على خدمة مجتمع محدود أو متناسق، من الناحية الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية...، مجتمعا له خصائص اقتصادية وثقافية متميزة، على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمل رقعة الإرسال المحلي، فالإذاعة المحلية كوسيلة اتصال جماهيري مرتبطة أساسا

(1) ملكية زيد، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة الجزائر للعلوم السياسية، 2015، 2014)، ص، 15.

(2) طارق السيد أحمد الخليلي، معجم مصطلحات الإعلام، (مصر: دار المعرفة الجامعية، 2008)، ص، 79.

بمجتمع خاص محدود المعالم والظروف، وقد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى أو مدن صغيرة متقاربة، تجمعها وحدة اقتصادية وثقافية متميزة.<sup>(1)</sup>

وتعرف الإذاعة المحلية أيضا "هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من ناحيتين، الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية...، مجتمعا له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي، فالإذاعة المحلية - كوسيلة اتصال جماهيري - مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم والظروف."<sup>(2)</sup>

### ➤ التعريف الإجرائي:

هي محطة جهوية تبث رسائلها داخل منطقة جغرافية محدودة (ولاية جيجل)، بهدف تنمية المجتمع المحلي من خلال البرامج المختلفة، التي تبثها بواسطة الراديو من أجل تلبية احتياجات المجتمع المحلي.

### 4.4 إذاعة جيجل المحلية:

هي مؤسسة موجهة إلى جماعة مرتبطين بها، يشعرون أنها ملك لهم نابعة من ذاتهم، تخاطبهم بلغتهم أي استخدام اللهجة المحلية، كما تهتم إذاعة جيجل الجهوية بالمسائل التي يعاني منها المواطنين، وتشغل بالهم لإيجاد حلول لها، وتسهم في إبراز الثقافة المحلية.

كما أنها إذاعة محلية كانت البداية الأولى لها والفعالية، عبر أمواج الأثير في 1 نوفمبر 2006، وهي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من النواحي الجغرافية والاجتماعية للتعبير عن مصالحهم، وتعكس فهمهم وتراثهم وأذواقهم وأفكارهم بل وحتى لهجتهم المحلية.<sup>(3)</sup>

### 5.4 التوعية المرورية:

#### 1.5.4 التوعية:

➤ لغة:

(1) صالح خليل الصقور، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012) ص، 74.

(2) منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع (القاهرة: دار المصرية اللبنانية، 2004) ص، 121.

(3) فاتن قرين، سعاد بويدون، "استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة الإعلامية"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة: محمد الصديق بن يحيى، 2016)، ص، 24، 25.

إن التوعية مأخوذة ومشتقة من كلمة "وعي" التي عرفها قاموس الصحاح، وهو من المعاجم العربية الحديثة على النحو التالي، إن الوعي من الوعاء، واحد الأوعية، يقال أوعيت الزاد والمتاع، إذا جعلته في الوعاء، قال الشاعر:

الخير يبقى وإن طال الزمان والشر أحيث ما أوعيت من زاد.

ووعاه أي حفظه، تقول وعيت الحديث، أعياه وعياه، وإذن واعية والله أعلم بما يوعون، أي يضمرون في قلوبهم من التكذيب، ويقال لاوعي عن ذلك الأمر، أي لا تماسك دونه. (1)

يرى علماء النفس أن الوعي يعني "حالة من اليقظة تتمثل في مجموعة من الأنشطة العقلية، تعكس درجة من درجة الانتباه والفهم التلقائي لمجموعة من الأفكار، أو تعيينه على الإدراك باختلاف درجاته للقضايا التي تحيط به". (2)

#### 2.5.4 التوعية المرورية:

يقصد بالتوعية المرورية جعل جميع مستعمي الطرق من سائقين ومشاة، على علم واقتناع بقواعد وتعاليم وأصول وآداب السير و المرور، التي تكفل لهم السلامة إذا تصرفوا واستعملوا الطريق استعمالاً سليماً، وفق هذه القواعد والأصول والآداب. (3)

كما تعرف على أنها عبارة عن منظومة السياسات والخطط والبرامج الهادفة إلى إنتاج مضامين ورسائل تتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية وتقوم بنشاطات وفعاليات مختلفة وتستخدم وسائل اتصالية مختلفة من أجل نشر هذه المضامين التي تشكل خطاباً مرورياً توعوياً متكاملًا إلى مختلف الشرائح الاجتماعية ومختلف الجماهير المعنية بالتوعية المرورية (4)

(1) شعبان اليمين، "الإعلام والتوعية الأسرية في المجتمع الجزائري"، (مذكرة ماجستير في علم الاجتماع العائلي، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007)، ص، 42.

(2) الهاشمي بن بوزيد بوطالي، "فعالية حملات التوعية المرورية"، ورقة مقدمة في مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، (الرياض: 2006/ 03 /11).

(3) ملف كامل عن التوعية المرورية <File:///c:/afats/desktop/vsers/> . Html. تم الإطلاع عليه يوم/10/01/2018 على الساعة

13 :54

(4) عبد الله بالسعيد، علي بالصحراوي، هجيرة بن عليه، "الإرشادات الإذاعية ودورها في غرس الوعي المروري"، (مذكرة مكتملة لنيل شهادة ليسانس أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح، وقلة، 2014) ص، 87.

كما تعرف على أنها " نوعا من أنواع التوعية الاجتماعية، وتعني بصورة عامة تلقي الفرد جملة من المعارف والمعلومات، وتدريبه على تطبيقها ميدانيا، واكتسابه قيما وعادات تحكم سلوكه عند التعامل مع الطريق سائقا كان أو راكبا أو راجلا. (1)

### ➤ التعريف الإجرائي:

هي إحساس الفرد وامتلاكه لنوع من اليقظة المعنوية والمعرفية، وإدراكه بكل ما يتعلق بالمرور من قوانين وقواعد مختلفة، ومراعاة الفرد لها.

### 6.4 المجتمع المحلي:

#### 1.6.4 المجتمع:

هو ذلك الإطار العام الذي يحدد العلاقات التي تنشأ بين الأفراد، الذين يعيشون داخل نطاقه في هيئة وحدات أو جماعات.

أو هم البشر الذين يقيمون إقامة دائمة على أرض محددة، على شكل تجمع بشري ذو طابع أسري، وتسود بينهم علاقات اجتماعية قائمة على التكافل والتضامن والمنفعة المتبادلة خدمة لمصلحة جميع أفراد المجتمع، بغض النظر عن إنتماءاتهم الدينية أو المذهبية أو العرقية أو الجغرافية.

و المجتمع عبارة عن وحدة واحدة، تتكون من أربع عناصر غير قابلة للتجزئة، إن فقد عنصرا من هذه العناصر فقد المجتمع مفهومه كمجتمع، وتحول إلى المفهوم الرأسمالي المغلوط للمجتمع، فالمجتمع عبارة عن أناس وأفكار ومشاعر وأنظمة، هذه عناصر التكوين الأساسية التي تكون المجتمع، فالناس هم النواة والأفكار والمشاعر هي الرابط الذي يربط الناس، ولذلك لا بد من أنظمة تحدد هذه العلاقات، والتي تقوم على أساس المصلحة بين الناس. (2)

### 2.6.4 المحلي:

(1) الهاشمي بن بوزيد، مرجع سابق، ص، 10.

(2) عدنان أبو أصيب، معجم علم الاجتماع، ( عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010)، ص، 418.

شخص مندمج في تنظيم ينتمي إليه أو في مجتمعه المحلي، يتوحد معه ويعلق كل أهدافه عليه، سواء ما يتصل منها بالوظيفة أو القيادة أو الهيئة، وهو لا يبحث عن اعتراف خارج نطاق انتماءاته المحلية، لأن كل إسهاماته وأنشطته تتركز حولها. (1)

#### 3.6.4 المجتمع المحلي:

هو عبارة عن مجموعة من الأفراد يعيشون في منطقة أو بيئة محددة النطاق والمعلم، كاجتماع أهل القرية أو القبيلة أو أحياء المدينة، أي أن هذا المصطلح يطلق على المجتمعات القبلية الزراعية، كما يطلق على المجتمعات المحلية المتحضرة. (2)

كما يعرف المجتمع المحلي بأنه "وحدة إجتماعية تجمع بين أعضائها مجموعة المصالح المشتركة، وتسود بينهم قيم عامة وشعور بالإنتماء، بالدرجة التي تمكنهم من المشاركة في الظروف الأساسية لحياة مشتركة، والمجتمع المحلي في أوسع معاني المفهوم يشير إلى دلالات وارتباطات مكانية جغرافية (المدن الصغرى والقرى). (3)

وكما يقول بارسوتر: "أنه تجمع الفاعلين في منطقة محددة بصورة تتيح ظهور الأنشطة اليومية المشتركة"، ويتضمن هذا التعريف تفاعل الأفراد في إطار نظامي محلي معقد، يقدم خدمات أساسية للأفراد مع الأخذ في الاعتبار، أن المجتمع المحلي ليس وحدة مستقلة ذاتيا بالضرورة. كما ينظر ماكيفر: إلى المجتمع المحلي على أنه "منطقة تسود فيها حياة مشتركة، سواء كانت قرية أو مدينة صغيرة، بحيث تتميز هذه الحياة المشتركة بمجموعة خصائص تجعلها متميزة عن المناطق الأخرى". (4)

ويعرف المجتمع المحلي بأنه "مجموع السكان الذين يشغلون بقعة جغرافية معينة، ويشتركون في نظام يحدد قوانين الحياة الاجتماعية الخاصة. (5)

(1) محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2006)، ص، 249.

(2) عدنان أبو أصعب، مرجع سابق، ص، 425.

(3) مي العبد الله، مساعد باحث عبد الكريم شيت، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، (بيروت: دار النهضة العربية، 2014)، ص، 247.

(4) مجتمع محلي - ويكيبيديا الموسوعة الحرة - File : /// g:// html. ، تم الإطلاع عليه يوم 10/01/2018 على الساعة 54: 13.

(5) السعيد بولمزاد، قاموس علم الاجتماع، موسوعة مفهوم المجتمع، (جامعة قسنطينة: مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، 2013)، ص، 114.

## ➤ التعريف الإجرائي

هو مجموعة الأفراد تجمع بينهم مجموعة المصالح والاهتمامات، يتميز بالتماسك والشعور بالانتماء، بالإضافة إلى الرباط المشترك في الأفكار والمشاعر والعادات والتقاليد، والاتصال والاحتكاك المباشر بين الأفراد الذين يعيشون في منطقة جغرافية محدودة النطاق، وتحكمهم قيم عامة ويشعرون بالانتماء نحوها.

### 7.4: المفاهيم ذات العلاقة:

#### 1.7.4: السلامة المرورية:

هي الوقاية والحد من وقوع الحوادث المرورية ضمانا لسلامة الإنسان وممتلكاته، وحفاظا على أمن البلاد ومقوماته البشرية والاقتصادية.<sup>(1)</sup>

والسلامة المرورية بمفهومها الواسع، تهدف إلى تبني كافة الخطط والبرامج واللوائح المرورية والإجراءات الوقائية، للحد من أو منع وقوع الحوادث المرورية ضمانا لسلامة الإنسان وممتلكاته، وحفاظا على أمن البلاد ومقوماته البشرية والاقتصادية، وتتمثل عناصر السلامة المرورية في ثلاثة محاور وهي: المركبة، من خلال إجراء الصيانة الدورية، والطريق والعنصر البشري الذي ينقسم إلى قسمين (السائقين، المشاة).<sup>(2)</sup>

### خامسا: الدراسات السابقة.

تعتبر الدراسات السابقة أرضية خصبة ونقطة جوهرية للانطلاق في أي بحث، فعلى أي باحث عند إجراء بحثه، الإطلاع على الدراسات السابقة والمشاهدة التي أجريت حول الموضوع فنظرا للأهمية القصوى للدراسات السابقة، في توجيه وتدعيم مسار البحث العلمي والاستفادة منها، في صياغة الفرضيات وتحليل نتائج الدراسة، هذا مادفعنا إلى إيراد جملة من الدراسات ذات العلاقة بموضوع بحثنا وذلك على النحو الآتي:

<sup>(1)</sup> ماهو تعريف السلامة المرورية- تخصصات بيت كوم- File : ///c:/vsers/ afats/ desk stop/html ، تم الإطلاع عليه يوم: 2018/01/10، على الساعة: 13:43

<sup>(2)</sup> أحمد السيد مريم، ( الرسالة الإعلامية للتوعية والسلامة المرورية في المناهج الأردنية)، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 15، (4- 2014) ص، 209.

## 1.5- الدراسات العربية:

**الدراسة الأولى:** دراسة بعنوان "الثقافة المرورية وعلاقتها بحوادث السير" (دراسة استطلاعية بمحافظة جدة)، من إعداد فريق البحث (سعيد بن فالح الغامدي، محمد بن سعيد الغامدي) تمثل الهدف الرئيسي من الدراسة حول معرفة الثقافة المرورية وعلاقتها بحوادث السير، وتمحورت الدراسة حول تساؤلات فرعية وهي كالاتي:

- هل الثقافة المرورية مرتبطة بالتحصيل العلمي لقائد المركبة؟.
- هل الثقافة المرورية مرتبطة بالمهنة التي يشغلها قائد المركبة؟.
- هل الثقافة المرورية مرتبطة بعمر قائد المركبة؟.

وقد اعتمد الباحثان في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره يقوم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة، واعتمد الباحثان على أداة الإستبانة كأداة أساسية لجمع المعلومات، وقد أجرى الباحثان اختبارا مبدئيا للاستمارة، على مجموعة من طلاب وموظفي جامعة الملك عبد العزيز، بهدف التأكد من سهولة ووضوح أسئلة الإستبانة، كما تم تصميم إستبانة خاصة بالعاملين في المرور بمحافظة جدة، بغرض استطلاع آرائهم والإجابة على الإشكالية المطروحة، ثم استجواب عينة مكونة من (900) مفردة، وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة عمدية "قصديّة" شملت اختيار شرائح المجتمع المختلفة، سواء في الطريق أو المؤسسات أو أحياء منطقة الدراسة.

وكشفت الدراسة على نتائج هامة وهي كالاتي:

- أظهرت النتائج أن نسبة 11.3 % من مجموع السائقين أفراد العينة، يقومون بقيادة السيارات بدون رخصة القيادة، وهي نسبة عالية في الواقع، ومخالفة صريحة لأنظمة السير ونظام المرور.
- كما بينت النتائج أن ثقافة السائقين لازالت دون المستوى المطلوب، فعملية فحص السيارة بصفة دورية تدل على وعي السائقين، أما من خلال النتائج نلاحظ أن 68% منهم يقومون بالفحص من سنة إلى أخرى عند الحاجة، ونجد أن غالبية العينة لا يفتقدون مركباتهم قبل القيادة.
- السائق يشغل نفسه أثناء القيادة بأشياء أخرى، من بينها التدخين أثناء القيادة بنسبة 68.7 % واستخدام الهاتف النقال بنسبة 46.2%.

- أما حزام الأمان الذي تركز عليه حملات المرور، فلا يزال في نظر البعض غير ضروري وأن نسبة 55.6% لا يربطون الحزام، إلا داخل المدينة ويستخدمونه فقط كي لا يحصلون على مخالفات.
- إن كثرة ارتكاب مفردات العينة لحوادث المرور، تدل على عدم ارتفاع مستوى الوعي لديهم، فنسبة 67.1% سبق لهم أن ارتكبوا حوادث مرور وهي نسبة مرتفعة.
- كما بينت النتائج أن هناك علاقة بين فئات العمر وبين حوادث المرور، فكلما زاد عمر السائق إنخفضت نسبة الحوادث الذي له علاقة بالالتزام وعدم الاندفاع، وجاءت النتائج عكس المتوقع، ففئات العمر الصغرى أكثر معرفة بمذلول إشارة المرور، أما نسبة فئات العمر الكبرى كانت الأقل.
- أما النتائج بالنسبة لرجال المرور، فيرى رجال المرور أن السائقين ليسوا على درجة عالية من الوعي من حيث التعامل مع الآخرين، ومن حيث الالتزام بنظام المرور.
- كما بينت النتائج أن رجال المرور أنفسهم يرتكبون مخالفات ب44%، وهذا يؤكد أن عملية الثقافة والوعي، تكاد تكون متقاربة بين السائقين ورجال المرور.<sup>(1)</sup>

#### - التعقيب على الدراسة:

- تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت الثقافة المرورية وعلاقتها بحوادث السير ، كما تشابه مع دراستنا في الإجراءات المنهجية، حيث تندرج ضمن الدراسات الوصفية.
- غير أن الدراسة تختلف مع دراستنا في المجال الزماني ومجتمع الدراسة، وقد أفادتنا الدراسة في التعرف أكثر على متغيرات الدراسة بصورة واضحة، والإحاطة بجوانب الموضوع والاستفادة من نتائج الدراسة، وتحليل وتفسير النتائج بهدف الكشف عن أوجه التشابه والاختلاف، بين نتائج الدراسة ودراستنا.
- **الدراسة الثانية:** دراسة بعنوان "مسموعية الإذاعة ودورها في نشر الوعي المروري"، (دراسة ميدانية على عينة من السائقين بمدينة ورقلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي ، من إعداد الطالبة وانيس ليندة، بجامعة قاصدي مرباح بولاية ورقلة سنة 2014-2015).

(1) سعيد بن فالخ الغامدي، محمد بن سعيد الغامدي، "الثقافة المرورية وعلاقتها بحوادث السير"، (دراسة استطلاعية بمحافظة جدة).



تمحورت إشكالية الدراسة حول " ما مدى مساهمة الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري"، وتفرعت عنها تساؤلات فرعية تمثلت في:

- ما مسموعية الإذاعة المحلية و نشر الوعي المروري؟.

- هل تؤثر حملات التوعية المرورية على سلوك السائقين؟.

واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعتمد على دراسة الظواهر الاجتماعية، ويصف الظاهرة وصفا موضوعيا من خلال البيانات، ويتحصل عليها باستخدام أدوات تقنيات البحث العلمي.

كما اعتمدت على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات من مصادرها، واعتمدت على العينة العشوائية البسيطة، وللإجابة على الإشكالية المطروحة تم استجواب عينة مكونة من 100 مفردة من السائقين.

وتمثل المجال المكاني لهذه الدراسة في مدينة ورقلة بالجنوب الشرقي للجزائر، أما المجال الزماني حيث أجريت هذه الدراسة في الموسم الجامعي (2014-2015)، أين باشر الجانب النظري لهذه الدراسة من شهر ديسمبر إلى غاية شهر فيفري، أما الدراسة الميدانية فبدأت من 2015/03/10 إلى غاية 2015/03/19، أما المجال البشري فيتمثل في جمهور السائقين بمدينة ورقلة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج هامة تمثلت في:

- أن لوسائل الإعلام فعالية، وخاصة الإذاعة المحلية التي تقدم حملات التوعية المرورية للمواطنين، وبالتالي فإن للإذاعة مسموعية من قبل الجمهور.

- تساهم حملات التوعية المرورية في إثراء وتدعيم الجمهور بالمعارف المرورية الجديدة، وكانت بنسبة 38.33% هي احترام قوانين المرور.

- لحملات التوعية المرورية عبر الإذاعة دور فعال، في تعديل وتطوير سلوك السائقين، وذلك باحترام قوانين المرور لأن عدد الذين يشعرون بالمسؤولية عند سماعهم لفواصل حملات التوعية المرورية بلغت نسبة 75%.

- إن فواصل حملات التوعية المرورية تساهم في تذكير السائقين باحترام قوانين المرور حتى بلغت نسبة 96.67%، الذين أجابوا بأن هذه الفواصل تذكرهم باحترام قوانين المرور.<sup>(1)</sup>

### - التعقيب على الدراسة:

تناولت هذه الدراسة "مسموعية الإذاعة ودورها في نشر الوعي المروري"، وهذا ما يبين أنها جاءت مشابهة مع دراستنا التي حاولت معرفة مساهمة الإذاعة المحلية في التوعية المرورية. كما تبين الدراسة نقاط اختلاف مع دراستنا، في العينة المختارة لإجراء الدراسة والمجال المكاني والزمني للدراسة، حيث كانت الدراسة سنة 2015 بولاية ورقلة، أما دراستنا فجاءت في سنة 2018 بولاية جيجل.

واستفدنا من الدراسة في عملية بناء فكرة عن دراستنا، انطلاقاً من النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة، وأيضاً فهم متغيرات الدراسة بصورة واضحة، وأيضاً الاستفادة في صياغة فرضيات الدراسة، إذ أن دراستنا تحاول التغطية من جوانب أخرى وزاوية مختلفة، بتغيير المجال المكاني والزمني للدراسة، بالإضافة إلى الاستفادة من الدراسة في تحليل النتائج وتفسيرها، بهدف الكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين نتائج الدراسة ودراستنا.

- **الدراسة الثالثة:** دراسة بعنوان "تأثير الإذاعة الجهوية لعين الدفلى على الثقافة المرورية لمستمعيها" (دراسة ميدانية بإذاعة عين الدفلى الجهوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الإعلام والاتصال، للطالب أحمد كبان).

أجريت الدراسة بجامعة الجيلاي بونعامة - خميس مليانة، سنة 2014-2015، تمحورت إشكالية الدراسة حول "ما مدى تأثير إذاعة عين الدفلى الجهوية على الثقافة المرورية لمستمعيها من خلال برامج التوعية المرورية"، واندرجت تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية الآتية:

- ماذا نعني بالإعلام المحلي؟.

<sup>(1)</sup> ليندة وانيس، "مسموعية الإذاعة ودورها في نشر الوعي المروري"، (مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مباح- ورقلة، 2014-2015).

- ماذا نعني بالإذاعة المحلية والجهوية وما مدى تأثيرها على مستمعيها؟.
  - ماهي البرامج التي يراها المستمع المحلي أنها مساهمة في تنمية الثقافة المرورية؟.
  - ماهي دوافع استماع سكان عين الدفلى للإذاعة الجهوية؟.
  - ماهي الإشباعات التي تحققها إذاعة عين الدفلى الجهوية لمستمعيها؟.
- واعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف إلى معرفة تأثير مضامين الإذاعة المحلية لعين الدفلى، على تلقين الثقافة المرورية لمستمعيها.
- وتم اختار استمارة استبيان كأداة أساسية لجمع المعلومات والبيانات، وتمثل مجتمع الدراسة على حاملي بطاقة السياقة وراكبي الدراجات والراجلين، على مستوى منطقة إرسال عين الدفلى الجهوية، واعتمد على العينة القصدية التي تمثل حجمها في 80 مفردة، مست مفردات شرائح المجتمع المحلي لإذاعة عين الدفلى.
- وتمثل المجال المكاني في نطاق البث للإذاعة الجهوية لعين الدفلى، أما المجال الزماني فجاء في سنة 2014-2015، حيث أن الفترة شهدت ارتفاع محسوس لحوادث المرور، ما رفع في مقابل ذلك الجهود الرسمية للإذاعة المحلية لعين الدفلى، لتتصدى لهذا التفاقم من خلال حصتي على مهلك، رفيقك في الطريق، التي صنفتهما من مضامين الثقافة المرورية لعين الدفلى.
- وتوصل الباحث إلى نتائج هامة وهي كآآتي:
- تأثير إذاعة عين الدفلى على السلوك الاجتماعي، هو ما يعكس قوة العلاقة التي تنشأ بين الإذاعة وجمهورها، كما يؤكد هذا التفاعل أن إذاعة عين الدفلى تشبع حاجات وتطلعات مستمعيها من المجتمع المحلي.
  - الإعلام المحلي هو ذلك النوع من الإعلام الذي يقوم على المشاركة، فهو يخبر ويثقف ويشرح ويوجه ويرى، ويحافظ على قيم أصيلة وينبذ قيم سلبية عقيمة لحوادث المرور.
  - تلعب إذاعة عين الدفلى دورا قويا في مجال ترشيد سلوك المواطنين، وخصوصا الوعي المروري المنحط.

- العلاقة التنسيقية بين إذاعة عين الدفلى وأمن الطرقات وجمعية طريق السلامة، ومصالح الأمن والحماية المدنية هي علاقات تخدم البرامج التحسيسية التربوية والاجتماعية. (1)

#### - التعقيب على الدراسة:

تناولت الدراسة موضوع " تأثير الإذاعة الجهوية لعين الدفلى على الثقافة المرورية لمستمعيها"، وهو ماجاء متوافق مع دراستنا التي تناولت موضوع إذاعة جيغل المحلية ومساهمتها في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي، وكلا الدراستين يتشابهان في المتغير التابع، كما يتشابهان في نوع العينة وهي العينة القصدية.

وتختلف الدراسة مع دراستنا في مجتمع البحث، والمجال المكاني والزمني.

وبغض النظر إلى الاختلافات بين الدراستين، إلى أنها أفادتنا كثيرا في الإحاطة بجوانب الموضوع وأعطتنا نظرة شاملة عنه، سواء من الناحية المنهجية أو النظرية، وأيضا الاستفادة من الدراسة انطلاقا من النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة، إذ أن دراستنا تحاول التغطية من جوانب أخرى وزاوية مختلفة، بتغيير المجال المكاني والزمني للدراسة، وأيضا الاستفادة من الدراسة في تحليل وتفسير النتائج.

- **الدراسة الرابعة:** دراسة بعنوان " الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر"، دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، من إعداد الطالبة تباني عبير، بجامعة محمد خيضر بسكرة، لسنة 2011-2012.

تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة: مامدى فعالية الحملات الإعلامية (الفواصل الإعلامية) الخاصة بالتوعية المرورية المقدمة من طرف إذاعة سطيف الجهوية، واندرجت ضمن هذه الإشكالية تساؤلات فرعية كالاتي:

(1) أحمد كبان، " تأثير الإذاعة الجهوية لعين الدفلى على الثقافة المرورية لمستمعيها"، (مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجليلاني بونعامة- خميس مليانة، 2014-2015).

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

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

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

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

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

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، والذي يعتبر من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة الوصفية منها، أما عن أدوات جمع البيانات فاعتمدت الباحثة على أداة الملاحظة واستمارة الاستبيان، كأداة لجمع المعلومات والبيانات.

كما إتخذت الباحثة في هذه الدراسة السائقين كمجتمع بحث، وللإجابة على الإشكالية المطروحة، تم استجواب عينة مكونة من 100 مفردة من السائقين، واعتمدت الباحثة على العينة القصدية الغير العشوائية، والتي تستهدف بالأخص مستمعي إذاعة سطيف الجهوية.

بالنسبة للمجال المكاني والزماني للدراسة، فتحدد المجال المكاني بولاية سطيف التي تعتبر ثاني أكبر ولايات الوطن بعد العاصمة، أما المجال الزماني فقد استغرقت الدراسة الميدانية حوالي ستة أشهر، حيث انطلقت أواخر شهر مارس واستمرت إلى أواخر شهر أوت، وانقسمت إلى ثلاثة مراحل: مرحلة إعداد الاستمارة وتوزيعها، مرحلة جمع استمارة الاستبيان ومراجعتها والقيام بتفريغ البيانات، مرحلة القيام بعملية تحليل وتفسير النتائج المتحصل عليها.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج هامة وهي كالآتي:

- أظهرت النتائج فيما يتعلق بمدى تعرض جمهور السائقين للحملات الإعلانية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية أن، أغلب السائقين يستمعون إلى هذه الفواصل الإعلانية.

- كما بينت نتائج الدراسة أن، السائقين يفضلون بالدرجة الأولى أن تقدم هذه الفواصل الإعلانية بالعامية (اللهجة المحلية)، كونها الأقرب إلى فيئات المجتمع باختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية.
  - كشفت النتائج الخاصة بمدى تأثير الحملات الإعلانية (الفواصل الإعلانية)، الخاصة بالتوعية المرورية (كمتغير مستقل) على سلوكيات جمهور السائقين أن: السائقين يعتمدون على هذه الفواصل كمصدر للمعلومات، حيث أكدوا عدم استفادتهم منها معرفيا نظرا لبساطة معلوماتها وعدم جديتها، غير أنهم أشاروا إلى دور آخر لهذه الفواصل، وهو إشعارهم بالمسؤولية أثناء قيادتهم السيارة وهو تأثير جد إيجابي نظرا لأهمية الشعور بالمسؤولية في مجال السياقة.
  - كما أظهرت النتائج تأثير المتغيرات السوسيو ديموغرافية المعمول بها في الدراسة (السن، المستوى الدراسي)، على آراء وتوجهات وسلوكيات جمهور السائقين، حيث أظهرت أن المرأة أقل تعرضا لحوادث المرور من الرجل، والأكثر احتراما لقواعد وقوانين المرور والأكثر تأثرا بأسلوب التخويف<sup>(1)</sup>.
- التعقيب على الدراسة:

أوضحت الدراسة نقاط اختلاف مع دراستنا، وتمثلت نقاط الاختلاف في أهداف البحث، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة، والبحث في الحملات الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية ومدى فعاليتها، إضافة إلى الاختلاف في مجتمع البحث الذي تمثل في السائقين، أيضا الاختلاف في الجانب المكاني والزمني للدراسة، فالمجال المكاني كان بولاية سطيف أما دراستنا فكانت بولاية جيجل، في حين حدد المجال الزمني للدراسة في سنة 2011-2012، أما دراستنا فجاءت في فترة أخرى متباينة سنة 2017-2018.

أما نقاط التقاطع بين هذه الدراسة ودراستنا فتمثلت في المنهج والأداة والعينة.

واستفدنا من هذه الدراسة في صياغة الفرضيات، وأيضا كانت كمنطلق لدراستنا (العلم تراكمي) وذلك بالتركيز على الزوايا التي لم تتطرق إليها الدراسة، أيضا تكمن الاستفادة في التعرف على متغيرات الدراسة بصورة واضحة، كما أفادتنا في التعرف على أهم نتائج الدراسة مما يساعدنا في

<sup>(1)</sup> عبير تباني، " الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر"، (مذكرة ماجستير في علم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011-2012).

تحليل النتائج وتفسيرها، بهدف الكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين نتائج هذه الدراسة ودراستنا.

- **الدراسة الخامسة:** دراسة بعنوان " دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر، مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية"، دراسة وصفية استطلاعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من إعداد فتيحة بن عباس، جامعة الجزائر3، لسنة 2011-2012. تمحورت إشكالية الدراسة حول عدة تساؤلات من بينها:

- ماهي أسباب حوادث المرور؟.
- ماذا تبين إحصائيات الحوادث في المناطق الحضرية مقارنة مع المناطق الريفية؟
- ماهو دور مصالح الأمن في مجال الأمن المروري؟.
- ماهو دور الإعلام وماهي أهدافه في التوعية والوقاية من حوادث المرور؟.
- كيف يلعب الإعلام دوره في التوعية والوقاية من الظاهرة وكيف يستخدم من طرف مصالح الأمن؟.

- هل هناك إستراتيجية إعلامية معتمدة في التوعية والوقاية من حوادث المرور وماهي؟.

تمثلت التساؤلات الفرعية في الآتي:

- ماذا تبين إحصائيات حوادث المرور المنجزة من طرف مصالح الأمن (قيادة الدرك الوطني المديرية العامة) للأمن الوطني من جهة، ومن جهة أخرى:

- 1- ماذا تبرهن هذه الإحصائيات؟.
- 2- هل هناك اختلاف في المتسبب الرئيسي لهذه الحوادث في المناطق الريفية أو المناطق الحضرية؟.
- 3- ما الذي ينص عليه القانون وهل يحترم هذا الأخير؟.
- 4- ماهي الإمكانيات المسخرة للتقليل من الظاهرة؟.
- 5- إذا كانت هناك خطة إعلامية للتوعية والوقاية، وماهي المرامي والغايات والوسائل والأدوات والبرامج والآليات؟.

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على لغة الأرقام والدلالة الإحصائية، في إطار وصفي واستطلاعي لظاهرة حوادث المرور، بالمقارنة بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية الجزائرية، ولقد توصلت إلى اختيار هذا المنهج بعد القيام بالبحث الاستطلاعي، ومن الأدوات الأساسية التي استخدمت لجمع البيانات في منهج المسح الوصفي نجد (الملاحظة، المقابلة، الاستبيان).

أما مجتمع البحث تمثل في سائقي المركبات البرية بجميع أصنافها، وبما أن الدراسة حاولت الإلمام بمستويات متعددة مرتكزة على إحصائيات المديرية العامة للأمن الوطني، بالمقارنة مع إحصائيات قيادة الدرك الوطني، وكذا دور الإعلام لتحليل الإشكاليات العامة للموضوع، فقد اعتمدت أولاً على هذه الإحصائيات كعينة إجمالية مصممة بشكل قصدي منظم، لإبراز وإجلاء بعض المظاهر والمسببات في حوادث المرور، بالمقارنة بين المناطق الحضرية والمناطق الريفية.

مجالات الدراسة: الإطار الجغرافي حدد بالطابع في الجزائر التي تبلغ مساحتها 2.381.741 كلم، وهي تحتل المرتبة العاشرة في العالم وجاءت الدراسة شاملة لجميع القطر الوطني.

أما المجال الزمني فقد تم اختيار الفترة الممتدة بين 2004 و 2005 لدراسة الموضوع، هذا بالنظر لوجود وثائق ودراسات حول هذا الموضوع في مصالح الأمن وتحليل البيانات والإحصائيات لسنة 2004 مقارنة بسنة 2005.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج وتوصيات أهمها:

- إن الإعلام يبين أن خطورة حركة المرور تابعة لسلوكات مخالفة لقوانين المرور، وأن هذه السلوكات مجسدة من طرف جميع شرائح المجتمع، أي رجل وامرأة، الصغير والكبير، المثقف والأمي، المسؤول والمواطن البسيط.

- للتلفزيون تأثيرات فعلية في تصورات وتصرفات المشاهدين، لاسيما البرامج التي ترمي إلى تحسين وتوعية وتوجيه المشاهد.



- يساهم التلفزيون في تبليغ الرسالة الوقائية، سواء كان ذلك عبر تغطية النشاطات المختلفة للتظاهرات الوقائية، أو عن طريق إدماج حصص استثنائية أو أركان ضمن برامجها، مثل الحصص الصباحية والحصص الخاصة بالأطفال.
- يتكفل التلفزيون في عمليات التوعية والتحسيس من حوادث المرور، عن طريق الومضات التي تنجز من طرف وزارة النقل وتبث على الشاشة.
- أما التوصيات التي توصلت إليها الدراسة:
- التركيز على وضع إستراتيجية اتصال متميزة مطابقة للواقع المعاش، وذات مصداقية وتكون مستمرة عبر الزمن.
- إسناد عملية الإتصال والتوعية المرورية، لهيئة تشرف على عمليات التنسيق بين الأخصائيين والمتعاملين في مختلف القطاعات.
- تخصيص حصص إذاعية وتلفزيونية خاصة بالتوعية المرورية، وكذلك ومضات تحسيسية.
- التركيز في عملية التوعية على الجانب البشري باعتباره يمثل أعلى نسبة تتسبب في حوادث المرور.
- ضرورة البحث الجاد والدائم في ميدان الإعلام المروري، ومراجعة قانون المرور من أجل ألقلمته مع الظروف الحالية.<sup>(1)</sup>
- التعقيب على الدراسة:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا، في كونها حاولت دراسة دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور، وهو ما يتوافق مع دراستنا التي جاءت لمعرفة دور الإذاعة المحلية في التوعية المرورية، أيضا تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في العينة المختارة وهي العينة القصدية.

غير أن نقاط الاختلاف جاءت في الحدود المكانية والزمانية لكلا الدراستين، حيث جاءت هذه الدراسة في فترة زمنية متباينة مع دراستنا التي كانت في سنة (2017-2018)، بولاية جيجل أما هذه الدراسة كانت في سنة (2004-2005) في الجزائر.

(1) فتيحة بن عباس، " دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر"، (أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2011-2012).

وبعض النظر عن بعض الاختلافات بين هذه الدراسة ودراستنا، إلا أنها أفادتنا كثيرا في التعرف بصورة أدق على جوانب الدراسة، في الجانب المنهجي والنظري للدراسة، كذا التعرف على نتائجها للاستفادة منها في تحليل نتائج دراستنا وتفسيرها، بهدف الكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين نتائج هذه الدراسة ودراستنا.

- **الدراسة السادسة:** دراسة بعنوان " دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي"، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة وبسكرة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، من إعداد مالك شعباني، بجامعة منتوري- قسنطينة، لسنة 2005-2006. وتمحورت إشكالية الدراسة حول " معرفة دور إذاعة سيرتا (F.M) والزيان المحليتين، في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين". وجاءت فروض الدراسة كالآتي:

- تولى الإذاعة المحلية سيرتا (F.M) والزيان أهمية معتبرة للمواضيع الصحية.
- تقدم الإذاعة المحلية سيرتا (F.M) والزيان برامج صحية شاملة لمختلف الأمراض، تتضمن نصائح وإرشادات وقائية وعلاجية لمستمعيها.
- تساهم الإذاعة المحلية سيرتا (F.M) والزيان في تكوين ثقافة صحية لدى مستمعيها
- تؤدي الإذاعة المحلية سيرتا (F.M) والزيان دورا هاما في التأثير على سلوك مستمعيها لتشكيل الوعي الصحي.

اعتمد الباحث في الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، الذي يندرج تحت طائفة الدراسات الوصفية ذات المنحنى الكشف التفسيري، كما اعتمد الباحث على المنهج الإحصائي وذلك من خلال تبويب البيانات، كما اعتمد على المنهج المقارن لدراسة أوجه الاختلاف والتشابه بين الإذاعتين المحليتين سيرتا (F.M) والزيان، في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين.

واستخدم الباحث أداة المقابلة والاستمارة، كأدوات لجمع البيانات التي يتطلبها البحث الميداني واعتمد على العينة العشوائية المنتظمة، بالنسبة لمفردات العينة في الأقسام بجامعة بسكرة، وتمثل مجتمع

البحث في هذه الدراسة في طلبة جامعتي قسنطينة وبسكرة، وتم تضيق مجتمع البحث وحصره في قسم علم الاجتماع في كل من جامعتي قسنطينة وبسكرة، وللإجابة على الإشكالية المطروحة تم استجواب عينة مكونة من 100 طالب.

بالنسبة للمجال المكاني، فتحدد بجامعتي منتوري بقسنطينة وجامعة محمد خيضر ببسكرة، أما المجال الزمني للدراسة فبدأ في شهر فيفري 2006، وكانت البداية زيارة استطلاعية جمعت فيها كل البيانات المتعلقة بعدد الطلبة، الذين ستجرى معهم الدراسة في 2006/02/11، ثم إعداد أسئلة الاستمارة وتحكيمها، ثم النزول إلى توزيع الاستمارات البحثية في 2006/03/01، ثم جمع الاستمارات وتحليلها وتفسيرها.

توصلت الدراسة إلى نتائج هامة وهي كالآتي:

- نتائج الفرضية الأولى أوضحت أن الإذاعتين سيرتا والزيبان، تستقطبان نسبة كبيرة من أفراد العينة فيما يتعلق بالجانب الصحي، مع وجود تفاوت طفيف في الاستقطاب بين الإذاعتين.
- بينت النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية، أن الإذاعتين تقدمان حصص كثيرة وشاملة لمختلف المواضيع الصحية المتنوعة، وكذا اهتمام المبحوثين بالنصائح الطبية التي تقدمها الإذاعتين.
- كما بينت النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة، أن نسبة 95.56% بجامعة قسنطينة ونسبة 91.30% بجامعة بسكرة، أن برامج الصحة المقدمة بالإذاعتين مفيدة، حيث انعكست مردودية وفعالية هذه البرامج بشكل إيجابي.
- وبينت النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة، أن نسبة 51.11% بجامعة قسنطينة و73.91% بجامعة بسكرة، استجابوا للنصائح الطبية المقدمة بالإذاعتين، وهذا يدل على تأثرهم بالبرامج الصحية التي تقدمها كلا الإذاعتين<sup>(1)</sup>.

(1) مالك شعباني، "دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي"، (مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري - قسنطينة، 2005 - 2006).

## - التعقيب على الدراسة:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في متغير الدراسة المتمثل في دور الإذاعة المحلية، كما تشابه في الإجراءات المنهجية مع دراستنا، حيث تندرج ضمن الدراسات الوصفية. غير أن الدراسة تختلف في الحدود المكانية والزمنية مع دراستنا، وأيضا المتغير التابع حيث تناولت الدراسة الوعي الصحي لدى الطالب، أما دراستنا تناولت التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي. وبغض النظر عن الاختلافات بين الدراستين، إلا أنها أفادتنا في الإحاطة بجوانب الموضوع، وأيضا الاستفادة منها انطلاقا من النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة إذ حاولت دراستنا التغطية من جوانب أخرى مختلفة بتغيير المجال المكاني والزمني للدراسة.

## سادسا: فرضيات الدراسة.

تعتبر الفرضية حجر الأساس الذي يحدد للباحث مسار البحث، بهدف الوصول إلى النتائج وهي عبارة عن تخمين، فهي الإجابة المحتملة على سؤال البحث، الذي لا نعلم بعد إن كان مؤسسا أو مشكوكا فيه، غير أننا نعتقد بأن الواقع سوف يحكم عليه إما بالصدق أو التشكيك فيه. وتكتسي الفرضية أهمية بالغة، فهي تمكن من تنظيم كل البحث حول هدف محدد، وبهذا جاءت فرضيتنا على النحو الآتي:

### - الفرضية الرئيسية:

تساهم إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي بنسبة معتبرة.

### - الفرضيات الفرعية:

- يقبل مستمعي إذاعة جيغل المحلية على برامج التوعية المرورية أحيانا.
- تساهم إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية لدى المجتمع المحلي بشكل فعال.
- تشجع برامج التوعية المرورية عبر إذاعة جيغل المحلية حاجيات ورغبات الجمهور، من خلال الحصول على معلومات جديدة في مجال التوعية المرورية.
- تؤثر برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية إيجابا على سلوك المستمعين في المجال المروري.

سابعاً: المقاربة النظرية:

تعتبر النظرية أداة هامة تساعد الباحث في بناء إشكالية الدراسة ووضع المنهج والأداة، بالإضافة إلى تحليل النتائج وتفسيرها في ضوء المقاربة، صياغة الأسئلة، عرض أدبيات الدراسة. وتعرف النظرية بأنها "كل شيء وأهم شيء في العلم، لأن مداها أبعد من المعارف المجموعة أو المنقولة، وهي ضرب من الاتصال الذهني، يسهل جمع المعارف والاستغناء عن بعضها البعض أحياناً.<sup>(1)</sup>

كما تعرف بأنها "بناء مجرد للتفسيرات و التنبؤات للعلاقة بين الظواهر، وبناء النظرية هو إذا، إجراء يقوم على اختيار سلسلة من الحجج لتبرير الأحداث والظواهر وهكذا، فتفسير أي ظاهرة يعتمد على نظريات تربط الأفكار حول الملاحظات التي تقيمها، فهي نظام تفسيري يميل نحو اليقين الذي يأخذ صفة الشرعية، علاوة على أنها تقوم بتنظيم أحداث وظواهر الواقع في إطار البحث.<sup>(2)</sup> وتوظف هذه الدراسة نظريتين هما نظرية "الاستخدامات والإشباعات"، ونظرية "طلب المعلومات (إلتماس المعلومات)"، للوصول إلى النتائج المرجوة، وفيما يلي يتم عرضهما:

1.7: نظرية الاستخدامات والإشباعات:

1- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعرف نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنها "انطلقت من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي، لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية".<sup>(3)</sup>

2- أفكار نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تطرح هذه النظرية أفكاراً هي:

- أن الجمهور المتلقي نفسه صاحب المبادرة، في تقرير الوسائل والأساليب التي يتلقى بها الإعلام ما يتفق وحاجاته ورغباته، فالمبادرة في ربط إشباع الحاجات باختيار الوسيلة المناسبة تخضع للمتلقي نفسه في عملية الإتصال بال جماهير.

(1) بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011) ص، 79.

(2) فضيل دليو، البحث في الاتصال: عناصر منهجية، ط2، (قسنطينة: مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، 2009) ص، 159.

(3) بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص، 84.

- أن رغبات الجمهور عديدة ولا يلبي الإعلام إلا بعضها منها، لأن الحاجات التي تخدمها وسائل الإعلام، تشكل جزءا من نطاق أهم من حاجات الإنسان لوجود بدائل أخرى، لإشباع تلك الحاجات كاللعب والزيارات، ولقاءات الجماعات الأولية والمجاملات الاجتماعية.
- الإعلام يقوم بتحقيق ثلاث تأثيرات من خلال اعتماد الناس عليه، وهي التأثيرات المعرفية، التأثيرات العاطفية والتأثيرات السلوكية.
- ويرى كاتر أننا كنا في الماضي نسأل: ماذا تفعل وسائل الإعلام للناس؟، بدلا من أن نقول: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟. ويرى أن الكثير من الأبحاث انطلقت من وجهة نظر ما أسماه "مسك الدفاتر" الدالة على السؤال الأول، أكثر من انطلاقها من وجهة نظر الاستعمالات والإشباع الدالة على صيغة السؤال الثاني. (1)

### 3- مدخل الاستخدامات والإشباع:

- يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع، أن الأفراد يحتاجون إلى إشباع احتياجاتهم من وسائل الإعلام، كما يقوم الأفراد باستخدام المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام، تختلف أهميتها وفقا لاحتياجاتهم.
- على الرغم من أن مدخل الاستخدامات والإشباع يركز على العلاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام، فهو:
- يركز على التساؤل الخاص: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟.
- والاستخدام كوسيلة إعلامية يعني معدل القراءة أو المشاهدة أو الاستماع لها.
- يركز مدخل الاستخدامات والإشباع على تحديد الاحتياجات المختلفة والإشباع الناتجة عن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
- يهتم مدخل الاستخدامات والإشباع أيضا بالإجابة على السؤال الأساسي وهو: أين يذهب الأفراد لإشباع احتياجاتهم.

(1) محمد علي أبو العلا، فن الاتصال بالجمهور: بين النظرية والتطبيق، (دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2014)، ص، 84.

- يركز المدخل على المستوى الفردي فقط.
- يقدم مدخل الاستخدامات والإشاعات تصميمًا معقدًا من الناحية الإجرائية لقياس متغير الوسيلة.<sup>1</sup>
- يؤكد مدخل الاستخدامات والإشاعات على أهمية فكرة الجمهور القوي، والتي تؤكد ضرورة اختبارات الجمهور.

#### 4- نشأة نظرية الاستخدامات والإشاعات:

يرجع الاهتمام بالإشاعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري، إلى بداية بحوث الإتصال الجماهيري، بالرغم من أن هذه البحوث اهتمت في الأصل بدراسة التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام، ومن المنظور التاريخي نجد أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات أخرى منذ بداية الأربعينيات، وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع، التي تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي على دراسة مضمون وسائل الإتصال، بشكل أكثر من تركيزها على اختلافات إشاعات الفرد، كما يقول عالم الإعلام والاتصال كاتز "Katz".<sup>(2)</sup>

كما ظهرت هذه النظرية بصورة كاملة في كتاب "استخدامات وسائل الإتصال الجماهيري" من تأليف "كاتز وبلوملر" "Katz et blumeler" 1974، حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب، ودوافع استخدام الفرد من جانب إلى آخر.

ومن وجهة نظر كاتز وبلوملر "Katz et blumeler" فإن وجهة نظر الاستخدامات والإشاعات يعني بما يلي:

- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.
- الاحتياجات التي يتولد عنها والتوقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:
- أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها الإشاعات والاحتياجات، ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup> ) علي عبد الفتاح علي، نظريات الإعلام والاتصال الحديث، (عمان: دار الأناضول للنشر والتوزيع، 2013)، ص، 156، 157.

<sup>(2)</sup> بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سابق، ص، 84.

<sup>(3)</sup> مصطفى يوسف كاني، الرأي العام ونظريات الاتصال، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015)، ص، 214، 215.

ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة، على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من "هيرتا- وهيرزوغ" عام 1944، والتي همت للكشف عن إشباعات الجمهور والرأي، وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية.

وخلال عام 1945 فقد تمكن "براسون" من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين، بسبب إضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالاً للجمهور، ما الذي إفتقده بسبب غياب هذه الصحف، وتوصل إلى أن ما تقوم به من أدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات، والهروب من الواقع اليومي.<sup>(1)</sup>

وكما ارتبطت البدايات لهذه البحوث بالدراسات الإمبريقية لتأثير الوسائل، ومن روادها "أرنهيم" 1944 الذي حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤذيها المسلسلات لربات البيوت، "بيرلسون" 1949 الذي استغل إضراب الصحافة للتأكد من الدوافع التي تجعل القراء يفتقدون يوميتهم المعتادة.

انتشر هذا التوجه الوظيفي في السبعينيات "mc.quail 1972" حيث كثف الباحثون من جهوداتهم حول دراسة رضا الجمهور، محولين وضع معاملات الارتباط الجبري بين طلبات ودوافع الجمهور (الاستعلام، تأكيد الهوية، الاندماج، التسلية...)، وتجاربه ومحيطه الاجتماعي وبين استعمالاته لوسائل الإتصال.

أما في يومنا هذا فالباحثون يهتمون بالمشاركة الإيجابية للجمهور، في بناء معاني خاصة بالرسائل التي يستقبلها، وذلك في إطار مقارنة (نفسية إجتماعية) أو (تفاعلية) مع الدينامكية الثقافية للمحيط الذي ينتمي إليه الجمهور.<sup>(2)</sup>

## 5- فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباعات:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الإتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة، يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

(1) بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سابق، ص، 85.

(2) فضيل دليو، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع 2003)، ص، 30



- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.
- التأكد من أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل ومضمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.<sup>(1)</sup>
- افتراض منهجي، يقدر بأن الأفراد يملكون قدرة كافية على تشخيص دوافعهم أو احتياجاتهم وبالطرق المناسبة.
- ترجع المبادرة للمستعمل في ربط إرضاء إحدى حاجاته باختياره للوسيلة، مما يفترض عدم الاعتراف بأية علاقة خطية بين الاتصال والاحتياجات والسلوك، أي إلغاء مفهوم التأثير أو ماذا تفعل الوسائل بالجمهور.
- تبني وجود علاقة تنافسية بين وسائل الاتصال ومصادر أخرى، للحصول على رضى الجمهور.<sup>(2)</sup>

## 6- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

- تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية وهي:
  - الهدف الأول: التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.
  - الهدف الثاني: توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجتها.
  - الهدف الثالث: وهو التركيز على فهم الاتصال الجماهيري.<sup>(3)</sup>
- ## 7- الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع:
- وجهت إلى النظرية عدة انتقادات تمثلت في النقاط الآتية:
  - تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين.

<sup>(1)</sup> محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (شارع الملك فيصل الهرم: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003)، ص، 204.

<sup>(2)</sup> فيضل دليو، مرجع سابق، ص، 30، 31.

<sup>(3)</sup> مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص، 215، 216.

- تفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي أو العقلاني، إلا أن الملاحظ عادة، أن عادات الاستعمال هي الموجهة له.<sup>(1)</sup>
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستعمل، وبين تطوعية المستعمل التفاعلية مع الرسائل، وهما حدان متناقضان.<sup>(2)</sup>
- إن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل، الدوافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.
- إن الحاجات الخاصة للفرد متعددة ما بين فيزيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد إلى آخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام.
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعدد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيانا كثيرة عن ذلك فهناك أيضا استخداما هادفا.
- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى وظائف ووسائل الإتصال من منظور فردي، يستخدم الرسائل الاتصالية في حين أن الرسائل الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض.<sup>(3)</sup>
- من خلال ما تقدم ذكره يتبين أن منظور الاستخدامات والإشباع يقع على النقيض من النظريات التي تقدر تأثير وسائل الإتصال.
- وبإسقاط محتوى هذه النظرية على موضوع دراستنا، فهي تمثل مدخلا علميا لمعرفة الإشباع المحققة لدى مستمعي إذاعة جيحل المحلية في جانب التوعية المرورية، وذلك من خلال معرفة المعلومات التي اكتسبوها من خلال البرامج والومضات التحسيسية حول مخاطر حوادث المرور، التي

<sup>(1)</sup> فضيل دليو، مرجع سابق، ص، 31.

<sup>(2)</sup> المرجع السابق، ص، 32.

<sup>(3)</sup> مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 216.

يتعرض إليها في وسيلة الإذاعة، وكذا معرفة الحاجات التي تريد تحقيقها جراء تعرضه لبرامج التوعية المرورية والإشباع المحققة من ذلك، ، وأيضا معرفة السلوكات التي اكتسبها جراء التعرض لبرامج التوعية المرورية، ومعرفة التأثيرات المعرفية والوجدانية من خلال التعرف على المشاكل المرورية المحلية، وزيادة المعلومات والتثقيف في المجال المروري، وما إذا قد ساهم ذلك في تحقيق الوعي لدى المستمعين.

## 2.7- نظرية طلب المعلومات ( التماس المعلومات):

### 1- مفهوم نظرية طلب المعلومات:

تقوم هذه النظرية على دراسة سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من المصادر المتنوعة، وهي تستهدف متلقي الإتصال بدلا من القائم بالاتصال، وبهذا تدخل هذه النظرية تحت " نظريات المعرفة من وسائل الإتصال " وهي مازالت تحت التجربة للتحقق من صحتها في أنحاء عديدة من العالم، وتبني هذه النظرية على وجود محفزات ومنبهات، تدفع الفرد إلى البحث عن المعلومات لمواجهة مشكلة ما أو تعزيز معلومات سابقة، بهدف القدرة على التعامل مع الموقف الجديد.<sup>(1)</sup>

### 2- العوامل التي أدت إلى ظهور نظرية طلب المعلومات:

هي إحدى نظريات التأثير المعتدل، ومن العوامل التي أدت إلى ظهورها نجد:

- 1- نظرية التأثير المحدود قللت من شأن تأثيرات وسائل الإتصال الجماهيري.
- 2- نظرية التأثير المعتدل ترى أن لوسائل الإعلام ( في ظل ظروف معينة)، تأثير عظيم.
- 3- الأبحاث السابقة لنظرية التأثير المعتدل انشغلت بتأثيرات وسائل الاتصال على المواقف والآراء، بينما لو اهتمت بالتأثير على متغيرات أخرى سنجد أن لها تأثيرات أكبر وأوضح.
- 4- الأبحاث السابقة كانت أحادية الرؤية، نظرت إلى تأثير وسائل الإعلام على الجمهور وليس العكس ( أي تأثير الجمهور على وسائل الإعلام).
- 5- الأبحاث السابقة درست التأثيرات قريبة المدى لوسائل الإعلام على الجمهور، ولم تدرس التأثيرات بعيدة المدى.<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> عبد الحافظ عواجي صلوي، أسامة بن مساعد الحبي، نظريات التأثير الإعلامية، تم الإطلاع عليها يوم 25 /06 /1433 على الساعة 10:45، ص، 34.

<sup>(2)</sup> تيسير مشرقه، مبادئ في الاتصال، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013)، ص، 143، 144.

وتركز هذه النظرية على سلوك المرء في طلب المعلومات، وتحاول أن تعرف العوامل التي تحدد ذلك السلوك، ومن ثم فإن هذه النظرية تمثل انتقالاً من التركيز على القائم بالاتصال أو الرسالة، لتركز على المتلقي للرسالة. (1)

وطرحت هذه النظرية مجموعة من الأسئلة، ماهو سلوك المرء أثناء طلب المعلومات؟ ماهي العوامل التي تحدد ذلك السلوك؟، واستندت هذه الفرضية على أعمال " ويستلي" "westly" وبارو "Barrow" سنة 1959، وعلى أعمال " ديفيد بيرلو" "birlo" سنة 1960، حول الجوانب الانتقائية للتعرض التي أظهرت أن هناك مجموعة من العوامل تؤثر في اختيار المستقبل للرسالة، ومنها:

- رغبة المتلقي في الحصول على المعلومات التدميمية.
- الرغبة في توظيف المعلومات.
- التماس الترفيه.
- الحاجة للتنويع.
- ونظراً لخصائص شخصية. (2)

وتشتمل هذه النظرية على نموذجين هما:

#### أ- نموذج دونيهيو وزملاءه:

وهو نموذج التماس المعلومات على مستوى الأفراد، وعالج كيفية طلب المعلومات على مستوى الأفراد وسمي " بنموذج التدفق لطلب المعلومات وتجنبها ومعالجتها"، ومن عناصر النموذج أن هناك منبهات وحوافز (قضية أو مشكلة) تستدعي طلب الإنسان للمعلومات، وأن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على بحث الفرد عن المعلومات مثل ضغط الوقت على الباحث ومدى توفر المعلومات عن القضية أو المشكلة، ونوع المعلومات التي يريد الفرد الحصول عليها.

(1) برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، (عمان : دار الكندي للنشر والتوزيع، 2013)، ص، 169.

(2) تيسير مشاركة، مرجع سابق، ص، 114.

ب- نموذج التماس المعلومات على مستوى المجتمع: نموذج (أولين، olien).

تناول مسألة التماس المجتمع على الصعيد المجتمعي وليس على صعيد الأفراد، وتوصل هو ورفقاه إلى الاستنتاج التالي: (1) " إن بنية المجتمع تميل إلى تحديد استعمالات المواطنين للوسائل الإعلامية والاتصالية المختلفة".

ووجد الباحثون أن بنية المجتمع عنصر رئيسي في السيطرة على المعلومات، ومن خلال تحديد ظروف وسائل الإتصال، فإن البنية في المجتمع تميل إلى أن تشكل طريقة استخدام الناس لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة، وكذلك تشكل تفضيلهم النسبي لهذه الوسائل كمصدر للاختيار. (2)

### 3- المؤثرات على نظرية طلب المعلومات:

- بنية المجتمع في كيفية استخدام الفرد لوسائل الإعلام والاتصال من أجل المعلومات، ومثال ذلك شخص في أوروبا الغربية، لا يمكن أن يبحث عن معلومات بطريقة شخص آخر في غرب إفريقيا أو أواسط آسيا.

- كيفية اختيار الأفراد لوسائل الاتصال من أجل الحصول على المعلومات، ومثال ذلك هناك من يفضل الإذاعة أو التلفزيون، وهناك آخر يفضل الصحف أو محركات البحث، ولذا سوف تختلف النتائج عن كلا الطرفين. (3)

- وبإسقاط محتوى هذه النظرية على موضوع دراستنا، فهي تمثل مدخلا علميا مناسباً لدراسة سلوك الفرد، في بحثه عن المعلومات من الوسيلة التي يفضل التعرض إليها ويستخدمها في إشباع حاجاته، وتتمتع نظرية طلب المعلومات بأهمية في دراسة سلوك مستمعي الإذاعة المحلية، أثناء طلب المعلومات حول المشكلة المرورية، وأيضا معرفة مدى توفر المعلومات التي تطرحها إذاعة جيجل المحلية اتجاه قضايا المشاكل المرورية، ومدى تأثيرها على سلوك المستمعين بعد التعرض للمعلومات المقدمة في مجال التوعية المرورية، وتعتبر أيضا نظرية طلب المعلومات مدخلا مهما لمعرفة الوسيلة الإعلامية التي يفضلها المجتمع وكيفية اختيار الأفراد للإذاعة المحلية للحصول على المعلومات حول القضية والمشكلة المرورية التي تقدمها الإذاعة المحلية كمصدر للأخبار.

(1) المرجع السابق، ص 114.

(2) مي عبد الله، نظريات الاتصال، ( بيروت: دار النهضة العربية، 2008) ص، 278.

(3) عبد الحافظ عواجي صلوي، أسامة بن مساعد المحي، مرجع سابق، ص، 34.

ثامنا: منهج الدراسة وأدواته.

## 1.8 منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، التي ترتبط بدراسة واقع الظواهر الإنسانية وتحليلها وتفسيرها، بغرض الوصول إلى نتائج هامة، فالأبحاث الوصفية ضرورية من حيث كونها أبحاث يتم من خلالها دراسة الموضوع، والتعرف على مدى مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي، فالهدف الأول للأبحاث الوصفية، هو جمع معلومات دقيقة وكافية عن الموضوع-محل الدراسة- ومن ثم وصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها تعبيرا كفييا وكميا.

إن أي بحث ميداني يتطلب منهج من مناهج البحث العلمي في دراسة المشكلات العلمية ويكون مرتبط بطبيعة هذه الظاهرة المبحوثة، والمجال الذي ينتمي إليه بغرض الوصول إلى النتائج المطلوبة، ويعتبر المنهج ضروري في أي بحث علمي، لأنه الطريق التي يستعين بها الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته، بغية الوصول إلى نتائج علمية موضوعية.

ويعرف المنهج على "أنه مجموعة من القواعد التي يتم وضعها، بقصد الوصول إلى الحقيقة، والمناهج وطرق البحث عن الحقيقة، تختلف باختلاف المواضيع"<sup>(1)</sup>  
 بشكل عام فإن المنهج العلمي يمكن وصفه بأنه "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون بها جاهلين، وإما من أجل البرهنة عليها للآخرين حيث نكون بها عارفين."<sup>(1)</sup>

ويعرفه أحمد بدر بأنه "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة، لاكتشاف الحقيقة وأن العلم الذي يبحث في هذه الطرق هو "علم المناهج"، وأن هذا العلم قد يكون على يد العلماء المتخصصين والفلاسفة، إذ هما يقطعان طريقة واحدة متكاملة للمعرفة."<sup>(2)</sup>

ولدراسة موضوع مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي، كان لابد لنا من الاعتماد على المنهج الوصفي، الذي يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر والعوامل المؤثرة في ذلك.

(1) عمار بوحوش، محمود الدنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط6، (الجزائر العاصمة: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007)، ص، 99.

(2) نسيمة ربيعة جعفري، الدليل المنهجي للطالب في إعداد البحث العلمي: المذكرة، الرسالة، الأطروحة، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006)، ص، 86.

ويعرف المنهج الوصفي بأنه " طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم، من أجل الوصول إلى أغراض محددة، لوضع إجتماعية ومشكلة إجتماعية أو سكان معينين (1).

وهناك من يرى بأن المنهج الوصفي يهتم بتوضيح الواقع الذي تدور فيه الأحداث، والمواقف ومحاولة وصف ذلك الواقع وفقا لحقائقه الحاضرة بموضوعية، ويمكن الذهاب إلى أبعد من الوصف إلى التحليل والتفسير، بقصد التوصل إلى استنتاجات تفيد عملية تصحيح الواقع، وتحديثه أو التوصل إلى معلومات ومعارف جديدة، تخدم المجال المعرفي الذي تجري فيه.

ويهدف المنهج الوصفي إلى إتاحة إمكانية فهم الواقع في حاضره، ومحاولة استشراف المستقبل عن طريق توفير البيانات والمعلومات، والحقائق والاستنتاجات الواقعية، التي تمكن المعنيين من التوجه نحو إجراء تحولات نوعية لخدمة المجتمعات المعاصرة. (2)

وقد اعتمدنا على أسلوب المسح بالعينة الذي يعرف على أنه " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية وغير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك (3).

ويعتبر أسلوب المسح ذلك النوع من الاستقصاءات العلمية الاجتماعية، الذي يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين، عن طريق العينة بقصد تجميع البيانات والحقائق واستخلاص النتائج اللازمة لحل المشاكل الاجتماعية (4).

ويستخدم المنهج المسحي للإشارة في البحث الميداني الوصفي، الذي يتضمن بيانات كمية عن مشكلة إجتماعية معينة.

(1) مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ( الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007)، ص، 86.

(2) عامر مصباح، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام، ( الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)، ص، 98.

(3) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ( جامعة الجزائر: المطبوعات الجامعية، 2010)، ص، 286، 287.

(4) محمد سليمان الدجاني، مندر سليمان الدجاني، منهجية البحث العلمي في علم السياسة، ( عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 2008)، ص،

## 2.8 أدوات الدراسة.

تتطلب أي دراسة بحثية أن يعتمد الباحث على مجموعة أدوات ضرورية، من أجل إتمام هذه الدراسة<sup>(1)</sup>، هذه الأداة لا بد أن تختار بعناية من طرف الباحث وتحضى بأهمية كبيرة، حيث أن الاختيار الأمثل للأداة، يسهل ويساعد في جمع المعلومات وبيانات عن الدراسة بأكبر قدر ممكن بهدف التعرف على الحقائق المرتبطة بموضوع البحث، ثم معالجة هذه الحقائق والمعلومات بأسلوب علمي، والخروج إلى نتائج عن الدراسة.

واعتمدنا في دراستنا على أداة الإستبيان (الإستمارة)، كونها تمثل أنسب أداة لجمع المعلومات والحقائق عن الظاهرة والمواقف المدروسة.

ويعرف الإستبيان (الإستمارة) على أنها "أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث، عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبطة بأسلوب منطقي مناسب يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها."<sup>(2)</sup>

والاستبيان عبارة عن مجموعة من الأسئلة، تعد إعدادا محددًا وترسل بواسطة البريد، أو ترسل إلى الأشخاص المختارين لتسجيل إجاباتهم على صحيفة الأسئلة الواردة، ثم إعادتها ثانياً، ويطلق عليه البعض في هذه الحالة كلمة الاستخبار، ويتم ذلك بدون مساعدة من الباحث للأفراد، سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عليها.<sup>(3)</sup>

ويعني الإستبيان أيضاً "استمارة البحث، وهذه الأداة واسعة الانتشار ولها العديد من المميزات والخصائص التي تجعلها سهلة الاستخدام، منها قلة التكلفة ووفرة البيانات التي تقدمها، وهي تضم مجموعة من التساؤلات، قد ترسل أحياناً إلى بريد المبحوثين، ويتم جمعها من خلال مقابلات."<sup>(4)</sup>

وقد تم الاعتماد على الإستمارة كأداة رئيسية، لجمع المعلومات من أفراد العينة في هذه الدراسة، وذلك لغرض التحقق من أهداف الدراسة والإجابة عن فرضياتها، وهذه الأداة تنسجم مع طبيعة الموضوع والمجتمع المدروس.

(1) فاضلي إدريس، الوجيز في المنهجية والبحث العلمي، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2008)، ص، 64.

(2) رجي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط4، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010)، ص، 165.

(3) محمد شفيق، البحث العلمي: الأسس، الإعداد، (المكتب الجامعي الحديث: 2010)، ص، 118.

(4) أحمد مصطفى محمد خاطر، استخدام المنهج العلمي في بحوث الخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2008)، ص، 194.



وحتى تتمكن من اختبار صحة فرضيات الدراسة، اعتمدنا على استمارة مكونة من أسئلة وتم توزيعها على مستمعي إذاعة جيجل بولاية جيجل، وتضمنت الإستمارة خمس محاور هي:

**المحور الأول:** متعلق بالبيانات الشخصية ويضمن أربع أسئلة.

**المحور الثاني:** متعلق بمدى إقبال مستمعي إذاعة جيجل المحلية لبرامج التوعية المرورية وتضمن هذا المحور اثنا عشر سؤال.

**المحور الثالث:** متعلق بمدى إسهام إذاعة جيجل المحلية في معالجة القضايا المرورية لدى المجتمع المحلي، ويتضمن ثمانية أسئلة.

**المحور الرابع:** متعلق بالإشباع المحققة من برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية، وتضمن سبعة أسئلة.

**المحور الخامس:** متعلق بتأثير برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية على سلوك المستمعين في مجال التوعية المرورية وتضمن هذا المحور سبعة أسئلة.

كما تضمنت الإستمارة بعض الاقتراحات لتحسين برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية، واحتوت على ثلاثة أسئلة.

وبعد إعداد الاستبيان قمنا بعرض الإستمارة للتحكيم على الأساتذة الآتية أسمائهم:

- عادل شيهب، أستاذ محاضر في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

- عز الدين بوطنير، أستاذ محاضر في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

- عبد الحكيم الحامدي، أستاذ محاضر في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

وبعد مرحلة التحكيم قمنا بتوزيع مبدئي للاستمارة على عينة من المبحوثين قدرت ب(05) من

أجل تصحيح بعض الأسئلة الغير مفهومة، وبعد ذلك تم طباعة (100) ومن ثم توزيعها على مستمعي إذاعة جيجل، وتم استرجاع كل الاستمارات الموزعة.

وتم الاعتماد أيضا على أداة الملاحظة، كأداة مساعدة لجمع المعلومات والبيانات إلى جانب الاستبيان.

وتعد الملاحظة من أهم الوسائل التي يستعملها الباحث في جمع المعلومات والحقائق، من الحقل الطبيعي والاجتماعي الذي يزود الباحث بالمعلومات، وتتيح للباحث المجال لملاحظة الأجواء الطبيعية،

غير المتصنعة لمجتمع البحث، والمعنى العام للملاحظة" هو رؤية وفحص ظاهرة موضوع الدراسة مع الإستعانة بأساليب البحث الأخرى، التي تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة".<sup>(1)</sup>

وتعرف أيضا "أنها المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك ما، أو ظاهرة معينة في ظل ظروف وعوامل بيئية معينة، بغرض الحصول على معلومات دقيقة لتشخيص هذا السلوك أو هذه الظاهرة".<sup>(2)</sup> وقد يستخدم أسلوب الملاحظة في جمع البيانات في البحوث الكمية، ويسمى في هذه الحالة بالملاحظة المنظمة، ولكن الملاحظة هي غالبا ما تستخدم في البحوث النوعية وتكون غير منظمة. ففي الملاحظة الكمية يقوم الباحث بالملاحظة، ويسعى لجمع معلومات رقمية (كمية)، غالبا عن طريق أداة معدة مسبقا، أما الملاحظة النوعية فهي أقل تنظيما من ذلك، فالملاحظ/ الباحث لا يستخدم تصنيفات وأنماط محددة سلفا، بل يسجل ملاحظاته بشكل طبيعي ومفتوح، فيقوم بتسجيل الواقع كما يحدث.<sup>(3)</sup>

وهذا الأمر الذي جعلنا نقتصر استخدام أبسط أنواعها، وهي الملاحظة البسيطة، والتي نقصد بها "ملاحظة الظواهر في الواقع كما تحدث تلقائيا، وفي ظروفها الطبيعية".

وذلك في دراستنا المتمثلة في "مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي" أين ساهمت الملاحظة في تقديم نظرة عن موضوع بحثنا، أيضا لعبت دورا كبيرا في صياغة التساؤلات وفرضيات الدراسة، وأيضا ملاحظة الظاهرة الإجتماعية المتمثلة في المشكلة المرورية، ومساهمتها في صياغة أسئلة الإستمارة بدقة، إضافة إلى الاستعانة بها في التحليل وتفسير النتائج.

### تاسعا: عينة الدراسة ومجالها الزماني والمكاني.

#### - مجتمع الدراسة:

عادة ما يعرف مجتمع الدراسة بأنه، تجمع الأفراد وأشياء تشترك في خصائص معينة تهم الباحث أو بعبارة أخرى "هو مجموع وحدات البحث التي تريد الحصول على بيانات منها أو عنها".<sup>(4)</sup> ويتمثل مجتمع بحثنا في مستمعي إذاعة جيغل المحلية، وفي إطار دراستنا نختار منه عينة تخدم الدراسة.

(1) إحسان محمد الحسن، مناهج البحث الاجتماعي، (عمان : دار وائل للنشر والتوزيع، 2005) ص، 123.

(2) السعيد مبروك إبراهيم، البحث العلمي ودوره في التنمية في العالم الرقمي، (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2015)، ص، 104.

(3) عامر إبراهيم قندلجي، منهجية البحث العلمي، (عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2012)، ص، 260.

(4) عبد الله عامر الهمامي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط3، (بن غازي: دار الكتب الوطنية، 2003)، ص، 236.

## 1.9- عينة الدراسة:

يعتبر موضوع العينات من الموضوعات الأساسية في البحوث العلمية، حيث يقوم الباحث باختيار عينة يدرسها ليجمع البيانات المتعلقة بها، وتحليلها من أجل الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها.

وتعرف العينة على أنها "تقنية تستخدم لسحب عدد نسبي يمثل مجتمع الدراسة، وتتوقف دقة هذه العملية وكفاءتها، على درجة تجانس المجتمع واستقرار الظاهرة." (1)

كما تعرف على أنها "جزء من المجتمع يتم اختيارها وفق قواعد خاصة، بحيث تكون العينة مسحوبة ممثلة قدر الإمكان لمجتمع الدراسة." (2)

كما تعرف على أنها "مجموعة الوحدات التي يتم اختيارها من المجتمع الإحصائي".

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية، هذه الأخيرة "العينة غير العشوائية، غير الاحتمالية"، التي تستخدم كبديل عن العينات العشوائية إذا كانت حدود الدراسة مجهولة، ولذا يجد الباحث نفسه مضطرا إلى استخدام العينات غير الاحتمالية، كونها لها أهمية في مساعدة الباحث في الحصول على المعلومات العامة لما يجري في مجتمع الدراسة.

حيث قمنا باختيار معين ومقصود لفئة تمثل المجتمع الأصلي، بضرورة أن تكون عينة الدراسة من المستمعين للإذاعة دون غيرهم، وبالأخص مستمعي إذاعة جيجل المحلية في كل من منطقة تاسوست، الطاهير، ومناطق مختلفة بجيجل، نظرا لمتطلبات وأهداف الدراسة، بشرط أن تكون مفردات العينة ممن تتوفر فيهم عناصر متناسبة مع موضوع الدراسة.

وتعرف العينة القصدية تحت أسماء عديدة مثل، العينة العمدية والعينة النمطية، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكّمية، لاجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة الأكثر من غيرها، لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا

(1) أحمد مصطفى محمد خاطر، مرجع سابق، ص، 186.

(2) محمد عبد العالي النعيمي، عبد الجبار توفيق البياني، طرق ومناهج البحث العلمي، (عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2008) ص، 80.

لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع الدراسة ولعناصره الهامة، والتي تمثله تمثيلاً صحيحاً، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.<sup>(1)</sup>

كما يستخدم هذا النوع من العينات في المجتمعات المتجانسة، ويعتبر المجتمع المحلي أحد أنواعها.

وقد قمنا باختيار عينة مكونة من 100 مفردة، من مستمعي إذاعة جيغل المحلية على مستوى ولاية جيغل، وتم تحديد حجم العينة وفقاً لطبيعة مجتمع الدراسة، والوقت ونوع البيانات المطلوبة والإمكانات المادية المتوفرة لدى الباحث.

## 2.9- المجال الزمني والمكاني للدراسة:

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث ميداني، لأنه يؤثر الدراسة في قالب يسمح لنا بالتحكم في كل خطوات دراستنا، فمجالات الدراسة تسهل على الباحث معرفة مكان إجراء الدراسة، والعينة التي تجرى عليها الدراسة، والزمن الذي تستغرقه. ويقصد بمجالات الدراسة "الحيز الذي أجرى فيه البحث الميداني، ويميز عموماً في مجال الدراسة ثلاث مجالات هي:

**1- المجال الزمني:** يقصد بالمجال الزمني للدراسة، الفترة التي استغرقتها مجموعة البحث في إنجاز الدراسة، وقد مرت بأربعة مراحل.

- **المرحلة الأولى:** من شهر ديسمبر أين تم الضبط النهائي للعنوان، وتم بداية جمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة.

- **المرحلة الثانية:** من شهر جانفي إلى شهر فيفري قمنا بإنجاز الإطار المنهجي، بداية بصياغة إشكالية الدراسة، ( تساؤلات، أسباب الدراسة، أهميتها، أهدافها، تحديد المفاهيم، الدراسات السابقة، فرضيات الدراسة، المقاربة النظرية، منهج الدراسة، أدواتها، المجتمع والعينة، مجالات الدراسة).

- **المرحلة الثالثة:** من نهاية شهر فيفري إلى منتصف شهر مارس، تم إنجاز الجانب النظري.

<sup>(1)</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الساحة المركزية، ( بن عكنون: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005)، ص، 197، 198.

- المرحلة الرابعة: من شهر مارس إلى أواخر شهر ماي، تم إنجاز الجانب التطبيقي للدراسة، أين تم ضبط المذكرة في شكلها النهائي.

**2- المجال المكاني:** يقصد بالمجال المكاني للدراسة الحدود المكانية لإنجازها، إذ تمت دراستنا بولاية جيجل، التي تطل على البحر المتوسط على مسافة تقرب 120 كلم، يمتد من شاطئ واد الزهور شرقا في حدود ولاية سكيكدة، إلى شاطئ البحر الأحمر غربا في حدود ولاية بجاية، يحدها من الجنوب ولاية ميلة وولاية سطيف، سطح الولاية جبل بنسبة 90% يتخللها سهل بمحاذاة البحر.

وتعد مدينة جيجل إحدى المناطق الساحلية في الشرق الجزائري، يصل عدد سكانها 134839 نسمة وفق إحصائيات 2008 وتبلغ الكثافة فيها 2162 نسمة لكل كيلومتر، وتعتبر من أقدم المدن الجزائرية، وتمتاز جيجل إضافة إلى جمالها الطبيعي بتاريخ عريق.<sup>(1)</sup>

**3- المجال البشري:** يتمثل في مجتمع المستمعين لإذاعة جيجل المحلية، (سائقين، مشاة، ماكنات بالبيت...)، ويقصد بالمحلية جمهور إذاعة جيجل المحلية الذي يتميز بخصائص، من عادات وثقافات وتقاليد مشتركة، يختلف حسب الفئات العمرية، الجنس، المستويات التعليمية والاقتصادية.

(1) <https://www.ouarsenis.com/vb/showthread?t=54542> تم الإطلاع عليه يوم 21/02/2018. 29:10 على الساعة

# الفصل الثاني

{ دور الإذاعة المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي }

تمهيد.

أولاً: الإذاعة المحلية، نشأتها، خصائصها، أهميتها وأهدافها

1.1- نشأة الإذاعة المحلية في العالم الغربي والعربي.

2.1- أسباب انتشار الإذاعة المحلية.

3.1- أهمية الإذاعة المحلية.

4.1- أهداف الإذاعة المحلية.

5.1- خصائص الإذاعة المحلية.

6.1- أنواع الإذاعات المحلية.

7.1- وظائف الإذاعة المحلية.

8.1- التخطيط للإذاعة المحلية.

9.1- جمهور الإذاعة المحلية.

ثانياً: الإذاعة المحلية في الجزائر

1.2- نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر.

2.2- ضرورة الإذاعة المحلية في الجزائر.

3.2- أسباب وأهداف تأسيس الإذاعة المحلية في الجزائر.

4.2- خصائص الإذاعة المحلية في الجزائر.

5.2- أنواع الإذاعات المحلية في الجزائر.

6.2- مهام الإذاعة المحلية في الجزائر.

ثالثاً: التوعية المرورية، أهميتها، أبعادها، مقوماتها ومظاهرها

1.3- أهمية التوعية المرورية.

2.3- أهداف التوعية المرورية.

3.3- خصائص التوعية المرورية.

4.3- أساليب التوعية المرورية.

5.3- مقومات التوعية المرورية.

6.3- التخطيط للتوعية المرورية.

7.3- عملية التوعية المرورية.

8.3- أهم مظاهر التوعية المرورية في المجتمع.

رابعا: دور إذاعة جيجل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي.

1.4- أبعاد ومقومات المجتمع المحلي.

2.4- خصائص المجتمع المحلي.

3.4- نبذة عن إذاعة جيجل المحلية.

4.4- برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية.

5.4- إستراتيجية إذاعة جيجل المحلية في التوعية المرورية.

6.4- دور الإذاعة في التوعية المرورية.

خلاصة الفصل.



## تمهيد

تعتبر الإذاعة المحلية أداة هامة للوصول إلى المجتمعات المحلية، وأحد روافد الإعلام الذي ينبثق من بيئة معينة ومحدودة وجمهور محدد، وترتبط ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس، وتلعب دورا هاما في تطوير وتوجيه وتوعية المجتمع، إضافة إلى أنها تعد من أهم دعائم وركائز التغيير في المجتمع المحلي، إذ لا تخلو أهداف الإذاعة المحلية من التركيز على مشاكل المجتمع المحلي، بقصد الوقوف على آثارها ومحاولة إيجاد حلول لها، ونظرا للقرب في أطراف العملية الاتصالية بين الإذاعة المحلية وجمهورها، تبرز أهمية هذا المستوى من الاتصال في خدمة القضايا المرورية، إذ تعد المشكلة المرورية أحد المشاكل التي استفحلت في أواسط المجتمع، تاركة آثار وانعكاسات على البناء الاجتماعي، من هنا كان لزاما وجود وسيلة الإذاعة كأداة فعالة، تساهم في نشر التوعية المرورية للوقوف على آثار هذه المشكلة، من خلال تكوين نسق قيمي سلوكي مروري لدى الفرد والمجتمع، يتضمن منظومة من قيم مرورية التي تساهم في تحصين الفرد من حوادث المرور وللحفاظ على سلامته.

وانطلاقا من هذا، يعرض هذا الفصل الإذاعة المحلية في العالم والجزائر، ( أهدافها، أهميتها، خصائصها، وأسباب انتشارها والتخطيط لها)، كما يعرض هذا الفصل إذاعة جيغل المحلية ودورها في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي، أيضا ( أهداف، أهمية، مقومات التوعية المرورية، أبعاد وخصائص المجتمع المحلي).

أولاً: الإذاعة المحلية، نشأتها، خصائصها، أهميتها وأهدافها.

## 1.1- ظهور الإذاعة المحلية في العالم الغربي والعربي.

### 1.1.1 في العالم الغربي.

عرفت وسائل الإعلام تطوراً كبيراً في الآونة الأخيرة، وهو ما أسفر عن ظهور ما يعرف بالإذاعات المحلية في العالم، والجزائر إحدى الدول التي شهدت عملية بناء وإنشاء إذاعات محلية وجهوية بمختلف مناطقها وولاياتها، وذلك لأهداف سياسية واجتماعية وأخرى ثقافية، من شأن الإعلام وحده تحقيقها.<sup>(1)</sup>

لقد كانت الدول الغربية سباقة في إنشاء الإذاعة المحلية، تبعا للبحوث والإجراءات التي توصل إليها الإتحاد الدولي للاتصال، من خلال إحدى المؤتمرات التي مولها اليونسكو، بخصوص الزيادة في نشر القرار تبعا لتلك المحطات الإذاعية، التي ظهرت بالطرق غير الشرعية والمرخص لها، مرافعة عن مصالح الأقليات المنتشرة هنا وهناك لرفع الظلم عنها، ومن خلال برامج تهدف إلى تحسين الرأي العام.

ومن أبرز الدول التي ظهر فيها هذا النوع من الإذاعات المحلية، كان في "إيطاليا" في فترة ما بين 1968 و1969م، وكان يسمى هذا النوع "بالإذاعات الحرة" لدرجة أن "نابولي" تملك 250 إذاعة حرة، وبعد أن دخلت الشرعية في إنشاء محطات إذاعية محلية إقليمية، وصلت فرنسا إلى 1000 إذاعة محلية إثر قانون 17 جانفي 1929 الذي قدم رخص إنشاء محطات إذاعية، وهذا القانون تبعا للاقتراح الذي عرضته الحكومة الفرنسية .

وقد حققت الدول الأوروبية تطوراً كبيراً وسريعاً في مجال الإذاعات المحلية، نظرا لتزايد عدد جمهورها.<sup>(2)</sup>

(1) أمال الهاشمي بن بوكريطة، " دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها"، (مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة الجيلاي بونعامة- خميس مليانة، 2014-2015)، ص، 28.

(2) مليكة زيد، " دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني لدى المرأة الماكنتة بالبيت"، مرجع سابق الذكر، ص، 52.

في إنجلترا كانت البداية الفعلية عام 1967، وكانت هذه المحطات تابعة لـ bbc أما في باقي دول أوروبا الغربية تتنافس عدة مدن على إنشاء إذاعات محلية تجارية.

أما في "ألمانيا" و"السويد"، فقد بلغ عدد المحطات في هذه الأخيرة 250 محطة إذاعية، أما في "أمريكا" فقد بلغ سنة 1929 حوالي 8800 محطة، إلى جانب محطات تجارية لا تهدف إلى الربح، تديرها منظمات ومؤسسات تلتها جامعات.<sup>(1)</sup>

### 2.1.1 في الوطن العربي.

أما في العالم العربي فقد أقام الاستعمار الإذاعات ليذيع أخباره ومنشوراته، وتوضح أهدافه وتخدم رسالته، وكان أول بلد عربي دخلته الإذاعة هو الجزائر سنة 1929، كما عرفت مصر الإذاعة الأهلية في نفس السنة، من خلال بعض المحطات الإذاعية المملوكة للأفراد، وفي 31 مايو 1934 تم إنشاء الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية، بعد إلغاء بث المحطات الأهلية، وعرفت المملكة العربية الإذاعة مند عام 1928.

وشهد عقد الثلاثينيات من القرن الماضي إنشاء الإذاعات في تونس، والمملكة العربية السعودية 1943، واليمن 1947، وفلسطين إذاعة رام الله 1984، وخلال الخمسينيات ظهرت الإذاعة الكويتية 1951، والمملكة الأردنية الهاشمية وموريتانيا 1970، والإمارات العربية المتحدة 1971. وبرزت العديد من التطورات المجتمعية في العالم العربي، التي عجلت بتطور الإذاعة على المستوى العربي.<sup>(2)</sup>

وتبقى مصر أولى الدول العربية التي تأسست بها الإذاعة المحلية، وكانت إذاعة الإسكندرية هي أولى هذه المحطات، حيث أنشأت في 14 / 07 / 1954.

ولقد ولدت الإذاعات الإقليمية والمحلية في مصر من خلال إذاعة الشعب 1959، وشبكة الإذاعات المحلية فيما عدا إذاعة الإسكندرية المحلية. 1954.<sup>(3)</sup>

(1) أمال الهاشمي بن بوكرية، مرجع سابق، ص، 29.

(2) المرجع نفسه، ص، 30.

(3) مالك شعبان، " دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي"، (رسالة دكتوراه، جامعة منتوري- قسنطينة، 2005، ص، 130، 2006).

## 2.1- أسباب انتشار الإذاعات المحلية.

هناك عدة أسباب أدت إلى انتشار الإذاعات المحلية وهي كالآتي:

أ- **العامل الجغرافي:** يعد العامل الجغرافي من أهم العوامل التي تؤثر على النظام الإذاعي في أية دولة، بحكم شكل الأرض في أية منطقة أو دولة، له تأثير على نظامها الإذاعي، حيث لا تستطيع أحيانا الإذاعات المركزية أن تغطي كل أجزاء الدولة، ولا يمكنها أيضا أن تلي احتياجاتها.

ب- **عامل اللغة:** حيث تعتبر اللغة أحد أهم العوامل التي تؤثر على الأنظمة الإذاعية، إذ أن تعدد اللغات واللهجات داخل الدولة الواحدة، قد يشكل عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان، وهذا يؤكد الحاجة إلى إذاعات محلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم.

## ج- التحفيز للمشاركة في عمليات التنمية:

تمثل التنمية بكافة أبعادها أحد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية، من أجل تفعيل المشاركة في التنمية، حيث أن الدول النامية لا تستطيع أن تحقق أهداف التنمية، دون أن تولي اهتماما بأفرادها في مجتمعاتهم المحلية، وفي ضوء احتياجات ومكونات تلك المجتمعات، وقد أدركت دول عديدة أن أفضل أساليب الإعلام لتحقيق مشاركة فعالة، في جانب الجماهير خطط وبرامج التنمية، هو الوصول إلى هذه الجماهير في بيئاتهم المحلية، فنشأت عديدا من وسائل الإعلام المحلية كالصحف والمجلات والإذاعات وقنوات التلفزيون المحلية، وهكذا أصبح هذا النمط من الإذاعات ضرورة لكافة الدول المتقدمة والنامية، وإن اختلفت الأسباب فيما بينها، وأيضا فيما تؤديه تلك الإذاعات من وظائف مختلفة للجماهير. (1)

(1) منى سعد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، مرجع سابق، ص، 123.

## 3.1- أهمية الإذاعة المحلية.

تمنح لأفراد المجتمع الفرصة للوصول إلى المعلومات التي يريدونها، وتمثل وسيط بالغ الأهمية في نشر أحداث المعلومات، فيما يتعلق بمجالى التعليم والتنمية، وتعمل على تبادل تلك المعلومات والاستفادة منها.

على الرغم من انهيار الحواجز أمام السير الإعلامي المتدفق عبر وسائل الاتصال الحديثة، ومع انتشار وسائل الإعلام المركزية العامة والمتخصصة، إلا أن الحاجة تبقى ملحة إلى وسيلة إعلام محلية يجد فيها المتلقي مادة إعلامية تتناول قضاياها، وتطرح مشاكله المحلية على بساط البحث والنقاش وتقدم له ألوانا من الفن والتراث الذي يهواه، وهي الخصوصية التي قد لا يحصل عليها بالدرجة المطلوبة، من خلال ما تتضمنه خارطة البرنامج اليومي في الإذاعات المركزية، أو على صفحات الصحف الوطنية كما تنبع أهمية الإعلام المحلي من خصائص الخطاب الإذاعي المحلي، التي تجعله أكثر قدرة على معالجة مشكلات المجتمع المختلفة، وبما أن المعالجة الإعلامية لمشكلات المجتمع المعاصرة، تهدف إلى تنمية الوعي وتطوير المهارات وتكوين الاتجاهات الإيجابية.

التعريف بقضايا ومشكلات المواطن والتحفيز على المشاركة في حلها.<sup>(1)</sup>

✓ قدرة الإذاعة المحلية على فهم ثقافة المجتمع المحلي: لكي تتمكن الإذاعة المحلية من وضع خططها بشكل سليم، لابد من الإلمام بالثقافة المحلية، بحيث لا تتعد عن واقع الجمهور المستهدف، وأن يعد البرامج أشخاص يفهمون الثقافة التي يخاطبونها، ونظرا لتعمق الثقافة المحلية في فهم ثقافة المجتمع المحلي بأبعادها المختلفة، فإنها تكون أكثر قدرة على معرفة كل المؤسسات التي تعمل في هذا المجتمع، وبالتالي يمكنها التكامل والتنسيق في خططها مع المؤسسات القائمة في مجتمعها المحلي.

✓ إن هذه القدرة والإمكانيات التي تتفوق بها الإذاعة المحلية، جعلت القائمين على الإذاعة يقولون بحق، أن مستقبل الإذاعة الصوتية يكمن في الإذاعات المحلية.<sup>(2)</sup>

(1) طاهري لخضر، "واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها للمشكلات الاجتماعية"، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2011-2012)، ص، 88.

(2) لبني لطيف، "دور برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي"، (أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة بسكرة، 2011، 2012)، ص، 145.

✓ الإذاعة المحلية استكمال لصورة الحكم المحلي وتدعيم لدوره: إن الحكم المحلي وسيلة جوهرية لتنمية المجتمعات المحلية، حيث تقوم تنمية المجتمعات المحلية على الجهود المحلية، والتي تؤزر فيها الجهود الإذاعية، حيث توفر الإذاعة المحلية رجع الصدى لأجهزة الحكم المحلي عن هذه الإنجازات، وعن وجهات نظر الجمهور في المجتمع المحلي عن هذه الإنجازات.

✓ طبيعة العلاقة بين الإذاعة المحلية وجمهورها: فالإذاعة المحلية تقدم لنا إضافة جديدة تختلف في مضمون برامجها، وفي أسلوب تقديمها عن الإذاعة المركزية، لأنها تحاول اختراق ذلك الحاجز الأثري، لتتشر علاقة ذات طبيعة خاصة مع المستمع في المجتمع المحلي، ومن خلال الارتباط القوي بين الإذاعة المحلية والمستمع في المجتمع المحلي، يمكنها أن تخلق إحساساً قوياً وزيادة في المعرفة المحلية، وتقديم خدمة قيمة للأقليات واهتماماتها.

✓ إن أهمية الإذاعة المحلية بالنسبة للمجتمع المحلي، تكمن في تضافر جهودها مع جهود المؤسسات الاجتماعية الأخرى، التي تلعب هي الأخرى دوراً في دفع عجلة التنمية المحلية.<sup>(1)</sup>

#### 4.1- أهداف الإذاعة المحلية.

مع تعقد الاتصال والغزو الثقافي الكبير وتعمق الصراع الحضاري، وازدياد السكان بشكل غير مسبق كان لزاماً إنشاء الإذاعات المحلية، لحماية الثقافة المحلية وتحقيق جملة من الأهداف، التي أنشأت من أجلها، ويمكن حصرها فيما يأتي:

✓ تقديم خدمات مختلفة للمجتمع المحلي، وتحقيق رغبة الناس في المشاركة والتعبير عن أنفسهم عن طريق ممارستهم، لما نطلق عليه حق الاتصال الذي يعتبر في الوقت الحاضر حق من حقوق الإنسان.

✓ تغطية الأحداث المحلية.

✓ السهر على تلبية مضامين شبكة البرامج والاحتياجات العقلية، أين يتعلق الأمر بالمحتوى واللغة مع ما يحدث في المجتمع المحلي بلغة محلية.

✓ الاهتمام برغبات الجمهور المحلي والتعرف على مشكلاته، والوقوف على اهتماماته.<sup>(2)</sup>

(1) المرجع السابق، ص، 146، 147، 148.

(2) أمال الهاشمي بوكريطة، مرجع سابق، ص، 44، 45.

- ✓ تلبية الحاجات الثقافية والإعلامية للمجتمع المحلي.
  - ✓ إقناع المواطنين بضرورة المشاركة في التنمية، ومناقشة المشكلات الحية، ومحاولة حلها من خلال التنمية التشاورية والتشاركية في جميع المجالات.
  - ✓ تحاول طرح قضايا الناس ومتابعة مشكلاتهم، والاضطلاع بمهمة إيصالها إلى المسؤولين.
  - ✓ تعمل على توسيع آفاق المجتمع عن طريق، نقل الأحداث لجمهور المستمعين وتشجيع أفرادهم على التعبير عن أنفسهم، وعن مستقبل مجتمعهم والمحافظة على الثقافة المحلية.
  - ✓ تهدف إلى التأثير في الجمهور عبر رسائلها، قصد مساعدته على فهم الظروف والتأثير عليه وتقريب وجهات النظر، ونشر ثقافة التسامح وفتح الباب على مصرعية، للتداول والرأي وتجعل الفرد أكثر فعالية، بتزويده بمعلومات جديدة وكافية.<sup>(1)</sup>
- وهناك خمس مجالات لهذه الأهداف:
- ✓ أهداف سياسية وتشتمل على، الدفاع عن سياسة الدولة، تقريب الإدارة من المواطن، رفع انشغالات المواطن، عكس تطلعات المنطقة، تجنيد المواطن وإدماجه ضمن الحقل الرمزي للدولة
  - ✓ الأهداف الثقافية، ترقية التراث المحلي، ترقية المواطن ثقافياً، رد اعتبار للثقافة المحلية، تنشيط الحركة الثقافية الإبداعية.
  - ✓ أهداف اجتماعية، تشجيع المواهب الشبانية، تحريك المجتمع المحلي وتحفيزه وتوعيته، تحقيق فضاء إعلامي مع المجتمع المدني والحركة الجمعوية.
  - ✓ أهداف اقتصادية، تسليط الضوء على المنجزات الاقتصادية.
  - ✓ أهداف إعلامية، تحقيق الحق في الإعلام وحرية التعبير، تقديم خدمة إعلامية عمومية، تجسيد الإعلام الجوّاري والتكفل بالاحتياجات الترفيهية.<sup>(2)</sup>

(1) مليكة زيد، مرجع سابق ص، 54، 55.

(2) لبنى سويقات، "الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع"، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة وهران، 2009، 2010)، ص، 161، 162.

## 5.1- خصائص الإذاعة المحلية.

تتميز الإذاعة المحلية "الاجتمعية" عن غيرها من الأنماط الإذاعية الأخرى بما يلي:

✓ الجمهور المستهدف للإذاعة المحلية هو جمهور مجتمع محلي بعينه، محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات القومية أو الإذاعات الدولية.

✓ محتوى المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستند من المجتمع المحلي ذاته ولخدمته، بحيث تعكس البرامج المختلفة عادات السكان وتقاليدهم وتراثهم واهتماماتهم.

✓ تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخطبه بها، وقد تظهر فيها لهجة سكان المنطقة المستهدفة.

✓ طريقة الاتصال: تتصل الإذاعة المجتمعية بالمجتمع أو بالجمهور المستهدف، من خلال البرامج التي تقدمها، سواء كانت مسجلة أو تبث بثا مباشرا عبر الهواء، أو من خلال نشرات الأخبار والقصص الإخبارية والتقارير المهمة.<sup>(1)</sup>

✓ تغطي الإذاعة المحلية رقعة جغرافية محدودة داخل الدولة.

✓ تتفاعل الإذاعة مع المجتمع الذي تغطيه، فهي تبث برامج تقصد بها خلق تأثير في مجالات عديدة، كما يمكن أن تفتح لجمهورها داخل هذا المجتمع فرصة المشاركة في بعض البرامج.

✓ تناسق المجتمع الذي تغطيه من الناحية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية.<sup>(2)</sup>

✓ لا توجد حواجز تحول دون الإنسان والكلمة المذاعة، نظرا لقدرة الموجات الإذاعية على تخطي الحواجز الطبيعية والجغرافية، والتشويش لتصل إلى أي مكان تريد.

✓ لا تحتاج الكلمة الإذاعية إلى معاناة القراءة، حيث نستطيع الاستماع ونحن نقوم بنشاطاتنا المختلفة.<sup>(3)</sup>

(1) طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، ( عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010)، ص، 180، 181.

(2) الإذاعة ودورها في التنمية، <http://www.kadayas.com/ao/c2%20I%20Ao/KADAYASFile:///> تم الإطلاع عليه يوم 2018/03/05، على الساعة 10:03.

(3) جمال العيفة، مؤسسة الإعلام والاتصال: الوظائف، الهياكل، الأدوار، ( الجزائر العاصمة: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)، ص، 108.



✓ تؤدي الإذاعة المحلية دور الوسيط الاجتماعي بلا منازع، حيث تقوم من جهة بنقل الانشغالات الحقيقية التي يعبر عنها المجتمع المحلي يوميا ، وفي شتى نواحي الحياة إلى مصادر القرار، وتقوم من جهة أخرى بإبراز الجهود الذي تقوم به السلطات العمومية، في سبيل النهوض بالتنمية المحلية.

✓ تعتبر الإذاعة المحلية بلا منازع أقوى المؤسسات الإعلامية، تأثيرا في الجمهور المتلقي، بحكم الآنية التي تتميز بها في تقديم الخبر ونقل مجريات الأحداث في حينها، وبحكم ميزة التفاعلية التي تربطها بجمهور المستمعين.

تكمن أهمية هذا التأثير، في كونه تأثيرا مباشرا له وقع فوري وواسع الانتشار، بحكم علاقة الارتباط الخاصة، التي تنشأ بين المواطن (المستمع) وإذاعته المحلية، التي تبث في محيطه الطبيعي الذي ينتمي إليه، وتهتم بانشغالاته الأساسية على المستوى المحلي، وتوفر له فرصة المشاركة والتعبير وتسمح له بإبراز مواهبه.<sup>(1)</sup>

- ✓ تختص الإذاعة المحلية بمعالجة القضايا المحلية التي ترتبط بالمجتمع المحلي.
- ✓ هي الأداة المثلى للثقافة والتوعية النوعية والتسليية والإعلان والتنمية.
- ✓ تنوع البرامج وتناسبها مع أذواق الجماهير.<sup>(2)</sup>

## 6.1- أنواع الإذاعات المحلية.

تدخل الإذاعة المحلية ضمن مجموعة من وسائل الإعلام التي تخدم المجتمع، كمؤسسة اجتماعية وسنعرف الإذاعة المحلية من خلال معرفة أنواع الإذاعات:

### أ- الإذاعة الدولية:

ويقصد بالإذاعات الدولية، الإذاعات التي لعبت دورا إعلاميا بارزا على المستوى العالمي، وذلك من أجل تحقيق أغراض سياسية وفنية وثقافية عامة وخاصة، خارج حدود دولتهم السياسية، وغطى إرسالها تقريبا جميع مناطق العالم، مثل الإذاعة البريطانية (BBC) التي تأسست سنة 1922 وتقدم

(1) محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية: النشأة والمسار، file : /// i : / % c2 ao / koteyb radio de c 2014 pdf تم الإطلاع عليه يوم 2018/02/15، على الساعة 11.06.

(2) أحلام ولد قادة، "تأثير الإذاعة المحلية على المرأة الماكثة في البيت"، (مذكرة الماستر، جامعة د/ مولاي الطاهر، سعيدة، 2016)، ص، 20، 21.

خدمات إذاعية وتلفزيونية، تبث برامجها بـ38 لغة عالمية<sup>(1)</sup>، ويصل إرسالها إلى أنحاء العالم بلغات شعوب الدول التي تستهدفها تلك الإذاعات، ووفق الزمن الذي يوافق تلك الشعوب وذلك وفق ما تخططه الدولة ضمن سياستها الإعلامية وليس بشكل عفوي.<sup>(2)</sup>

### ب- الإذاعة الإقليمية:

هناك خلط لدى الكثيرين بين مفهوم الإذاعة المحلية والإقليمية، هذه الأخيرة توجه إلى مستمعين في إقليم واحد، وقد يشمل عدة دول يفصل بين أقاليمها حاجزا أو أكثر، مثل الحواجز اللغوية والدينية والجغرافية، ما يجعل كل إقليم مستقل بذاته، والإذاعة الإقليمية تبث برامجها من عاصمة الإقليم أو أي دولة داخل الإقليم، وتقدم برامج وخدمات لمجتمعها ويمكن أن تنشأ بها إذاعات محلية صغيرة.

### ج- الإذاعة الوطنية:

وهي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة، بحيث يغطي إرسالها كل التراب الوطني، بل ويعبر صوتها كل حدود الدولة، فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين بصفة عامة، لأنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم ووظائفهم وتقاليدهم، وهي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء سبيلها فيما تقدمه من برامج.

### د- الإذاعة المحلية.

هي أحد أشكال الاتصال الأكثر التصاقا بالمجتمعات الصغيرة، إذ تبث برامجها إلى جمهور محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، وهي تخاطب جمهور متقارب ومتناسق من الناحية الاجتماعية والثقافية، أي أنها تتفاعل مع الجمهور تأخذ منه وتغطيه، ويمكن أن يكون أفراد المجتمع المحلي من سكان قرية واحدة، أو مجموعة قرى متقاربة أو مدينة صغيرة أو مدن صغيرة متقاربة ومتجانسة وقد تكون مدينة كبيرة.<sup>(3)</sup>

(1) لخصر طاهري، "واقع الإذاعات المحلية ومعالجتها للمشكلات الاجتماعية"، مرجع سابق، ص، 85.

(2) مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012)، ص، 133.

(3) رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال: نشأتها وتطورها، (الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، 2014)، ص، 140.

### هـ - إذاعة الجوار.

هي صورة من صور الإذاعات المحلية، تخدم حيزاً صغيراً من أحياء مدينة كبيرة أو شارع من شوارعها، يتفق سكانها فيما بينهم على إنشاء هذه الخدمة المحدودة.

### و - إذاعة المؤسسة.

تقدم خدمة إذاعية واحدة محددة، مثل ما هو الحال مع إذاعات الشرطة التي تقوم بتوجيه إرشادات مرورية، خاصة بالطرق والحوادث وتنظم المرور في ساعات الذروة.<sup>(1)</sup>

## 7.1- وظائف الإذاعة المحلية.

تعدد وظائف الإذاعة المحلية في المجتمع، من خلال تخصيص برامج لمعالجة المشاكل التي يعاني منها المجتمع، " تحرص الإذاعة من خلالها على تزويد الجماهير بالحقائق الضرورية للإلمام بالمشكلات التي تواجه المجتمع، وتعالج القضايا والمشكلات الاجتماعية بطريقة تستميل إليها السامعين".<sup>(2)</sup> وتقوم بوظائف إخبارية وتثقيفية وإعلامية وتعليمية... اتجاه المجتمع المحلي، وفيما يلي سنقدم إيضاحات حول كل وظيفة من تلك الوظائف:

### أ - الوظيفة الإخبارية.

وهي وظيفة تتمثل في نقل أخبار محلية سواء اقتصادية، سياسية، اجتماعية، فنية، وذلك لمتابعة ما يجري حول المرء في مجتمعه والعالم.

### ب - وظيفة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.

وتتركز هذه الوظيفة في تكوين الرأي العام، حيث تقوم بالمساعدة في تكوين الاتجاهات من خلال اهتمامها بتشجيع الحوار والنقد، ونشر الرأي والرأي الآخر، والاستعانة بأصحاب الفكر والرأي لإثراء الحياة الفكرية بالنقاش الواسع المثمر، وخاصة إذا كانت القضايا موضع البحث، ذات صلة وثيقة بالمسائل المحورية في حياة المجتمع.<sup>(3)</sup>

(1) مليكة زيد، مرجع سابق، ص، 45.

(2) محمد محمود مصدلي، الاتصال الجماهيري، ( عمان: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2007)، ص، 69.

(3) سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، ( عمان: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2007)، ص، 69.

### ج- وظيفة التثقيف.

تقوم الإذاعة المحلية ببث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على الثقافة المحلية، وتساعد على النشأة الثقافية والاجتماعية عن طريق التوعية، وتسعى إلى تثبيت المبادئ والقيم والاتجاهات التي تسود المجتمعات وأنماط السلوك، مما يجعل الفرد يتكيف مع بيئته.<sup>(1)</sup>

### د- الوظيفة التنموية.

ويتمثل دور الإذاعة المحلية هنا، في المجال الاقتصادي خاصة وذلك من خلال الإعلانات التجارية والبرامج، والتوعية بالمشكلات القائمة وبال الحاجة إلى التنمية، مع إبراز الأسباب وتقديم الحلول وإبراز أهمية مشاركة المواطنين الإيجابية في عملية التحول، وإتاحة الفرصة للأفراد والجماعات لمناقشة مشكلاتهم معا وبحضور المسؤولين، والتأكيد على الحلول القائمة وعلى الجهود الذاتية، مع تنمية المهارات بتقديم المعلومات والإرشادات المتعلقة بالزراعة، والصناعة والتجارة والنظم التعاونية.<sup>(2)</sup>

### هـ- وظيفة تنمية العلاقات الإنسانية وزيادة التماسك الاجتماعي.

لا شك أن وظيفة تنمية العلاقات الإنسانية بين أبناء المجتمع الواحد، تعد من وظائف الإعلام (الإذاعة)، فالإعلام له دور واضح وملحوس في تقريب تلك الوسائل بين الأفراد والمنظمات والمؤسسات والشركات.<sup>(3)</sup>

### و- وظيفة الترفيه.

تساعد الإذاعة على الترفيه والتنفيس على المتابع اليومية للجمهور، نظرا لما يحمله الترفيه من درجة عالية من كسب الجمهور والتأثير فيه، فالإذاعة تساهم من خلال برامجها في ملئ أوقات الفراغ.<sup>(4)</sup>

(1) عبد السلام عيوشي، "الإستراتيجية الاتصالية للإذاعة الجهوية في تنمية المجتمع المحلي" (مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2012)، ص، 136.

(2) سعاد جبر سعيد، مرجع سابق، ص، 70.

(3) عبد الباسط محمد الخطامي، مرجع سابق، ص، 88، 89.

(4) عبد السلام عيوشي، مرجع سابق، ص، 136.

ز- وظيفة الإعلان والدعاية.

من وظائف الإعلام العديدة، ووظيفة الإعلان والتعريف بالأفكار والخدمات والسلع التي يقدمها أصحابها، من منظمات وشركات ومستثمرين وهيئات ومؤسسات وأفراد، فبواسطتها يتم الترويج والتذكير بمختلف الخدمات والأفكار والسلع، ليسهل اقتنائها وتبنيها والتعرف عليها.<sup>(1)</sup>

ح- وظيفة الرقابة والرقيب العمومي.

وتمثل هذه الوظيفة أحد الوسائل الأساسية لحماية المجتمع وصيانته من الفساد بكافة أشكاله، والمخالفات القانونية والأخلاقية، وإساءة استخدام السلطة لأغراض شخصية ومحسوبيات معينة، نظراً لأن المعلومات الكاملة والدقيقة حول الأمور المتعلقة بالصالح العام، هي الوسيلة التي تمكن الجمهور والمجتمع من محاسبة السلطة ومؤسسات المجتمع المدني التي قد تسيء إلى المجتمع.

ط- وظيفة التنشئة الاجتماعية.

وترتبط تلك الوظيفة بنقل التراث الاجتماعي والقيم، وأنماط السلوك من جيل إلى آخر، من خلال توفير رصيد مشترك من المعرفة، يمكن للناس أن يعملوا فيه كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع.<sup>(2)</sup>

8.1- التخطيط للإذاعة المحلية.

عند التخطيط للإذاعة المحلية، يجب الأخذ في الاعتبار بعدة عوامل أساسية، تعتبر بمثابة الأسس التي يمكن أن يتم من خلالها تحقيق أهداف الإذاعة المحلية، وتتمثل أهم هذه العوامل في الآتي:

أ- نطاق التغطية الجغرافية.

يختلف نطاق التغطية الجغرافية التي تغطيها الإذاعات المحلية، ووفقاً للإطار الجغرافي تختلف المساحات الجغرافية التي تغطيها الإذاعات المحلية على النحو التالي:

- ✓ الإذاعات المحلية التي تغطي مدينة كبيرة، كما هو الحال في إذاعة الإسكندرية المحلية.
- ✓ الإذاعة الإقليمية التي تغطي إقليمًا يضم عدة محافظات، مثل إذاعة القاهرة الكبرى.<sup>(3)</sup>

(1) عبد الباسط محمد الخطامي، مرجع سابق، ص، 89.

(2) سعاد جبر سعيد، مرجع سابق، ص، 76.

(3) منى سعد الحديدي، سلوى إمام علي، مرجع سابق، ص، 168.

### ب- الفترة الزمنية المحددة لتنفيذ الخطة.

تعتبر الفترة الزمنية المحددة لتنفيذ الخطة الإذاعية من العوامل المهمة، ووفقا لهذا الإطار الزمني للتخطيط ينقسم التخطيط الإذاعي إلى:

✓ تخطيط بعيد المدى: وهو الذي تكون أهدافه بعيدة المدى، وتحتاج إلى فترة زمنية طويلة لتحقيقها.

✓ تخطيط قصير المدى: وهو التخطيط الذي تكون أهدافه قصيرة المدى، وتحتاج إلى فترة زمنية قصيرة لتحقيق ذلك، بالإضافة إلى تلك الفترات المصاحبة للأزمات التي تقتضي معالجة خاصة، بحيث تتناسب مع الحادث أو الأزمة الطارئة المرتقبة.<sup>(1)</sup>

### ج- ساعات الإرسال وقوته.

والمقصود هنا أن تكون ساعات الإرسال التي تبثها الإذاعات المحلية ملائمة من حيث، عدد ساعات البث ومواعيده بما يتلاءم وظروف الجمهور المستهدف، هذا إلى جانب قوة الإرسال ووضوحه مما يؤثر في عمليات التلقي.

### د- ثقافة المجتمع.

تعتبر ثقافة المجتمع من المتغيرات المهمة، التي لا بد من وضعها في الاعتبار عند التخطيط للإذاعات المحلية، حيث أن الإذاعات المحلية تنطلق في أداء وظائفها من منطلق محلي، يضع في اعتباره السيمات الرئيسية للمجتمع المحلي الذي يخاطبه، مما يستلزم معه أن تستمد كل إذاعة محلية برامجها من هذا المجتمع.<sup>(2)</sup>

(1) مصطفى دروازي، "تفاعل الجمهور الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية"، (مذكرة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2012، ص 57.

(2) منى سعد الحديدي، مرجع سابق، ص 169.

## هـ - القائم بالاتصال .

من الضروري اختيار العاملين من المذيعين ومقدمي البرامج والمعددين والمخرجين، بحيث يكونون من أبناء المجتمع المحلي، لأنهم أقدر من غيرهم على فهم طبيعة مجتمعهم وتحديد احتياجات أفرادهم ويدركون جيدا طبيعة هذا المجتمع ويتعاطفون معه.<sup>(1)</sup>

## و - الجمهور المستهدف .

يعتبر المستقبلين لكل إذاعة محلية، والذين يشكلون جمهور المستمعين والمشاهدين، من أهم عناصر العملية الاتصالية، حيث أنهم المستهدفون من البث الإذاعي، وهم في الوقت نفسه هدف العمل البرامجي كله، وبالتالي يتوقف تحقيق أهداف الإذاعة على الوصول إليهم، والتأثير فيهم على مستوى المعرفة والاتجاهات والسلوكيات، لذلك لابد أن تراعي الإذاعات المحلية طبيعة الجمهور المستهدف وخصائصه، واحتياجاته ورغباته عند اختيار البرامج والمواد الإذاعية<sup>(2)</sup>.

### 9.1 - جمهور الإذاعة المحلية وخصائصه.

#### 9.1.1 - جمهور الإذاعة المحلية.

إن الإذاعة المحلية موجهة بالدرجة الأولى إلى جمهور المجتمع المحلي، فهي ملتزمة بالطابع المحلي وبنوعية الحيات في ذلك المجتمع، على الرغم من واجبها العام وهو الإعلام والترفيه والتثقيف، فالإذاعة المحلية جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا محدود العدد، فوق أرض محدودة المساحة، وجمهور الإذاعة المحلية لا ينحصر فقط في المجتمع المحلي، لكنه قد يتعدى حدود الدولة، لكن الجمهور المستهدف للإذاعة بالميزة أو الصفة الخاصة هو المجتمع المحلي، ولعل دور الإذاعة هنا بالنسبة لمجتمعها هو محاولة التفاعل مع أفرادها، كيف لا وهي جزء منه، وأن هذا التفاعل لا يكون إلا بدراسة احتياجات ومتطلبات ومشاكل، هذا الحق في المشاركة والتعبير وطرح المشاكل العامة للنقاش الحر دون التحيز والميول إلى غيره، كما يمكن إجراء بحوث أو دراسة أو تحليل لبرامج ذاتها، التي تقدم مضمون رسالتها وأهدافها والقيام كذلك بالنزول إلى المستمعين، وإجراء دراسات استطلاعية.<sup>(3)</sup>

(1) لبنى لطيف، مرجع سابق، ص، 135، 136.

(2) منى سعد الحديدي، مرجع سابق، ص، 170.

(3) مليكة زيد، مرجع سابق، ص 59.

## 9.2.1- خصائص جمهور الإذاعة المحلية.

- لقد قسم بعض المؤلفين في الإعلام جمهور الإذاعة طبقا لمجموعة من المعايير والمحددات أهمها:
- ✓ أنه جمهور متنوع ومختلف، وقد يتسع ليشمل الآلاف والملايين، وقد يضيف حتى يصل إلى فرد أو مجموعة من أفراد الجمهور الذي تخاطبه الإذاعة ليس هو حشد المجتمع، في مكان معين وفترة زمنية معينة أو محددة، بل جمهور ذا ميول ومصالح مشتركة تربط بين أفراده.
  - ✓ الفردية في الاستماع، إذ أن عملية الاستماع تتم بشكل فردي تماما، أو في إطار جماعات قليلة العدد إلى حد أقصى.
  - ✓ الجمهور العريض للإذاعة يتشكل دائما في هيئة جماعات، هي تلك الأسر التي تجتمع حول جهاز الراديو، وهذا الجمهور يختلف عن تلك الجماهير في دور السينما أو المسرح أو جمهور الصحافة.<sup>(1)</sup>

ثانيا: الإذاعة المحلية في الجزائر.

## 1.2- نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر.

- نشأت الإذاعة المحلية في الجزائر، لأنها أصبحت أمرا ضروريا مقررًا للتنمية المحلية للمنطقة، وسيمة من سماتها إذ بلغ عددها 48 إذاعة انطلقت فعلا موزعة على كل ولايات الوطن.
- تعتبر الإذاعة المحلية وسيلة اتصال جديدة دخلت إلى الجزائر، بعد إصدار المرسوم التنفيذي 91/108، الصادر في 20 أبريل 1991، والذي تحولت بموجبه الإذاعة إلى مؤسسة ذات طابع صناعي تجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية واستقلالية التسيير، فبعد إصدار هذا المرسوم انشئت الإذاعة المحلية.<sup>(2)</sup>

فبعد قرار جويلية 1986 المتعلق بإعادة هيكلة المؤسسات الوطنية، الذي يعد بمثابة القرار الذي يؤكد على استقلال المؤسسة الوطنية للإذاعة، وبعد خطوة تحرر أضخم ثاني مؤسسة إعلامية في الجزائر، بحيث تترتب عنه "تعددية سياسية"، أفضت إلى تشكيل أحزاب سياسية وقوى المجتمع المدني،

(1) المرجع السابق، ص، 60.

(2) طاهري لخضر، مرجع سابق، ص 89.



وبالتالي تعددية إعلامية، أصبحت السلطة الجزائرية تنظر إلى المجتمع من منظور تعدد الأفكار والآراء، في مقابل فرض عليها إيجاد الطرق والوسائل التي تعبر بها، فئة أو شريحة عن رأيها، وهذا ما أكده دستور فيفري 1989 المقر بالتعددية الإعلامية.

فبمقتضى المرسوم 150/86 تم وضع المؤسسة الوطنية الأولى للإذاعة الصوتية "ENRS"، وأيضاً المؤسسة الوطنية للتلفزة "ENTV"، وكذا المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري "ENPA".  
بحيث تنص المادة الأولى من القانون على إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي، وصيغة اجتماعية ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تسمى "مؤسسة الإذاعة الوطنية"، أما المادة الثانية فتتضمن على وضع المؤسسة تحت وصاية وزير الإعلام، مع احتكارها للبث الإذاعي في كافة التراب الوطني، والرغبة في فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق الداخلية وضرورة حماية الثقافات، خصوصاً مع زيادة الغزو الثقافي للجمهور المحلي، استدعى فتح قنوات اتصالية تعمل على ترسيخ القيم الثقافية المحلية، الأمر الذي دفع بالقطاع السمعي إلى إقامة شبكات إعلامية متعددة، تمثلت في إقامة محطات إذاعية محلية في عدة ولايات في القطر الجزائري.<sup>(1)</sup>

وتبقى الإذاعة الوطنية المسؤول الوحيد على تأسيس الإذاعة المحلية، كونها صاحبة الخبرة الوحيدة والنواة الأولى في الميدان الإذاعي الجزائري، فيما يخص الإنتاج والتنظيم والتسيير، إضافة إلى كونها صاحبة المبادرة في إنشاء الإذاعة المحلية، فكانت البداية من بشار حيث انطلقت إذاعة الساورة في 20 أفريل 1991، ثم تليها متيجة في 08 ماي 1991، والواحات "ورقلة" في 09 ماي 1991.<sup>(2)</sup>

وإذاعة القرآن الكريم وقد انطلقت برامجها الدينية يوم الثاني عشر من شهر يوليو عام 1991، ثم إذاعة السهوب "الأغواط" وقد أرسلت برامجها الأولى يوم الخامس من شهر نوفمبر عام 1991، بتغطية شملت كلا من ولاية الأغواط، الجلفة، تيارت، بسكرة، الوادي، ورقلة، وأجزاء من ولاية البيض<sup>(3)</sup>،

(1) فاطمة الزهراء بن عزة، "الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام"، ( أطروحة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2016-2017)، ص، 50، 51.

(2) ليني سويقات، مرجع سابق، ص، 157.

(3) خليفة بن قارة، الإذاعة كما رأيتها وأراها، ( الجزائر: منشورات السائحي، 2013)، ص، 91.

لتتوالى بعد هذا التاريخ انطلاق الإذاعة الجهوية "المحلية" في الجزائر، ليصل عددها عام 2004 إلى 29 إذاعة.<sup>(1)</sup>

### 1.1.2 أسماء وتواريخ انطلاقات الإذاعات المحلية في الجزائر.

تحمل كل إذاعة محلية أو جهوية اسم المدينة التي يقع فيها مقرها، وإن كانت الإذاعات الأولى تسمى باسم المنطقة أو الجهة، التي تجمع أكثر من مدينة أو أزيد من ولاية كما أسلفنا، ولكن تواريخ بداية الإرسال البرامجي عبر الأنترنت تختلف من إذاعة إلى أخرى، وقد استعملت بعض الإذاعات في إرسالها اليومي اللغة الأمازيغية إضافة إلى العربية.<sup>(2)</sup>

الرقم	الإذاعة المحلية	تاريخ بداية الإرسال	الإذاعات الناطقة باللغة الأمازيغية
01	بشار/ الساورة	1991/04/20	
02	ورقلة/ الواحات	1991 /05 /09	❖
03	الأغواط/ السهوب	1991 /11 /05	
04	متيجة/ المتيجة	1991 /05/08	انتهت برامجها مع بداية افتتاح إذاعة البليدة
05	تمراست/ الأهقار	1992 /04 /16	❖
06	تلمسان	1992 /10 /07	
07	سطيف/ الهضاب	1992 /10 /10	❖
08	البهجة	1992 /10 /01	❖
09	وهران/ الباهية	1995 /01 /26	
10	قسنطينة/ سيرتا	1995 /02 /02	
11	تبسة	1995 /04 /04	❖

(1) ليني سويقات، مرجع سابق، ص، 157.

(2) خليفة بن قارة، مرجع سابق، ص، 93، 94.

❖	1996 /08 /04	أدرار / تون	12
❖	1996 /08 /19	بجاية / الصومام	13
	1996 /11 /21	الوادي / سوف	14
	1997 /01 /13	عنابة / البوني	15
❖	1997 /01 /27	إيليزي	16
	1998 /10 /25	تيارت / تيهرت	17
❖	1998 /12 /18	باتنة / الأوراس	18
❖	1999 /03 /12	تندوف	19
	1999 /04 /24	النعامة	20
	1999 /07 /30	بسكرة / الزيبان	21
❖	2001 /02 /24	غرداية	22
	2003 /07 /27	معسكر / بني شفران	23
	2003 /09 /08	البيض	24
	2003 /10 /07	المسيلة / الحضنة	25
	2003 /11 /15	سكيكدة	26
❖	2004 /01 /26	الشلف	27
	2004 /02 /20 <sup>(1)</sup>	مستغانم / الظهرة	28
	2004 /02 /17	سيدي بلعباس	29
	2005 /02 /23	سوق أهراس	30
	2006 /07 /05	غليزان	31
	2006 /11 /01	جيجل	32

<sup>(1)</sup> المرجع السابق، ص، 94، 95.

	2006 /09 /09	الجلفة	33
	2008 /02 /24	سعيدة	34
❖	2008 /03 /19	أم البواقي	35
	2008 /03 /26	عين تيموشنت	36
❖	2008 /04 /26	تيسمسيلت	37
	2008 /04 /23	برج بوعريريج / البيان	38
	2008 /05 /05	عين الدفلة	39
❖	2008 /12 /25	خنشلة	40
	2008 /12 /27	قلمة	41
	2008 /12 /29	البويرة	42
	2009 /03 /09	ميلة	43
	2009 /07 /01	تيازة	44
	2010 /03 /22	المدية / التيطري	45
	2010 /06 /30	الطارف	46
	2011 /07 /05	البليدة	47
❖	2011 /11 /04	تيزي وزو	48
❖	2012 /07 /05 <sup>(1)</sup>	بومرداس	49

(1) خليفة بن قارة، مرجع سابق، ص، 96.

## 2.2- ضرورة الإذاعة المحلية في الجزائر.

لقد كان بث الإذاعة الجزائرية يتوقف في منتصف الليل، مما يجعلها غائبة عن مناطق المغرب العربي بصفة عامة، ولهذا كان لمدينة وهران وقسنطينة بث جهوي لبرنامج "مغرب الشعوب" لمدة ستة ساعات من الزمن، في نهاية سنة 1975م.

كما أن الجزائر المستقلة لم تعرف ظهور الإذاعة المحلية إلا في السنوات الأخيرة، وهذا راجع إلى عدة عوائق منها، السياسية والقانونية، وبالرغم من اختلاف المجتمعات المحلية وتمايزها، من خلال العادات والتقاليد واللهجات، إلا أنه بعد التحولات السياسية والتعديلات القانونية شهد بذلك قطاع الإعلام عدة تغيرات نحو حرية التعبير، وفي بداية التسعينات وبذلك حولت للإذاعة السمعية العمومية طبقا للمادة 13 من قانون الإعلام، فكانت البداية من بشار من الساورة في 20 أفريل 1991م، ثم تلتها متيجة في 08 ماي وإذاعة الواحات من ورقلة في اليوم الموالي 09 ماي 1991، حتى وصل عددها في سنة 2004 إلى 29 إذاعة، حيث تم توزيعها بمعدل 17 إذاعة في الشمال، و12 في الجنوب، كما زرعت الإذاعات الأولى على طول الحدود لمواجهة المنافسة الخارجية للبلدان الشقيقة.<sup>(1)</sup>

## 2.3- أسباب وأهداف تأسيس الإذاعة المحلية في الجزائر.

## 2.3.1- أسباب تأسيس الإذاعة المحلية في الجزائر.

نظرا للتغيرات العديدة التي أفرزتها التعددية، كان لزاما على القطاع السمعي البصري وخاصة الإذاعي، أن يقترب أكثر من المواطن، وهكذا أصبحت ضرورة فتح قنوات الإعلام على مستوى أفقي، ومنح الولايات الداخلية إذاعات محلية تتجه بالدرجة الأولى إلى سكان هذه المناطق. ظهور الصحافة المستقلة، فقد طبعت فترة التغير السياسي لما بعد 1989 بتغيرات جذرية في الميدان الإعلامي، وكانت أهم مظاهر هذه التغيرات التسريح القانوني، لإمكانية إطلاق صحافة خاصة، سواء كانت معارضة أو مستقلة أو الاستفادة الخاصة من هذه الموجات.<sup>(2)</sup>

(1) نسيم أوكادي، "الإذاعة ودورها في التنمية المحلية"، (مذكرة لنيل شهادة الليسانس، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012، 2013)، ص، 25.

(2) نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط2، (الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2009)، ص، 164.

الرغبة في فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق الداخلية النائية، حتى تكون حافظا جديدا في التنمية المحلية في كافة المجالات.

الطلبات التي ميزت هذه الفترة من الجهات، لإنشاء هيكل بث تسمح لها بإيصال صوتها عبر القناة، وهذا يعني محاولة تبني صيغة "البرامج الجهوية"، وذلك ملئ الفراغ الإعلامي الذي تعاني منه مختلف المناطق البعيدة عن المركز.<sup>(1)</sup>

لم تعد الإذاعة الجزائرية بقنواتها الثلاثة المسموعة، قادرة على تلبية كل الحاجات الإعلامية للمجتمع الجزائري، بمختلف شرائحه وثقافته المحلية، وأصبحت الحاجة ملحة إلى إعلام جوارى، قادر على توفير الخدمة الإعلامية المحلية، والاستجابة إلى الرغبات الأذواق المختلفة، حسب خصوصية كل منطقة من جهات الوطن.

يعد تعدد اللغات واللهجات داخل الدولة الواحدة، قد يشكل عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان، وهذا ما يؤكد الحاجة الملحة إلى إذاعات محلية، لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم.<sup>(2)</sup>

### 2.3.2- أهداف تأسيس الإذاعة المحلية في الجزائر.

إن الغاية من إنشاء الإذاعة المحلية في الدول النامية، والتي تصنف الجزائر من ضمنها ليست نفسها في الدول الأكثر تقدما، والتي وصلت اليوم إلى ما يطلق عليه الإذاعات المتخصصة، ومع تعقد الاتصال والغزو الثقافي الكبير، وتعمق الصراع الحضاري وازدياد السكان في شكل غير محسوس، كان من الضروري إنشاء الإذاعات المحلية لحماية الثقافة المحلية، وإبرازها وسط الزخم الثقافي الكبير الذي يصلنا من جميع الجهات.

خدمة مستمعي المجتمع المحلي وتقديم المواد التي لا يتيسر تقديمها، في البرنامج العام للإذاعة المركزية، بالنظر إلى القاعدة الشعبية العريضة للمستمعين.<sup>(3)</sup>

(1) المرجع السابق، ص، 146.

(2) سليمة بوهين، سلمى بوروس، " دور إذاعة جيجل في الترويج للسياحة المحلية"، (مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2016، 2017)، ص، 39، 40.

(3) نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص، 164.

والهدف منها أيضا خدمة الثقافة الوطنية وتعمق جذورها، عن طريق ما يقدم من برامج وأبحاث حفاظا على الإرث الحضاري، والثقافي لكل منطقة وإبرازها.

إبراز الثقافة الشعبية المحلية خوفا من اضمحلالها، كونها أساس من أسس الشخصية الوطنية والتعريف بتقاليد المنطقة، وخصوصيات سكانها.

توسيع المستوى الديمقراطي والحق في الإعلام، وتحقيق النهوض في كل جهات الوطن، ومواجهة مشكلاته والبحث عن حلول لها.

تحقيق التنمية الفكرية عن طريق ما يريده الجمهور المحلي.

الاهتمام بالبحوث ورغبات الجمهور، والتعرف على مشكلاتهم والوقوف على اهتماماتهم فنجاح الإذاعة المحلية يتوقف على إشعار جمهورها أنها ملك لهم.

#### 4.2- خصائص الإذاعة المحلية في الجزائر.

صاحبت الإذاعة المحلية عدة ظروف أعطتها صبغة ومميزات خاصة، طبعت الجانب الشكلي والضمني لها، ومن بين ما تتميز به الإذاعة الجهوية في الجزائر نذكر مايلي:

✓ تجربة الجزائر في ميدان البث الإذاعي الجهوي حديثة، تقتزن بالتجربة الديمقراطية نفسها.

✓ المحطات المحلية مشروع من المشاريع التوسعية للإذاعة الوطنية، وبالتالي فهي امتداد للمؤسسة الوطنية للإذاعة.

✓ الإذاعة المحلية قطاع عمومي، مع أن قانون الإعلام لعام 1990 يسمح بتحرير الموجات وإطلاق المشاريع الخاصة.

✓ الإطلاق السريع والمفاجئ للمحطات، كان يعبر عن مسايرة الوضع العام أكثر منه عن الحاجة إلى الإذاعة المحلية.

✓ بعض الإذاعات تتجاوز الحدود المحلية، لتغطي أكثر من ولاية، مما يجعلها جهوية منها أكثر منها محلية.<sup>(1)</sup>

(1) المرجع السابق، ص، 165.

✓ وعموماً يمكن القول أن إطلاق المحطات الإذاعية المحلية، تتزامن مع تغيرات جذرية في الكثير من الجوانب، وظروف فوران سياسي واقتصادي وثقافي، لم تعرف له الجزائر مثيلاً منذ ثلاثة عقود من الزمن، لذا يمكن القول أن كل هذه الظروف صاحبت ميلاد الإذاعات المحلية في بلادنا وأعطتها طابعاً مميزاً.<sup>(1)</sup>

## 5.2- أنواع الإذاعات في الجزائر.

أ- الإذاعة الوطنية: وتشمل قنواتها الثلاث (القناة الأولى، الثانية، الثالثة)، وهي تسيير وفق التخطيط الإذاعي المركزي، حيث أن برامجها موجهة إلى أرجاء الدولة بمناطقها المختلفة، ولها عدة وظائف اجتماعية واقتصادية وثقافية... وغيرها.

ب- الإذاعات الموضوعاتية: وهي عادة قنوات متخصصة، كإذاعة القرآن الكريم والإذاعة الثقافية اللتان بدأتا بثهما في بداية السبعينات.

ج- الإذاعات المحلية: تهدف إلى ترسيخ الثقافات المحلية والتمسك بوحدة التراب الوطني وهذه الإذاعات مرتبطة فيما بينها، تحت إدارة مركزية موحدة تنظم عملها، فهي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحيتين الطبيعية والاجتماعية، حيث تجمع أفراد وحدة فكرية وثقافية وتراثية، كما تعبر عن مصالح هؤلاء الأفراد وعددها حاليا 46 إذاعة محلية.<sup>(2)</sup>

## 6.2- مهام الإذاعة المحلية.

يمكن أن نشير إلى بعض المهام الكثيرة التي يمكن للإذاعة المحلية أن تقوم بها:

- ✓ إعلام المواطن بالأخبار المحلية في كل المجالات التي تعنيه.
- ✓ حمل هذا المواطن بوعي وتبصير على المشاركة الإيجابية في تنمية مجتمعه المصغر.
- ✓ مناقشة المشاكل المحلية مع المعنيين بالأمر دون إهمال الحلول المناسبة لها.
- ✓ تشجيع المبادرات الفردية والجماعات ومتابعة تطورها.<sup>(3)</sup>

(1) نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص، 167.

(2) عبد السلام عيوشي، مرجع سابق، ص، 136.

(3) خليفة بن قارة، الإذاعة كما رأيتها وأراها، مرجع سابق، ص، 98،99.



✓ العمل على إحداث التغيير في العادات السيئة أو الداخلية، التي تعمل على فرملة المجتمع نحو التقدم.

✓ فسح المجال للرأي والرأي الآخر، التعود على فن الاستماع إلى الآخر الذي يعد ضرورة، من أجل ترقية الجهد المحلي والمساهمة في عملية التوعية في المجتمع المحلي والمجتمع المدني.<sup>(1)</sup>

✓ مهمة تثقيفية، تربوية، تشاركية حول مختلف المواضيع التي تهم حياة المجتمع المحلي.  
✓ مهمة خدمتية.

✓ مهمة ترفيهية ومسلية.

✓ تضمن من خلال برامجها إبراز التراث والمساهمة في إثرائه، بواسطة الإبداع الإذاعي الذي تقترحه.

✓ تساهم الإذاعة المحلية في إبراز اللغتين الوطنيتين وترقيتهما، في إطار احترام الدستور.

✓ تساهم في الحفاظ على خصوصيات المجتمع المحلي، في مجال التعبير بمختلف مكونات اللغة.<sup>(2)</sup>

ثالثا: التوعية المرورية: أهميتها، أبعادها، مقوماتها ومظاهرها.

### 1.3- أهمية التوعية المرورية.

أهمية الوعي المروري تكمن في تهذيب المفاهيم، التي اعتادها الأفراد في المجتمع، بحيث تكون نظرهم بأنظمة المرور وآدابه، لا على أساس الخوف من العقاب، وإنما الانصياع الذاتي لها، وبالتالي تتحقق العملية التكاملية بين الجمهور وبين المشرعين المروريين، وذلك بهدف تحقيق الهدف المنشود وهو تحقيق السلامة المرورية لكل مستخدمي الطريق، وتتضح أهمية التوعية المرورية، من خلال مساهمتها في الوقاية من الحوادث المرورية، إذ أن غرس الوعي المروري في أفراد المجتمع، تجعل دواتهم أكثر تقبلا للقوانين المنظمة للطريق ومستخدميه، من السائقين، الركاب والمشاة، لتظهر واضحة في سلوكياتهم التي تعد الرقابة الذاتية، هي المحرك الأساسي لها وليس الرقابة الخارجية من إجراءات وعقوبات وغيرها، مما يؤدي إلى حفظ معدلات المخالفات المرورية.<sup>(3)</sup>

(1) المرجع السابق، ص، 99.

(2) محمد شلوش، الإذاعة الجزائرية، مرجع سابق، ص، 26.

(3) عبد الله بالسعيد، علي بالصحراوي، هجيرة بن عليه، "الإرشادات الإذاعية ودورها في غرس الوعي المروري"، مرجع سابق، ص، 34، 35.

وبالتالي تسهم التوعية المرورية في التقليل من حوادث المرور من خلال :

- ✓ زيادة الوعي وحسن التوجيه والرقابة على الأفراد.
- ✓ يكسب الأفراد السلوك الإيجابي أثناء السير على الطرقات والتقليل من احتمالية وقوع الحادث المروري.<sup>(1)</sup>
- ✓ التعريف بآداب السير وسلوكياته والكيفية الصحيحة لاستخدام الطريق، والتجاوز ومعرفة إشارات وعلامات المرور.

✓ تتجسد أهمية التوعية المرورية في المرحلة المبكرة من حياة الإنسان "مرحلة الطفولة"، فالأطفال في المدارس هم أكثر استخداما للطريق، والأكثر تعرضا لحوادث المرور، بسبب جهلهم وعدم معرفتهم بأبسط قواعد المرور، فالطفل لديه عموما قدرة على الاستيعاب والإدراك، فكلما تلقى أي من المعلومات كانت أكثر رسوخا وثباتا، وشكلت بالنسبة له سلوكا دام معه طوال حياته، وهذا يؤكد ضرورة وأهمية التوعية المرورية، وإعطائها حيزا مهما وقدرًا كبيرا من المناهج الدراسية.<sup>(2)</sup>

✓ كما أن للتوعية المرورية أهمية كبيرة، كون أن الأفراد بحاجة إلى وعي مروري كون هذا الأخير بمثابة اليقظة الحسية والمعنوية والمعرفية، والإلمام الواسع لكل ما يتعلق بالمرور، من مركبة وطريق وإشارات وأنظمة وقوانين وغيرها، مما ينعكس إيجابا على الشخص وحسن قيادته ومراعاته للأنظمة المرورية المختلفة.<sup>(3)</sup>

كما أن الوعي الشامل والمتكامل بالمشكلة هو الوعي المطلوب، القادر على فهم المشكلة ومواجهتها والتوصل إلى حلول ناجعة لها، ولهذا نرى ضرورة أن يتضمن الوعي المروري.

✓ وعي واقع الأطراف المختلفة المعنية بالمسألة المرورية، (السائقين، المشاة، رجال المرور وصانعو المركبات ومهندسو الطرق...)

✓ وعي الآثار المتعددة لمشكلة المرور (البشرية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية).

على 20/02/2018 تم الإطلاع عليه يوم 555. Blog spot. Com/p/ read. Mor. Httpb. www. Htm. <sup>(1)</sup>

20: 11 الساعة

<sup>(2)</sup> إسماعيل سليمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012)، ص، 114.

<sup>(3)</sup> أديب محمد حضور، حملات التوعية المرورية العربية، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2008)، ص، 10.

✓ وعي مسؤوليات الجهات المعنية بمواجهة المشكلة المرورية، وطبيعة الأدوار التي يجب أن تؤديها لمواجهة هذه المشكلة، وحلها أو التخفيف من آثارها.<sup>(1)</sup>

وتعتبر التوعية المرورية إحدى الوسائل الهامة، في التعريف بوسائل النقل وقواعد القيادة والقوانين والأنظمة والآداب التابعة لها، وما يرتبط بها من أمور تؤمن السلامة للإنسان والمجتمع، وتقلل من الخسائر البشرية وغير البشرية، والتي تتسبب بخسائر مادية فادحة على مستوى الفرد والمجتمع. كما أن المجتمع بحاجة إلى الوعي المروري كون، إحصائيات الحوادث المرورية ونتائجها المأساوية تعطينا دلالة واضحة إلى حاجتنا الماسة بصورة عاجلة إلى الوعي المروري، النظري منه والتطبيقي، لصون أنفسنا من الهلاك، الوقوع في الخطر، وصون غيرنا من الأذى، وصون مركباتنا من التلف، وصون ما يحيط بنا من الفساد والدمار (الطريق، الإشارات، المحلات، المنشآت وغيرها)، إننا نحتاج بدرجة كبيرة إلى الوعي المروري لتقليل تلك الخسائر البشرية الفادحة، والخسائر الاقتصادية الباهظة الناتجة عن حوادث المرور.

وهنا نجد أن التوعية المرورية تمثل الخطوة الأولى للوقاية من الحوادث المرورية.<sup>(2)</sup>

### 2.3- أهداف التوعية المرورية.

تهدف التوعية المرورية إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- ✓ ترسيخ السلوك المروري لدى مستعملي الطريق.
  - ✓ نشر الوعي المروري بين الناس، وتوعيتهم بمخاطر السرعة وأهمية التقيد بأنظمة المرور.
  - ✓ التقليل من حجم الخسائر المادية والبشرية التي تنجم عن عدم الالتزام بقوانين السير والمرور.
  - ✓ ضبط المخالفين والمتهورين والخارجين عن القانون، واتخاذ الإجراءات اللازمة حيالهم.
  - ✓ وضع مشاكل المرور أمام الرأي العام لمناقشتها، والمساهمة في إيجاد الحلول المناسبة لها.<sup>(3)</sup>
- ومن الأهداف أيضا نجد:

(1) المرجع السابق، ص، 12، 13.

(2) فرح الجلامدة، التوعية المرورية، (الثقافة المرورية) وأثرها للحد من الحوادث المرورية، Pdf. file:///i:%c2%ao/070. تم الإطلاع عليه يوم 19/02/ 2018 على الساعة 15:20.

(3) عطا الله فهد السرحان، "إستراتيجيات التوعية والسلامة المرورية" ورقة مقدمة في حلقة علمية حول دور مؤسسات المجتمع المدني ودورها في التوعية المرورية، (الرياض، من 06 إلى 10 /04 /2013)، ص، 5.

أ- هدف إعلامي: الإعلام حول وجود مشكلة حوادث الطرق باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري وغير جماهيري، من خلال المحاضرات والندوات واللقاءات والمطبوعات.

ب- هدف إقناعي: من خلال إقناع المواطن السائق والماشي والراكب، أن كل حادث مخالفة وأنه يخطئ ويتجاوز القوانين والقواعد.

ج- هدف إنساني: من خلال التوعية المرورية، والتي تحمل أشكال التعليم والتدريب والتثقيف للحفاظ على الإنسان وحفظ حياته، وتأمين سلامة المجتمع والحفاظ على موارده المختلفة.<sup>(1)</sup>

✓ خلق شعور لدى مستخدمي الطرق، بأهمية الالتزام بالآداب وقواعد وقوانين المرور وتقبل التعليمات الخاصة بذلك.

✓ تجسيد الفجوة بين رجل المرور والمواطن (مستخدم الطريق)، وخلق تفاهم واحترام متبادل فيما بينهم، من خلال ترسيخ مبدأ المسؤولية المشتركة للحد من حوادث السير وآثارها.<sup>(2)</sup>

✓ إعلام الجماهير (ركاب، مشاة، سائقين)، بالقوانين والأنظمة والتعليمات الخاصة بالمرور.

✓ التركيز على الدور الهام للمؤسسات التربوية (المدرسة، الكلية، الجامعة)، وحثها على تفعيل دورها في مجال التوعية والتربية المرورية.<sup>(3)</sup>

✓ تعميق وتوثيق التعاون مع المجتمع المحلي، وكافة مؤسساته من حكومية وأهلية.

✓ إشراك المجتمع المحلي في التخطيط للسلامة المرورية.

✓ إيجاد تراكم توعوي لدى المجتمع المحلي، من خلال تنفيذ برامج وأنشطة توعوية متنوعة.

✓ تحسين البيئة المرورية ونشر الوعي المروري.<sup>(4)</sup>

كما تهدف التوعية المرورية إلى الآتي:

<sup>(1)</sup> حسينة أحمد شاهين، "الأسرة ودورها في التوعية المرورية"، ورقة مقدمة في دورة تدريبية حول تنمية مهارات رجال المرور في مجال التوعية المرورية، (عمان، 19-23/05/2007)، ص، 16.

<sup>(2)</sup> فرح الجلامدة، مرجع سابق، ص، 11.

<sup>(3)</sup> منير أبو علوش، سهى البلاونة، فرح الجلامدة، " دور التوعية المرورية في الحد من حوادث الأطفال"، ورقة مقدمة في المؤتمر الرابع للبحث العلمي، (الأردن، 2009)، ص، 11.

<sup>(4)</sup> فاروق عبد الرحمان، وزارة النقل والمواصلات، تقرير حول المجلس الأعلى للمرور، (القدس: 2011)، ص، 14، 16، 17.

✓ تكوين نسق فكري مروري لدى مختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية عن مختلف جوانب الحياة المرورية:

ويتطلب تحقيق هذا الهدف، تقديم معلومات وبيانات وحقائق من شأنها تعريف المواطن بحقائق الأحداث والظواهر، والتطورات والمشاكل المرورية.

وإن من شأن هذه المعلومات أن تتيح للمعني بالمسألة المرورية، أن يكون على اطلاع معرفي بوقائع الحياة المرورية، وهذا من شأنه أن يؤدي تراكميا إلى تكوين النسق المعرفي المروري لدى الفرد والمجتمع.

✓ تكوين نسق فكري مروري لدى الفرد والمجتمع فيما يتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية:

من المهم جدا بالنسبة لمختلف الجهات والأطراف المعنية بنشر الثقافة المرورية، التي تهدف إلى تحقيق توعية مرورية، تسهم في تحقيق السلامة المرورية، أن تقدم معلومات صحيحة وشفافة عن حقيقة ما يجري في المجالات المختلفة من الحياة المرورية، وذلك من أجل أن تجعل الفرد عارفا ومطلعا على ما يجري.

✓ تكوين نسق اتجاهات مروري متساوق ومتكامل لدى الفرد والمجتمع إزاء الجوانب المختلفة في المسألة المرورية:

تسعى التوعية المرورية بشكل منهجي ومنتظم لزرع اتجاهات مرورية جديدة سليمة، لتغيير أو لتعديل اتجاهات مرورية خاطئة.

وتستطيع التوعية المرورية تكوين نسق اتجاهات مروري متساوق ومتكامل، يسهم في تحقيق الوعي المروري، وفي ضمان السلامة المرورية.<sup>(1)</sup>

(1) أديب محمد حضور، مرجع سابق، ص، 15، 19، 21.

## ✓ تكوين نسق قيمي سلوكي مروري لدى الفرد والمجتمع:

يتضمن منظومة من القيم المرورية التي تسهم في تحسين الفرد والمجتمع، من الإقدام على سلوك مروري خاطئ ومضر بالفرد والمجتمع، ويدفعه للإسهام الفاعل في تحقيق السلامة المرورية. ومن الثابت علمياً، مدى تأثير منظومة القيم الفردية والاجتماعية على السلوك الفردي والجمعي، ولذلك يجب أن تسعى التوعية المرورية إلى تكوين نسق قيمي مروري، يتضمن القيم الإنسانية التي تدفع إلى الحفاظ على حياة الإنسان، وحمايته من أخطار حوادث المرور.

## ✓ تكوين نسق سلوكي مروري يتمثل في معرفة الفرد وفكره واتجاهه وقيمه:

فمن المهم جداً نجاح التوعية المرورية في تحقيق الأنساق المرورية، المعرفية والفكرية والقيمية والاتجاهية.<sup>1</sup>

## 3.3- خصائص التوعية المرورية.

يمكن تحديد أهم خصائص التوعية المرورية وشروطها على النحو الآتي:

أ- الاستمرارية: التوعية المرورية عبارة عن عملية تتصف بالاستمرارية والديمومة، فهي بالتالي عملية مستدامة وليست مجرد حدث أو مجموعة أحداث متفرقة، أو مجرد فعالية أو مجموعة فعاليات متناثرة، بل هي عملية مستمرة ودائمة.

أ- المنهجية والانتظام والتماسك: التوعية المرورية عملية منهجية منتظمة ومتناسكة، تُحدد أسسها ومنطلقاتها وأهدافها، وتضع الخطط والبرامج الكفيلة بتحقيق هذه الأهداف.

ب- الشمولية: التوعية المرورية عملية شاملة، بمعنى أنها تشمل مختلف المجالات المرورية، وجميع جوانب الحياة المرورية، وتستهدف الوصول إلى جميع الشرائح الاجتماعية.

ج- الاتفاق مع الإستراتيجية المرورية: يجب أن يتم التخطيط للتوعية المرورية، وتحديد برامجها وأهدافها ضمن الإطار العام للإستراتيجية المرورية، وبما يتفق مع هذه الإستراتيجية ويسهم في تحقيق أهدافها في مختلف مجالات الحياة المرورية.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص، 22، 23، 24.

<sup>(2)</sup> أديب محمد حضور، مرجع سابق، 13، 14.

**د- التكامل:** فهي تهتم بمختلف الأطراف المعنية بالسلامة المرورية (الهندسية، البشرية، القانونية والعمرائية)، وتهتم بمختلف جوانب المشكلة المرورية (الاقتصادية، النفسية والاجتماعية).

**هـ- التجديد والتطور:** هي عملية متجددة ومتطورة، بحيث تستطيع أن تواكب المتغيرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية، وهذا ما يستدعي ضرورة التجديد والابتكار في مضامين التوعية المرورية وفي الخطاب المروري، وفي الوسائل والموضوعات وأساليب المعالجة المستخدمة.<sup>(1)</sup>

**و- التفاعلية:** التوعية الناجحة هي التي تبتعد عن التلقين والإكراه، وتعتمد أسلوب التفاعل وتنجح في رفع فعالية الناس، وتفاعلهم مع الأهداف الإستراتيجية للتوعية المرورية.

**ز- تنوع الوسائل وتكاملها:** إن تنفيذ التوعية المرورية في أوساط المجتمع يستوجب استغلال واستعمال جميع وسائل الإعلام والاتصال، والتي تعتبر جزء ضروري مكون للتنظيم الاجتماعي للمجتمعات الحديثة، كالمدارس، المساجد، مدارس السياقة، فكلما تعددت وسائل الدعم المعتمدة، أمكن إيصال الرسالة التوعوية الوقائية إلى أكبر عدد ممكن من الفئات المستهدفة وبالتالي يمكن توعية شرائح عريضة من المجتمع.<sup>(2)</sup>

**ح- التوعية أسلوب وقائي طوعي:** بمعنى أن التوعية هي أحد أساليب الوقاية، وهي لا تفرض بقانون، ولكن ينفدها الأفراد انطلاقاً من اعتبارات وأحاسيس تتحرك لديهم لدى استشعارهم بالخطر.<sup>(3)</sup>

### 4.3- أساليب التوعية المرورية.

تعتبر التوعية المرورية نوعاً من أنواع التوعية الاجتماعية، وتعني بصورة عامة تلقي الفرد جملة من المعارف والمعلومات، وتدريبه على تطبيقها ميدانياً، وإكسابه قيماً وعادات تحكم سلوكه عند التعامل

(1) التوعية المرورية (الخصائص والأهداف...السلامة المرورية). فيسبوك، Htm : % File:///i : c2 .File:///i : % Htm ، تم الإطلاع عليه يوم 2018/02/07، على الساعة 15:18 .

(2) منير ظبي، الثقافة والتوعية المرورية بين المفهوم والممارسة، مجلة العلوم الاجتماعية، file : ///c : vsers /afak/ desk top htm . الإطلاع يوم 2018 /02 /25، على الساعة 11:28.

(3) أديب محمد حضور، مرجع سابق، ص، 14.

مع الطريق، سائقاً كان أو راكباً أو راجلاً، وتتحقق التوعية المرورية من خلال ثلاثة أساليب رئيسية وهي:

أ- **الأسلوب المعرفي:** ويعني تزويد الفرد بكل المعارف والمعلومات، الخاصة بالمرور وقواعد تنظيمه، أي تمكينه من الإلمام بقواعد تنظيم السير والقوانين والتنظيمات، التي تحكم سير المركبات والمشاة في الطريق العام، مثل الإشارات والعلامات ومبادئ الأولوية وشروط التجاوز والمكوث وغيرها، وإلمام الجمهور بهذه المعارف يحقق وحدة الفكر والمفاهيم بين مستخدمي الطريق العام.<sup>(1)</sup>

ب- **الأسلوب المهاري:** ويعني تنمية قدرات الجمهور، وصقل مهارته في الاستعمال الأمثل للطريق سواء أثناء سيطرة المركبات مثل، الامتثال لإشارات المرور واللوحات والالتزام بأولويات المرور وترك مسافة الأمان، أو أثناء السير مترجلاً مثل المشي على الرصيف والتقيد بقواعد قطع الطريق، أي التدريب على تطبيق ما تلقاه من معارف نظرية، تطبيقاً سليماً أثناء استعمال الطريق.

ج- **الأسلوب السلوكي:** ويعني تهذيب سلوك مستعمل الطريق، من خلال التركيز على الجوانب النفسية له، والسعي إلى إقناعه بتقبل قواعد السلامة المرورية وجعله يؤمن بجدوى الامتثال لها وغرس قيم التسامح في نفسه، والإحساس بمسؤولية على سلامته وعلى سلامة غيره من مستخدمي الطريق. وعليه يمكن القول: أن التوعية المرورية تهدف في الأساس إلى تحقيق غاية واضحة، وهي تمكين مستعملي الطريق من تفادي الأخطار التي تحدث بهم، مما يترتب عليه التقليل من الحوادث المرورية، وكذلك التقليل من المآسي والخسائر التي يسببها الاستعمال السيئ للطريق.<sup>(2)</sup>

### 5.3- مقومات التوعية المرورية.

تهدف التوعية المرورية لتغيير المفاهيم التي اعتاد عليها أفراد المجتمع، وذلك بالتقيد بأنظمة قواعد المرور، بدافع حب الذات والنظام لا خوفاً من العقاب لقناعتهم بها، سوف ينتج عن مخالفة الأنظمة

(1) الهاشمي بن بوزيد بوطالي، "فعاليات حملات التوعية المرورية"، ورقة مقدمة في مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 11-13/12/2006، ص، 11.

(2) فتيحة بن عباس، "دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر"، مرجع سابق، ص، 300.



والقواعد المرورية من أخطار تهدد حياتهم، والأسس التي يقوم عليها الوعي المروري لأفراد المجتمع، فيما يتعلق بأنظمة وقواعد المرور:

✓ إيجاد توعية مناسبة لرجال المرور.

✓ إيجاد توعية مناسبة لأفراد المجتمع.

وسيتناول هذه الأسس بشيء من الإيجاز على النحو الآتي:

أ- **التوعية المناسبة لرجال المرور:** من أجل الوصول إلى وعي مروري متكامل، لا بد أن تبدأ أولاً بتوعية رجال المرور أنفسهم، عن طريق تنظيم برامج تدريبية تعد لهم، سواء كانت في الداخل أو الخارج ليمارس رجال المرور واجباتهم الوظيفية، بإجراءات فعالة وبأوقات قصيرة دون بين أي من أفراد المجتمع في المعاملة، مع ضرورة التركيز أيضاً على العوامل التي تساعد في دعم وتوطيد علاقتهم بمستعملي الطريق، ومنها على سبيل المثال:

- الاهتمام بأسلوب التخاطب مع مستعملي الطريق.

- تكيف علاقته مع أفراد المجتمع على أساس علمي سليم، (دراسة التحكم في سلوك الإنسان).

ب- **التوعية المناسبة لأفراد المجتمع:** منها أجهزة المرور، الأسرة، المؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام المختلفة، وسيتناولها بشيء من الإيجاز:<sup>(1)</sup>

ج- **دور الأسرة:** تعد الأسرة النواة الأولى في المجتمع، فهي البيئة الأولى التي ينشأ فيها الطفل ويتعلم فيها الأخلاق، والقيم التي تهيئه للحياة داخل المجتمع، وإسهامات الأسرة في مجال الوعي المروري، يمكن ملاحظتها من خلال تعليم الأبناء الالتزام بأنظمة المرور والقوانين المنظمة لها، وكذلك الالتزام الدائمي من قبل الآباء بأنظمة وقواعد المرور،<sup>(2)</sup>

إذ أن المسؤولية الكبرى في غرس الوعي المروري لدى الأبناء داخل الأسرة، تقع على كاهل الوالدين في المقام الأول، لأن الطفل باندفاعه وعفويته لا يدرك أخطار الطريق، ومن هذا المنطلق فإن

(1) علي سعود السهلي، "دور الإعلام في معالجة المشكلات المرورية"، ورقة مقدمة في دورة تدريبية بعنوان تكاملاً العلاقات بين الأجهزة المرورية والأجهزة الإعلامية، (الرياض، 10-19/03/2008)، ص، 7، 8.

(2) رجال غربي محمد الهادي، سيكولوجية مستعمل الطريق، ورقة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول، "حوادث المرور بين مستعملي الطريق وتنظيم المرور"، (جامعة الحاج لخضر، باتنة، يومي 24/25/04/2013)، ص، 238.

الاهتمام بسلامة وتنمية الوعي المروري لديه واجب على جميع أفراد الأسرة، فعليهم مراقبة تصرفات الأبناء وتوجيههم من اللعب في الأماكن الخطيرة وإرشادهم إلى زيارة الحدائق المرورية من قبل الأسرة، واستغلال هذه الزيارات لتمير بعض الملحوظات للأطفال، وإعطائهم جرعة جرعة من الثقة في التعامل مع العناصر المرورية.<sup>(1)</sup>

**د- أجهزة المرور:** مما لا شك أن لأجهزة المرور دور هام في مجال التوعية المرورية، وذلك من خلال إدارات وشعب وأقسام ووحدات السلامة في إدارات وشعب وأقسام المرور، والتي تتمثل مهمتها في الإشراف والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة، في الجامعات والمدارس والمؤسسات الحكومية والأهلية، لتنفيذ برامج التوعية المرورية، عن طريق إلقاء المحاضرات والندوات من قبل رجال المرور أو رجال الدين، خصوصا فيما يتعلق بمشكلة المرور والحوادث، وذلك لعرض هذه المشكلة التي تعاني منها المجتمعات على الجمهور، وتشمل أفراد الأسرة والطالب بمدرسته والمواطن بعمله والسائق والأم بمنزلها، وهذا لا شك سوف تنعكس آثاره على العلاقات بين رجال المرور وأفراد المجتمع، وتوطيدها خصوصا إذا عرف أفراد المجتمع أن رجال المرور وجدوا لخدمتهم ومساعدتهم، وللمحافظة على أمنهم من عبث المستهترين وكثيرا ما يضيف الجمهور بما يبذره رجل المرور، من جهود في تنظيم حركة السير ومتابعة المخالفين، خصوصا إذا ما تعارضت جهود رجال المرور مع رغبات البعض، أو كان من شأنها الحد ولو جزئيا من حريته، ولذلك فإن المسؤولية الملقاة على أجهزة المرور كبيرة، لا تقتصر على تنفيذ أنظمة المرور فقط، بل تتجاوزها إلى التوجيه المخلص والصادق، نحو جمهور أفراد المجتمع لمعرفة اتجاهاتهم ورغباتهم، وتحقيق ما يتعلق منها بالسلامة وتصحيح المفاهيم الخاطئة لدى البعض الآخر وتقبل الاقتراحات والآراء التي يقدمها الجمهور لحل مشاكل المرور، مما يجعل أفراد المجتمع يعيش المشكلة كما يعيشها رجال المرور، وبالتالي تسهل مهمة رجال المرور للقيام بمهمتهم دون صعوبة وعراقيل.<sup>(2)</sup>

(1) مريم أحمد السيد، "الرسالة الإعلامية للتوعية والسلامة المرورية في المناهج الأردنية"، مرجع سابق، ص، 210.

(2) علي سعود السهلي، مرجع سابق، ص، 29.

هـ- دور المؤسسات التربوية والتعليمية: يقصد بالمؤسسات التعليمية، جميع المؤسسات التعليمية الحكومية أو الخاصة التي تسهم في تنمية علوم الفرد ومعارفه طوال حياته الأولى، والتي تبدأ بدور رياض الأطفال ثم المدرسة ثم الجامعات والمعاهد العلمية والمهنية بكل أنواعها.

تسهم المؤسسات التعليمية بمراحلها المختلفة بدور أساسي، في تلقين المتعلمين والمتدربين قيم الثقافة المرورية، وتنمية مهاراتهم نحو السلوك الصحيح والمقبول، إضافة إلى تلقينهم المعارف والعقائد بما تملكه من وسائل وتقنيات في عمليتي التعليم والتعلم، ومن الأدوار التي تساهم بها المؤسسات التعليمية والتربوية تنمية وتلقين الثقافة المرورية، وذلك من خلال ما يأتي تلخيصه في هذه النقاط:

اكتساب المتعلم المهارات الضرورية والازمة في مجال تعامل المتعلم مع وسائل النقل (الصعود، الجلوس، النزول...).

✓ القيام بحملات لنشر الثقافة المرورية وفق خطة مدروسة على مدار السنة.

✓ إدراج مادة المرور في مناهج التعليم.

✓ تدريب طلاب المدارس والجامعات على تنظيم حركة المرور.

✓ التوسع في إنشاء مدارس تعليم قيادة السيارات.

وبالتالي فإن المدرسة والجامعة تؤثر تأثيراً إيجابياً في تطلعات الأفراد وسلوكهم، وتمارس الجامعة دورها الحيوي إذا ما تم الربط بين المعرفة والإنتاج، أي ربط الجامعة بمفهوم ومشاكل المجتمع وتبني مفهوم التربية المرورية، وتعزيز منظومة القيم المرورية، وتحقيق الشراكة المجتمعية في التوعية المرورية، وبالتالي تسهم في تنمية الثقافة المرورية في نفوس المتعلمين.<sup>(1)</sup>

د- دور وسائل الإعلام: يعتبر الإعلام بمكوناته الثلاثة المقروءة والمسموعة والمرئية، مادة ذات تأثير واسع، تساعد في تنمية الوعي المروري لدى أفراد المجتمع، ويختلف الإعلام عن باقي مؤسسات الوعي المروري، بأنه يخاطب جميع أفراد المجتمع بمختلف فيئاتهم وتركيباتهم الاجتماعية، واختلاف توجهاتهم،

(1) أحمد كبان "تأثير الإذاعة الجهوية لعين الدفلى على الثقافة المرورية لمستمعيها"، مرجع سابق، ص، 40، 41.

كما أنها تسهم بما تتضمنه من برامج مختلفة في الدخول إلى عالم ذوي الاحتياجات الخاصة، ومساعدتهم في تفهم الأخطار المحدقة بهم أثناء استخدامهم للطريق وكيفية الوقاية منها.<sup>(1)</sup>

وتعتبر الصحف من الوسائل الهامة التي تلعب دوراً مهماً في مجال التوعية المرورية، من خلال تخصيص زاوية من كل صحيفة من الصحف أو مجلة من المجلات للاستفادة منها في المجالات التالية:

✓ التعريف بأنظمة وقواعد المرور، ونشر الرسوم الكاريكاتورية حول أخطار الطريق، والأخطاء المؤدية إلى وقوع الحوادث المرورية التي يرتكبها السائقين.

✓ نشر الإحصائيات الخاصة بحوادث المرور والتركيز على الأسباب الرئيسية لوقوع هذه الحوادث.

✓ نشر المقالات والأبحاث الخاصة بحوادث المرور ومشاكلها، مع التطرق للحلول التي يمكن أن تقلل من نسبة الحوادث

كما تعتبر أجهزة التلفزيون والإذاعة من الوسائل المهمة، التي يجب استخدامها في إيصال التوعية المرورية إلى جمهور المشاهدين في وسيلة التلفزيون، وذلك من خلال الاختيار الأنسب للأوقات التي يتواجد فيها أغلب المشاهدين أمام شاشة التلفزيون، وكذلك الإذاعة لها أهمية في إيصال التوعية إلى المستمعين، وذلك عن طريق إجراء المقابلات الإذاعية عن الحوادث، مع رجال المرور أو المختصين في هذا المجال، ونقل قواعد وأنظمة المرور عبرها إلى مستعملي الطرق.<sup>(2)</sup>

**هـ - دور العلاقات العامة:** تعد العلاقات العامة عنصراً هاماً في الترويج لخدمة المرور، لأن وجود علاقات طيبة بين طرفي التعامل في مجال الخدمة المرورية، يساعد على وجود تفاهم مشترك، ومن ثم يتم تقديم الخدمة بشكل ملائم للاحتياجات المطلوبة، ويتضمن برنامج العلاقات العامة في مجال الخدمة المرورية النقاط الآتية:

✓ دراسة الشكاوي التي تقدم من الجماهير فيما يتعلق بالخدمات المرورية.

✓ اطلاع الجمهور باستمرار على الخدمات المرورية الجديدة وما يطرأ عليها.<sup>(3)</sup>

(1) رجال غربي محمد الهادي، مرجع سابق، ص، 238.

(2) علي بن مسعود السهلي، مرجع سابق، ص، 13، 14.

(3) جاسم خليل ميرزا، "العلاقة بين الأجهزة المرورية ووسائل الإعلام: الأسس والمبادئ"، ورقة مقدمة في دورة تدريبية حول تكامل العلاقات بين الأجهزة المرورية والأجهزة الإعلامية، (الرياض، 10-19/03/2008)، ص، 68.

### 6.3- التخطيط للتوعية المرورية.

التخطيط هو المنهج العلمي المستخدم لوضع الإستراتيجيات ورسم السياسات وتحديد البرامج من أجل تحقيق الأهداف ضمن الامكانيات المتاحة، وفي ضوء الظروف القائمة، ونظرا لأن التوعية المرورية هي عبارة عن عملية مستمرة وشاملة ومتكاملة، وتعال جوانب متعددة وتستهدف شرائح وفئات اجتماعية متعددة، يصبح من المتعذر ممارستها إلا باتباع التخطيط العلمي.

ويقوم التخطيط في مجال التوعية المرورية على الأسس التالية:

- ✓ المعرفة والفهم العميق الشاملين بجميع جوانب الحياة المرورية، (الأجهزة المرورية، المشاة، السائقين، مصممو الطرق، صانعو السيارات...)، ومن المؤكد أن معرفتها وفهمها بهذا القدر لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال دراسات وبحوث إعلامية نظرية وميدانية، لجميع معطيات المشكلة المرورية<sup>(1)</sup>.
- ✓ اعتماد إستراتيجية نشر المعلومات والحقائق، عن مختلف جوانب الحياة المرورية، وتفسير الأحداث والظواهر والتطورات والمشاكل المرورية، وتحليلها ومناقشتها سبيلا لنشر الثقافة المرورية، التي تقوم عليها التوعية المرورية وتنطلق منها.
- ✓ اعتماد إستراتيجية التبادل والتفاعل والتوازن، سبيلا للوصول ولتحقيق التأثير المطلوب، وعدم قنصار الرهان على إستراتيجيات الإكراه والوعظ، بل يجب أن تقوم التوعية المرورية السليمة على أساس القناعة الذاتية والسلوك الطوعي.
- ✓ الحرص على الاستفادة من جميع الوسائل المستخدمة لتحقيق هذه التوعية، (الأسرة، المدرسة وجميع وسائل الإعلام الجماهيري، المؤسسات التربوية والدينية...)<sup>(2)</sup>.
- ✓ وتطلب هذا، المعرفة العميقة للخصائص الاتصالية لمختلف هذه النماذج والوسائل، من أجل إنتاج خطاب توعوي ومضامين توعية ومعالجتها وتقديمها، بما يتناسب مع الخصائص الاتصالية لكل وسيلة.

(1) أديب محمد خضور، مرجع سابق، ص، 75، 76.

(2) عبير تباي، "الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر"، مرجع سابق، ص، 150.

✓ العمل وفق الإستراتيجية المرورية الوطنية، يضع كل بلد من البلدان إستراتيجية مرورية عامة، ويرسم سياسات مرورية لكل قطاع، ويحدد برامج وأهداف مرورية عامة جزئية، يفعل ذلك كله بما يتناسب مع طبيعة المشكلة المرورية ومعطياتها.

✓ العمل ضمن فريق متعدد الاختصاصات، التخطيط للتوعية المرورية عبارة عن عمل جماعي (عمل فريق)، وليس عملاً فردياً، ولذلك نرى ضرورة أن يتضمن هذا الفريق عناصر خبرة وحرفية، في مجال التخطيط لتحقيق شمولية التخطيط وسلامته وأبعاده.<sup>(1)</sup>

### 7.3- مكونات عملية التوعية المرورية.

إن مكونات عملية التوعية المرورية تتألف من الجهة أو الجهات، التي تقوم بإعداد برامج الحملات المرورية للتوعية، والجهات أو الفئات المستهدفة أو المستفيدة من هذه الحملات أو البرامج ومضمون الرسالة الإعلامية لهذه البرامج أو الحملات، إلى الجهات المستهدفة في التوعية المرورية وسنأتي على كل عنصر بشيء من التفصيل.<sup>(2)</sup>

#### أ- الجهة المسؤولة عن إعداد برامج وخطط التوعية المرورية:

يخطئ من يظن أن الإدارات المرورية، وحدها المسؤولة عن إعداد وتنفيذ برامج التوعية المرورية، صحيح أنها تلعب الدور الأكبر من ذلك، لما تملكه من خبرة واسعة في هذا المجال، إلا أن هناك جهات أخرى مسؤولة من واجبها المشاركة في هذه العملية، مثل وزارة التربية والتعليم والتعليم العالي ووزارة البيئة والإذاعة والتلفزيون، الهيئات والجمعيات الأهلية، التي تعنى بالعمليات المرورية، ومركز تدريب السائقين.

#### ب- الجمهور المستهدف في الخطط والبرامج التوعوية المرورية.

ليس شرطاً أن يكون جميع أفراد المجتمع مستهدفين في حملة معينة للتوعية المرورية، فقد يكون السائقون هم المستهدفين فقط، وقد يكون المشاة هم المستهدفين، وقد يكون سكان المركبة غير

(1) أديب محمد حضور، مرجع سابق، ص، 77.

(2) فرح الجللمدة، مرجع سابق، ص، 3.

السائق هم المستهدفين، وقد تكون ربات المنازل هي المستهدفة في حملة التوعية المرورية، للحفاظ على صغارها وحمايتهم من التعرض لحوادث الدهس.

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

✓ الجمهور هو العنصر الرئيسي في حوادث الطرق، وهو المتضرر الأول من حوادث الطرق والمستفيد الأول في حال الحد منها.

### ج- مضمون الرسالة الإعلامية لهذه البرامج أو الحملات.

إن مضمون الرسالة الإعلامية لبرامج وحملات التوعية المرورية، يلعب الدور الأساسي في نجاح هذه العملية وفشلها، فهي تتضمن الأفكار التي تريد الجهة المسؤولة عن حملة التوعية، إيصالها إلى الجمهور المستهدف وإقناعه بها، ولذلك فإنه من المهم جدا أن تقوم هذه الجهة بالدراسة المتأنية والمعقدة لهذه الأفكار، وتبسيطها وجعلها مقبولة وغير مملّة (كلما قصر مضمون الرسالة كانت أكثر قبولا لدى الجمهور المستهدف)<sup>(1)</sup>.

وكذلك لا بد من ذكر، أن مضمون الرسالة يجب أن يتوافق مع الوسيلة، التي سيتم إيصالها عن طريقها إلى الجمهور المستهدف، فالرسالة تختلف بين الإذاعة والتلفزيون والصحف والتوعية المدرسية وغيرها.

### د- الوسائل المستخدمة في إيصال البرامج والحملات إلى الجهات المستهدفة في التوعية المرورية.

كما تم ذكره سابقا فإن الوسائل المستخدمة في إيصال رسائل حملات التوعية المرورية، يجب أن يتلائم مع مضمون هذه الرسائل، ولذلك فإن من الواجب على الجهات المسؤولة عن تنظيم حملات التوعية المرورية، أن تدرس وتختار بعناية الوسائل التي سيتم استخدامها في إيصال مضمون رسالة التوعية المرورية، إلى الجمهور المستهدف ونشرها بطريقة مقنعة للجميع، حتى تؤدي العرض الذي

(1) المرجع السابق، ص، 4.

وضعت من أجله، وهو بشكل أساسي التخفيف من الحوادث المرورية، وقد تكون وسائل إيصال رسائل التوعية المرورية، من خلال الإذاعة والتلفاز والصحف بشتى أنواعها. (1)

### 8.3- أهم مظاهر التوعية المرورية في المجتمع المحلي.

1- إن من أهم مظاهر التوعية المرورية معرفة درجة إتقاننا للقيادة وأصولها، والالتزام بقوانين السير والالمام بها.

2- المعرفة بحالة مركبتنا التي نقودها، وعمل الصيانة الدورية لها وتفقدتها بشكل يومي، لما فيه من فائدة تعود علينا كسائقين، وتجنبنا من مصائب حوادث المرور.

3- الوعي بالطريق التي نسلكها كسائقين أو مشاة، حيث أن معرفتنا التامة بالطريق التي نسلكها يجنبنا الازدحام في معظم الأحيان، بالإضافة إلى توفير الجهد.

4- الالمام بقوانين السير وأنظمتها وتعليماتها، فمن البديهي أن تكون كسائق مطلع على أنظمة قوانين السير، لتتمكن من معرفة المخالفة وتتجنب الوقوع فيها، فرجل المرور يفترض على أنك على معرفة بالمخالفة التي ارتكبتها، وكذلك ينبغي على السائق أن يكون على وعي ببعض الضروريات التي قد يحتاج إليها أثناء القيادة. (2)

### رابعا: دور إذاعة جيجل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي

#### 1.4- أبعاد ومقومات المجتمع المحلي.

أ- الحدود الجغرافية: يتكون المجتمع من مساحة معينة من الأرض، وليس من الأهمية أن تكون هذه المساحة مقيدة بحدود إدارية أو سياسية معينة.

ب- الجانب السكاني للمجتمع: المجتمع ليس مكان أو مساحة محددة فقط، بل هو مجموعة من الناس الذين يعيشون معا في هذه المساحة، لذلك فإن عوامل مثل عدد السكان، تركيبته العمرية، أصولهم العرقية، معدل المواليد والوفيات، تعتبر من العوامل الهامة في تحديد المجتمع. (3)

(1) فرح جلامدة، مرجع سابق، ص، 4، 5.

(2) المرجع نفسه، ص، 3.

(3) عزام أبو الحمام، الإعلام والمجتمع، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011)، ص، 67.



ج- الاعتماد المتبادل بين أعضاء المجتمع: تعدد وتنوع حاجات الإنسان وعدم قدرته على إشباعها بمفرده، أو حتى في ظل مجموعات محددة، يجعل من الصعوبة بمكان إشباع هذه الاحتياجات، ويترتب على ذلك اهتمامه بالتجمعات البشرية.<sup>(1)</sup>

د- العلاقات والنظم الاجتماعية: وبعض العلاقات الاجتماعية أنماط التفاعل الثابتة والمستمرة نسبياً، والمطرودة والتي تحكمها المعايير والقيم المحددة للمجتمع. ومفهوم المجتمع المحلي يتضمن فكرة الاشتراك في القيم والسلوكيات، بالإضافة إلى عامل المكان أو السكان، وتختلف المجتمعات المحلية وفقاً لنوع القيم والتقاليد والنظم الثابتة والسلوك العام، التي تؤدي إلى نوع معين من الحياة المشتركة، وإلى نوع ودرجة معينة من المعاملات بين الناس، والتي يتحدد على أساسها وظائف المجتمع المحلي وأنواع الخدمات الآزمة.<sup>(2)</sup>

هـ- الشعور بالولاء والانتماء للمجتمع: إن الاشتراك في القيم والسلوكيات بالإضافة إلى عاملي المكان والسكان، من شأنه أن تقوية الشعور بالولاء والانتماء للمجتمع.<sup>(3)</sup> وهو شعور من شأنه أن يجعل من المجتمع وحدة متماسكة، والفيصل في ذلك مدى إدراك أعضاء المجتمع لذلك، حيث أن هذا الإدراك كفيل بأن يضمن التضافر والتعاون بين أعضاء الجماعات المكونة للمجتمع، التي تعمل لإشباع حاجاتهم المشتركة.

و- التفاعل الاجتماعي بين جماعات المجتمع: وهذا التفاعل من شأنه إتاحة الفرصة لظهور القادة، ويسمح بتحديد الأدوار والامكانيات الاجتماعية للأعضاء والجماعات المكونة للمجتمع، فضلاً عن أن هذا التفاعل يبرز نوع العمليات الاجتماعية بالمجتمع، من تعاون أو تنافس أو صراع أو تماسك أو تفكك، ويمكن عن طريق التفاعل الاجتماعي، أن يتوصل سكان المجتمع إلى تكوين تنظيمات أو منظمات، يتحركون من خلالها لإشباع حاجاتهم وحل مشكلاتهم.<sup>(4)</sup>

(1) المرجع السابق، ص، 67.

(2) هناء حافظ بدوي، أساسيات طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث)، ص، 108.

(3) عزام أبو الحمام، مرجع سابق، ص، 68.

(4) هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص، 108.

## 2.4- خصائص المجتمع المحلي.

أ- الإقليم والمكان المحدد: لا يمكن الإشارة إلى مجتمع محلي مادون أن يكون له مكان جغرافي محدد، وتبين أهمية المكان من عدة جوانب، نذكر أهمها فيما يأتي:

- تعيين حدود التجمع البشري لأفراد المجتمع، إلى جانب الوحدة الاجتماعية والتكامل والاستقرار الاجتماعي.

- ضبط مجمل أوجه النشاط الاجتماعي، وما ينتج عنه من عمليات وقيم وظواهر اجتماعية.

- تأثير المكان وطبيعته الجغرافية على أشكال الانسجام الاجتماعي بين الأفراد المحليين، وبينهم وبين البيئة المحيطة بهم من جهة أخرى.<sup>(1)</sup>

ب- القيم المشتركة: تعتبر القيم المشتركة من أهم ما يميز المجتمع المحلي عن التجمعات الاجتماعية، وهي التي تحدد طبيعة المجتمع، وماهية الصلات التي تربط الأفراد فيه، ولا يمكن غالباً التخلي عن تلك القيم أو تبديلها، وهي ثلاثة أقسام، القيم الدينية، والانسانية والوطنية.

ج- التميز: فبداية المجتمع المحلي ونهاية حدوده واضحتان.

د- التجانس: حيث تتشابه الأنشطة والحالات العقلية إلى حد بعيد لدى كل الأشخاص الذين ينتمون إلى علاقات عرقية واحدة كما أن مستقبل جيل معين يعكس حياة الجيل السابق.

- المجتمع المحلي جزء من المجتمع الكبير.<sup>(2)</sup>

و- الإكتفاء الذاتي والإستقلال: يعتمد المجتمع المحلي على صفة الأفراد فيه، وتعاون بعضهم البعض ضمن العديد من الأطر الاجتماعية والوطنية، وحتى المهنية، وهذا ما يجعل الفرد قادراً على العيش في مجتمعه، أو البقعة الجغرافية التي يعيش فيها، ومن ضروريات استمرار أي مجتمع محلي استيعابه لحاجات أفراد وجميع نشاطاتهم.

هـ- الوعي الذاتي: يقصد بالوعي الذاتي المجتمعي، المعرفة الجمعية بين الأفراد بطبيعة الخصائص المجتمعية التي تربطهم، ويمكن قياس هذا الوعي بمراقبة اتجاهات الأفراد، ومدى شعورهم بالانتماء إلى

(1) فاطمة مشعل، مفهوم المجتمع المحلي موضوع، [http:// modoo3 .com/](http://modoo3.com/) تم الإطلاع عليه يوم 2018/01/10، على الساعة 10:30.

(2) ناجي الشهاوي، الإعلام وتنمية المجتمع المحلي، (دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2015)، ص، 56.

مجتمعهم والإيمان بضرورة حمايته، والدفاع عنه والعمل من أجل تطويره، وفي بعض الأحيان قد تعيق هذه الإتجاهات التواصل بين المجتمعات المحلية المتجاورة.

و- المجتمع المحلي كوحدة نفسية وثقافية: يرى علماء النفس الاجتماعي، أن الشعور بالوحدة النفسية والثقافية بين أفراد المجتمع المحلي، تنتج عن مشاركتهم الكثير من النشاطات والقيم، المعتقدات وأنماط الحياة، فهم يتعاملون يوميا بذات الطريقة تقريبا، ويعيشون تحت مظلة القيم ذاتها، وبذلك تتشكل الوحدة النفسية والثقافية.<sup>(1)</sup>

#### 3.4- نبذة عن إذاعة جيغل المحلية.

- بداية البث: الفاتح نوفمبر 2006.
- تبث إذاعة جيغل على أمواج FM: 89.9.
- مدة البث: من 06:55 صباحا إلى 20:00 مساء.
- رقم هاتف أستوديو البث: 034.49.69.95 / 034.49.69.65.
- رقم الفاكس: 034.49.55.66.
- رقم الموزع الهاتفي: 034.49.84.37 / 034.49.82.80.
- العنوان: ص. ب 48 القبضة الرئيسية جيغل.
- فايس بوك: إذاعة جيغل الجهوية الصفحة الرسمية.
- عدد العمال الدائمين: 38 عاملا.
- عدد العمال المتعاونين: 07 عمال.
- أقسام الإذاعة:

✓ مصلحة الأحداث القسم الرياضي والحصص الخاصة:

- 09 صحفيين.

- 03 مراسلين.

<sup>(1)</sup> فاطمة مشعلة، المرجع السابق.

✓ مصلحة البرمجة:

- 05 مخرجين.
- 06 منشطين.
- 04 متخصصين متعاملين بالقطعة.

✓ المصلحة التقنية:

- 06 تقنيين.

✓ الإدارة المالية:

- 03 إطارات.
- 04 أعوان أمن.
- 01 عون نظافة.
- 03 سائقين. (1)

4.4- برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية:

تتنوع برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية التي يتم تقديمها بصفة أسبوعية كل يوم ب:

أ- السلامة المرورية: برنامج يتناول مواضيع حول سبل تحقيق السلامة المرورية عبر الطرقات، والإجراءات التي يتم اتباعها أثناء القيادة، ويقدمه مختص في السياقة وهذا الركن يشرح جيدا قانون المرور، وأيضا القوانين المرورية الجديدة، يتم بثه كل أحد على الساعة 08:20 دقيقة.

ب- تمهل لدينا سؤال: هذا البرنامج يقدم دائما بالتعاون مع الأمن الوطني، يقدم كل مرة موضوع يفصل فيه عادة، مثل السرعة والأخطار الناتجة عنها، أيضا السياقة في الشتاء ماهو الدور الذي يمكن أن تلعبه الأسرة في توعية أبنائها، ويكون فيه مسابقة عن طريق طرح سؤال حول قانون المرور للإجابة عليه من طرف المستمعين، يتم بثه كل خميس على الساعة 10:10 دقائق.<sup>(2)</sup>

(1) أرشيف إذاعة جيجل المحلية

(2) مقابلة مع بلال بوجعدار، مدير قسم الإنتاج بإذاعة جيجل المحلية، يوم 03 /04 /2018، على الساعة 11:15.

ج- إشارة مرور: هو ركن ينجز بالتعاون مع أمن ولاية جيجل، (الشرطة في ولاية جيجل)، يتناول فيه نصائح السائقين حتى يتفادوا الوقوع في حوادث المرور، يتم بثه كل أربعاء على الساعة 08:20 دقيقة.

د- أيضا ركن أمن الطرقات يتناول فيه حصيلة الحوادث خلال الأسبوع، بالإضافة إلى تقديم بعض النصائح المرورية.

ه- برنامج الشرطة في خدمتكم هو برنامج جزء منه خاص بأشياء أخرى، وجزء منه خاص بحوادث المرور، يتناول فيه حوادث المرور التي تحدث في الطرقات، وأيضا الأضرار الناتجة عنها، سواء على الفرد أو الأسرة، وأيضا يستضاف فيه عائلات وضحايا حوادث المرور، وأيضا استضافة الجمعيات المختصة في توعية الناس بقانون المرور، يتم بثه كل خميس على الساعة 08:40 دقيقة.<sup>(1)</sup>

#### 4.5- إستراتيجية إذاعة جيجل المحلية في التوعية المرورية.

تعتمد الإذاعة على مجموعة من الخطط والآليات، بهدف التقليل من حوادث المرور عبر الطرقات، سواء من خلال الشبكة العادية أو الدينية أو الصيفية، لديها فضاءات خاصة بالتحسيس من الحوادث، أيضا لديها برنامج أمن وسلامة، خاصة بمصالح الأمن، ينشطها معهم منشط من إذاعة جيجل المحلية كل خميس صباحا، وهي حصة تفاعلية مع المواطنين، يتناول فيها مخاطر السرعة والتجاوزات الممنوعة، إضافة إلى مسافة الأمان المطلوبة، أيضا تتناول فيها نصائح هامة للسائقين كما تعتمد الإذاعة في تحقيق التوعية المرورية لدى مستمعيها، على مجموعة من الومضات التحسيسية التي تبث بشكل دائم، تتناول فيها ضحايا حوادث المرور باستخدام أسلوب الإقناع، من أجل تنبيه المواطنين إلى مخاطر السرعة، إضافة إلى الحصص الأسبوعية الموجودة في الشبكة السنوية العادية.

تعتمد إذاعة جيجل المحلية سياسة النشاطات والخرجات الميدانية التي تقوم بها جمعيات السلامة المرورية، بولاية جيجل مع مصالح الأمن، من خلال توزيع مطويات عن الحواجز الأمنية على السائقين، مع التغطية المباشرة من قبل إذاعة جيجل من أجل طرح أسئلة على المواطنين، مثلا إذا كان الموضوع عن مسافة الأمان تقوم بطرح أسئلة على المواطنين، عن مسافة الأمان القانونية، إضافة إلى ما

(1) مقابلة مع يوسف بوجمعة، صحفي بإذاعة جيجل المحلية، يوم 2018/04/14، على الساعة 11:00.

يسمى بالسنوات الإذاعية، فسنة 2017 تشهد تراجع ملحوظ في عدد حوادث المرور، وهذا راجع إلى أن الإذاعة طوال السنة، تحسس المواطنين بخطورة الحوادث المرورية.

كما تحرص الإذاعة على معالجة مشكل حوادث المرور، من طرف معد البرامج وذلك من خلال تقديم نصائح للمواطنين، بهدف توعيتهم عن طريق فتح فضاءات تفاعلية بين البرامج والجمهور إضافة إلى أن الحصص التفاعلية التي بثتها الإذاعة كل أسبوع.

أيضا قيام الإذاعة بدور هام في التوعية المرورية، من خلال التنسيق مع الجهات المعنية ( مصالح الأمن، الحماية المدنية، مؤسسات تعليم السياقة)، إضافة إلى استضافة أهل التخصص في البرامج لشرح قوانين المرور.<sup>(1)</sup>

#### 6.4- دور الإذاعة في التوعية المرورية.

تساعد الإذاعة عند استخدامها في الإعلام المروري، على تحقيق العديد من المزايا أهمها:

فورية الاتصال: وهي خاصية هامة في الإعلام المروري، يمكن أن تتحقق من خلال استخدام الإذاعة في مخاطبة قائدي السيارات في أي موقع كان، وبأسرع وقت خاصة في مناطق الازدحام المروري والاختناقات التي تحدث بسبب الحوادث المرورية، وتوجيه السائقين إلى استخدام طرق بديلة، ومخاطبة المارة للتحلي بتقانة مرورية، على غرار احترام الإشارات الضوئية واستخدام ممر الراجلين. من خلال برامج الإذاعة يشعر المستمع، أن الرسالة الإعلامية قد أعدت له بصفة شخصية من خلال استخدام بعض الكلمات والجمل الإيجابية، مثل "عزيزي قائد المركبة" أو "أخي السائق" وهذا في حد ذاته يساهم في تفاعل الجمهور مع مثل هذه البرامج.

يمكن الاستفادة من تنوع وكثرة عدد البرامج الإذاعية، وقصر المدة الزمنية المحددة لكل برنامج في تقديم بعض الرسائل الإعلامية، التي تداع بين فقرات البرامج اليومية، كما يمكن توجيه رسائل توعوية تداع في فترة الصباح أثناء خروج الموظفين، إلى أعمالهم عبر برنامج "السلامة المرورية" أو برنامج "طريق السلامة".

(1) مقابلة مع إلياس عياشي، مدير إذاعة جيجل المحلية، حول استراتيجية الإذاعة الممنهجة في التوعية المرورية، يوم 20/03/2018، على الساعة

يساعد استخدام الإذاعة على انتشار الرسالة الإعلامية المرورية، نتيجة قدرتها على مخاطبة جميع الفئات، بما يتفق مع ثقافتهم واهتمامهم فضلا عن القدرة الإيجابية للإذاعة، مما يزيد فرص جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بمضمون الرسائل الإعلامية المرورية، كالشعارات والجمال الإرشادية المستخدمة في التوعية المرورية.<sup>(1)</sup>

تستطيع الإذاعة في سياق نشر التوعية المرورية ربط القرى بالمدن، باتباع أساليب جديدة في تكثيف الفلاشات والتنويهات وباللهجات المحلية، وإمداد إذاعات المدارس اليومية الداخلية بنصوص إذاعية (سبق إذاعتها في الإذاعة الرسمية)، لأهمية تكرار القضايا المرورية الضرورية.

تكثيف فقرات البرامج الاجتماعية الإرشادية بمواضيع متابعة لنشاطات الحملات المرورية من خلال التغطيات الاخبارية والتقارير، وخاصة تلك الفقرات التي تحتوي على حوار تمثيلي مبسط.

تستطيع البرامج الإذاعية التي تتناول القضايا المرورية في فقراتها، أن تركز على تعزيز المعارف المرورية والتوعية إزاء القواعد آداب السلامة، بمصاحبة المستقبل بعناوين فقرات إيجابية، مثل (أضف إلى معلوماتك)، (مشكلة وحل)، (قطوف الحكمة في قيادة المركبة)، (للتذكير)، (ثقافة مرورية)، (نصائح مرورية)... وغيرها من العناوين التي تندرج تحتها تسليط الاضواء على أسباب وقوع الحوادث المرورية.<sup>(2)</sup>

### خلاصة الفصل

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل تتضح لنا أهمية الإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية في المجتمع، إذ تؤدي دور الحسم في الكثير من القضايا المحورية، وبالأخص القضايا المرورية، التي أصبحت إحدى المشكلات الخطيرة والمعقدة التي تواجه المجتمعات الحديثة.

(1) حاسم خليل ميرزا، مرجع سابق، ص، 70.

(2) أحمد مطهر عقبات، "دور وسائل الإعلام في نشر التوعية المرورية"، ورقة مقدمة في ندوة علمية حول واقع الحملات التوعوية المرورية، (الرياض، من 2007/10 /24-22)، ص، 18، 19، 20.

إذ تلعب الإذاعة المحلية دورا بارزا في توعية الجمهور بمختلف المشكلات المرورية، والتعريف بالتشريعات والقوانين والتعليمات المنظمة لحركة المرور، والعوامل الأساسية التي من شأنها التقليل من حوادث المرور، من خلال البرامج التوعوية والارشادية التي تبثها، بهدف خلق وعي مروري وترسيخ الثقافة المرورية بين قائدي المركبات ومستخدمي الطريق، وشرح الأسس السليمة لقواعد وآداب المرور التي من شأنها تحقيق السير الآمن في جميع الطرقات، وذلك من خلال تنظيم المرور وغرس السلوك المروري السوي في أوساط أفراد المجتمع.



# الفصل الثالث

{ تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية }

تمهيد.

أولاً - تفرغ وتحليل بيانات الجداول.

ثانياً - عرض نتائج الدراسة.

ثالثاً - مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.

رابعاً - أفاق الدراسة

خلاصة الفصل.



تمهيد.

تعتبر الدراسة الميدانية من أهم جوانب البحث، حيث تساعد الباحث على الوصول إلى النتائج والحقائق، التي توضح وتكشف عن صحة الفرضيات التي وضعها الباحث سابقاً، لإثباتها أو نفي صحة الفرضيات، وكذلك معرفة مدى تطابقها وتعارفها مع متغيرات الواقع.

وفي هذا الفصل سيتم عرض وتحليل البيانات وتفسير نتائجها، وفق التصور النظري وفرضيات الدراسة، أيضاً وفق الدراسات السابقة، ومن ثم استخلاص نتائج البحث بشكل يخدم تساؤلات الدراسة ويفصل في مشكلة الدراسة.

وللإشارة فإننا قد قمنا بوضع عينة الدراسة في الإطار المنهجي والمثلة ب 100 مفردة"من مستمعي إذاعة جيجل تم توزيع الاستمارة عليهم على مستوي ولاية جيجل.

أولاً - تفريغ وتحليل بيانات الجداول:

المحور الأول: تفريغ البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

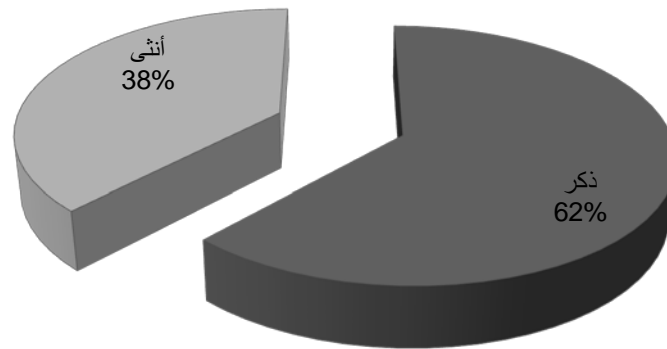
النسبة المئوية	التكرار	الجنس
62%	62	ذكر
38%	38	أنثى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01)، الذي يبين توزيع مفردات الدراسة حسب متغير الجنس، أن نسبة الذكور المقدر بـ 62% تفوق نسبة الإناث التي بلغت 38%، والزيادة في عدد الذكور تفسرها طبيعة موضوع الدراسة، فالذكور أكثر اهتماماً بموضوع التوعية المرورية وخاصة السائقين لأنها الفئة التي تهمها أكثر مواضيع التوعية المرورية.

في حين نجد المرأة أكثر اهتماماً ببرامج الطبخ والبرامج الاجتماعية.

ومن أجل توضيح هذه البيانات قمنا بتمثيلها بالشكل البياني التالي:

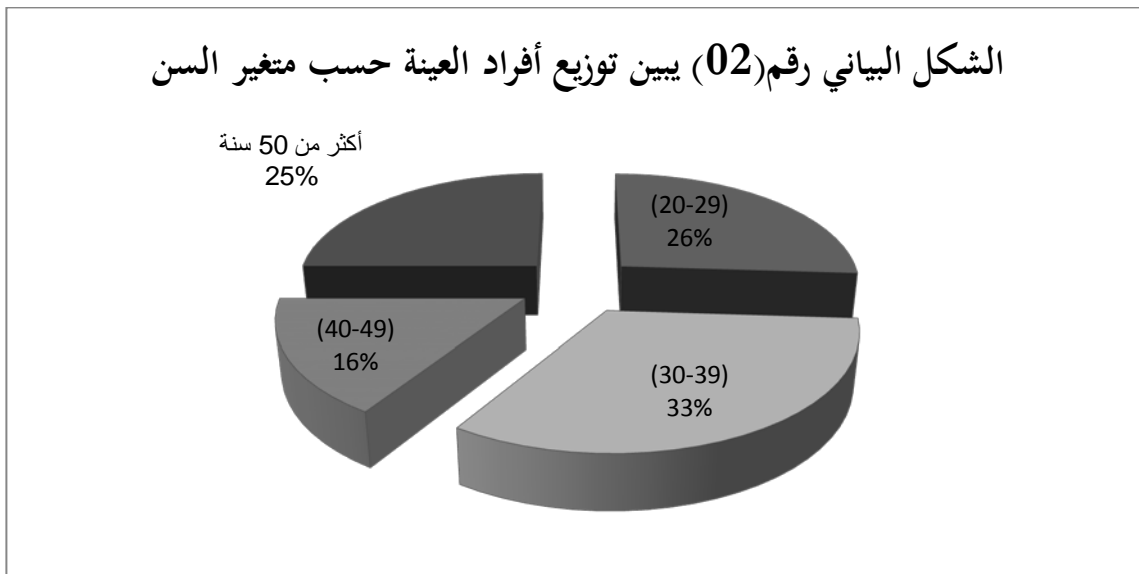
الشكل البياني رقم (01) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

النسبة المئوية	التكرار	السن / التكرار
26%	26	(20 - 29)
33%	33	(30 - 39)
16%	16	(40 - 49)
25%	25	(أكثر من 50 سنة)
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، أن نسبة 33% من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين (30-39) سنة، تليها نسبة 26% وتمثل المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (20-29) سنة، وبالمقابل تمثل 25% نسبة المبحوثين الذين تفوق أعمارهم (50) سنة، في حين سجلت أدنى نسبة لدى فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (40-49) سنة والتي تقدر بـ 16%، وهذه النسب تبدو منطقية، نظرا لطبيعة المجتمع الجزائري الذي تغلب فيه فئة الشباب، بالإضافة إلى أن أغلب المبحوثين ما بين (30-39) سنة، ذو مستوى تعليمي عالي ويتمتعون بثقافة الاستماع لبرامج الإذاعة، التي تعالج مواضيع محلية تم المجتمع المحلي. ومن أجل توضيح هذه البيانات قمنا بتمثيلها بالشكل البياني التالي:

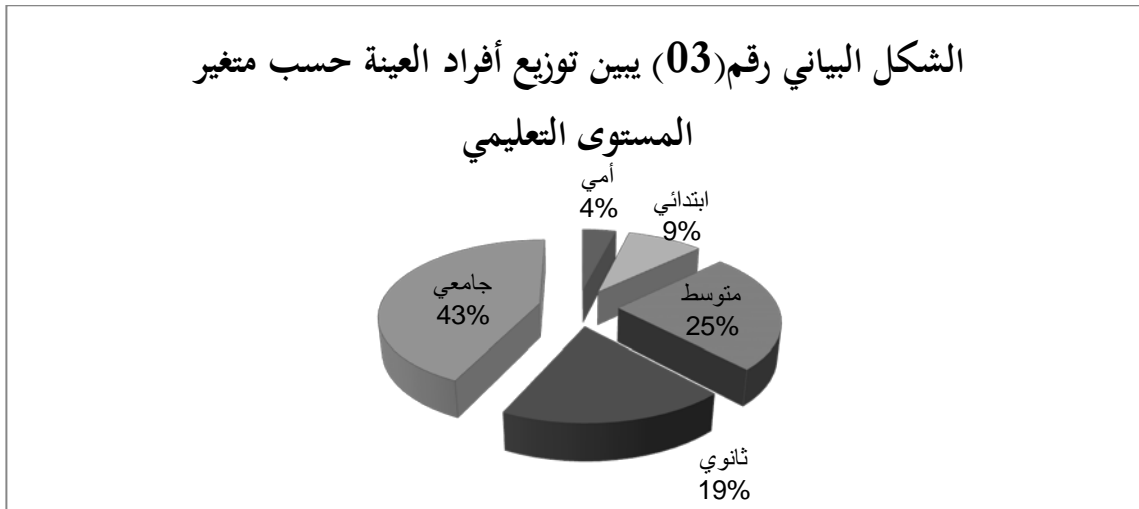


الجدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى / التكرار
04%	04	أمي
09%	09	ابتدائي
25%	25	متوسط
19%	19	ثانوي
43%	43	جامعي
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(03)، والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي، أن نسبة المبحوثين ذوي المستوى الجامعي المقدرة بـ 43 %، تمثل أعلى نسبة وتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 25 % للمبحوثين ذوي المستوى التعليمي المتوسط، بالمقابل نجد 19 % مستواهم ثانوي، ثم تليها نسبة المبحوثين ذوي مستوى ابتدائي وتمثل 9 % وفي المرتبة الأخيرة نجد نسبة 04 % تمثل المبحوثين ذوي المستوى التعليمي أمي، وذلك راجع إلى أن الجزائر في الآونة الأخيرة تشهد تراجع كبير في نسبة الأمية، ويفسر ارتفاع نسبة المبحوثين ذوي المستوى الجامعي، إلى أن الجزائر تشهد اليوم تزايد في عدد الجامعات والطلبة الجامعيين وتطور مجالات التعليم.

ومن أجل توضيح هذه البيانات قمنا بتمثيلها بالشكل البياني التالي:

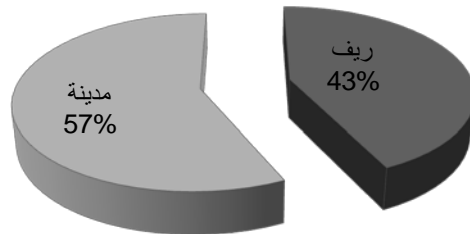


الجدول رقم 04: يبين توزيع العينة حسب متغير مكان الإقامة.

النسبة المئوية	التكرار	مكان الإقامة
43%	43	ريف
57%	57	مدينة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة، أن نسبة المبحوثين الذين يعيشون في المدينة والمقدرة ب 57%، تفوق نسبة المبحوثين الذين يقطنون في الريف والتي قدرت ب 43 %، وهذا راجع إلى أننا في توزيع الاستثمارات ركزنا على سكان المدن أكثر من سكان الريف، هذه الأخيرة يصعب الوصول إلى سكانها بسهولة. ومن أجل توضيح هذه البيانات قمنا بتمثيلها بالشكل البياني التالي:

الشكل البياني رقم (04) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة





المحور الثاني: مدى إقبال مستمعي إذاعة جيغل المحلية على برامج التوعية المرورية.  
الجدول رقم 05: يبين مدى استماع المبحوثين لبرامج إذاعة جيغل المحلية وفق متغير السن.

المجموع		السن								المتغير الاحتمالات
		أكثر من 50		(49-40)		(39-30)		(29-20)		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
37	37	48	12	50	08	33.33	11	23.07	06	دائما
54	54	44	11	37.5	06	57.57	19	69.23	18	أحيانا
09	09	08	02	12.5	02	09.09	03	7.69	02	نادرا
100	100	100	25	100	16	100	33	100	26	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(05)، أن نسبة 54 % من المبحوثين يستمعون إلى برامج إذاعة جيغل المحلية أحيانا، وهذا ما تؤكدته فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (20 و29) سنة بنسبة 69.23 %، وفئة ما بين (30 و39) سنة بنسبة 57.57 %، تليها نسبة 44 % للأفراد الأكثر من (50) سنة، بالمقابل نجد فئة ما بين (40 و49) سنة بنسبة 37.5 %.

وتفسر هذه النسب كون المبحوثين يستمعون إلى البرامج، في حالة حاجتهم إلى معلومات جديدة أو معلومات تتعلق بالمشاكل المحلية التي تطرحها الإذاعة، وتحاول إيجاد حلول لها، إضافة إلى أن المستمعين ربما يفضلون وسائل إعلام أخرى للحصول على المعلومات.

فيما عادت المرتبة الثانية بنسبة 37 %، للمبحوثين الذين يستمعون إلى برامج إذاعة جيغل المحلية دائما، وهذا ما تؤكدته نسبة 50 % للفئة العمرية ما بين (40 و49) سنة، تليها نسبة 48 % للفئة العمرية الأكثر من (50) سنة، بالمقابل نجد الفئة العمرية ما بين (30-39) سنة تتابع برامج إذاعة جيغل المحلية بنسبة 33.33 %، فيما نجد النسبة 23.07 % للفئة العمرية بين (20-29) سنة.

فيما جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 9%، للأفراد الذين يستمعون إلى برامج إذاعة جيغل المحلية نادرا، وهذا ما تؤكدته الفئة العمرية بين (40-49) سنة بنسبة 12.5%، تليها نسبة 09.09% للفئة العمرية بين (30-39) سنة، فيما جاءت باقي الفئات العمرية متقاربة في حدود 08%.

نلاحظ من خلال الجدول ارتفاع نسبة الاستماع للبرامج، بارتفاع الفئات العمرية، وانخفاضها بانخفاض الفئات العمرية، وذلك راجع إلى أن الفئات العمرية التي تزيد عن 40 سنة و50 سنة، الأكثر اهتماما بالوسائل الإعلامية التقليدية وأكثر تعلقا بها، في حين نجد الفئات العمرية الشابة تميل إلى الوسائل الإعلامية الجديدة.

الجدول رقم 06: يبين الفترات التي يستمع فيها أفراد المبحوثين لبرامج إذاعة جيغل المحلية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
51	51	55.26	21	48.39	30	صباحا	
11	11	13.15	05	9.68	06	مساء	
10	10	13.15	05	8.06	05	ليلا	
28	28	18.42	07	33.87	21	حسب الظروف	
100	100	100	38	100	62	المجموع	

تبين من خلال الجدول رقم (06)، أن الفترة الصباحية هي الفترة المفضلة أكثر للاستماع للبرامج، وذلك بنسبة 51% وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 48.39%، وفئة الإناث بنسبة 55.26%، وذلك راجع إلى أن المبحوثين في هذه الفترة يكونون على حرص، لمعرفة آخر الأخبار والمستجدات، إضافة إلى أن أغلب برامج التوعية المرورية تبث في الفترة الصباحية، وهذا ما توصلت

إليه دراسة " ليندة وانيس " بعنوان " مسموعة الإذاعة ودورها في نشر الوعي المروري " ، التي أثبتت أن أفراد المبحوثين يستمعون إلى البرامج الإذاعية في الفترة الصباحية بنسبة 60.56% .<sup>(1)</sup>

فيما جاءت نسبة المبحوثين الذين يستمعون للبرامج حسب الظروف والتي قدرت ب 28 %، وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة 33.87 % وفئة الإناث بنسبة 18.42 %.

فيما جاءت الفترة المسائية بنسبة 11 %، وقد ورد ذلك بنسبة 13.15 % بين الإناث، وفئة الذكور بنسبة 9.68 %، بالمقابل نجد نسبة المبحوثين الذين يفضلون الاستماع ليلا تقدر ب 10 %، وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة 08.06 %، وفئة الإناث بنسبة 13.15 %، وهذا راجع إلى توقيت البث الأثيري للإذاعة المحلية في حدود الساعة الثامنة ليلا " 20:00 " .

الجدول رقم 07: يبين مدى استماع أفراد العينة لبرامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الاحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
21	21	9.35	04	26.31	05	08	02	77.77	07	75	03	دائما
62	62	65.11	28	63.16	12	80	20	22.22	02	/	/	أحيانا
17	17	25.58	11	10.52	02	12	03	/	/	25	01	نادرا
100	100	100	43	100	19	100	25	100	09	100	04	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(07)، أن نسبة المبحوثين يستمعون لبرامج التوعية المرورية

أحيانا، وهي أعلى نسبة قدرت ب 62%، وهذا ما تؤكد فئة ذوي المستوى متوسط بنسبة 80 %، ثم تليها نسبة 65.11 % ذوي المستوى الجامعي، ثم تليها ثانوي بنسبة 63.16 %، في حين نجد ذوي المستوى التعليمي ابتدائي بنسبة 22.22 %، أما فئة أمي لم ترد بأي نسبة، وذلك راجع إلى أن فترات

<sup>(1)</sup> ليندة وانيس، مرجع سابق.

بث البرامج لاتناسب المبحوثين، بما أن أغلب البرامج تبث في الفترة الصباحية، حيث نجد المبحوثين في هذه الفترة منشغلين بنشاطاتهم اليومية.

فيما عادت المرتبة الثانية، لفئة المبحوثين الذين يستمعون إلى البرامج دائما بنسبة 21 %، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى الابتدائي بنسبة 77.77 %، ثم تليها فئة الأيمن بنسبة 75 %، أما نسبة الذين يستمعون لبرامج التوعية المرورية لذوي المستوى ثانوي فقدرت ب 26.31 %، أما نسبة ذوي المستوى التعليمي جامعي جاءت تقدر ب 9.36 %، وفي المرتبة الأخيرة نسبة 08 % وتمثل ذوي المستوى متوسط.

والملاحظ أن الفئات ذوي المستوى ابتدائي وأممي هم الأكثر استماعا لبرامج التوعية المرورية، وذلك راجع إلى أن هذه الفئات تستمع إلى الإذاعة بصفة مستمرة ولديهم اهتمام مسبق للبرامج. فيما عادت المرتبة الأخيرة للأفراد الذين صرحوا، بأنهم يستمعون إلى البرامج المرورية نادرا، وذلك بنسبة 17 %، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى جامعي، وأممي التي جاءت متقاربة بنسبة 25 %، تليها نسبة 12 % لذوي المستوى التعليمي متوسط، بالمقابل نجد ثانوي بنسبة 10.52 %، أما نسبة ابتدائي جاءت منعدمة.

الجدول رقم 08: يبين مدى إثارة برامج التوعية المرورية اهتمام المبحوثين وفق متغير السن.

المجموع		السن								المتغير الاحتمالات
		أكثر من 50		(49-40)		(39-30)		(29-20)		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
31	31	40	10	18.75	03	30.30	10	30.77	08	دائما
56	56	52	13	68.75	11	28.48	16	61.53	16	أحيانا
13	13	08	02	12.5	02	21.21	07	7.70	02	نادرا
100	100	100	25	100	16	100	33	100	26	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08)، أن نسبة الأفراد الذين أقروا أن برامج التوعية المرورية، تثير اهتمامهم أحيانا تقدر ب 56%، وهذا ما تؤكد نسبة 68.75% من الأفراد التي تتراوح أعمارهم ما بين (40 و 49) سنة، ونسبة 61.53% من الأفراد التي تتراوح أعمارهم ما بين (20 و 29) سنة، ثم تليها نسبة 52% للمبحوثين الذين تفوق أعمارهم (50) سنة، وتأتي المرتبة الأخيرة بنسبة 48.48%، تمثل الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين (30 و 39) سنة، وهذا ما توصلت إليه دراسة " أحمد كبان " بعنوان " تأثير الإذاعة الجهوية لعين الدفلى على الثقافة المرورية لمستمعيها"، حيث أكدت أن نسبة 73.33% من المبحوثين أحيانا ما تهمهم برامج التوعية المرورية بإذاعة عين الدفلى<sup>(1)</sup>.

ويمكن تفسير هذا إلى عدم جاذبية المواضيع المعالجة في البرنامج، ووجود تقصير من معدي البرامج، أو ربما إلى افتقاد هذه البرامج لأساليب الإقناع.

أما نسبة المبحوثين الذين تثير برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية اهتمامهم دائما، جاءت في المرتبة الثانية وتقدر ب 31%، وهذا ما سجلناه لدى المبحوثين أكثر من (50 سنة)، بنسبة 40% ثم تليها 30.77% و 30.30% بالنسبة للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (20 و 39) سنة، وفي المرتبة الأخيرة نجد نسبة 18.75% تمثل المبحوثين اللذين تتراوح أعمارهم بين (40 و 49) سنة.

فيما جاءت في المرتبة الأخيرة إجابة المبحوثين ب نادرا بنسبة 13%، التي تمثلها نسبة 21.21% من الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين (30 و 39) سنة، ثم تليها نسبة 12.5% للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (40 و 49) سنة، ونسبة 08% للمبحوثين الأكثر من (50 سنة)، وفي المرتبة الأخيرة نجد نسبة 7.70%، بالنسبة للمبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (20 و 29) سنة.

(1) أحمد كبان، مرجع سابق.

الجدول رقم 09: يبين البرامج الأكثر استماعا لدى أفراد العينة وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير الاحتمالات
		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
50	50	39.48	15	56.45	35	السلامة المرورية
13	13	7.89	03	16.13	10	إشارة مرور
37	37	52.63	20	27.42	17	تمهل لدينا سؤال
100	100	100	38	100	62	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09)، والذي يبين البرامج الأكثر استماعا لدى المبحوثين، أن برنامج السلامة المرورية هو الأكثر استماعا بنسبة تقدر بـ 50%، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 56.45%، وفئة الإناث بنسبة 39.48%، وهذا راجع ربما إلى أن هذا البرنامج لديه جاذبية أكثر، باعتبار أن من يقدمه هو معلم السياقة يوسف قدار، الذي يقدم فيه نصائح هامة خاصة للسائقين وهذا ما يفسر نسبة الذكور التي تفوق نسبة الإناث في الاستماع للبرنامج.

في المرتبة الثانية نجد نسبة 37%، للمبحوثين الذين يستمعون أكثر إلى برنامج تمهل لدينا سؤال، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 52.63%، والتي تفوق نسبة الذكور الذين قدروا بـ 27.42%، ويرجع تفضيل الإناث لهذا البرنامج أكثر، ربما لأنه يتناول مواضيع هامة للسائقين والمشاة، وأيضا الدور الذي تلعبه الأسرة في توعية أبنائها وتعليمهم مبادئ احترام قوانين المرور.

وجاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 13%، للمبحوثين الذين يستمعون أكثر لبرنامج إشارة مرور، وقد ورد ذلك بنسبة بين الذكور 16.13%، و بين الإناث بنسبة 7.89%.

نلاحظ من خلال الجدول أن الذكور يفضلون برنامج السلامة المرورية أكثر، أما بالنسبة للإناث فيفضلون برنامج تمهل لدينا سؤال، ويمكن تفسير هذه النتائج بالرجوع إلى القناعات

## الفصل الثالث

### تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

الشخصية لدى المبحوثين في متابعة برامجهم المفضلة وانتقائها بشكل يتوافق مع متطلباتهم ورغباتهم المطلوبة.

الجدول رقم 10: يبين الحجم الساعي الذي يقضيه المبحوثين في الاستماع لبرامج التوعية المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الاحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
57	57	67.44	29	63.16	12	48	12	44.44	04	/	/	أقل من ساعة
33	33	32.56	14	26.31	05	36	09	44.44	04	25	01	ساعة
07	07	/	/	/	/	16	04	/	/	75	03	أكثر من ساعة
03	03	/	/	10.52	02	/	/	11.11	01	/	/	حسب الظروف
100	100	100	43	100	19	100	25	100	09	100	04	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10)، أن نسبة 57% من المبحوثين، يقضون وقتهم في الاستماع لبرامج التوعية المرورية لمدة أقل من نصف ساعة، وهذا ما يؤكد نسبة 67.44% من ذوي المستوى الجامعي، وفي المقابل نجد نسبة ذوي المستوى التعليمي ثانوي ب 63.16%، ثم نسبة ذوي المستوى متوسط بنسبة 48%، وفي الأخير نجد نسبة 44.44% وتمثل ذوي المستوى الابتدائي، في حين جاءت نسبة الأميين منعدمة.

وهذا راجع إلى أن أغلب برامج التوعية المرورية تبث في وقت قصير لا يتعدى النصف ساعة، وهذا ما يؤكد الجدول رقم (08) الذي يوضح أن برنامج السلامة المرورية جاء في المرتبة الأولى، وهذا البرنامج مدة بثه أقل من نصف ساعة، وأيضا برنامج إشارة مرور.

فيما جاءت نسبة 33% من المبحوثين يستمعون لبرامج التوعية المرورية لمدة ساعة، وهذا ما تؤكدته نسبة 44.44% لذي المستوى التعليمي ابتدائي، ثم تليها نسبة 36% لذوي المستوى متوسط، ثم تليها نسبة 32.56% لذوي المستوى جامعي، وفي المرتبة الأخيرة نسبة 25% وتمثل الأميين. وتفسر هذه النسبة ربما إلى أن معظم أفراد العينة يستمعون إلى برنامج تمهل لدينا سؤال، وهو برنامج ييث لمدة ساعة تقريبا.

أما نسبة المبحوثين الذين يستمعون إلى البرامج الأكثر من ساعة تقدر نسبتهم ب 7%، وعادت أعلى نسبة إلى الأميين بنسبة 75%، وهذا راجع ربما إلى تفضيل هذه الفئة للاستماع. الجدول رقم 11: يبين أماكن استماع المبحوثين لبرامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير الاحتمالات
		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
36	36	81.58	31	08.07	05	المنزل
54	54	07.89	03	82.25	51	المركبة
08	08	05.26	02	09.07	06	مقر العمل
02	02	05.26	02	/	/	أخرى الجامعة تذكر
100	100	100	38	100	62	المجموع

من خلال قرائتنا للجدول رقم (11)، يتبين لنا أن نسبة 54% من المبحوثين يستمعون لبرامج التوعية المرورية في المركبة، وهذا ما أقرته فئة الذكور بنسبة 82.25%، وفئة الإناث بنسبة 7.89%، ويرجع ارتفاع نسبة الذكور على الإناث إلى أن الذكور أغلبهم سائقين ويمتلكون سيارات، وهذا ما تؤكدته دراسة " ليندة وانيس" بعنوان " مسموعية الإذاعة ودورها في نشر الوعي المروري"، التي أكدت أن نسبة 73.30% يفضلون المركبة كمكان للاستماع للبرامج الإذاعية.



فيما جاءت نسبة 36% من المبحوثين يستمعون إلى برامج التوعية المرورية في المنزل، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 81.58%، وفئة الذكور بنسبة 08.07%، ويفسر ارتفاع نسبة الإناث على الذكور أن الإناث أغلبهم ربات بيوت، لهذا يفضلون الاستماع لهذه البرامج في المنزل.

في حين عادت نسبة 08% من المبحوثين يفضلون الاستماع لبرامج التوعية المرورية في مقر العمل، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 09.07%، وفئة الإناث بنسبة 05.26%، وذلك راجع ربما إلى أن هؤلاء المبحوثين غالبا ما يمارسون أعمال حرة، كالبيع في المحلات، لذا لديهم الوقت للاستماع في العمل.

فيما صرحت نسبة 02% من فئة الإناث، أنهم يفضلون الاستماع لبرامج التوعية المرورية في الجامعة وبالأحرى أنهم أغلبهم طالبات جامعات.

الجدول رقم 12: يبين الوسيلة المفضلة لاستماع المبحوثين لبرامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير الاحتمالات
		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
29	29	68.42	26	04.84	03	الهاتف النقال
04	04	05.27	02	03.22	02	الراديو الفضائي
63	63	26.31	10	85.48	53	جهاز الراديو
04	04	/	/	06.46	04	راديو الأنترنت
100	100	100	38	100	62	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (12)، أن أغلب أفراد العينة يفضلون وسيلة جهاز الراديو للاستماع إلى برامج التوعية المرورية بنسبة 63%، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 85.48%، وفئة الإناث بنسبة 26.31%، في حين جاءت نسبة 29% من المبحوثين يفضلون الاستماع لبرامج التوعية

المرورية بالهاتف النقال، وهذا ما تؤكدُه فئة الإناث بنسبة 68.42%، وفئة الذكور بنسبة 04.84%، في حين توزعت باقي النسب بالتساوي بين من يفضلون وسيلة الراديو الفضائي وراديو الأثرنت بنسبة 04%، وهذا ما تؤكدُه فئة الذكور بنسبة 3.22%، وفئة الإناث بنسبة 05.27% بالنسبة لجهاز الراديو، أما بالنسبة للأفراد الذين يفضلون راديو الأثرنت كانت لفئة الذكور فقط بنسبة 06.46%.

ويفسر ارتفاع نسبة المستمعين الذين يفضلون جهاز الراديو كوسيلة للاستماع لبرامج التوعية المرورية، إلا أن أغلب الفئات كانت من الذكور، وهذا أمر طبيعي أن أغلب الذكور يستمعون إلى هذه البرامج في جهاز راديو السيارة، أما الإناث فيفضلون الاستماع عن طريق الهاتف النقال أكثر، ربما أن الإناث أثناء القيام بالأعمال المنزلية تستمع للبرامج عن طريق سماعات الأذن وتقوم بأعمالها في نفس الوقت.

الجدول رقم 13: يبين مدى مناسبة توقيت برامج التوعية المرورية بالنسبة للمبحوثين وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير الاحتمالات
		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
74	74	84.21	32	67.74	42	نعم
26	26	15.79	06	32.26	20	لا
100	100	100	38	100	62	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13)، أن أغلب المبحوثين يرون أن توقيت بث برامج التوعية المرورية مناسب بالنسبة لهم وذلك بنسبة 74%، وتمثلها فئة الإناث بنسبة 84.21%، وهي تفوق نسبة الذكور التي جاءت بنسبة 67.74%.

وهذا يفسر على أن توقيت برامج التوعية المرورية التي تبثها إذاعة جيغل المحلية، تراعي فيها احتياجات الجمهور المستهدف فيما كانت نسبة المبحوثين الذين يرون أن التوقيت لا يناسبهم تقدر

## الفصل الثالث

### تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

ب 26% وقد ورد ذلك بنسبة 32.26 % بين الذكور، وبين الإناث بنسبة 15.79% وهذا راجع ربما إلى انشغال المبحوثين بأعمالهم اليومية وخاصة الذكور، الذين عادة ما يكونون مسافرين في الفترة الصباحية التي تبث فيها أغلب هذه البرامج.

الجدول رقم 14: يبين مدى متابعة المبحوثين لبرامج التوعية المرورية أثناء الاستماع للبرنامج وفق متغير السن.

المجموع		السن								المتغير الاحتمالات
		أكثر من 50 سنة		(49-40)		(39-30)		(29-20)		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
27	27	56	14	06.25	01	27.27	09	11.53	03	كل البرنامج
39	39	24	06	50	08	42.42	14	42.30	11	جزء من البرنامج
34	34	20	05	43.75	07	30.30	10	46.15	12	بشكل متقطع
100	100	100	25	100	16	100	33	100	26	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14)، أن نسبة 39% من المبحوثين يستمعون إلى جزء من البرنامج، وهذا ما تؤكدته نسبة 50% من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (40 و 49) سنة، أما الفئات التي تتراوح أعمارهم بين (20 و 29) سنة، (30 و 39) سنة كانت متقاربة بنسبة 42% وفي المرتبة الأخيرة نجد نسبة 24% تمثلها الفئة الأكثر من (50) سنة.

وتفسر هذه النسب على أن المبحوثين لا يجدون الوقت الكافي للاستماع إلى البرنامج، وربما لا يجدون في هذه البرامج المعلومات الكافية لتنمية الوعي المروري لديهم، وربما لديهم وسائل أخرى للحصول على المعلومات حول خطورة القضايا المرورية.

فيما عادت المرتبة الثانية للمبحوثين الذين يستمعون لبرامج التوعية المرورية بشكل متقطع بنسبة 34%، وهذا ما تؤكدته فئة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (20 و 29) سنة بنسبة 46.15% والفئة

ما بين (40 و49) سنة بنسبة 43.75%، والفئة ما بين 30-39 سنة بنسبة 30.30% وبالمقابل نجد الفئة الأكثر من (50) سنة بنسبة 20%.

وتفسر هذه النسب على أن المبحوثين يشعرون بالقلق والتوتر عند الاستماع للبرامج.

فيما جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 27%، بالنسبة للمبحوثين الذين يستمعون إلى كل البرنامج، وهذا ما تؤكدته نسبة 56% المبحوثين الأكثر من (50) سنة والتي جاءت كأعلى نسبة، وهذا يفسر ربما أن الأفراد في مثل هذه المرحلة يكونون على درجة من الوعي والشعور بالمسؤولية، اتجاه خطورة هذه الحوادث على الأبناء والمجتمع ككل.

الجدول رقم 15: يبين طريقة المبحوثين في إبداء الأفكار والمشاركة في برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												الاحتمالات	
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمية			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
21	21	4.65	02	36.84	07	32	08	33.34	3	25	1	نعم	عن طريق الهاتف
03	03	4.65	02	/	/	04	01	/	/	/	/	لا	عن طريق البريد الإلكتروني
07	07	2.33	01	10.52	22	16	04	/	/	/	/	لا	عن طريق الرسائل
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	لا	أخرى تذكر
31	31	11.63	05	47.36	09	52	13	33.34	3	25	01	نعم	المجموع الجزئي
69	69	88.37	38	52.43	10	48	12	66.66	6	75	03	لا	
100	100	100	43	100	19	100	25	100	9	100	04	لا	المجموع الكلي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15)، الذي يبين مدى مشاركة الباحثين في إبداء الأفكار والمشاركة في برامج التوعية المرورية، أن نسبة 69% من الباحثين لا يشاركون في البرامج وهذا ما تؤكدته نسبة 88.37% لذوي المستوى التعليمي جامعي، بالمقابل نجد أمي بنسبة 75%، ثم تليها نسبة 66.66% لذوي المستوى التعليمي ابتدائي، بالمقابل نجد ذوي المستوى التعليمي ثانوي بنسبة 52.63%، وفي المرتبة الأخيرة متوسط بنسبة 48%.

وتفسر هذه النسب ربما بصعوبة الاتصال بالبرنامج، أو ربما لا يملك الباحثين رقم الهاتف الخاص بالإذاعة، أو ربما لا يملكون رقم البريد الإلكتروني الخاص بها.

فيما جاءت نسبة 31% تمثل الباحثين الذين يشاركون في إبداء الأفكار، والمشاركة في إثراء برامج التوعية المرورية، حيث نجد أن أغلب الباحثين يشاركون في البرامج عن طريق الهاتف وذلك بنسبة 21%، وهذا راجع ربما إلى سهولة الاتصال المباشر بمنشط البرنامج عن طريق هذه الوسيلة، وهذا ما يوضحه الجدول، حيث نجد أن نسبة 36.84% من الباحثين لذوي مستوى متوسط يشاركون بالهاتف، تليها نسبة 33.34% لذوي مستوى تعليمي ابتدائي، بالمقابل نجد المستوى التعليمي متوسط بنسبة 32%، فيما جاءت نسبة ذوي المستوى جامعي في المرتبة الأخيرة ب 4.65%، في حين جاءت نسبة 07% يفضلون الاتصال بالبرنامج عن طريق الرسائل القصيرة، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى متوسط بنسبة 16%، في حين جاءت نسبة 10.52% تليها نسبة 2.33% تمثل ذوي المستوى التعليمي جامعي، فيما جاءت باقي الفئات منعدمة.

فيما جاءت في المرتبة الأخيرة نسبة 03% للأفراد الذين يشاركون في البرنامج عن طريق البريد الإلكتروني، وهذا ما تمثله نسبة 4.65% للمبشرين ذوي المستوى جامعي، ونسبة 04% لذوي المستوى التعليمي متوسط، فيما لم ترد أي نسبة في باقي الفئات.

وتفسر هذه النسب على أن أغلب الأفراد ذوي المستوى التعليمي جامعي يملكون حسابا بريديا إضافة إلى تحكّمهم في هذا النوع من التقنية للاتصال بالآخرين.

الجدول رقم 16: يبين طبيعة استماع جمهور إذاعة جيجل المحلية للبرامج الخاصة بالتوعية المرورية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير الاحتمالات
		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
28	28	18.42	07	33.88	21	باهتمام كبير
66	66	76.31	29	59.67	37	بشكل عادي
06	06	5.27	02	6.45	04	دون اهتمام
100	100	100	38	100	62	المجموع

من خلال الجدول رقم (16)، يتبين لنا أن نسبة 66% من أفراد العينة، يستمعون بشكل عادي لبرامج التوعية المرورية، وقد ورد ذلك بنسبة 76.31% بين الإناث والتي تفوق نسبة الذكور التي تقدر ب 59.67%، وهذا راجع إلى قلة وعيهم بأهمية هذه البرامج، في تذكيرهم بخطورة حوادث المرور على حياتهم وما ينتج عنها من آثار نفسية وجسمانية ومادية، أو ربما راجع إلى عدم وجود تحديد في الحصص التوعوية المرورية، والتغيير في طريقة تحليل المواضيع المطروحة، وهذا ما توصلت إليه دراسة "عبير تباي" تحت عنوان " الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر"،<sup>1</sup> التي أثبتت أن 49.29% من المبحوثين يستمعون للفواصل الإعلانية الخاصة بالتوعية المرورية بشكل عادي.

فيما جاءت المرتبة الثانية بنسبة 28% للمبحوثين الذين صرحوا، بأنهم يستمعون إلى البرامج باهتمام كبير وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 33.88%، ونسبة الإناث بنسبة 18.42%، وذلك راجع إلى أن المبحوثين لديهم اهتمام مسبق بمواضيع التوعية المرورية، إضافة إلى حاجتهم لمثل هذه المواضيع خاصة فئة الذكور التي تفوق نسبة الإناث.

(1) عبير تباي، مرجع سابق.

فيما عادت المرتبة الأخيرة بنسبة 6% للأفراد الذين صرحوا بأنهم يستمعون إلى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية دون اهتمام، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 64% وفئة الإناث بنسبة 5.27%، ويرجع هذا ربما إلى شعورهم بالملل والنفور اتجاه المواضيع المطروحة في البرنامج.

المحور الثالث: مدى إسهام إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية لدى المجتمع المحلي.

الجدول رقم 17: يبين إسهام إذاعة جيغل المحلية في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية لدى المجتمع المحلي وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الاحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
82	82	81.39	35	78.94	15	80	20	88.88	08	100	04	نعم
18	18	18.60	08	21.05	04	20	05	11.11	01	/	/	لا
100	100	100	43	100	19	100	25	100	25	100	04	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17)، أن أغلب أفراد العينة يرون أن إذاعة جيغل المحلية، تساهم في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية لدى المجتمع المحلي، وذلك بنسبة 82% وهذا ما تؤكدته نسبة 100% من ذوي المستوى أمي، وبالمقابل نجد ابتدائي بنسبة 88.88%، وبالمقابل نجد جامعي بنسبة 81.39%، وذوي المستوى متوسط بنسبة 80%، وفي المرتبة الأخيرة نجد نسبة 78.94% لذوي المستوى التعليمي ثانوي. في حين نجد أن نسبة 18% من المبحوثين صرحوا، بأن برامج التوعية المرورية المقدمة بإذاعة جيغل المحلية لا تساهم في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي مستوى ثانوي بنسبة 21.05%، وبالمقابل نجد متوسط بنسبة 20%، تليها ذوي المستوى جامعي بنسبة 18.60%، أما نسبة 11.11% تمثل ذوي المستوى ابتدائي.

ومن خلال النتائج الواردة في الجدول نستنتج أن إذاعة جيغل المحلية، لها إسهام كبير في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية، وهذا يفسر أن البرامج التي تبثها الإذاعة تحاول دائما الحرص على تعليم الناس القواعد الازمة لضمان سلامتهم، من خلال تعريفهم بمعاني الإشارات الموجودة على الطريق، والحواجز التي لا يجب أن يتجاوزها السائقين، إضافة إلى تعليمهم قواعد السلامة في المركبة أيضا القواعد التي يجب التزامها المشاة أثناء عبور الطريق والتمهل في السير والركوب، إضافة إلى تعليمهم قواعد القيادة الآمنة، بهدف تعديل سلوك الأفراد وفق مبادئ التربية المرورية، سواء بالنسبة للسائقين أو المشاة أو شرطة المرور.



## الفصل الثالث

### تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

جدول رقم 18: يبين الأفراد الذين أجابوا بلا تسهم إذاعة جيغل المحلية في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية لدى المجتمع المحلي وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الاحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.77	01	/	/	/	/	7.14	01	/	/	/	/	نقص المعلومات حول قواعد السلامة المرورية.
8.33	03	/	/	16.66	01	14.29	02	/	/	/	/	استخدام اللغة الأجنبية في تقديم البرامج.
16.66	06	15.39	02	/	/	21.42	03	33.33	01	/	/	عدم الإشهار لها بشكل كافي من طرف إذاعة جيغل المحلية.
27.77	10	23.07	03	50	03	21.42	03	33.33	01	/	/	عدم تقديم قراءة معمقة لقواعد السلامة المرورية.
30.55	11	46.15	06	16.66	01	28.58	04	/	/	/	/	عدم بثها في أوقات مناسبة.
8.33	03	7.69	01	16.66	01	7.14	01	/	/	/	/	أخرى: عدم إشراك المواطن بشكل فعلي في البرامج.
2.77	01	/	/	/	/	/	/	33.33	01	/	/	أخرى: ضعف إقبال الجمهور المحلي عليها.
2.77	01	7.79	01	/	/	/	/	/	/	/	/	أخرى: لا توجد ثقافة الاستماع للإذاعة
100	36	100	13	100	06	100	14	100	03	/	/	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (18)، أن نسبة 30.55% من المبحوثين يرون أن عدم بث برامج التوعية المرورية في أوقات مناسبة، هو السبب الرئيسي في عدم مساهمتها في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية، وهذا ما تؤكدته نسبة 46.15% لذوي المستوى التعليمي جامعي، ونسبة 28.58% من ذوي مستوى متوسط، بالمقابل نجد ثانوي بنسبة 16.66%.

ويرجع ذلك ربما إلى أن معظم الأفراد الذين يرون، أن عدم بثها في أوقات مناسبة هم الأفراد الذين أجابوا في الجدول رقم (12)، بأن توقيت بث البرامج لا يناسبهم، فيما بلغت نسبة 27.77% للمبحوثين الذين يرون بأن عدم تقديم قراءة معمقة لقواعد السلامة المرورية، السبب في عدم مساهمتها في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى التعليمي ثانوي بنسبة 50% بالمقابل نجد ابتدائي بنسبة 33.33%، تليها نسبة 23.07% تمثل ذوي المستوى جامعي بالمقابل نجد ذوي المستوى التعليمي متوسط بنسبة 21.42%.

أما بالنسبة للذين أرجعوا السبب إلى عدم الإشهار لها بشكل كافي من طرف إذاعة جيجل المحلية فقدرت ب 16.66%، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى ابتدائي بنسبة 33.33%، بالمقابل نجد مستوى متوسط بنسبة 21.42%، في حين نجد ذوي المستوى جامعي بنسبة 15.39%.

أما بالنسبة للذين يرجعون السبب إلى استخدام اللغة الأجنبية في البرنامج، جاءت متساوية مع عدم إشراك المواطن بشكل فعلي في البرنامج بنسبة 8.33%، في حين نجد أن باقي النسب توزعت بالتساوي بين الذين يرجعون السبب إلى نقص المعلومات حول قواعد وآداب السلامة المرورية وضعف إقبال الجمهور المحلي على البرامج، عدم وجود ثقافة الاستماع للإذاعة من قبل الجمهور وقدرت بنسبة 2.77%.

الجدول رقم 19: يبين إسهام برامج التوعية المرورية في تذكير المبحوثين باحترام قوانين المرور وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمال
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
92	92	89.47	34	93.54	58	نعم	
08	08	10.52	04	6.46	04	لا	
100	100	100	38	100	62	المجموع	

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول رقم (18)، أن أغلب المبحوثين يرون أن برامج التوعية المرورية تساهم في تذكيرهم باحترام قوانين المرور وذلك بنسبة 92%، وقد ورد ذلك بين الذكور بنسبة 93.54%، وفئة الإناث بنسبة 89.47%، وهذا ما توصلت إليه دراسة "ليندة وانيس" بعنوان مسموعة الإذاعة ودورها في نشر الوعي المروري"، حيث أكدت أن نسبة 96.67% من المبحوثين صرحوا بأن الفواصل الإعلامية تساهم في تذكيرهم باحترام قوانين المرور، وذلك راجع إلى أن برامج التوعية المرورية التي تبثها إذاعة جيغل المحلية تحاول دائما ترسيخ ثقافة احترام قوانين المرور لدى الجمهور، وإقناعهم بأن احترام قوانين المرور السبيل إلى ضمان سلامتهم، وتجنبهم التعرض للعقوبات، وذلك من خلال شرح القوانين وكيفية تطبيقها وما يترتب عليها من عقوبات جازم مخالفتها.

في حين جاءت نسبة ضعيفة من المبحوثين يرون، أن هذه البرامج لا تساهم في تذكيرهم باحترام قوانين المرور، وقدر ذلك بـ 08% وقد ورد ذلك بنسبة 6.46% بين الذكور، وبين الإناث بنسبة 10.52%، وذلك راجع ربما إلى أن هؤلاء المبحوثين نادرا ما يتعرضون إلى هذه البرامج، أو ربما المواضيع التي تصادفهم في البرنامج لا تتناول موضوع التذكير باحترام قوانين المرور، بل تتناول مواضيع أخرى.

الجدول رقم 20: يبين المعلومات الجديدة التي أضافتها برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية للمبحوثين، حول سبل تحقيق السلامة المرورية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات	
		إناث		ذكور				
%	ك	%	ك	%	ك			
15	15	5.26	02	20.98	13	تفقد السيارة باستمرار	نعم	
20	20	21.05	08	19.35	12	معلومات عن مسافة الأمان		
20	20	23.68	09	17.74	11	معلومات حول التجاوز الممنوع		
29	29	36.84	14	24.19	15	معلومات حول رخصة السياقة بالتنقيط		
01	01	/	/	1.61	01	معلومات عامة		أخرى
01	01	/	/	1.61	01	أخذ الحيطه والحذر عند قطع الطريق		تذكر
02	02	2.63	01	1.61	01	التذكير بمبدأ الأولوية		
01	01	2.63	01	/	/	معلومات عن المخالفات المرورية والجنح		
89	89	92.10	35	87.09	54	المجموع الجزئي		
11	11	7.89	03	12.90	08	لا		
100	100	100	38	100	62	المجموع الكلي		

يتبين من خلال الجدول رقم (20)، أن نسبة 89% من المبحوثين يرون أن برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية، أضافت لهم معلومات جديدة حول سبل تحقيق السلامة المرورية، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 92.10%، وفئة الذكور بنسبة 87.09%، وتمثل هذه المعلومات حسب إجابة المبحوثين، في اكتساب معلومات حول رخصة السياقة بالتنقيط بنسبة 29%، وهذا ما تؤكدته أعلى نسبة عند الإناث والتي تقدر بـ 36.84%، وفئة الذكور بنسبة 24.19%.

وذلك يفسر على أن الأفراد بحاجة إلى المعرفة أكثر عن القانون الجديد حول رخصة السياقة بالتنقيط، وكيف يتم تطبيقها وما هي النقاط الإيجابية في رخصة السياقة بالتنقيط، التي من شأنها ضبط المخالفين للقانون، بالمقابل جاءت النسب متساوية بين المبحوثين، التي أضافت لهم برامج التوعية معلومات حول التجاوز الممنوع ومعلومات عن مسافة الأمان وذلك بنسبة 20%، فيما جاءت نسبة 15% تمثل المبحوثين الذين أضافت لهم برامج التوعية المرورية معلومات عن تفقد السيارة باستمرار، وهذا ما تؤكدته أعلى نسبة للذكور ب 20.98%، ونسبة 5.26% للإناث.

وذلك يفسر إلى حاجة المبحوثين وخاصة الذكور إلى معلومات عن وسائل السلامة المرورية، التي يجب أن تكون في المركبة، ولاسيما أن بعض الدراسات تشير إلى أن نسبة ليست بالبسيطة من الحوادث تقع نتيجة للقصور في الأداء المتوقع من السيارة لخلل فيها، وبالتالي فإن صيانة السيارة بشكل دوري له دور كبير في التقليل من حوادث المرور، فيما يرى بعض المبحوثين أن المعلومات التي أضافتها لهم برامج التوعية المرورية، تتمثل في معلومات عامة عن وسائل السلامة المرورية إضافة إلى أخذ الحيطة والحذر عند قطع الطريق، أيضا التذكير بمبدأ الأولوية ومعلومات عن المخالفات المرورية. بالمقابل فإن نسبة 11% من أفراد العينة صرحوا، بأن برامج التوعية المرورية لم تضيف لهم معلومات جديدة حول سبل تحقيق السلامة المرورية، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 12.90%، وفئة الإناث بنسبة 7.89%.

الجدول رقم 21: يبين كيف يقيم المبحوثين مستوى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية وفق متغير المستوى التعليمي.

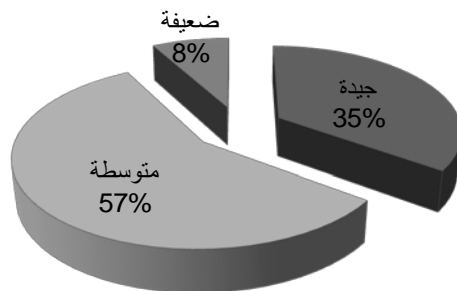
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
جيدة	35	35	35%
متوسطة	57	57	57%
ضعيفة	08	08	08%
المجموع	100	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21)، أن نسبة 57% من المبحوثين صرحوا بأن مستوى برامج التوعية المرورية متوسط، وذلك راجع إلى نقص الاحترافية المهنية في تقديم هذه البرامج، إضافة إلى تركيز البرامج على تقديم النصائح والتوجيهات للمستمعين، بدل من إعطاء معلومات علاجية تعالج بها مشاكل المرور، بالمقابل نجد نسبة 35% من المبحوثين يرون بأن مستوى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية جيد.

نلاحظ أنه بالجمع بين النسبتين 35% و 57%، نجد أن 92% من المبحوثين لديهم وجهة نظر إيجابية نحو البرامج التوعوية الإذاعية، في حين رأى 08% من المبحوثين أن هذه البرامج ذات مستوى ضعيف.

نستنتج من خلال الجدول أن برامج التوعية المرورية المقدمة من قبل إذاعة جيغل المحلية، لا تزال بحاجة إلى تطوير وتحسين في مستوى المواضيع المطروحة في البرامج، وتحتاج إلى زيادة في حجم المعلومات المتعلقة بالمرور، والاستعانة بأهل التخصص في الجانب التوعوي المروري، وحتى يثق المستمع بها بشكل أكبر وتصبح ذات دور فعال، في عملية التوعية المرورية للشباب خصوصا باعتبارها الفئة الأكثر تهورا وتعرضا لحوادث المرور.

الشكل البياني رقم (05) يبين كيف يقيم المبحوثين مستوى برامج التوعية المرورية وفق متغير المستوى التعليمي



الجدول رقم 22: يبين ما الذي يثير اهتمام المبحوثين عند الاستماع لبرامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير الاحتمالات
		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
17	25	16.66	09	17.20	16	موضوع البرنامج
48.30	71	50	27	47.31	44	النصائح والإرشادات التوعوية المرورية
27.21	40	25.92	14	27.96	26	ذكر خسائر حوادث المرور
6.80	10	7.41	04	6.45	06	الإستمالات الإقناعية التي يتضمنها البرنامج
0.68	01	/	/	1.08	01	أخرى تذكر استضافها لرجال الأمن لشرح أسباب المرور
100	147	100	54	100	93	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم ( 22)، أن الذي يثير اهتمام المبحوثين عند الاستماع إلى

برامج التوعية المرورية، هو النصائح والإرشادات التوعوية المرورية في البرنامج، وذلك بنسبة 48.30 % وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة 47.31%، وفئة الإناث بنسبة 50%، ويرجع السبب إلى أن المجتمع بحاجة إلى مثل هذه النصائح والإرشادات التي تقدمها هذه البرامج.\*

أو ربما إلى استخدام معد البرنامج لأسلوب إرشاد مشوق، وذكر النصائح الهامة خاصة للسائقين والمشاة، التي من شأنها تجنبهم لوقوع حوادث المرور وخاصة في ظل التزايد في نسب حوادث المرور سنويا.

في حين عادت نسبة الذين يثير اهتمامهم ذكر البرنامج لخسائر حوادث المرور، المرتبة الثانية بنسبة 27.21 %، وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة 27.96%، وفئة الإناث بنسبة 25.92%، وتفسر

\* المجموع أكبر من حجم العينة لأن المبحوثين اختاروا أكثر من إجابة.

هذه النسبة ربما إلى رغبة الباحثين في معرفة أنواع الحوادث، التي تخلفها حوادث السير بولاية جيجل، إضافة إلى معرفة الأرقام والإحصاءات عن حوادث السير مع دخول السنة الجديدة 2018.

أما الذين يثير اهتمامهم موضوع البرنامج بلغت نسبة 17%، وقد ورد ذلك بنسبة 17.20% بين الذكور، وبين الإناث بنسبة 16.66%، وذلك راجع إلى أن المواضيع المعالجة في البرنامج تهم الباحثين، خاصة المواضيع المتعلقة بالطرق ومشاكلها، وطرق التعامل مع المشكلات المرورية، أو معلومات عن تجاوز منعرج بالنسبة للسائقين.

بالمقابل نجد نسبة 6.80% من الباحثين، يلفت انتباههم للبرامج، الإستمارات الإقناعية التي يتضمنها البرنامج، وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة 6.45%، وفئة الإناث بنسبة 7.41%، في حين أضاف مباحث من فئة الذكور أن الذي يثير اهتمامه لبرامج التوعية المرورية، استضافتها لرجال الأمن لشرح أسباب حوادث المرور، التي غالبا ما تعود أسبابها إلى العنصر البشري أو خلل في المركبة أو الطرق.



الجدول رقم 23: يمثل الهدف من بث إذاعة جيغل المحلية لبرامج التوعية المرورية من وجهة نظر المبحوثين وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير	الاحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
19.93	65	19.31	28	25	13	17.72	14	17.14	6	26.66	4	إعلام الجمهور (مشاة، ركاب، سائقين) بقوانين المرور	
16.56	54	15.17	22	17.30	9	16.45	13	22.85	8	13.33	2	ترسيخ السلوك المروري لدى مستعملي الطريق	
19.32	63	20.69	30	19.23	10	18.98	15	14.28	5	20	3	نشر التوعية المرورية	
5.82	19	4.82	7	5.76	03	5.06	4	11.43	4	6.66	1	التطرق إلى مواضيع الساعة	
13.80	45	11.72	17	11.53	06	18.98	15	14.28	5	13.33	2	معالجة مشاكل حوادث المرور	
14.11	46	17.24	25	9.61	05	15.18	12	8.57	3	6.66	1	التقليل من احتمالية وقوع الحوادث	
10.12	33	10.34	15	11.53	06	7.59	06	11.43	4	13.33	2	وضع مشاكل المرور أمام الرأي العام لمناقشتها وإيجاد حلول لها	
0.31	01	0.69	01	/	/	/	/	/	/	/	/	أخرى	نشر ثقافة السياقة المتحضرة
												تذكر	
100	326	100	145	100	52	100	79	100	35	100	15	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (23)، أن الهدف من بث إذاعة جيغل المحلية لبرامج التوعية المرورية، هو إعلام الجمهور (مشاة، ركاب، سائقين) بقوانين المرور، وذلك بنسبة 19.93%، وهذا ما تؤكدته نسبة 26.66% بالنسبة لفئة ذوي المستوى أُمي، وبالمقابل نجد ثانوي بنسبة 25%، ونسبة جامعي 19.31%، في حين جاءت نسبة ذوي مستوى ابتدائي ومتوسط متقاربة بنسبة 17%.\*

وذلك راجع إلى أن أغلب الحصص المقدمة يغلب عليها طابع التذكير بقوانين المرور، وخاصة الحصص التي تستضيف رجال الأمن وشرحهم قانون المرور للجمهور.

فيما جاءت المرتبة الثانية متقاربة مع النسبة الأولى وذلك ب 19.32%، وتمثل المبحوثين الذين يرون أن الهدف من بث الإذاعة لبرامج التوعية المرورية، هو نشر التوعية المرورية لدى المجتمع، وهذا ما تؤكدته أعلى نسبة لذوي المستوى التعليمي جامعي والتي قدرت ب 20.29%، تليها نسبة ذوي المستوى أُمي ب 20%، وبالمقابل ثانوي بنسبة 19.23%، وابتدائي بنسبة 14.28%.

في حين عادت نسبة 14.11% من المبحوثين صرحوا، بأن الهدف من بث إذاعة جيغل المحلية لبرامج التوعية المرورية، هو التقليل من احتمالية وقوع حوادث المرور وهذا ما تؤكدته فئة ذوي مستوى جامعي بنسبة 17.24%، بالمقابل نجد متوسط بنسبة 15.18%، تليها نسبة 9.61% لذوي المستوى التعليمي ثانوي، فيما جاءت نسبة 8.57% تمثل ذوي المستوى التعليمي ابتدائي، فيما جاءت نسبة 6.66% تمثل ذوي المستوى أُمي.

في حين عادت نسبة 16.56% من المبحوثين صرحوا، بأن الهدف من بث إذاعة جيغل المحلية لبرامج التوعية المرورية، يعود إلى ترسيخ السلوك المروري الصحيح لدى مستخدمي الطريق، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى التعليمي ابتدائي بنسبة 22.85%، بالمقابل نجد ثانوي بنسبة 17.30%، ونسبة ذوي مستوى متوسط تقدر ب 16.45%، تليها نسبة 15.17% لذوي مستوى جامعي، في حين جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 13.33% لفئة الأميين.

فيما عادت نسبة 13.80%، تمثل الأفراد الذين يرون بأن هدف إذاعة جيغل من بثها لبرامج التوعية المرورية، معالجة مشاكل حوادث المرور، وهذا ما تؤكدته نسبة 19.98% لذوي المستوى

\* المجموع أكبر من حجم العينة لأن المبحوثين اختاروا أكثر من إجابة.

التعليمي متوسط بالمقابل ابتدائي بنسبة 14.28%، فيما جاءت النسب متقاربة بين ذوي المستوى التعليمي جامعي والمستوى التعليمي ثانوي وذلك في حدود 11%، بالمقابل نجد ذوي المستوى التعليمي أمني بنسبة 13.33%.

فيما جاءت نسبة 10.12%، تمثل المبحوثين الذين يرون بأن الهدف من بث إذاعة جيغل المحلية لبرامج التوعية المرورية، هو وضع مشاكل المرور أمام الرأي العام لمناقشتها وإيجاد حلول لها، تليها نسبة 5.82% تمثل أفراد العينة الذين صرحوا، بأن الهدف من بث برامج التوعية المرورية هو التطرق إلى مواضيع الساعة، إذ أصبحت اليوم حوادث المرور من القضايا الحساسة التي تتطلب جهودا كبيرة من مختلف فيئات المجتمع، من أجل وضع حلول لها، فيما أضاف مبحوث من ذوي المستوى التعليمي جامعي، بأن الهدف من بث برامج التوعية المرورية هو نشر ثقافة السياقة المتحضرة. نستنتج من خلال نتائج الجدول أن لإذاعة جيغل المحلية، أهداف كثيرة تسعى إلى تحقيقها من خلال بثها لبرامج التوعية المرورية، وخاصة الأهداف التي تتعلق ب التعريف بالقوانين المرورية ونشر التوعية المرورية، وترسيخ السلوك الصحيح لدى مستخدمي الطريق، وكذا معالجة حوادث المرور.

الجدول رقم 24: يبين مدى مساهمة حصص التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية في تدعيم الثقافة المرورية لدى المبحوثين وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير الاحتمالات
		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
36	36	31.58	12	38.70	24	دائما
54	54	60.52	23	50	31	أحيانا
10	10	7.89	03	11.29	07	نادرا
100	100	100	38	100	62	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم ( 24)، أن المبحوثين يرون بأن حصص التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية، تساهم في تدعيم ثقافتهم أحيانا بنسبة 54%، وهذا ما تؤكد فئه الذكور بنسبة 50%، وفئه الإناث بنسبة 60.52%، وهذا راجع ربما إلى أن ما يقدم في هذه الحصص لا يتلاءم دائما مع احتياجات الجمهور، ولا يتناسب مع أفكار اتجاهات وقناعات وسلوكيات الجمهور وثقافته، فتدعيم الثقافة المرورية لا يقتصر فقط على الجانب التوعوي لوسائل الإعلام، بل تكوين الثقافة يبدأ منذ الصغر من خلال توصيل المعلومات والقوانين والنظم المرورية في مناهجنا الدراسية عبر مراحلها الأولى، أو ربما يفسر ارتفاع نسبة أحيانا، أن المعارف التي تبثها برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية يكون المبحوثين على معرفة بها مسبقا، ولا تمدهم بمعارف جديدة من شأنها زيادة ثقافتهم المرورية، وهذا ما توصلت إليه دراسة " أحمد كبان" بعنوان " تأثير الإذاعة الجهوية لعين الدفلى على الثقافة المرورية لمستمعيها"، حيث أثبتت نسبة 80% من المبحوثين أن حصص التوعية المرورية تساهم في تدعيم ثقافتهم المرورية.<sup>1</sup>

فيما جاءت المرتبة الثانية للأفراد الذين أجابوا بأن برامج التوعية المرورية تدعم ثقافتهم دائما بنسبة 36%، وهي نسبة معتبرة وقد ورد ذلك بنسبة 38.70% بين الذكور، وبين الإناث بنسبة 31.58% وذلك راجع

(1) أحمد كبان، مرجع سابق.

ربما إلى أن هؤلاء الباحثين يستمعون إلى برامج التوعية المرورية بصفة يومية، ما زاد من اكتسابهم لثقافة مرورية جديدة.

فيما عادت المرتبة الأخيرة للأفراد الذين أجابوا بنادرنا بنسبة 10%، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 11.29%، وفئة الإناث بنسبة 7.89%، وذلك راجع إلى أنهم أقل تعرضاً لبرامج التوعية المرورية.

الجدول رقم 25: يبين وجهة نظر الباحثين حول مدى فعالية إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الاحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
67	67	58.13	25	73.68	14	68	17	88.88	08	75	03	نعم
33	33	41.86	18	26.32	05	32	08	11.11	01	25	01	لا
100	100	100	43	100	19	100	25	100	09	100	04	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (25)، أن نسبة 67% من الباحثين يرون أن إذاعة جيغل المحلية تساهم بفعالية في معالجة القضايا المرورية، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى الابتدائي بنسبة 88.88%، وبالمقابل نجد ذوي المستوى أمي بنسبة 75%، فيما جاءت نسبة 73.68% لذوي المستوى ثانوي تليها نسبة 58.13% للباحثين ذوي المستوى جامعي، ويفسر ذلك على أن إذاعة جيغل المحلية تطرح قضايا ومواضيع تعالج فيها المشاكل المسببة لحوادث المرور، كالتجاوزات الخطيرة والسرعة الزائدة واستخدام الهاتف النقال أثناء القيادة، أيضاً مخاطر القيادة تحت تأثير المخدرات، إضافة إلى قيادة السيارة في حالة التعب وأثناء سوء الأحوال الجوية، إضافة إلى قضايا تتعلق بالمخالفات المرورية، كما تعالج قضايا متعلقة بالمشاة، مثل عدم استخدام الممرات الخاصة بالراجلين ومخالفة الإشارات الضوئية.

فيما جاءت نسبة 33% من المبحوثين صرحوا، بأن إذاعة جيغل المحلية لا تساهم بفعالية في معالجة القضايا المرورية، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى التعليمي جامعي بنسبة 41.86%، وفئة ذوي المستوى التعليمي متوسط بنسبة 32%، تليها نسبة 26.32% لذوي المستوى التعليمي ثانوي، فيما جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 11.11% لذوي المستوى التعليمي ابتدائي.

جدول رقم 26: يبين طرق إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الاحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
31.15	38	34.88	15	29.63	08	33.33	10	28.57	04	12.5	01	تكثيف برامج التوعية المرورية
15.57	19	16.28	07	22.22	06	10	03	14.28	02	12.5	01	الومضات التحسيسية اليومية
9.83	12	9.30	04	7.41	02	13.33	04	7.43	01	12.5	01	تنويع حملات التوعية المرورية
15.57	19	18.60	08	14.81	04	16.66	05	7.43	01	12.5	01	الخرجات الميدانية التحسيسية
27.86	34	20.93	09	25.92	07	26.66	08	42.85	06	50	04	التنسيق مع أمن الولاية
100	122	100	43	100	27	100	30	100	14	100	08	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (26)، أن نسبة 31.15% من المبحوثين صرحوا بأن إذاعة جيغل المحلية تساهم في معالجة القضايا المرورية، من خلال تكثيف برامج التوعية المرورية، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى التعليمي جامعي بنسبة 34.88%، تليها نسبة 33.33% لذوي المستوى التعليمي متوسط، بالمقابل نجد ذوي المستوى التعليمي ثانوي وابتدائي متقاربة في حدود 29%، فيما جاءت نسبة 12.5% تمثل ذوي المستوى أمني.\*

فيما عادت المرتبة الثانية بنسبة 27.86%، للمبحوثين الذين صرحوا بأن إذاعة جيغل المحلية تساهم في معالجة القضايا المرورية، من خلال التنسيق مع أمن الولاية، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى أمني بنسبة 50%، تليها نسبة 42.85% لذوي المستوى التعليمي ابتدائي، فيما جاءت النسبة متقاربة بين المبحوثين ذوي المستوى التعليمي متوسط وثانوي وذلك في حدود 26%، وتليها نسبة 20.93% للمبحوثين ذوي المستوى التعليمي جامعي.

فيما عادت المرتبة الثالثة بنسبة 15.57%، متساوية بين من صرحوا بأن إذاعة جيغل المحلية تساهم في معالجة القضايا المرورية، من خلال الومضات التحسيسية اليومية والخرجات الميدانية التحسيسية التي تقوم بها في المدارس.

فيما جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 9.83%، للمبحوثين الذين صرحوا بأن إذاعة جيغل المحلية تساهم في معالجة القضايا المرورية، من خلال تنويع حملات التوعية المرورية، وذلك راجع إلى نقص هذا النوع من الحملات التي تقوم بها الإذاعة المحلية بولاية جيغل، وفي بعض الأحيان لا تكون فعالة وغير مدروسة بدقة، وبالتالي لا تحقق النتائج المطلوبة.

ويفسر ارتفاع نسب الأفراد الذين اختاروا برامج التوعية المرورية، إلى أن البرامج تركز على المواضيع الأكثر انتشارا في المجتمع وتعالجها وتعطي الحلول التي تراها مناسبة بأساليب عديدة، في حين أن الومضات التحسيسية تركز على الأساليب الإقناعية أكثر.

ومنه نستنتج أن إذاعة جيغل المحلية، تحاول دائما معالجة القضايا المرورية المنتشرة بولاية جيغل وتحاول معالجتها بمختلف الطرق والوسائل.

\* المجموع أكبر من حجم العينة لأن المبحوثين اختاروا أكثر من إجابة.

المحور الرابع: الإشاعات المحققة من برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية .

الجدول رقم 27: يبين ما إذا كان ماتقدمه إذاعة جيغل المحلية من برامج توعية مرورية يشبع رغبات المبحوثين وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
58	58	55.26	21	59.67	37	نعم	
09	09	7.89	03	9.67	06	لا	قلة برامج التوعية المرورية
15	15	18.42	07	12.90	08		سطحية المواضيع التوعوية المرورية
13	13	13.15	05	12.90	08		الأساليب الإقناعية غير مؤثرة
05	05	5.26	02	4.83	03		عدم وجود أساليب الجذب الفني في البرامج المعنية
/	/	/	/	/	/		أخرى تذكر
42	42	44.73	17	40.32	25	المجموع الجزئي	
100	100	100	38	100	62	المجموع الكلي	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (27)، أن نسبة 58% من أفراد العينة صرحوا بأن ما تقدمه إذاعة جيغل المحلية من برامج توعية مرورية، يشبع رغباتهم وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 59.67%، وفئة الإناث بنسبة 55.26%، وذلك راجع إلى أن البرامج التي يستمعون إليها قد أفادتهم وساعدتهم في اكتساب معارف في مجال الوعي المروري، كانت لديهم الرغبة في معرفتها، لذا يستوجب على الإذاعة القيام بدراسات لمعرفة الموضوعات التي تتلاءم مع رغبات الجمهور واهتماماته.

فيما جاءت نسبة 42% تمثل المبحوثين الذين صرحوا، بأن ما تقدمه إذاعة جيغل المحلية من برامج توعية مرورية لا يشبع رغباتهم وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 44.73% ، وفئة الذكور بنسبة



40.32% ، ويرجع السبب حسب رأي المبحوثين إلى سطحية المواضيع التوعوية المرورية وذلك بنسبة 15% ، وقد ورد ذلك بنسبة 18.42% بين الإناث، ونسبة 12.90% بين الذكور، فيما أرجعت نسبة 13% ، السبب إلى أن الأساليب الإقناعية غير مؤثرة، وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة 12.90% ، وفئة الإناث بنسبة 13.15% ، فيما أرجعت نسبة 9% من المبحوثين السبب إلى قلة برامج التوعية المرورية، وذلك من كلا الجنسين، تليها نسبة 5% للمبحوثين الذين أرجعوا سبب عدم إشباع برامج التوعية المرورية رغباتهم، إلى عدم وجود أساليب الجذب الفني في البرامج المعنية.

ومنه نستنتج أن برامج التوعية المرورية لا تشبع رغبات الجمهور دائما، فهناك رغبات عديدة ولا يمكن أن تلبىها بشكل كامل، وحسب أفكار نظرية الاستخدامات والإشباع فإن رغبات الجمهور عديدة، ولا يلي الإعلام إلا بعضا منها، لأن الحاجات التي تقدمها وسائل الإعلام تشكل جزء من نطاق أشمل من حاجات الإنسان، لوجود بدائل أخرى لإشباع تلك الحاجات.

الجدول رقم 28: يبين مدى رضی المبحوثين على برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الاحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
26	26	6.97	03	26.31	05	36	09	66.66	06	75	03	إلى حد كبير
66	66	81.39	35	68.42	13	56	14	33.33	03	25	01	إلى حد ما
08	08	11.62	05	5.26	01	08	02	/	/	/	/	غير راض
100	100	100	43	100	19	100	25	100	09	100	04	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (28)، أن المبحوثين الذين عبروا عن مدى رضاهم على محتوى برامج التوعية المرورية أجابوا ب إلى حد ما، وذلك بنسبة 66% وهذا ما تؤكد نسبة 81.39% لذوي المستوى التعليمي جامعي ، بالمقابل نجد 68.42% لذوي المستوى ثانوي، ثم تليها نسبة 56% لذوي

مستوى متوسط، ثم تليها نسبة 33.33% لذوي المستوى ابتدائي، فيما نجد نسبة 25% لذوي مستوى أمي، وهذا ما توصلت إليه دراسة "مالك شعباني" بعنوان "دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي" حيث أكدت أن نسبة 50% من أفراد المبحوثين راضين على البرامج المقدمة في إذاعة الزيبان نوعاً ما، ونسبة 59.57% من أفراد المبحوثين راضين نوعاً ما على البرامج التي تقدمها إذاعة سيرتا.

ومن هنا نلاحظ أنه كلما زاد المستوى التعليمي كلما قل رضا المبحوثين على مستوى البرامج وهذا ما ورد في أعلى نسبة التي عادت إلى ذوي مستوى جامعي، وهذا يؤكد أنه كلما كان المستوى الثقافي عالي، كلما كان الفرد له قدرة نقدية وتحليل معمق لمستوى مضامين هذه البرامج.

في حين جاءت المرتبة الثانية للمبحوثين الذين عبروا عن مدى رضاهم على محتوى برامج التوعية المرورية إلى حد كبير، وهذا ما تؤكدته نسبة 75% للمبحوثين ذوي المستوى أمي، بالمقابل نجد ابتدائي بنسبة 66.66%، ثم تليها نسبة 36% لذوي مستوى متوسط، ثم تليها ثانوي بنسبة 26.31%، وفي المرتبة الأخيرة 6.97% لذوي المستوى التعليمي جامعي. في حين جاءت المرتبة الأخير بنسبة 08%

للمبحوثين الغير راضين على محتوى برامج التوعية المرورية وهذا ما ورد عند الفئة ذات المستوى جامعي بنسبة 11.62%، بالمقابل نجد متوسط بنسبة 08% وثانوي بنسبة 5.26%، فيما جاءت باقي النسب منعدمة كما هو وارد في الجدول.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، أنه كلما زاد المستوى التعليمي للمبحوثين كلما قل رضاهم على محتوى برامج التوعية، وكلما انخفض المستوى التعليمي زاد رضا المبحوثين على برامج التوعية المرورية.<sup>1</sup>

(1) مالك شعباني، مرجع سابق.

الجدول رقم 29 : يبين طبيعة الحاجيات التي تلبىها إذاعة جيغل المحلية للمبحوثين في

مجال التوعية المرورية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
23	23	23.68	09	22.58	14	الحاجة إلى تعديل السلوك بما يتوافق مع قوانين المرور	نعم
32	32	31.58	12	32.26	20	خلق شعور بالالتزام بقوانين المرور	
18	18	21.05	08	16.13	10	الحاجة إلى تكوين المعرفة الكافية عن قوانين المرور	
/	/	/	/	/	/	أخرى تذكر	
73	73	76.31	29	70.97	44		المجموع الجزئي
27	27	23.68	09	19.03	18		لا
100	100	100	38	100	62		المجموع الكلي

يتبين من خلال الجدول رقم (28)، أن نسبة 73% من أفراد العينة يرون بأن إذاعة جيغل المحلية تلبى احتياجاتهم في مجال التوعية المرورية، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 76.31% ، وفئة الذكور بنسبة 70.91% ، وذلك راجع إلى أن إذاعة جيغل تحاول دائما مراعاة حاجات الجمهور، إلى المعلومات حول المشكلة المرورية سواء من خلال الومضات التحسيسية اليومية، أو من خلال البرامج التي تقدمها أو الحملات التي تقوم بها، وحسب رأي المبحوثين أن إذاعة جيغل المحلية تلبى حاجاتهم إلى تعديل السلوك، بما يتوافق مع قوانين المرور وذلك بنسبة 23% ، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 23.68% وفئة الذكور بنسبة 22.58% ، فيما جاءت نسبة 32% تمثل الأفراد الذين صرحوا بأن، إذاعة جيغل تلبى حاجاتهم المتمثلة في خلق شعور بالالتزام بقوانين المرور، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور

بنسبة 32.26% ، وفئة الإناث بنسبة 31.58% ، فيما جاءت نسبة 18% تمثل الأفراد الذين صرحوا بأن الحاجات التي تلبّيها إذاعة جيغل المحلية لهم، تتمثل في الحاجة إلى تكوين المعرفة الكافية عن قوانين المرور وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة 21.05% ، وفئة الذكور بنسبة 16.13% ، أما نسبة الأفراد الذين صرحوا بأن إذاعة جيغل المحلية لا تلبّي حاجاتهم في مجال التوعية المرورية قدر بـ 27% ، وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة 29.03% ، وفئة الإناث بنسبة 23.68% ، وذلك راجع إلى أن الباحثين لا يجدون في المواضيع التي تبثها إذاعة جيغل المحلية معلومات كافية عن الحاجات التي هم بحاجة إليها.

ويمكن أن نستنتج من خلال نتائج الجدول، أن البرامج التي تبثها إذاعة جيغل المحلية قد نجحت إلى حد ما في تلبية حاجيات الباحثين وذلك من خلال تزويدهم بمختلف المعلومات المتعلقة بالمشكلة المرورية، وقوانين المرور بهدف خلق شعور بالالتزام بقوانين المرور.

الجدول رقم 30: يبين مدى استطاعة إذاعة جيغل المحلية من خلال حملات التوعية المرورية تشكيل الوعي المروري لدى مستعملي الطريق وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
45	45	47.37	18	43.54	27	نعم	
55	55	52.63	20	56.45	35	لا	
100	100	100	38	100	62	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (30)، أن إجابات الباحثين تؤكد عدم قدرة حملات التوعية المرورية المقدمة من قبل إذاعة جيغل المحلية، على تشكيل الوعي المروري الكافي لدى مستعملي الطريق وذلك بنسبة 55% ، وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة 56.45% ، وفئة الإناث بنسبة 52.63% ، وذلك راجع ربما إلى قلة الحملات التوعوية أو إلى عدم دراسة الجمهور المستهدف بدقة

في تصميم هذه الحملات إضافة إلى قلة هذا النوع من الحملات التوعوية في الإذاعة عبر الطرقات، فتشكيل الوعي المروري يحتاج إلى أساليب إقناعية مؤثرة وإلى تكرار الشعارات والملصقات القادرة على جعل المستمعين على يقظة تامة، تعكس درجة من درجات الانتباه والفهم التلقائي لمجموعة من الأفكار أو تعينه على إدراك اتجاه القضايا المرورية.

فيما جاءت نسبة 45% تمثل المبحوثين الذين يرون أن إذاعة جيغل المحلية استطاعت أن تشكل الوعي المروري لدى مستعملي الطريق، وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة 43.54%، وفئة الإناث بنسبة 47.37%.

ومن خلال النتائج نلاحظ أن ليس هناك فروق بين الذكور والإناث في الإجابات، بل كانت متقاربة في النسب المئوية.

ومنه نستنتج من خلال نتائج الجدول أن الإذاعة المحلية لوحدها غير قادرة على تشكيل الوعي المروري الكافي لمستعملي الطريق، فالوعي يتشكل لدى الإنسان منذ الصغر.

الجدول رقم 31 : يبين ضرورة زيادة برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية بما يتوافق مع احتياجات الجمهور وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
92	92	94.73	36	90.32	56	نعم	
08	08	5.27	02	9.68	06	لا	
100	100	100	38	100	62	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (31)، أن أغلب المبحوثين أكدوا على ضرورة زيادة برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية، بما يتوافق مع احتياجات الجمهور وذلك بنسبة 92%، وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة 94.73%، وفئة الذكور بنسبة 90.32%، وهذا يؤكد الضرورة الملحة إلى زيادة

هذه البرامج التوعوية في ظل تفاقم المشكلة المرورية، والزيادة المطردة في أعداد حوادث المرور بولاية جيجل وفي ظل زيادة عدد المستهترين بالأرواح البشرية، في حين جاءت نسبة ضعيفة تقدر ب 08% تمثل المبحوثين الذين يرون أن ليس هناك ضرورة لزيادة برامج التوعية المرورية، وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة 9.68%، وفئة الإناث بنسبة 5.27%.

الجدول رقم 32: يبين ما إذا كانت هناك إجراءات للتقليل من حوادث المرور إلى جانب التوعية المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الإحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
41	41	37.20	16	63.15	12	28	07	44.44	04	50	02	نعم
59	59	62.79	27	36.84	07	72	18	55.55	05	50	02	لا
100	100	100	43	100	19	100	25	100	09	100	04	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (32)، أن نسبة 59% من المبحوثين يتفقون على أن ليس هناك إجراءات أخرى متخذة للتقليل من حوادث المرور، إلى جانب التوعية المرورية، وهذا ما تؤكد نسبة 72% لذوي المستوى التعليمي متوسط، بالمقابل نجد ذوي المستوى التعليمي جامعي بنسبة 62.79%، تليها نسبة 55.55% لذوي المستوى التعليمي ابتدائي، بالمقابل نجد نسبة 50% لذوي المستوى أمي، فيما جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 36.84% لذوي المستوى ثانوي.

وذلك راجع إلى أن التوعية المرورية عنصر أساسي في التقليل من حوادث المرور، فإذا كان العقل البشري دون وعي، حتى القانون لا يستطيع السيطرة عليه، فالتوعية المرورية تبدأ من القناعة الذاتية للفرد بأهمية الالتزام بأداب السير، بما يعود عليه وعلى الآخرين بالمنفعة، فالوعي المروري يتحقق عندما يصبح الفرد مقتنعا تماما للقيام بسلوكات مرورية صحيحة وفق قناعاته، وليس خوفا من العقوبات

القانونية جراء مخالفة هذه القوانين، إضافة إلى أن التوعية تمثل الخطوة الأولى للوقاية من الحوادث المرور.

فيما جاءت نسبة 41% من المبحوثين صرحوا، بأن هناك إجراءات أخرى للتقليل من حوادث المرور إلى جانب التوعية المرورية و هذا ما تؤكده نسبة 63.15% لذوي المستوى الثانوي، بالمقابل نجد أمي بنسبة 50%، تليها نسبة 44.44% لذوي المستوى التعليمي ابتدائي، بالمقابل نجد ذوي المستوى الجامعي بنسبة 37.20%، تليها نسبة 28% لذوي المستوى التعليمي متوسط، وذلك راجع إلى أهمية تكامل الجهود في نشر التوعية المرورية سواء عن طريق تطبيق القوانين أو عن طريق توعية الأفراد بمختلف الوسائل.

الجدول رقم 33: يبين المبحوثين الذين أجابوا ب"نعم" هناك إجراءات أخرى للتقليل من حوادث المرور إلى جانب التوعية المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الاحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
22.22	10	15.78	03	33.33	04	14.28	01	40	02	/	/	تشديد عقوبات على السائقين
11.11	05	5.26	01	16.66	02	14.28	01	20	01	/	/	تطبيق رخصة السياقة بالتنقيط
6.67	03	/	/	/	/	14.28	01	20	01	50	01	تطبيق القوانين والعقوبات على الجميع بما فيهم رجال المرور

11.11	05	15.78	03	8.33	01	/	/	20	01	/	/	إدراج التوعية المروية في مختلف قطاعات التربية والتعليم
2.22	01	5.26	01	/	/	/	/	/	/	/	/	إتخاذ إجراءات قانونية على مستوى الطرق بشكل صارم
15.55	07	26.31	05	/	/	28.57	02	/	/	/	/	الخروج ببرامج التوعية المروية من الأستوديوهات إلى الميدان
2.22	01	5.26	01	/	/	/	/	/	/	/	/	تفعيل آليات المراقبة و تزييد الطرق بكمرات المراقبة
8.89	04	5.26	01	8.33	01	14.28	01	/	/	50	01	التشقة الصحيحة للأبناء منذ الصغر
4.44	02	5.26	01	/	/	14.28	01	/	/	/	/	صيانة الطرق
4.44	02	5.26	01	8.33	01	/	/	/	/	/	/	تنظيم خرجات ميدانية من قبل المجتمع المدني
2.22	01	/	/	8.33	01	/	/	/	/	/	/	منع الذين لديهم



												قصور في النظر من السياقة
2.22	01	/	/	8.33	01	/	/	/	/	/	/	وضع خطط و سياسات فعالة للتقل من قبل وزارة النقل
2.22	01	5.26	01	/	/	/	/	/	/	/	/	إعادة تأهيل السائقين الذين لديهم مخالفات كثيرة
4.44	02	5.26	01	8.33	01	/	/	/	/	/	/	تطبيق قوانين جديدة قادرة على معالجة مشكل حوادث المرور
100	45	100	19	100	12	100	07	100	05	100	02	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (33)، أن أفراد المبحوثين الذين أجابوا، بأن هناك إجراءات أخرى للتقليل من حوادث المرور إلى جانب التوعية المرورية، والتي تتمثل في تشديد العقوبات على السائقين وذلك بنسبة 22.22%، وهذا ما تؤكد فئة ذوي المستوى التعليمي ابتدائي بنسبة 40%، تليها نسبة 33.33% لذوي المستوى التعليمي ثانوي، بالمقابل نجد المستوى جامعي بنسبة 15.78%، وذوي المستوى التعليمي متوسط بنسبة 14.28%، أما فئة ذوي المستوى أسي فلم ترد بأن نسبة كما هو وارد في الجدول، وذلك راجع أن السائقين عادة ما يكونون السبب في حوادث المرور بسبب مخالفتهم القوانين، وتخطي قواعد الالتزام بالقواعد الضرورية والتي عادة ما تكون السبب في عدم

وجود الرقابة والتوجيهات من قبل رجال المرور، مما يسهل عليه خرق القوانين لذا لا بد من تشديد العقوبات على السائقين والمخالفين للمرور، بهدف التقليل بما يسمى اليوم بإرهاب الطرقات.

فيما صرحت نسبة 15.55% من المبحوثين، أن الخروج ببرامج التوعية المرورية من الاستديوهات إلى الميدان، من الإجراءات المتخذة للتقليل من حوادث المرور، وهذا ما تؤكده فئة ذوي المستوى متوسط بنسبة 28.57%، بالمقابل ذوي المستوى التعليمي جامعي بنسبة 26.31%، فيما لم تسجل أي إجابة عند باقي الفئات كما هو وارد في الجدول، وتفسر هذه النسبة إلى أهمية الخروج إلى الميدان للقيام بحملات تحسيسية داخل المدارس لصالح الأطفال وفي الجامعات وعبر الطرقات.

فيما جاءت النسب متساوية بين المبحوثين الذين يرون بأن تطبيق رخصة السياقة بالتنقيط، من الأمور المتخذة إلى جانب التوعية المرورية للتقليل من حوادث المرور، وبين من صرحوا بإدراج التوعية المرورية في مختلف قطاعات التربية والتعليم وذلك بنسبة 11.11%، فيما صرحت نسبة 8.89% من المبحوثين بالتنشئة الصحيحة للأبناء منذ الصغر، وهذا ما تؤكده فئة ذوي المستوى أمني بنسبة 50%، بالمقابل نجد ذوي المستوى التعليمي متوسط بنسبة 14.28% وذوي المستوى التعليمي ثانوي بنسبة 8.33%، تليها النسبة 5.26% لذوي المستوى التعليمي جامعي.

فيما صرحت نسبة 6.67% من المبحوثين، بأن تطبيق القانون والعقوبات على الجميع بما فيهم رجال المرور، من الإجراءات المتخذة للتقليل من حوادث المرور، وهذا ما تؤكده نسبة 50% لذوي المستوى أمني، وابتدائي بنسبة 20%، ومستوى متوسط بنسبة 14.28%، وذلك راجع إلى أهمية المساواة في تطبيق القانون، فإن المواطن عند شعوره بتطبيق القانون على الجميع بدون استثناء فسوف يحترمه.

فيما جاءت النسب متساوية بين المبحوثين الذين صرحوا، بأن إصلاح الطرقات وتنظيم خرجات ميدانية من قبل المجتمع المدني و تطبيق قوانين جديدة قادرة على معالجة مشكل حوادث المرور، من الإجراءات المتخذة للتقليل من حوادث المرور و ذلك بنسبة 4.44%، كما جاءت النسب متساوية بين من صرحوا بأن اتخاذ إجراءات قانونية على مستوى الطرقات بشكل صارم و تفعيل وتزويد الطرق بآليات وكمرات المراقبة و منع الذين لديهم قصور في النظر من السياقة، ووضع خطط

وسياسات فعالة للنقل من قبل وزارة النقل، إضافة إلى إعادة تأهيل السائقين الذين لديهم مخالفات كثيرة، من الإجراءات المتخذة للتقليل من حوادث المرور وذلك بنسبة 2.22%.

الجدول رقم 34: يبين الإشباعات المحققة للمبحوثين من خلال الاستماع إلى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
30.18	51	32.79	20	28.70	31	الحصول على معلومات حول قوانين المرور الجديدة	
27.81	47	31.15	19	25.93	28	ازدياد الوعي المروري بخطورة حوادث المرور	
26.03	44	22.95	14	27.77	30	الإلمام بعناصر السلامة المرورية	
15.97	27	13.11	08	17.59	19	سبل التعامل في حال وقوع حوادث المرور	
/	/	/	/	/	/	أخرى تذكر	
100	169	100	61	100	108	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (34)، أن الإشباعات الأكثر تحققا لدى المبحوثين تمثلت في الحصول على معلومات حول قوانين المرور الجديدة وقدرت بنسبة 30.18%، وذلك راجع إلى أن أغلب برامج التوعية المرورية تركز على شرح القوانين الجديدة للجمهور، إضافة إلى أن المبحوثين يميلون إلى كل ما هو جديد من معلومات يمكن الاستفادة منها وتتناسب مع حاجياتهم. وجاءت المرتبة الثانية بنسبة 27.81% للأفراد الذين يرون بأن الإشباعات التي تحققت لديهم تتمثل في ازدياد الوعي المروري بخطورة حوادث المرور، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 25.93%، وفئة الإناث بنسبة 31.15%.

في حين وردت نسبة المبحوثين الذين صرحوا، بأن الإشباعات المحققة تتمثل في الإلمام بعناصر التوعية المرورية وتقدر ب 26.03%، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 27.77%، وفئة الإناث بنسبة

22.95%، في حين وردت نسبة 15.97% للأفراد الذين تحققت إشباعا تم في اكتساب سبل التعامل في حال وقوع حوادث المرور، وقد ورد ذلك بنسبة 17.59% بين الذكور، وبين الإناث بنسبة 13.11%.

من خلال الجدول نستنتج أن برامج التوعية المرورية حققت حاجيات فيما يخص التوعية لدى كلا الجنسين، وهو ما يساهم في زيادة الوعي المروري اتجاه المشكلة المرورية. المحور الخامس: تأثير برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية على سلوك المستمعين في مجال التوعية المرورية.

الجدول رقم 35: يمثل التأثير الإيجابي لبرامج التوعية المرورية على سلوك المبحوثين بعد التعرض إليها وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
93	93	94.73	36	91.93	57	نعم	
07	07	05.26	02	8.07	05	لا	
100	100	100	38	100	62	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (35)، أن أغلب أفراد العينة يتأثرون إيجابيا بعد الاستماع لبرامج التوعية المرورية وذلك بنسبة 93%، وهذا ما تؤكد فحة الذكور بنسبة 91.93%، وفحة الإناث بنسبة 91.93%، وذلك راجع إلى الأساليب المؤثرة المستخدمة في البرامج، والتي تهدف إلى خلق أثر قوي لدى أفراد المجتمع على اختلاف أعمارهم، وعليه فإن اختيار الأسلوب المناسب في تقديم البرنامج ضروري لتحقيق الأثر المروري من بث هذه البرامج.

فيما عادت نسبة 07% للمبحوثين اللذين لم تتأثر برامج التوعية المرورية على سلوكهم إيجاباً، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 8.07%، وفئة الإناث بنسبة 5.26%، وذلك راجع إلى تعودهم على سلوكيات معينة أو ربما على سلوكيات سلبية.

ومنه نستنتج، من خلال النسب المتحصل عليها في الجدول أن برامج التوعية المرورية حققت نجاحاً في التأثير على المستمعين، وإقناعهم بضرورة الالتزام بقوانين المرور، وتغيير السلوكيات السلبية نحو السلوك المروري الصحيح.

الجدول رقم 36: يمثل كيف أصبح المبحوثين بعد التعرض لبرامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير
		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	الاحتمالات
38.32	64	41.37	24	36.69	40	أكثر احتراماً لإشارات المرور
20.95	35	18.96	11	22.01	24	التنبية إلى وضع حزام الأمان أكثر من ذي قبل
23.95	40	10.34	06	31.19	34	تخفيف السرعة
16.76	28	29.31	17	10.09	11	أكثر انتباهاً عند قطع الطريق
/	/	/	/	/	/	أخرى تذكر
100	167	100	58	100	109	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (36)، أن نسبة 38.32% من المبحوثين أصبحوا أكثر احتراماً

لإشارات المرور بعد التعرض لبرامج التوعية المرورية، وقد ورد ذلك بنسبة 36.69% بين الذكور، وبين الإناث بنسبة 41.37%، وذلك راجع إلى وعي المبحوثين، ومدى نضجهم بأهمية احترام إشارات المرور التي تنظم حركة السير عبر الطرقات.

فيما عادت المرتبة الثانية بنسبة 23.95% للأفراد الذين صرحوا، بأنهم بعد التعرض لبرامج التوعية المرورية أصبحوا يخففون من سرعة السيارة، وقد ورد ذلك بنسبة 31.19% بين الذكور والتي تفوق نسبة الإناث المقدرة ب 10.34%، وذلك راجع إلى أن الذكور يقودون السيارات أكثر من الإناث.

فيما جاءت المرتبة الثالثة للأفراد الذين أصبحوا أكثر اهتماما إلى وضع حزام الأمان، وذلك بنسبة 20.95%، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 22.01%، وفئة الإناث بنسبة 18.96%.\*  
فيما جاءت المرتبة الأخيرة للأفراد الذين صرحوا، بأنهم أصبحوا أكثر انتباها عند قطع الطريق وذلك بنسبة 16.76%، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 10.09%، وفئة الإناث بنسبة 29.31%.  
ومنه نستنتج أن برامج التوعية المرورية، تؤثر إيجابا على سلوك المستمعين، وذلك من خلال جعلهم أكثر احتراماً للإشارات الضوئية في الطريق، وتخفيف السرعة الزائدة، والتنبه إلى وضع حزام الأمان أكثر من ذي قبل.

الجدول رقم 37: يبين الجوانب التي تتأثر أكثر بعد استماع الباحثين إلى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير الاحتمالات
		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
17.65	24	21.81	12	14.81	12	الجانب الوجداني
34.55	47	32.73	18	35.80	29	الجانب المعرفي
47.79	65	45.45	25	49.38	40	الجانب السلوكي
100	136	100	55	100	81	المجموع

\* المجموع أكبر من حجم العينة لأن الباحثين اختاروا أكثر من إجابة.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (37)، أن نسبة 47.79% من المبحوثين صرحوا، بأن الجانب السلوكي أكثر الجوانب التي تتأثر بعد الاستماع إلى برامج التوعية المرورية وقد ورد ذلك بنسبة 49.38% بين الذكور، وبين الإناث بنسبة 45.45%، وذلك راجع إلى أهمية ترجمة الأفراد ثقافتهم المرورية إلى سلوك سوي، يمكن من خلاله تجنب حوادث السير، إضافة إلى أن برامج التوعية المرورية تحاول التأثير في سلوك المستمعين، لجعله وفق مبادئ التربية المرورية السليمة.

أما المرتبة الثانية عادت للأفراد الذين صرحوا، بأن الجانب المعرفي أكثر الجوانب التي تتأثر بعد الاستماع لبرامج التوعية المرورية وقد ورد ذلك بنسبة 34.55%، وقد ورد ذلك بين الذكور بنسبة 35.80%، وبين الإناث بنسبة 32.73%.

وذلك يفسر بأن برامج التوعية المرورية تريد من المستمع أن يكون على دراية ومعرفة كاملة بكل ما يتعلق بالمرور، من خلال ماتقدمه له من معلومات تخدمه في هذا المجال، وتنمي معارفه.

فيما جاءت المرتبة الأخيرة للأفراد الذين صرحوا، بأن الجانب الوجداني الأكثر تأثراً بعد الاستماع إلى برامج التوعية المرورية، وذلك بنسبة 17.65%، وقد ورد ذلك بنسبة 21.81% بين الإناث وبين الذكور بنسبة 14.81%، وذلك يفسر بأن المبحوثين عند الاستماع إلى هذه البرامج، يتأثرون شعورياً من خلال الإحساس بضخامة المشكلة المرورية، إضافة إلى شعورهم بالحزن والمسؤولية بما تحصدته الحوادث من أرواح يومية.

ومنه نستنتج أن لبرامج التوعية المرورية تأثيراً بالغاً على الجانب السلوكي للأفراد، إضافة إلى التأثير على الجانب المعرفي والعاطفي للمستمعين.

الجدول رقم 38 : يبين البرنامج الذي غير أكثر سلوك المستمعين بعد الاستماع إليه بإذاعة جيجل المحلية وفق متغير الجنس.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (38)، أن برنامج "السلامة المرورية" أكثر البرامج تغييراً لسلوك المستمعين وذلك بنسبة 50%، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 54.83%، وفئة الإناث بنسبة

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
50	50	42.10	16	54.83	34	السلامة المرورية	
17	17	10.52	04	20.97	13	إشارة مرور	
31	31	47.36	18	20.97	13	تمهل لدينا سؤال	
02	02	/	/	3.22	02	أخرى تذكر الشرطة في خدمتكم	
100	100	100	38	100	62	المجموع	

42.10%، وذلك راجع إلى الحجج العقلية والمنطقية التي يستخدمها مقدم البرنامج، وتركيزه على النقاط الهامة والنصائح المقدمة في البرنامج، التي تساهم في تنوير الجمهور بالآثار السلبية الناتجة عن عدم التقيد بالقوانين، إضافة إلى أن البرنامج يقدمه معلم السياقة على مستوى ولاية جيجل، ويقدم فيه توصيات عامة لتأمين السلامة المرورية.

فيما وردت نسبة 31% تمثل المبحوثين الذين يؤثر عليهم أكثر "برنامج تمهل لدينا سؤال"، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 47.36%، وفئة الذكور بنسبة 20.97%.

وتفسر ارتفاع نسبة الإناث على أن برنامج "تمهل لدينا سؤال" يطرح أسئلة تتطلب الإجابة عليها خاصة عن الدور الذي يمكن أن تلعبه المرأة في توعية أبنائها وتعليمهم معاني الإشارات المرورية وكيفية عبور الطريق، إضافة إلى أن عامل الاستماع يؤثر أكثر على المبحوثين، وهذا ما أوضحه الجدول رقم (09) أن الإناث يستمعون إلى برنامج "تمهل لدينا سؤال" بكثرة.



فيما جاءت نسبة 17% تمثل الأفراد الذين يؤثر عليهم برنامج "إشارة مرور"، أكثر بعد الاستماع إليه وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 20.97%، وفئة الإناث بنسبة 10.52%، بالمقابل نجد مبحوثان من فئة الذكور يؤثر عليهم برنامج "الشرطة في خدمتكم" أكثر من البرامج الأخرى.

الجدول 39: يبين قيام المبحوثين بسلوك معين حثه عليه برنامج مروري أثناء سماعه له وفق

متغير السن.

المجموع		السن								المتغير الاحتمالات
		أكثر من 50 سنة		(49-40)		(39-30)		(29-20)		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
36	36	36	09	31.25	05	39.39	13	34.62	09	نعم
64	64	64	16	68.75	11	60.60	20	65.38	17	لا
100	100	100	25	100	16	100	33	100	26	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (39)، أن نسبة 64% من المبحوثين لا يقومون بسلوكات حثها عليها برنامج مروري أثناء سماعهم له، وهذا ما تؤكدته الفئة العمرية ما بين (49-40) سنة بنسبة 68.75%، تليها نسبة 65.38% للفئة العمرية بين (29-20) سنة، بالمقابل نجد نسبة 64% العمرية الأكثر من (50) سنة، فيما جاءت نسبة 60.60% للفئة العمرية ما بين (39-30) سنة، ويفسر ارتفاع النسبة ربما إلى أن المبحوثين لا يتأثرون عند سماعهم لبرامج التوعية المرورية، أو الشعور بالثقة الزائدة بالنفس، فلا يتقبل النصائح والأوامر المقدمة في البرنامج وشعورهم بعدم حاجتهم إلى القيام بسلوكات يتقيدون بها دائما، إضافة إلى عدم قدرة البرنامج على دفع المستمعين للقيام بالسلوك المرجو منهم، إضافة إلى أن تقديم البرنامج بنفس الأسلوب، دائما يشعر المستمعين بأنه لا فائدة من مضمون هذه البرامج، وبالتالي تتكون لديهم نظرة سلبية اتجاهها، والتي من شأنها أن تشكل حاجزا لدى المتلقين للاقتناع بالفكرة أو الاستجابة لها.

في حين وردت نسبة 36% من المبحوثين الذين صرحوا، بأنهم يقومون بسلوكات حثهم عليها برنامج مروري، وهذا ما تؤكدته الفئة العمرية ما بين (30-39) سنة بنسبة 39.39%، ونسبة 36% للفئة العمرية الأكثر من (50) سنة، تليها نسبة 34.62% للفئة العمرية بين (20-29) سنة. فيما بلغت نسبة 31.25% للفئة العمرية ما بين (40-49) كمرتبة أخيرة.

الجدول 40: يبين بعض السلوكات التي تحث عليها برامج التوعية المرورية والتي قام بها المستمعون أثناء سماعهم لها وفق متغير السن.

المجموع		السن								المتغير الاحتمالات
		أكثر من 50 سنة		(40-49)		(30-39)		(20-29)		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
30.23	13	27.27	03	50	03	20	03	36.36	04	تخفيف السرعة عند المنعرجات
4.65	02	/	/	/	/	/	/	18.18	02	الالتزام بمسافة الأمان
27.90	12	18.18	02	/	/	46.66	07	27.27	03	احترام إشارات المرور
4.65	02	/	/	16.66	01	/	/	9.09	01	العبور على ممر الراجلين
6.98	03	18.18	02	/	/	/	/	9.09	07	وضع حزام الأمان
2.32	01	/	/	/	/	6.66	01	/	/	أخذ الحيطة والحذر عند قطع الطريق
2.32	01	9.09	01	/	/	/	/	/	/	تطبيق الإرشادات
2.32	01	/	/	16.66	01	/	/	/	/	احترام التجاوز الممنوع

2.32	01	/	/	16.66	01	/	/	/	/	الحذر عند سوء الأحوال الجوية
9.30	04	18.18	02	/	/	13.33	02	/	/	عدم استخدام الهاتف النقال أثناء القيادة
4.65	02	/	/	/	/	13.33	02	/	/	التركيز أثناء القيادة
2.38	01	9.09	01	/	/	/	/	/	/	الحرص على الأبناء وتعليمهم مبادئ السلامة
100	43	100	11	100	06	100	15	100	11	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (40)، أن نسبة 30.23% من المبحوثين، يقومون بتخفيف السرعة عند المنعرجات أثناء سماعهم لبرامج التوعية المرورية، وهذا ما تؤكد نسبة 50% للفئة العمرية ما بين (40-49) سنة، تليها نسبة 36.36% للفئة العمرية ما بين (20-29) سنة، تليها نسبة 27.27% للفئة العمرية الأكثر من (50) سنة، فيما جاءت نسبة 20% للفئة العمرية ما بين (30-39) سنة.

وذلك راجع إلى وعي المبحوثين بأهمية تخفيف السرعة في المنعرجات، وخاصة أن أغلب الحوادث حسب الدراسات والأبحاث سببها السرعة الزائدة أثناء القيادة، وهذا ما توصلت إليه دراسة "عبير تباي" بعنوان "الحملات الإعلانية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر"، التي أكدت أن السلوكات التي قام بها السائقين تتمثل في تخفيف السرعة وذلك بنسبة 51.61%<sup>(1)</sup>.

فيما صرحت نسبة 27.90% من المبحوثين أنهم يقومون باحترام إشارات المرور أثناء حثهم من قبل البرنامج المروري للقيام بسلوك معين، وهذا ما تؤكد نسبة 46.66% للفئة العمرية ما بين (30-39)

(1) عبير تباي، مرجع سابق.

39) سنة، تليها نسبة 27.27% للفئة العمرية بين (20-29) سنة، تليها نسبة 18.18% للفئة العمرية الأكثر من 50% سنة، ثم الفئة العمرية ما بين (40-49) سنة.

وذلك راجع إلى أهمية احترام إشارات المرور في تفادي وقوع الحوادث المرورية، وخاصة الإشارات الضوئية الحمراء، والتي غالبا ما تكون سبب في حدوث حوادث المرور.

فيما أقرت نسبة 9.30% من المبحوثين أن السلوك الذي يحثهم عليه البرنامج المروري ويقومون به هو عدم استخدام الهاتف النقال أثناء القيادة، وهذا ما تؤكد نسبة 18.18% للفئة العمرية الأكثر من 50% سنة، تليها نسبة 13.33% للفئة العمرية ما بين (30-39) سنة، فيما لم تصرح باقي الفئات العمرية بأي شيء كما هو وارد في الجدول.

فيما جاءت نسبة 6.98% من المبحوثين الذين صرحوا، بأنهم وضعوا حزام الأمان جراء حثهم على ذلك من طرف برامج التوعية المرورية، وهذا ما تؤكد نسبة 18.18% للفئة العمرية الأكثر من 50% سنة، تليها نسبة 9.09% للفئة العمرية بين (20-29) سنة، فيما لم تصرح باقي الفئات بأي شيء كما هو وارد في الجدول.

كما وردت نسبة 4.65% متساوية بين المبحوثين الذين صرحوا، بأنهم التزموا بمسافة الأمان والعبور على ممر الراجلين والتركيز أثناء القيادة.

كما جاءت نسبة 2.32% متساوية بين المبحوثين الذين صرحوا، بأن السلوك الذي قاموا به يتمثل في أخذ الحيطة والحذر عند قطع الطريق، وتطبيق الإرشادات واحترام التجاوز الممنوع، إضافة إلى الحذر عند سوء الأحوال الجوية والحرص على الأبناء وتعليمهم مبادئ السلامة.

ونستنتج من خلال الجدول أعلاه أن أكثر العوامل المعالجة من خلال برامج التوعية المرورية، هو عامل السرعة أثناء القيادة، إضافة إلى عامل احترام إشارات المرور، وذلك راجع إلى أن هذه العوامل أكثر تسببا في حوادث المرور، لهذا تركز برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية على معالجة هذه الظواهر السلبية في المجتمع.

الجدول رقم 41: يبين مدى التزام المبحوثين بتطبيق النصائح المرورية المقدمة من قبل إذاعة جيغل المحلية أثناء استخدام الطريق وفق متغير مكان الإقامة.

المجموع		مكان الإقامة				الاحتمالات
		ريف		مدينة		
%	ك	%	ك	%	ك	المتغير
33	33	34.88	15	31.57	18	دائماً
65	65	62.79	27	66.67	38	أحياناً
02	02	2.32	01	1.75	01	أبداً
100	100	100	43	100	57	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (41)، أن نسبة 65% من المبحوثين صرحوا، بأنهم يلتزمون بتطبيق النصائح المرورية المقدمة من قبل إذاعة جيغل المحلية، أثناء استخدام الطريق "أحياناً"، وهذا ما تؤكدته نسبة 66.67%، من أفراد المبحوثين الذين يقطنون في المدينة، وفئة المبحوثين الذين يقطنون في الريف بنسبة 62.79%.

وذلك راجع إلى الحالة النفسية التي يكون فيها مستعملو الطريق، وإلى القناعات الذاتية للمستمعين بأهمية تطبيق نظام القوانين، إضافة إلى ضعف الإستمالات العقلية والعاطفية، التي يتم الاعتماد عليها عند إعداد النصائح المرورية في برامج التوعية المرورية.

فيما صرحت نسبة 33% من المبحوثين، بأنهم يلتزمون بتطبيق النصائح المرورية المقدمة من قبل إذاعة جيغل المحلية، وهذا ما تؤكدته فئة المبحوثين الذين يقطنون في المدينة بنسبة 31.57%، وفئة المبحوثين الذين يقطنون في الريف بنسبة 34.88%، وهذا راجع إلى إحساس المبحوثين بالمسؤولية اتجاه أهمية تطبيق النصائح المرورية لضمان سلامتهم أثناء استخدام الطريق.

فيما جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة ضعيفة تقدر ب 02% للأفراد الذين لا يلتزمون أبدا بتطبيق النصائح المرورية، وهذا ما تؤكدته فئة المبحوثين الذين يقطنون في الريف بنسبة 2.32%، وفئة المبحوثين الذين يقطنون في المدينة بنسبة 1.75%.

ومنه نستنتج أنه ليس هناك فرق في تطبيق القوانين والنصائح المرورية بين الفئتين، القاطنة بالمدينة والقاطنة في الريف.

الجدول رقم 42: يبين الأسلوب الأكثر تأثيرا على المبحوثين الذي يتضمنه برنامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير الاحتمالات
		إناث		ذكور		
%	ك	%	ك	%	ك	
58	58	35.08	20	40.87	38	إرشادات مرورية
20	20	17.54	10	10.75	10	أسلوب التخويف
37	37	22.80	13	25.80	24	عقوبات قانونية
35	35	24.56	14	22.58	21	نصائح دينية
100	150	100	57	100	93	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (42)، أن نسبة 58% من المبحوثين صرحوا، بأن الأسلوب الذي يؤثر فيهم أكثر، والمستخدم في برامج التوعية المرورية هو ذلك الأسلوب المصحوب بالإرشادات المرورية، وقد ورد ذلك بنسبة 40.87% بين الذكور، وبين الإناث بنسبة 35.08%، وذلك راجع إلى أن الأساليب الإرشادية تؤثر مباشرة في العواطف والمشاعر لدى المستمعين، فالإنسان بطبعه يميل إلى أسلوب النصيح، إضافة إلى أن تكرار نفس النصائح بصيغ مختلفة من قبل معد البرنامج، يجعل من المستمعين يقتنعون أكثر بتلك النصائح، والملاحظ أن أسلوب النصيح والإرشاد له صدى واسع وذلك لأنه يخاطب عقل الفرد بتوجيهه للقيام بالأسلوب الجيد.

فيما عادت المرتبة الثانية بنسبة 37% للأفراد الذين صرحوا، بأن الأسلوب المستخدم في برامج التوعية المرورية والذي يؤثر فيهم أكثر، هو الأسلوب المصحوب بعقوبات قانونية وقد ورد ذلك بنسبة 52.80% بين الذكور وبين الإناث بنسبة 22.80%، وذلك راجع إلى أن الأفراد يخافون من الغرامات المالية جراء مخالفة القوانين، إضافة إلى ما يترتب عليها من عقوبة السجن.

فيما عادت المرتبة الثالثة بنسبة 35% للأفراد الذين صرحوا، بأن الأسلوب الأكثر تأثيراً في المستمعين، هو الأسلوب المصحوب بنصائح دينية، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 24.56% وفئة الذكور بنسبة 22.58%، وذلك راجع إلى الانتماء الديني للمبحوثين، حيث يرونها مهمة لذا هم أكثر تأثراً بها إذ لطالما كان ديننا الحنيف يبعث الطمأنينة في نفوس البشر ويحثنا دائماً على إتباع السلوكات الصحيحة.

فيما جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 20% للأفراد الذين صرحوا، بأن الأسلوب الأكثر تأثيراً في المستمعين هو أسلوب التخويف، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 17.54%، وفئة الذكور بنسبة 10.75%.

ومنه نستنتج أن الأفراد يتأثرون أكثر بأسلوب النصح والإرشاد، أكثر من أسلوب التخويف التقليدي، لذا لا بد عند إعداد مثل هذه البرامج التوعوية التي تحتاج إلى نوع من الحزم والالتزام اختيار الأسلوب المناسب في إعدادها، من أجل تحقيق الاستجابة المطلوبة من هذه البرامج.\*

\* المجموع أكبر من حجم العينة تم اختيار أكثر من إجابة.

الجدول رقم 43: يبين أسباب عدم احترام قوانين المرور بحسب ما تقدمه برامج التوعية

المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الاحتمالات
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
32.19	75	34.4	32	38.29	18	28.7	16	17.39	04	41.66	05	الاستهتار واللامبالاة
20.60	48	22.34	21	14.89	07	22.80	13	26.9	06	8.33	01	عدم الإلمام بقواعد وآداب المرور
18.88	44	15.95	15	21.27	10	17.54	10	21.73	05	33.33	04	عدم مساهمة أفراد المجتمع في التوعية المرورية والإبلاغ عن المخالفين لقواعد المرور
18.88	44	20.21	19	21.27	10	17.54	10	17.39	04	8.33	01	التعود على مخالفة القوانين
8.16	19	6.38	06	4.26	02	12.28	07	13.04	03	8.33	01	الاضطرار إلى مخالفتها أحيانا
1.28	03	1.06	01	/	/	1.75	01	4.34	01	/	/	قلة الوعي بالآثار السلبية التي قد تنتج عن مخالفة القوانين
100	233	100	94	100	47	100	57	100	23	100	12	المجموع



نلاحظ من خلال الجدول رقم (43)، أن نسبة 32.19% من المبحوثين يرجعون أسباب عدم احترام قوانين المرور إلى الاستهتار واللامبالاة، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى أمني بنسبة 41.66%، تليها نسبة 38.29% لفئة ذوي المستوى ثانوي\*، بعدها نسبة 34.04% لذوي المستوى جامعي، ثم نسبة 28.07% لذوي المستوى متوسط، وأخيرا نسبة 17.39% لذوي المستوى ابتدائي.

وتفسر هذه النسب على أن أغلب الحوادث تحدث بسبب اللامبالاة والتهور، سواء من سائقي النقل العام أو الخاص أو راكبي الدراجات أو المشاة، وغياب الرقابة القانونية على المستهترين بقوانين المرور، فيما وردت نسبة 20.60% للأفراد الذين صرحوا، بأن عدم الإلمام بقواعد وآداب المرور هو السبب في عدم احترام قوانين المرور، وهذا ما تؤكدته نسبة 20.09% لفئة ذوي المستوى التعليمي ابتدائي، فيما جاءت النسب متقاربة بين ذوي المستوى التعليمي متوسط وجامعي، والتي جاءت في حدود 20%، بالمقابل نجد نسبة 14.89% لذوي المستوى ثانوي، ونسبة 8.33% لذوي المستوى أمني، أين جاءت النسب متساوية بين من يرجع السبب، إلى عدم مساهمة أفراد المجتمع في التوعية المرورية أو الإبلاغ عن المخالفين لقواعد المرور، ومن يرجع السبب إلى التعود على مخالفة القوانين. وعادت المرتبة الأخيرة بنسبة 8.15% للأفراد الذين صرحوا، بأن السبب يعود إلى الاضطرار لمخالفة القوانين في الحالات الطارئة، وهذا ما تؤكدته فئة ذوي المستوى ابتدائي بنسبة 13.04%، وبالمقابل ذوي المستوى متوسط بنسبة 12.28%، تليها نسبة ذوي المستوى أمني بنسبة 8.33%، بالمقابل نجد نسبة جامعي تقدر بـ 6.38%، وثانوي بنسبة 4.26%.

فيما أرجع مبحوثان من ذوي المستوى التعليمي ابتدائي وجامعي، السبب إلى قلة الوعي بالآثار السلبية التي قد تنتج عن مخالفة القوانين.

\* المجموع أكبر من حجم العينة لأن المبحوثين اختاروا أكثر من إجابة.

اقتراحات مقدمة لتحسين برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية للتقليل من حوادث المرور.

الجدول رقم 44: يبين الاقتراحات التي يراها الباحثون ناجعة لتحسين البرامج الإذاعية المحلية المتعلقة بالتوعية المرورية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
18.08	51	20.56	22	16.57	29	زيادة الحجم الساعي لبرامج التوعية المرورية	
17.38	49	15.88	17	18.28	32	تقديم البرنامج بأسلوب إقناعي	
12.06	34	09.35	10	13.71	24	بث البرامج بلغة واضحة وسهلة	
17.73	50	19.63	21	16.57	29	نشر البرنامج أو مقاطع منه في مواقع التواصل الاجتماعي	
18.79	53	15.88	17	20.57	36	ربط التوعية المرورية بالقيم الدينية	
15.25	43	17.75	19	13.71	24	التنوع أكثر في مضمون البرنامج	
0.71	02	0.93	01	0.75	01	أخرى تذكر الاستعانة بذوي الاختصاص في مجال التوعية المرورية.	
100	282	100	107	100	175	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (44)، أن نسبة 18.79% من الباحثين صرحوا بأن أجمع السبل

لتحسين البرامج الإذاعية المتعلقة بالتوعية المرورية، هي ربط التوعية المرورية بالقيم الدينية، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 20.57%، وفئة الإناث بنسبة 15.88%، وذلك راجع إلى أهمية ربط التوعية

بالقيم التي يحننا عليها الدين الإسلامي، من التحلي بالمسؤولية وعدم إلحاق الضرر بالآخرين، والتحلي بالأخلاق والآداب التي من شأنها الحفاظ على تماسك المجتمع وضمن سلامة أفراده. \*

فيما جاءت المرتبة الثانية بنسبة 18.08% للأفراد الذين صرحوا، بأن أنجع السبل هو زيادة الحجم الساعي لبرامج التوعية المرورية وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 20.56%، وفئة الذكور بنسبة 16.57%، وذلك راجع إلى أن الحجم الساعي غير كاف لتحقيق الوعي المطلوب، إذ أن أغلب البرامج لا يزيد توقيتها عن 40 دقيقة.

فيما عادت المرتبة الثالثة بنسبة 17.73%، للأفراد الذين يرون أن أنجع السبل هي نشر البرنامج أو مقاطع منه في مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 19.63%، وفئة الذكور بنسبة 16.57%، وذلك راجع إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق الانتشار الواسع لبرامج التوعية المرورية والوصول إلى مختلف شرائح المجتمع، خاصة شريحة الشباب التي تفضل هذه الوسائل.

فيما جاءت المرتبة الرابعة بنسبة 17.73% للأفراد الذين يرون بأن أنجح السبل لتحسين برامج التوعية المرورية، هو تقديم البرنامج بأسلوب إقناعي، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 18.28%، وفئة الإناث بنسبة 15.88%، وذلك راجع إلى أهمية الأساليب الإقناعية في البرامج.

فيما جاءت المرتبة الخامسة بنسبة 15.25% للمبحوثين الذين يرون بأن التنوع أكثر في مضمون البرامج، السبيل إلى تحسين مستواها، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة 17.75%، وفئة الذكور بنسبة 13.71% وذلك يفسر إلى أن أغلب البرامج يغلب عليها طابع التكرار.

فيما جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 12.06% للمبحوثين الذين يرون بأن أنجع السبل لتحسين برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية، هو بث البرامج بلغة سهلة وواضحة، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة 13.71%، وفئة الإناث بنسبة 9.35% وهذا راجع إلى أهمية اللغة كعامل جذب للمستمعين.

فيما أجاب مبحوثان من فئة الإناث وفئة الذكور، أن لتطوير برامج التوعية المرورية يجب الاستعانة بذوي الاختصاص في مجال التوعية المرورية في البرنامج.

\* المجموع أكبر من حجم العينة تم اختيار أكثر من إجابة.

الجدول رقم 45: يبين الأمور التي يجب مراعاتها في بث برامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.

المجموع		الجنس				المتغير	الاحتمالات
		إناث		ذكور			
%	ك	%	ك	%	ك		
30.06	52	31.88	22	28.84	30	مراعاة أوقات البث	
28.32	49	28.98	20	27.88	29	توجيه البرامج للسائقين	
24.27	42	26.08	18	23.08	24	معالجة القضايا المرورية الحساسة	
16.76	29	11.59	08	20.19	21	مراعاة احتياجات الجمهور	
0.57	01	1.44	01	/	/	أخرى تذكر الابتعاد عن أسلوب التخويف التقليدي	
100	173	100	69	100	104	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (45)، أن نسبة 30.06% من الباحثين صرحوا، بأن مراعاة أوقات البث من الأمور التي يجب مراعاتها في بث برامج التوعية المرورية، وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة 31.88%، وفئة الذكور بنسبة 28.84%، وذلك راجع إلى أهمية دراسة الوقت المناسب للاستماع من قبل المستمعين، مما يسمح للمستمعين المتابعة براجمها وعدم التفريط فيها، أو التكاسل في الاهتمام بها واحترامها، وبالتالي هي سياسة تكسب بها الإذاعة مستمعيها. \*

فيما جاءت المرتبة الثانية بنسبة 28.32% تمثل الباحثين الذين صرحوا، بأن توجيه البرامج للسائقين من الأمور التي يجب على إذاعة جيجل المحلية مراعاتها والالتزام بها أثناء بث البرامج التوعوية، وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة 28.98%، وفئة الذكور بنسبة 27.88%، وذلك راجع إلى

\* المجموع أكبر من حجم العينة لأن الباحثين اختاروا أكثر من إجابة.

أهمية تزويد السائقين وتوجيه لهم النصائح والإرشادات والمعلومات التي تسمح لهم باكتساب المعارف، وتوسيع ثقافتهم المرورية.

فيما وردت المرتبة الثالثة بنسبة 24.27% للمبحوثين الذين صرحوا، بأن معالجة القضايا المرورية الحساسة، من الأمور التي يجب على إذاعة جيغل المحلية والالتزام بها أثناء بث برامج التوعية المرورية وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة 26.08%، وفئة الذكور بنسبة 23.08%، وذلك يفسر بمدى أهمية معالجة القضايا الأكثر انتشارا في المجتمع والتركيز عليها في البرامج، بهدف معالجتها وإعطاء الحلول.

فيما جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 16.76% تمثل المبحوثين الذين صرحوا، بأن مراعاة احتياجات الجمهور من الأمور التي يجب الالتزام بها أثناء بث برامج التوعية المرورية، وقد ورد ذلك بنسبة 20.19% بين الذكور، وفئة الإناث بنسبة 11.59%.

فيما أضافت مبحوثة من فئة الإناث، بأن ما يجب مراعاته في بث برامج التوعية المرورية هو الابتعاد عن أسلوب التخويف التقليدي، واعتماد أسلوب النصيح، لأن شباب اليوم بحاجة إلى النصائح أكثر من ذي قبل.

ومنه نستنتج أن على إذاعة جيغل المحلية الالتزام في محتوى برامج التوعية المرورية التي تبثها، ومراعاة احتياجات الجمهور، وذلك يتطلب منها مراعاة أوقات البث وتوجيه أفراد المجتمع نحو السلوك المروري السليم، وخاصة السائقين.

الجدول رقم 46: يبين الاقتراحات التي يراها الباحثون قادرة على الحد أو التقليل من

حوادث المرور وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي												المتغير الاحتمالات	
المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		أمي			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
14.95	48	15.13	23	17.54	10	15.49	11	08	02	12.5	02	تفعيل دور رجال المرور عبر الطرقات	
20.87	67	22.36	34	19.29	11	19.72	14	24	06	12.5	02	تفعيل دور وسائل الإعلام في نشر الوعي المروري	
16.82	54	13.16	20	19.29	11	18.30	13	24	06	25	04	تفعيل دور المؤسسات والمنظمات للقيام بجملة التوعية المرورية	
13.70	44	13.16	20	12.28	07	15.49	11	12	03	18.75	03	توعية كافة المواطنين بمخاطر حوادث المرور	
13.08	42	12.5	19	14.03	08	15.49	11	08	02	12.5	02	تفعيل دور الأسرة في توعية الأبناء	
16.19	52	15.79	24	17.54	10	12.67	09	24	06	18.75	03	تشديد العقوبات على المخالفين لقواعد المرور	
1.25	04	1.97	03	/	/	1.41	01	/	/	/	/	أخرى تذكر	
0.62	02	0.66	01	/	/	1.41	01	/	/	/	/		إشراك المساجد في التوعية المرورية
0.93	03	1.97	03	/	/	/	/	/	/	/	/		إصلاح الطرقات
0.62	02	1.31	02	/	/	/	/	/	/	/	/		إعادة النظر في منح رخصة

												السياقة
0.62	02	1.31	02	/	/	/	/	/	/	/	/	تشديد الرقابة على مدارس تعليم السياقة
0.31	01	0.66	01	/	/	/	/	/	/	/	/	مراعاة شرط السلامة والأمان في السيارات المستوردة والمصنعة محليا
100	321	100	152	100	57	100	71	100	25	100	16	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (46)، أن نسبة 20.87% من المبحوثين يرون بأن تفعيل دور

وسائل الإعلام في نشر الوعي المروري أكثر الحلول الناجعة للتقليل من حوادث المرور.\*

فيما جاءت المرتبة الثانية بنسبة 16.82% من المبحوثين الذين صرحوا، بأن تفعيل دور

المؤسسات والمنظمات للقيام بحملات التوعية المرورية، تليها نسبة 16.19% من المبحوثين يقرون بأن

تشديد العقوبات على المخالفين لقوانين المرور من أكثر الأمور الناجعة للتقليل من حوادث المرور،

وذلك راجع إلى أهمية تفعيل القوانين والرقابة ضد المخالفين، بما يحقق الردع المطلوب وكذلك تطبيقها

بشكل عادل وحازم، تليها نسبة 14.95% للأفراد الذين صرحوا، بأن تفعيل دور رجال المرور عبر

الطرق السبيل الأنجع للتقليل من حوادث المرور، تليها نسبة 13.70% للأفراد الذين أقرروا بأن توعية

كافة المواطنين بمخاطر حوادث المرور، أنجع الطرق للتقليل منها، كما جاءت نسبة 13.08% للأفراد

الذين أقرروا، بأن أنجح سبيل هو تفعيل دور الأسرة في توعية الأبناء، فيما أضاف المبحوثين عدد من

الاقتراحات، حيث أن نسبة 1.25% من المبحوثين أقرروا بأن أنجح السبل للتقليل من حوادث المرور،

هو تطبيق القانون على الجميع، تليها نسبة 0.93% للأفراد الذين صرحوا بأن من أنجح السبل أيضا

\* المجموع أكبر من حجم العينة لأن المبحوثين اختاروا أكثر من إجابة.

يعود إلى إصلاح الطرقات، ضف إلى ذلك نسبة 0.62% التي جاءت متقاربة بين من صرحوا، بأن إشراك المساجد في التوعية المرورية، وإعادة النظر في رخصة السياقة، وتشديد الرقابة على مدارس السياقة، كلها من أنجح السبل للتقليل من حوادث المرور.

فيما جاءت المرتبة الأخيرة بنسبة 0.31% للأفراد الذين أقروا، بأن مراعاة شرط السلامة والأمان في السيارات المستوردة والمصنعة محليا، وهي الأخرى من السبل الناجعة في مجال التوعية المرورية. ويفسر ارتفاع نسبة تفعيل دور وسائل الإعلام في نشر الوعي المروري، إلى أهمية هذه الوسائل في تحقيق الانتشار الواسع، والوصول إلى أبعاد شرائح المجتمع، إضافة إلى أن وسائل الإعلام في عصرنا اليوم أصبحت جزءا لا يتجزأ من المجتمع، وتؤثر فيه تأثيرا بالغا.

ونستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، أنه لمعالجة المشكلة المرورية يجب تعدد الجهات المنوطة بها، في تفعيل الأمن ورفع مستوى السلامة في المجتمع، وعلى الرغم من اختلاف مسؤولياتها بين التربية والتوعية والردعية والضبط والإرشاد، إلا أن قيام كل منهم بدوره على أكمل وجه وتفعيل ما من شأنه أن يؤدي إلى معالجة المشكلة المرورية، بهدف التقليل أو على الأقل الحد من حوادث المرور.

#### ثانيا: النتائج العامة للدراسة.

بعد انتهائنا من تفريغ الجداول وتحليل النتائج وتفسيرها، توصلنا إلى جملة من النتائج نوضحها في الآتي:

- نتائج خاصة بمدى إقبال المستمعين على برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية.
- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة 54% من أفراد المبحوثين يستمعون إلى برامج إذاعة جيغل أحيانا.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 51% من أفراد العينة يستمعون إلى برامج إذاعة جيغل المحلية في الفترة الصباحية.
- أكدت نتائج الدراسة أن نسبة 62% من المبحوثين يستمعون إلى برامج التوعية المرورية أحيانا.



- توصلت نتائج الدراسة أن نسبة 56 % من مستمعي إذاعة جيغل المحلية لبرامج التوعية المرورية أن هذه البرامج تحظى باهتمامهم أحيانا.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن برنامج السلامة المرورية هو الأكثر استماعا لدى المبحوثين وذلك بنسبة 50%، وأن 37% من المبحوثين يفضلون برنامج تمهل لدينا سؤال.
- أثبتت الدراسة أن 57 % من المبحوثين يقضون أوقاتهم في الإسماع لبرامج التوعية المرورية أقل من ساعة.
- أظهرت نتائج الدراسة أن 54 % من المستمعين يفضلون الاستماع لبرامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية في المركبة.
- كشفت نتائج الدراسة أن الوسيلة المفضلة لأفراد العينة في الاستماع لبرامج التوعية المرورية تتمثل في جهاز الراديو وذلك بنسبة 63 %.
- توصلت نتائج الدراسة أن نسبة 74 % من المبحوثين يناسبهم توقيت بث برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 39% من مستمعي برامج التوعية المرورية، يتابعون جزء من البرنامج أثناء الاستماع له، ونسبة 34 % يستمعون إلى البرنامج بشكل متقطع.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة 69% من المبحوثين لا يشاركون في إبداء الأفكار في برامج التوعية المرورية، ونسبة 21 % من المبحوثين يشاركون في البرنامج عن طريق الهاتف النقال.
- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 66% من المبحوثين يستمعون إلى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية بشكل عادي.
- نتائج خاصة بإسهام إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية لدى المجتمع المحلي.
- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة 82% من المبحوثين يرون بأن برامج التوعية المرورية التي تبثها إذاعة جيغل المحلية، تساهم في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية.

- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة 92% من المبحوثين صرحوا بأن برامج التوعية المرورية تساهم، في تذكير المبحوثين باحترام قوانين المرور.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أن 89% من أفراد العينة، أضافت لهم برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية معلومات جديدة حول سبل تحقيق السلامة المرورية، وتمثل هذه المعلومات في الحصول على معلومات جديدة حول رخصة السياقة بالتنقيط بنسبة 29%.
- توصلت نتائج الدراسة أن نسبة 57% من المستمعين يرون بأن تقييمهم لمستوى برامج التوعية المرورية متوسط.
- كشفت نتائج الدراسة أن نسبة 48.30% من المبحوثين صرحوا بأن ما يثير اهتمامهم عند الاستماع لبرامج التوعية المرورية هي النصائح والإرشادات التوعوية المرورية المقدمة في البرنامج.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 19.93% من أفراد العينة يقرون، بأن الهدف من بث إذاعة جيغل المحلية لبرامج التوعية المرورية هو إعلام الجمهور (مشاة، ركاب، سائقين) بقوانين المرور، تليها نسبة 19.32% من المبحوثين يقرون بأن الهدف من ذلك هو نشر التوعية المرورية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن 54% من المبحوثين يرون بأن برامج التوعية المرورية تساهم في تدعيم ثقافتهم المرورية أحياناً.
- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 67% من المبحوثين أقروا، بأن إذاعة جيغل المحلية تساهم بفعالية في معالجة القضايا المرورية، من خلال تكثيف برامج التوعية المرورية وبالتنسيق مع أمن الولاية.
- نتائج خاصة بالإشاعات المحققة من برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية.
- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 58% من أفراد العينة صرحوا، بأن ما تقدمه إذاعة جيغل المحلية من برامج توعوية مرورية يشبع رغبتهم.
- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة 66% من المبحوثين أنهم راضون على برامج التوعية المرورية إلى حد ما.

- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة 73% من المبحوثين يرون بأن إذاعة جيغل المحلية تلي احتياجاتهم في مجال التوعية المرورية.
- كشفت نتائج الدراسة أن نسبة 55% من المبحوثين أقرّوا، بأن إذاعة جيغل المحلية لم تستطع تشكيل الوعي المروري لدى مستخدمي الطريق، من خلال حملات التوعية المرورية.
- أكدت نتائج الدراسة أن نسبة 92% من المستمعين يرون، أن هناك ضرورة لزيادة برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية بما يتوافق مع احتياجات الجمهور.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 59% من المبحوثين يرون أنه ليس هناك إجراءات أخرى متخذة لتقليل من حوادث المرور، إلى جانب التوعية المرورية.
- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة 30.18% من مستمعي إذاعة جيغل لبرامج التوعية المرورية صرحوا، بأن الإشباعات التي تحققت لديهم تتمثل في الحصول على معلومات حول قوانين المرور الجديدة.
- نتائج خاصة بتأثير برامج التوعية المرورية على سلوك المستمعين بإذاعة جيغل المحلية في مجال التوعية المرورية.
- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة المبحوثين الذين صرحوا، بأن برامج التوعية المرورية تؤثر إيجاباً على سلوكهم بعد التعرض إليها، قدرت ب 93%.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 47.79% من المبحوثين صرحوا، بأن الجانب السلوكي أكثر الجوانب التي تتأثر بعد الاستماع لبرامج التوعية المرورية.
- كشفت نتائج الدراسة أن نسبة 50% من المبحوثين صرحوا، بأن البرنامج الذي غير سلوكهم أكثر بعد الاستماع إليه هو برنامج السلامة المرورية.
- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 64% من أفراد العينة صرحوا، بأنهم لم يسبق لهم القيام بسلوك حثهم عليه برنامج مروري أثناء سماعهم له.

- توصلت نتائج الدراسة أن نسبة 65% من المبحوثين يلتزمون بتطبيق النصائح المرورية المقدمة من قبل إذاعة جيغل المحلية أحيانا، أثناء استخدام الطريق.
  - أكدت نتائج الدراسة أن نسبة 58% من المبحوثين صرحوا، بأن الأسلوب الأكثر تأثيرا عليهم تمثل في أسلوب إرشادات مرورية.
  - أكدت نتائج الدراسة أن نسبة 32.18% من المبحوثين أقروا، بأن أسباب عدم احترام قوانين المرور يعود إلى الاستهتار واللامبالاة بالدرجة الأولى.
- نتائج خاصة بالاقترحات.**

- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 18.79% من المبحوثين صرحوا، بأن أنجع الطرق لتحسين برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية، تتمثل في ربط التوعية المرورية بالقيم الدينية، تليها زيادة الحجم الساعي لبرامج التوعية المرورية بنسبة 18.08%، تليها نشر البرامج أو مقاطع منها في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة، 17.73%.
- كشفت نتائج الدراسة أن نسبة 30.06% من المبحوثين يرون، بأن ما يجب مراعاته في بث برامج التوعية المرورية هو مراعاة أوقات البث.
- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة 20.87% من المبحوثين صرحوا بأن أنجع السبل للتقليل من حوادث المرور، هو تفعيل دور وسائل الإعلام في نشر الوعي المروري.

### ثالثا- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.

انطلاقا من طبيعة الدراسة وإشكالياتها وتساؤلاتها، قمنا بصياغة مجموعة من الفرضيات واعتمادا على النتائج السابقة، سوف نتحقق من صدق الفرضيات بالإثبات أو النفي، وقد قامت دراستنا المتمثلة في مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي، على أساس فرضية رئيسية وأربع فرضيات فرعية، وسيتم عرضها ومناقشتها على النحو الآتي:

### مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الأولى.

تفيد الفرضية الأولى " يقبل مستمعو إذاعة جيغل المحلية على برامج التوعية المرورية أحيانا".

من خلال النتائج المتعلقة بالمحور الأول توصلنا إلى أنه، يقبل مستمعو إذاعة جيجل المحلية على برامج التوعية المرورية أحيانا، وذلك بنسبة 62% ويفسر ذلك على أن أغلب أفراد العينة ليس لديهم اهتمام كبير لمثل هذه البرامج، إضافة إلى انشغالهم بأمر أخرى في الوقت الذي تبث فيه هذه البرامج.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن برامج التوعية المرورية تحظى باهتمام الباحثين أحيانا، وذلك بنسبة 56% ويفسر ذلك على أن هذه البرامج تفتقد إلى الحجج الإقناعية، إضافة إلى سطحية المواضيع المتناولة في هذه البرامج، كما أن الأشياء التي فيها مكررة ومملة لدى لا تروق اهتمامهم. كما توصلت نتائج الدراسة، إلى أن مستمعي برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية عند متابعتهم لها، فإنهم يتابعون جزء من البرنامج فقط وذلك بنسبة 39%، وذلك راجع لطبيعة الإذاعة إذ أن من مميزات إمكانية التعرض للبرامج الإذاعية، ومزاولة أعمال أخرى في الوقت نفسه.

كما أظهرت نتائج الدراسة، أن الباحثين أثناء الاستماع إلى برامج التوعية المرورية المقدمة من قبل إذاعة جيجل المحلية، يتابعون البرامج بشكل عادي دون اهتمام، وذلك بنسبة 66% وهذا راجع ربما إلى شعورهم بعدم حاجتهم لمثل هذه البرامج، إضافة إلى بساطة معلوماتها وعدم جديتها، وبالتالي لا تثير اهتمام الباحثين.

وعليه نستنتج أن الفرضية الأولى التي تفترض أن مستمعو برامج التوعية المرورية، يقبلون على الاستماع أحيانا، قد ثبتت صحتها.

#### مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الثانية.

تفيد الفرضية الثانية "تساهم إذاعة جيجل المحلية في معالجة القضايا المرورية لدى المجتمع المحلي بشكل فعال".

من خلال النتائج المتعلقة بالمحور الأول توصلنا إلى أن: نسبة 67% من الباحثين يرون بأن إذاعة جيجل المحلية تساهم بفعالية في معالجة القضايا المرورية، من خلال تكثيف برامج التوعية المرورية، التي تعالج مواضيع حول تجاوز الخطير وأخطار السرعة الزائدة، فإذاعة جيجل المحلية

بطبيعتها تركز على البرامج التوعوية المرورية كوسيلة، أكثر من الوسائل الأخرى، فالبرامج لها أهمية في عرض القضايا المرورية الحساسة، بهدف التخطيط للتوعية المرورية، كما تستطيع القيام بمهام مرورية فورية من خلال البث المباشر.

- كما بينت نتائج الدراسة أن إذاعة جيغل المحلية تساهم في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية في المجتمع المحلي، بهدف معالجة المشكلة المرورية.

وعليه نستنتج أن الفرضية القائلة، بأن إذاعة جيغل المحلية تساهم بشكل فعال في معالجة القضايا المرورية، قد ثبتت صحتها.

### مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الثالثة.

تفيد الفرضية الثالثة "تشبع برامج التوعية المرورية عبر إذاعة جيغل المحلية حاجيات ورغبات الجمهور، من خلال الحصول على معلومات جديدة في مجال التوعية المرورية.

من خلال النتائج المتعلقة بالمحور الثالث توصلنا إلى أن:

- نسبة 58% من المبحوثين صرحوا بأن ما تقدمه إذاعة جيغل المحلية من برامج توعية مرورية يشبع رغبات الجمهور، وهذا ما يؤكد على أن برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية، تولى أهمية لرغبات الجمهور من خلال الحرص على تزويدهم بمعلومات جديدة في مجال التوعية المرورية.

- كما بينت نسبة 73% من الأفراد الذين صرحوا، بأن إذاعة جيغل المحلية تلي احتياجاتهم في مجال التوعية المرورية، والتي تتمثل حسب رأي المبحوثين في الحاجة إلى خلق شعور بالالتزام بقوانين المرور، والحاجة إلى تكوين المعرفة الكافية عن قوانين المرور والحاجة إلى تعديل السلوك، بما يتوافق مع قوانين المرور.

- تؤكد نسبة 30.18% من المبحوثين أن الاستماع إلى برامج التوعية المرورية، حقق لديهم إشباعاً في مجال التوعية المرورية، وذلك من خلال الحصول على معلومات حول قوانين المرور الجديدة، تليها نسبة 27.81% للمبحوثين الذين صرحوا، بأن الإشباع المحقق تتمثل في ازدياد الوعي المروري بخطورة حوادث المرور.

وعليه نستنتج من خلال النتائج الموضحة أعلاه، أن برامج التوعية المرورية المقدمة بإذاعة جيغل المحلية، تشبع رغبات الجمهور وتلبي احتياجاتهم، من خلال الحصول على معلومات جديدة في مجال التوعية المرورية، وهذا ما يؤكد على صحة الفرضية الثالثة.

#### مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الرابعة.

تفيد الفرضية الرابعة "تؤثر برامج التوعية المرورية إيجاباً على سلوك المستمعين في مجال التوعية المرورية".

- من خلال النتائج المتعلقة بالمحور الرابع توصلنا إلى أن نسبة 93% من المبحوثين صرحوا بأن برامج التوعية المرورية، تؤثر إيجاباً على سلوكهم بعد التعرض إليها، وذلك من خلال جعل المستمعين أكثر احتراماً لإشارات المرور وضع حزام الأمان، إضافة إلى التخفيف من السرعة ومن خلال جعلهم أكثر انتباهاً عند قطع الطريق، والعبور في الأماكن المخصصة للراجلين.

- كما تؤكد نتائج الدراسة أن نسبة 47.79% من المبحوثين صرحوا، بأن الجانب السلوكي أكثر الجوانب تأثراً، بعد الاستماع إلى برامج التوعية المرورية وهذا يفسر على أهمية السلوك المروري الصحيح في التقليل من حوادث المرور.

- كما بينت الدراسة أن نسبة 64% من المبحوثين صرحوا، بأنه لم يحدث وأن قاموا بسلوكات حثهم عليها برنامج مروري أثناء سماعهم له، فيما جاءت نسبة 36% من المبحوثين الذين سبق وأن قاموا بسلوك حثهم عليه برنامج مروري.

- كما بينت نتائج الدراسة أن نسبة 65% من المبحوثين يلتزمون أحياناً، بتطبيق النصائح المرورية المقدمة بإذاعة جيغل المحلية أثناء استخدام الطريق، تليها نسبة 36% من المبحوثين الذين يلتزمون بتطبيق النصائح دائماً، وهذا يعكس درجة من الوعي لدى المبحوثين، بأهمية الالتزام بالنصائح المرورية لضمان سلامتهم أثناء استخدام الطرق.

- كما أكدت نسبة 58% أن المبحوثين يتأثرون إيجاباً ببرامج التوعية المرورية المصحوبة بالنصائح والإرشادات المرورية، أكثر من البرامج المرورية المصحوبة بأسلوب العقوبات القانونية، تليها نسبة 35

% من المبحوثين الذين يتأثرون إيجاباً بالبرامج المصحوبة بالنصائح الدينية، وهذا راجع إلى أهمية الأساليب المستخدمة في البرنامج في إحداث الإقناع والتأثير الإيجابي.

وعليه نستنتج أن الفرضية الرابعة القائلة، بأن برامج التوعية المرورية تؤثر إيجاباً على سلوك المستمعين، في مجال التوعية المرورية، قد ثبتت صحتها.

#### رابعاً- آفاق الدراسة.

من خلال النتائج المتحصل عليها يمكن إيجاز التوصيات والمقترحات في هذه الدراسة على النحو الآتي:

- إعطاء إذاعة جيجل المحلية المزيد من الاهتمام بالمشكلات المرورية، ووضعها كأولوية ضمن أولويات الإذاعة.
- العمل على إيجاد إطارات متخصصة في إعداد البرامج التوعية المرورية، مع الاستعانة بأهل الاختصاص في مجال التوعية المرورية.
- التعمق أكثر في تناول القضايا المتعلقة بالمرور، وخاصة قضايا السرعة والمخالفات المرورية والتجاوزات الخطيرة.
- زيادة البرامج التوعية المرورية وبثها بشكل يومي حيث أن البرامج المرورية بإذاعة جيجل المحلية تبث بصفة أسبوعية.
- ضرورة الاهتمام بالأساليب الإقناعية في البرامج، من أجل إحداث الأثر المطلوب.
- زيادة اهتمام الإذاعات المحلية بالمواضيع والقضايا المتعلقة بالتوعية المرورية.
- زيادة برامج التوعية المرورية في الإذاعة المحلية بما يتوافق مع احتياجات الجمهور.
- تفعيل دور وسائل الإعلام للقيام بحملات التوعية المرورية لتوعية كافة المواطنين.
- إجراء المزيد من البحوث والدراسات النظرية والميدانية في مجال التوعية المرورية، للوقوف على واقعها توعوياً، وذلك بإرفاقها بالخطط العلاجية.



- ينبغي الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي، في الوصول إلى شرائح المجتمع وتوعيتها بهدف ترسيخ السلوك المروري الصحيح.
- إشراك مؤسسات المجتمع المدني في نشر الثقافة المرورية.
- التأكيد على دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية (الأسرة، المسجد، المدرسة)، في نشر التوعية المرورية حول ضرورة الالتزام بقواعد وآداب السلامة المرورية.
- تطبيق قانون المرور الجديد (رخصة السياقة بالتنقيط) بفعالية، لما يضمن تشديد الرقابة على مدارس تعليم السياقة.
- إعادة النظر في التشريعات المتعلقة بالمرور.
- معالجة الأسباب المتعلقة بشبكة الطرقات نفسها.
- إجراء المزيد من الدراسات من قبل المؤسسات الوطنية الرسمية والشعبية، للبحث في جدول المشكلة، أسبابها ومتغيراتها ومحدداتها ونتائجها، وتنفيذ خطة عملية ملموسة على الواقع (وليس ورقية)، لوقف نزيف الدماء على الطرقات، ناهيك عن الخسائر المادية والنفسية والإعاقات الدائمة وتداعياتها.

### خلاصة الفصل.

بعد تطرقنا من خلال هذا الفصل إلى تفريغ البيانات المتعلقة باستمارة البحث، ومن تم التعليق على البيانات المتحصل عليها وتحليلها وتفسيرها، مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات وكذا الخلفيات النظرية المعتمدة، توصلنا إلى نتائج عامة أكدت على أن إذاعة جيغل المحلية تساهم في توعية المجتمع المحلي بالقضايا والمشكلات المتعلقة بحوادث المرور وتعطي أهمية كبيرة في معالجة القضايا الحساسة في المجتمع، بما يلبي احتياجات الجمهور ويشبع رغباته، كما أكدت نتائج الدراسة أن لبرامج التوعية المرورية تأثير إيجابي على سلوك مستخدمي الطريق.



الخاتمة

تعتبر التوعية المرورية من الأمور التي تتطلب مشاركة الجميع فيها، بهدف التخفيف من العوامل والظروف التي تؤدي إلى وقوع حوادث المرور، وهي مسؤولية الجميع من أجل أمن أجود عبر الطرقات، وللحفاظ على الأرواح البشرية وهذا يتطلب عاملاً مهماً، ألا وهو التوعية المرورية للإنسان سواء كان سائقاً أو راجلاً أو رجال المرور أنفسهم، غير أن هذه التوعية لا بد أن تكون مخطط لها ونابعة من تعاليم الدين الإسلامي، باعتبارنا مسلمون، فالإسلام يعتمد على غرس الرقابة الذاتية في نفس المسلم، وهي الرقابة النابعة من داخل الإنسان والناجئة عن يقضة الضمير والخوف من الله.

وبما أن العنصر البشري غالباً المتسبب في وقوع حوادث المرور، فهو يحتاج إلى توجيه وتوعية دائمة للتحكم في سلوكياته، سواء أثناء استخدام الطريق أو أثناء قيادة المركبة.

لهذا السبب نجد أن إذاعة جيغل المحلية تبذل مجهودات، لأداء مهمتها على أكمل وجه في معالجة الحوادث المرورية، التي يعاني منها المجتمع المحلي، ومن هنا تبرز أهمية الإذاعة المحلية في خدمة المجتمع، فهي تسعى دوماً إلى تقليل الجهد على المستمع في بحثه عن المعلومات حول قوانين المرور الجديدة، ومعلومات حول المشكلة المرورية، إذ تحاول تلبية رغبة الجمهور في الحصول على معلومات تدعيمية بهدف توسيع ثقافته، وإيجاد حلول للمشكلة أو القضية المتعلقة بالمرور.

وبحسب نظرية طلب (التماس) المعلومات، فإن هناك عوامل تؤثر في اختيار المستقبل للرسالة كـرغبة المتلقي في الحصول على معلومات تدعيمية، والحاجة إلى تنويع المعلومات حول مشكلة معينة وترى بأن هناك مشكلة أو قضية تستدعي طلب الإنسان للمعلومات، وأن العوامل التي تؤثر على بحث الفرد عن المعلومات، تتمثل في مدى توفرها عن القضية أو المشكلة المرورية في وسيلة الإعلام، لهذا كان الدور الأساسي لإذاعة جيغل المحلية معالجة مشاكل ومتطلبات المجتمع اليومية.

وبالاعتماد على نتائج الدراسة توصلنا إلى جملة من النتائج، أن إذاعة جيغل المحلية أثر جد إيجابي في حياة أفراد المجتمع، وذلك بتعديل سلوكهم نحو السلوك المرغوب، كما اتضح من خلال

النتائج المتوصل إليها، أن لإذاعة جيغل المحلية تأثير على المستمعين، في الجانب السلوكي والوجداني والمعرفي بعد الاستماع إلى البرامج التوعوية المرورية.

كما توصلنا من خلال نتائج الدراسة، إلى أن إذاعة جيغل المحلية تلعب دورا لا يمكن الاستغناء عنه في معالجة المواضيع المتعلقة بحوادث المرور، بما يحقق رغبات واحتياجات الجمهور المعرفية، وزيادة وعيهم المروري بخطورة حوادث المرور.

وبحسب نظرية الإستخدامات والإشباع، فإن الجمهور مشارك فعال في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام ( الإذاعة)، يحقق لهم أهداف مقصودة تلي توقعاتهم اتجاه المعارف، التي يرغب في الحصول عليها حول القضية أو المشكلة المطروحة.

نخلص من خلال هذه الدراسة التي كانت بعنوان " مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي"، إلى أن الإذاعة تساهم بفعالية في معالجة القضايا المرورية داخل المجتمع المحلي، من خلال تذكير الجمهور باحترام قوانين المرور، إلا أنه يمكننا القول بأن هذا النوع من الدراسات مازال بحاجة إلى إجراء بحوث معمقة في هذا الجانب، من زوايا أخرى بهدف إيجاد حلول قادرة على معالجة المشكلة المرورية من جذورها.



# قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع.

أولاً: الكتب.

- 1- أبو الحمام عزام، الإعلام والمجتمع، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011).
- 2- أبو العلا محمد علي، فن الاتصال بالجماهير: بين النظرية والتطبيق، (دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2014).
- 3- أبو جلال إسماعيل سليمان، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012).
- 4- إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (شارع الملك فيصل المهرم: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003).
- 5- الحديدي منى سعيد، علي إمام سلوي، الإعلام والمجتمع، (القاهرة: دار المصرية اللبنانية، 2004).
- 6- الحطامي محمد عبد الباسط عبد الباسط، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015).
- 7- الدجاني سليمان محمد، الدجاني سليمان منذر، منهجية البحث العلمي في علم السياسة، (عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 2008).
- 8- الشاري طارق، الإعلام الإذاعية، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010).
- 9- الشهراوي ناجي، الإعلام وتنمية المجتمع المحلي، (دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2015).
- 10- الصقور صالح خليل، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012).
- 11- الطائي مصطفى حميد، أبو بكر خير ميلاد، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007).

- 12- العيفة جمال، مؤسسات الإعلام والاتصال: الوظائف، الهياكل، الأدوار، (الجزائر العاصمة: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010).
- 13- المشاقبة بسام عبد الرحمان، نظريات الإعلام، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011).
- 14- المشاقبة بسام عبد الرحمان، نظريات الإعلام، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).
- 15- النعيمي محمد عبد العالي، البياني عبد الجبار توفيق، طرق ومناهج البحث العلمي، (عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2008).
- 16- الهاشمي محمد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012).
- 17- الهاشمي محمد، تكنولوجيا وسائل الإتصال الجماهيري، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012).
- 18- الهمالي عبد الله عامر، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط3، (بن غازي: دار الكتب الوطنية، 2003).
- 19- بدوي هناء حافظ، أساسيات طريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الإجتماعية (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث).
- 20- بلخيري رضوان، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال: نشأتها وتطورها، (الجزائر: جسور للنشر والتوزيع، 2014).
- 21- بن قارة خليفة، الإذاعة كما رأيتها وأراها، (الجزائر: منشورات السائحي، 2013).
- 22- بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، (جامعة الجزائر: المطبوعات الجامعية، 2010).
- 23- بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، (بن عكنون: الساحة المركزية ديوان المطبوعات الجامعية، 2005).
- 24- بوحوش عمار، الدنبيات محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط6، (الجزائر العاصمة: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007).



- 25- تواتي نور الدين، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط2،(الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2009).
- 26- جبر سعيد سعاد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري،( عمان: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2007).
- 27- جعفري نسيم ربيعة، الدليل المنهجي للطالب في إعداد البحث العلمي: الرسالة، الأطروحة، المذكورة،( الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006).
- 28- حضور أديب محمد، حملات التوعية المرورية العربية،( الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2008).
- 29- دليو فضيل، الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله،( القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003).
- 30- دليو فضيل، البحث في الاتصال: عناصر منهجية، ط 2،( قسنطينة: مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، 2009).
- 31- شاوي برهان، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته،( عمان: دار الكندي للنشر والتوزيع، 2013).
- 32- شفيق محمد، البحث العلمي: الأسس، الاعداد،( المكتب الجامعي الحديث، 2010).
- 33- صلوي عبد الحافظ عواجي، بن مساعد الحيا أسامة، نظريات التأثير الإعلامية، 06/25/1433.
- 34- عبد الله مي، نظريات الاتصال،( بيروت: دار النهضة العربية، 2008).
- 35- علي عبد الفتاح علي، نظريات الإعلام والاتصال الحديث،( عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2013).
- 36- عليان ربحي مصطفى، غنيم عثمان محمد، أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط 4،( عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010).

- 37- فاضلي إدريس، الوجيز في المنهجية والبحث العلمي، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2008).
- 38- قندلعي عامر ابراهيم، منهجية البحث العلمي، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2012).
- 39- كافي مصطفى يوسف، الرأي العام ونظريات الاتصال، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015).
- 40- مبروك ابراهيم السعيد، البحث العلمي ودوره في التنمية في العالم الرقمي، (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2015).
- 41- محمد الحسن إحسان، مناهج البحث الاجتماعي، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2005).
- 42- محمد خاطر أحمد مصطفى، استخدام المنهج في بحوث الخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2008).
- 43- مشاركة تيسير، مبادئ في الاتصال، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013).
- 44- مصباح عامر، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010).
- 45- مصدلي محمد محمود، الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2005).
- ثانيا: المعاجم والقاميس.
- 1- أبو أصبع عدنان، معجم علم الاجتماع، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).
- 2- السيد أحمد الخلفي طارق، معجم مصطلحات الإعلام، (مصر: دار المعرفة الجامعية، 2008).
- 3- الفار محمد جمال، معجم المصطلحات الإعلامية، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).

- 4- بن هادية علي، البليش بلحسن، القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي ألف بائي، ط2، ( الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991).
- 5- بولمزاد السعيد، قاموس علم الاجتماع، ( جامعة قسنطينة: مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، 2013).
- 6- عبد الله مي، شفيق باحث عبد الكريم، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، ( بيروت: دار النهضة العربية، 2014).
- 7- غيث محمد عاطف، قاموس علم الاجتماع، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2006).
- ثالثا: المجالات.

- 1- السيد مريم أحمد، "الرسالة الإعلامية للتوعية والسلامة المرورية في المناهج الأردنية"، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 15، العدد 4، 2014.

رابعا: التقارير والمؤتمرات.

- 1- أبو علوش منير، البلاونة سهى، فرح الجلامدة، " دور التوعية المرورية في الحد من حوادث الأطفال"، ورقة مقدمة في المؤتمر الرابع للبحث العلمي، (الأردن: 2009).
- 2- أحمد شاهين حسينة، " الأسرة ودورها في التوعية المرورية"، ورقة مقدمة في دورة تدريبية حول تنمية مهارات رجال المرور في مجال التوعية المرورية، (عمان: 19، 2007/05/23).
- 3- السرحان عطا الله فهد، " استراتيجيات التوعية والسلامة المرورية"، ورقة مقدمة في حلقة علمية حول دور مؤسسات المجتمع المدني ودورها في التوعية المرورية، (الرياض: 10، 2013/04/06).
- 4- السهلى علي سعود، " دور الإعلام في معالجة المشاكل المرورية"، ورقة مقدمة في دورة تدريبية بعنوان تكامل العلاقات بين الأجهزة المرورية والأجهزة الإعلامية، (الرياض: 10، 2008/03/19).

## قائمة المصادر والمراجع

- 5- بن بوزيد بوطالي الهاشمي، " فعاليات حملات التوعية المرورية"، ورقة مقدمة في مؤتمر التعليم والسلامة المرورية،(جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض: 11، 13/12/2006).
- 6- بن بوزيد بوطالي الهاشمي، " فعاليات حملات التوعية المرورية"، أوراق مقدمة في مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية،(الرياض: 11/03/2006).
- 7- عبد الرحمان فاروق، " وزارة النقل والمواصلات"، تقرير حول المجلس الأعلى للمرور،(القدس: 2011).
- 8- عقبات أحمد مطهر، " دور وسائل الإعلام في نشر التوعية المرورية" ورقة مقدمة في ندوة علمية حول واقع الحملات التوعوية المرورية،(جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض: 24/10/2007).
- 9- غربي محمد الهادي رحال، " سيكولوجية مستعمل الطريق"، ورقة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول حوادث المرور بين مستعملي الطريق وتنظيم المرور،(جامعة الحاج لخضر، باتنة: 24، 25/04/2013).
- 10- ميرزا جاسم خليل، " العلاقة بين الأجهزة المرورية ووسائل الإعلام": الأسس والمبادئ، ورقة مقدمة في دورة تدريبية حول تكامل العلاقات بين الأجهزة المرورية والأجهزة الإعلامية،(الرياض: 10، 19/03/2008)

### خامسا: الرسائل الجامعية.

- 1- زيد مليكة، " دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت"، (مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر للعلوم السياسية، 2015).
- 2- قرين فتن، بويدون سعاد، " استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة الإعلامية"، (مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، 2016).

- 3- عبد الله السعيد، بالصحراوي علي، بن عليّة هجيرة، " الإرشادات الإذاعية ودورها في غرس الوعي المروري"، (مذكرة ليسانس أكاديمي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014).
- 4- الغامدي سعيد بن فالح، الغامدي محمد بن سعيد، " الثقافة المرورية وعلاقتها بحوادث السير"، دراسة استطلاعية بمحافظة جدة، (منشورة).
- 5- وانيس ليندة، " مسموعية الإذاعة ودورها في نشر الوعي المروري"، (مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015).
- 6- كبان أحمد، " تأثير الإذاعة الجهوية لعين الدفلى على الثقافة المرورية لمستمعيها"، (مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجليلاني، بونعامة، 2015).
- 7- تباري عبير، " الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر"، (مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012).
- 8- بن عباس فتيحة، " دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر"، (أطروحة دكتوراه في علم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012).
- 9- شعباني مالك، " دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي"، (مذكرة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006).
- 10- بن بوكريطة أمال الهاشمي، " دور الإذاعة المحلية في تكوين وتعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية والحفاظ عليها"، (مذكرة ماستر، جامعة الجليلاني، بونعامة خميس مليانة، 2015).
- 11- لخضر طاهري، " واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها للمشكلات الاجتماعية"، (مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012).
- 12- لطيف لبني، " دور برامج إذاعة بسكرة في تنمية المجتمع المحلي"، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية، جامعة بسكرة، 2012.
- 13- سويقات لبني، " الإعلام المحلي وأبعاده التنموية في المجتمع"، (مذكرة ماجستير، جامعة وهران، 2010).

- 14- دروازي مصطفى، " تفاعل المجتمع الرياضي مع الحصص الحوارية الرياضية"، (مذكرة ماجستير في علم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012).
- 15- أوكادي نسيم، " الإذاعة ودورها في التنمية المحلية"، (مذكرة ليسانس، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012).
- 16- بوهين سليمة، بوروس سلمى، " دور إذاعة جيجل في الترويج للسياحة المحلية"، (مذكرة ماستر، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2017).
- 17- عيوشي عبد السلام، " الإستراتيجية الإتصالية للإذاعة الجهوية في تنمية المجتمع المحلي"، (مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012).
- 18- ولد قادة أحلام، " تأثير الإذاعة المحلية على المرأة الماكثة في البيت"، (مذكرة ماستر، جامعة د/مولاي الطاهر، سعيدة، 2016).
- 19- بن عزة فاطمة الزهراء، " الإذاعة المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام"، (أطروحة دكتوراة في علم اجتماع الاتصال، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان، 2017).
- 20- شعبان اليمين، " الإعلام والتوعية الأسرية في المجتمع الجزائري"، (مذكرة ماجستير في علم الاجتماع العائلي، جامعة الحاج لخضر، باتنة).

سادسا: المواقع.

- 1- [www.radiologie.dz/news/ar/article.16/07/2017.117269.h](http://www.radiologie.dz/news/ar/article.16/07/2017.117269.h) 9 :15.
- 2- <https://www.ouarsenis.com/vB/showthread?t=54542>, 21/02/2018, 10 :29.
- 3- [Gwrg555.Blogspot.com/p/read.Mor.htm](http://Gwrg555.Blogspot.com/p/read.Mor.htm).[www.htm](http://www.htm).20/02/2018,11 :20
- 4- الإذاعة ودورها في التنمية، [file:/// I](http://file:///I)، [Ao/ kadaya saa](http://Ao/kadaya_saa) % c2 % تم الإطلاع عليه يوم 2018/03/05، على الساعة 10:03.
- 5- التوعية المرورية: الخصائص والأهداف، السلامة المرورية، % c2 % [file:///I](http://file:///I)، تم الإطلاع عليه يوم 2018/02/07، على الساعة: 15:18.
- 6- الجلامدة فرح، التوعية المرورية: الثقافة المرورية وأثارها للحد من حوادث المرور، % c2 % [file:///ae/070.pdf](http://file:///ae/070.pdf)، تم الإطلاع عليه يوم: 2018/02/19، على الساعة 15:23.

- 7- تعريف معنى ومساهمة بالعربي في المعجم الوسيط اللغة العربية المعاصرة، معجم عربي عربي.  
34: h14 على الساعة 9/8/02018 تم الإطلاع عليه يوم file:///I : % c2% ao/
- 8- شلوش محمد، الإذاعة الجزائرية: النشأة والمسار، radio de file:///I:/%c2%ao/koteyb،  
تم الإطلاع عليه يوم 2018/02/15، على الساعة 11.06.
- 9- ماهو تعريف السلامة المرورية، تخصصات بيت كوم، c file:/// : vrsers/ afaks/ desk stop/ html/  
تم الإطلاع عليه يوم 2018/10/01، على الساعة 13:43.
- 10- مجتمع محلي- ويكينديا الموسوعة الحرة- html //g:// file : تم الإطلاع عليه يوم  
2018/01/10، على الساعة 13:54.
- 11- مشعلة فاطمة، مفهوم المجتمع المحلي، http : //nwdoo3. Com، تم الإطلاع عليه يوم  
2018/01/10، على الساعة 10:30.
- 12- ملف كامل عن التوعية المرورية c file:/// : vses/ afats/ desk top/ html، تم الإطلاع عليه  
يوم 2018/01/10، على الساعة 13:54.
- 13- منير ضبي، الثقافة والتوعية المرورية بين المفهوم والممارسة، مجلة العلوم الاجتماعية،  
fil:///c :vrsers/afek/desktop.htm، تم الإطلاع عليه يوم 2018/02/25، على  
الساعة 11:28.

#### سابعا: المقابلات

- 1- أرشيف الإذاعة.
- 2- مقابلة مع بوجعدار بلال، مدير قسم الإنتاج بإذاعة جيجل المحلية، يوم 2018/04/03، على  
الساعة 11:15.
- 3- مقابلة مع بوجميلة يوسف، صحفي بإذاعة جيجل المحلية، يوم 2018/04/14، على الساعة  
11:00.
- 4- مقابلة مع عياشي الياس، مدير إذاعة جيجل المحلية حول استراتيجية الإذاعة المنهجية في  
التوعية المرورية، يوم 2018/03/20، على الساعة 11:30.

الملاحق



جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث حول:

مساهمة إذاعة جيجل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي  
دراسة ميدانية على مستمعي إذاعة جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي في إطار تحضير مذكرة تخرج ماستر، في علم الإعلام والاتصال  
لذا نرجو منكم المساعدة في ملء هذه الاستمارة، بعد قراءتها قراءة متأنية والإجابة عنها بكل دقة  
وموضوعية.

إشراف الأستاذة:

د/ هند عزوز.

إعداد الطالبتين:

✓ خالدة بوقريبة.

✓ صليحة لقربوي.

ملاحظة:

نعدكم أن بيانات هذه الاستمارة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

الرجاء وضع العلامة (X) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية: 2017 / 2018

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1. الجنس: ذكر  أنثى

2. السن:

3. المستوى التعليمي:

أمي  ابتدائي  متوسط

ثانوي  جامعي

4. مكان الإقامة: ريف  مدينة

المحور الثاني: مدى إقبال مستمعي إذاعة جيغل المحلية على برامج التوعية المرورية.

5. هل تستمع لبرامج إذاعة جيغل المحلية؟

دائما  أحيانا  نادرا

6. ما هي الفترات التي تستمع فيها لبرامج إذاعة جيغل المحلية؟

صباحا  مساء  ليلا  حسب الظروف

7. هل تستمع لبرامج إذاعة جيغل المحلية الخاصة بالتوعية المرورية؟

دائما  أحيانا  نادرا

8. هل تحضى برامج التوعية المرورية المقدمة بإذاعة جيغل المحلية باهتمامك؟

دائما  أحيانا  نادرا

9. من بين هذه البرامج الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية ما هو البرنامج الأكثر استماعا لديك؟.

السلامة المرورية  إشارة مرور  تمهل لدينا سؤال

10. ما هو الحجم الساعي الذي تقضيه في استماعك لبرامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية؟

أقل من ساعة  ساعة  أكثر من ساعة  حسب الظروف

11. أين تستمع لبرامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية؟.

المنزل  المركبة  مقر العمل

أخرى تذكر.....

12. ما هي الوسيلة المفضلة لاستماعك لبرامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية؟.

الهاتف النقال  الراديو الفضائي  جهاز الراديو  راديو الأنترنت

13. هل توقيت بث برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية يناسبك لسماعها؟.

نعم  لا

14. عندما تتابع برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية هل تستمع إلى:

كل البرنامج  جزء من البرنامج  بشكل متقطع

15. هل تحرص على إبداء الأفكار والمشاركة في برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية؟.

نعم  لا

إذا كانت الإجابة ب "نعم"، ما طريقة المشاركة التي تستخدمها؟

- عن طريق الهاتف.

- عن طريق البريد الإلكتروني.

- عن طريق الرسائل القصيرة.

أخرى تذكر.....

16. هل تستمع لبرامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية؟.

باهتمام كبير  بشكل عادي  دون اهتمام

المحور الثالث: مدى إسهام إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية لدى المجتمع المحلي.

17. هل ترى أن برامج التوعية المرورية التي تبثها إذاعة جيغل المحلية تسهم في نشر قواعد وآداب

السلامة المرورية لدى المجتمع المحلي؟.

نعم  لا

إذا كانت الإجابة ب "لا" لماذا لا تسهم هذه البرامج في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية؟

- نقص المعلومات حول قواعد السلامة المرورية.

- استخدام اللغة الأجنبية في تقديم البرامج.

- عدم الإشهار لها بشكل كاف من طرف إذاعة جيغل المحلية.

- عدم تقديم قراءة معمقة لقواعد السلامة المرورية.

- عدم بثها في أوقات مناسبة.

أخرى تذكر.....

18. هل تساهم برامج التوعية المرورية في تذكيرك باحترام قوانين المرور؟.

نعم  لا

19. هل أضافت لك برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية معلومات جديدة حول سبل تحقيق السلامة المرورية؟.

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم، فيما تتمثل هذه المعلومات؟

- تفقد السيارة باستمرار.
- معلومات عن مسافة الأمان.
- معلومات حول التجاوز الممنوع.
- معلومات حول رخصة السياقة بالتنقيط.

- أخرى تذكر.....

20. كيف تقيم برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية؟.

جيدة  متوسطة  ضعيفة

21. ما الذي يثير اهتمامك عند الاستماع لبرامج التوعية المرورية في إذاعة جيغل المحلية؟.

- موضوع البرنامج.
- النصائح والإرشادات التوعوية المرورية في البرنامج.
- ذكر خسائر حوادث المرور.
- الاستمالات الإقناعية التي يتضمنها البرنامج.

- أخرى تذكر.....

22. في رأيك ما هو الهدف من بث إذاعة جيغل المحلية لبرامج التوعية المرورية؟.

يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- إعلام الجمهور (مشاة، ركاب، سائقين) بقوانين المرور.
- ترسيخ السلوك المروري لدى مستعملي الطريق.
- نشر التوعية المرورية.
- التطرق إلى مواضيع الساعة.

- معالجة مشاكل حوادث المرور.
- التقليل من احتمالية وقوع الحوادث المرورية.
- وضع مشاكل المرور أمام الرأي العام لمناقشتها وإيجاد حلول لها.
- أخرى تذكر.....

23. هل ترى أن برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية تساهم في تدعيم ثقافتك المرورية؟.

- دائماً  أحياناً  نادر

24. هل تعتقد أن إذاعة جيغل المحلية تساهم بفعالية في معالجة القضايا المرورية؟.

- نعم  لا

إذا كانت الإجابة ب "نعم" هل من خلال:

- تكثيف برامج التوعية المرورية.
- الومضات التحسيسية اليومية.
- تنويع الحملات المرورية.
- الخرجات الميدانية التحسيسية.
- التنسيق مع أمن الولاية.

..... أخرى تذكر.....

المحور الرابع: الإشباع المحققة من برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية

25. هل ما تقدمه إذاعة جيغل المحلية من برامج توعية مرورية يشبع رغباتك؟.

- نعم  لا

إذا كانت إجابتك ب "لا" هل السبب يعود إلى:

- قلة برامج التوعية المرورية.
- سطحية المواضيع التوعوية المرورية.
- الأساليب الإقناعية غير المؤثرة.
- عدم وجود أساليب الجذب الفني في البرامج المعنية.

..... أخرى تذكر.....

26. هل أنت راض على محتوى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية؟.

إلى حد كبير  إلى حد ما  غير راض

27. هل ترى أن إذاعة جيغل المحلية تلبى احتياجاتك في مجال التوعية المرورية؟.

نعم  لا

إذا كانت الإجابة ب "نعم" فيما تتمثل؟.

- الحاجة إلى تعديل السلوك بما يتوافق مع قوانين المرور.

- خلق شعور بالالتزام بقوانين المرور.

- الحاجة إلى تكوين المعرفة الكافية عن قوانين المرور.

- أخرى تذكر.....

28. في رأيك هل استطاعت إذاعة جيغل المحلية من خلال حملات التوعية المرورية تشكيل الوعي

المروري لدى مستخدمي الطريق؟.

نعم  لا

29. هل ترى أن هناك ضرورة لزيادة برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية بما يتوافق مع

احتياجات الجمهور؟.

نعم  لا

30. إذا كانت التوعية المرورية هي إحدى الإجراءات المتخذة للتقليل من حوادث المرور فهل هناك

إجراءات أخرى في رأيك؟.

نعم  لا

إذا كانت الإجابة ب "نعم" ماهي هذه الإجراءات؟.....

.....

31. ما هي الاشباكات التي تحققت لديك من خلال الاستماع إلى برامج التوعية المرورية بإذاعة

جيغل المحلية؟.

يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- الحصول على معلومات حول قوانين المرور الجديدة.

- ازدياد الوعي المروري بخطورة حوادث المرور.

- الالمام بعناصر السلامة المرورية.

- سبل التعامل في حال وقوع حوادث المرور.

- أخرى تذكر.....

المحور الخامس: تأثير برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية على سلوك المستمعين في مجال التوعية المرورية

32. هل تؤثر برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية إيجاباً على سلوكك بعد التعرض إليها؟.

لا

نعم

في حال الإجابة ب "نعم" هل تلاحظ أنك أصبحت:

- أكثر احتراماً لإشارات المرور.

- تنبه إلى وضع حزام الأمان أكثر من ذي قبل.

- تخفيف السرعة.

- أكثر انتباهاً عند قطع الطريق.

- أخرى تذكر.....

33. ما هي الجوانب التي تتأثر أكثر بعد استماعك إلى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية؟.

الجانب السلوكي

الجانب المعرفي

الجانب الوجداني

34. من بين الحصص الآتية، ما هي الحصص التي غيرت سلوكك أكثر بعد الاستماع إليها بإذاعة جيغل المحلية؟.

تمهل لدينا سؤال

إشارة مرور

السلامة المرورية

- أخرى تذكر.....

35. هل حدث وأن قمت بسلوك معين حثك عليه برنامج مروري أثناء سماعك له؟.

لا

نعم

إذا كانت الإجابة "بنعم"، أذكر بعض السلوكيات التي قمت بها أثناء سماعك للبرنامج؟.

.....

36. هل تلتزم بتطبيق النصائح المرورية المقدمة من قبل إذاعة جيغل المحلية أثناء استخدام الطريق؟.

أبداً

أحياناً

دائماً

37. ما هي برامج التوعية المرورية التي تؤثر فيك أكثر، هل هي المصحوبة ب؟.

- إرشادات مرورية.

- أسلوب التخويف.
- عقوبات قانونية.
- نصائح دينية.

**38.** بحسب برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية ما هي أسباب عدم احترام قوانين المرور؟  
يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- الاستهتار واللامبالاة.
- عدم الامام بقواعد وآداب المرور.
- عدم مساهمة أفراد المجتمع في التوعية المرورية أو الإبلاغ عن مخالفين لقواعد المرور.
- التعود على مخالفة القوانين.
- الاضرار إلى مخالفتها أحيانا.
- أخرى تذكر.....

اقتراحات مقدمة لتحسين برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية لتقليل من حوادث المرور؟.

**39.** في رأيك ماذا تقترح لتحسين البرامج الإذاعية المحلية المتعلقة بالتوعية المرورية؟.

يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- زيادة الحجم الساعي لبرامج التوعية المرورية.
- تقديم البرامج بأسلوب إقناعي.
- بث البرامج بلغة واضحة وسهلة
- نشر البرنامج أو مقاطع منه في مواقع التواصل الاجتماعي.
- ربط التوعية المرورية بالقيم الدينية.
- التنوع أكثر في مضمون البرامج.
- أخرى تذكر.....

**40.** في رأيك ماهي الأمور التي يجب مراعاتها في بث برامج التوعية المرورية؟.

يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- مراعاة أوقات البث.
- توجيه برامج التوعية للسائقين.



- معالجة القضايا المرورية الحساسة .

- مراعاة احتياجات الجمهور .

- أخرى تذكر.....

**41.** ما هي اقتراحاتك بشأن تقليل حوادث المرور عبر الطرقات؟.

يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- تفعيل دور رجال المرور عبر الطرقات.

- تفعيل دور وسائل الإعلام في نشر الوعي المروري.

- تفعيل دور المؤسسات والمنظمات للقيام بحملات التوعية المرورية.

- توعية كافة المواطنين بمخاطر حوادث المرور.

- تفعيل دور الأسرة في توعية الأبناء.

- تشديد العقوبات على المخالفين لقواعد المرور.

- أخرى تذكر.....

# فهرس الجداول

ص	عنوان الجدول	الرقم
100	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	01
101	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	02
102	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	03
103	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.	04
104	يبين مدى استماع الباحثين لبرامج إذاعة جيجل المحلية وفق متغير السن.	05
105	يبين الفترات التي يستمع فيها أفراد الباحثين لبرامج إذاعة جيجل المحلية وفق متغير الجنس.	06
106	يبين مدى استماع أفراد العينة لبرامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية وفق متغير المستوى التعليمي.	07
107	يبين البرامج الأكثر استماعا لدى أفراد العينة وفق متغير الجنس.	08
109	يبين مدى إثارة برامج التوعية المرورية اهتمام الباحثين وفق متغير السن.	09
110	يبين الحجم الساعي الذي يقضيه الباحثون في الاستماع لبرامج التوعية المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.	10
111	يبين أماكن استماع الباحثين لبرامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.	11
112	يبين الوسيلة المفضلة لاستماع لبرامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.	12
113	يبين مناسبة توقيت برامج التوعية المرورية بالنسبة للباحثين وفق متغير الجنس.	13
114	يبين مدى متابعة الباحثين لبرامج التوعية المرورية أثناء الاستماع للبرنامج وفق متغير السن.	14
115	يبين طريقة الباحثين في إبداء الأفكار والمشاركة في برامج التوعية المرورية بإذاعة جيجل المحلية وفق متغير المستوى التعليمي.	15
117	يبين طبيعة استماع جمهور إذاعة جيجل المحلية للبرامج الخاصة بالتوعية المرورية وفق متغير الجنس.	16
118	يبين إسهام إذاعة جيجل المحلية في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية لدى المجتمع المحلي وفق متغير المستوى التعليمي.	17

120	يبين الأفراد الذين أجابوا ب"لا" تساهم إذاعة جيغل المحلية في نشر قواعد وآداب السلامة المرورية لدى المجتمع المحلي وفق متغير المستوى التعليمي.	18
122	يبين إسهام برامج التوعية المرورية في تذكير المبحوثين باحترام قوانين المرور وفق متغير الجنس.	19
123	يبين المعلومات الجديدة التي أضافتها برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية للمبحوثين حول سبل تحقيق السلامة المرورية وفق متغير الجنس.	20
124	يبين كيف يقيم المبحوثون مستوى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية وفق متغير المستوى التعليمي.	21
126	يبين ما الذي يثير اهتمام المبحوثين عند الاستماع لبرامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.	22
128	يبين الهدف من بث إذاعة جيغل المحلية لبرامج التوعية المرورية من وجهة نظر المبحوثين وفق متغير المستوى التعليمي.	23
131	يبين مدى مساهمة برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية في تدعيم الثقافة المرورية لدى المبحوثين وفق متغير الجنس.	24
132	يبين وجهة نظر المبحوثين حول مدى فعالية إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.	25
133	يبين طرق إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.	26
135	يبين ما إذا كان ما تقدمه إذاعة جيغل المحلية من برامج التوعية المرورية يشبع رغبات المبحوثين وفق متغير الجنس.	27
136	يبين مدى رضى المبحوثين على محتوى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية وفق متغير المستوى التعليمي.	28
138	يبين طبيعة الحاجات التي تلبها إذاعة جيغل المحلية للمبحوثين في مجال التوعية المرورية وفق متغير الجنس.	29
139	يبين مدى استطاعة إذاعة جيغل المحلية من خلال حملات التوعية المرورية تشكيل الوعي المروري لدى مستعملي الطرق وفق متغير الجنس.	30

140	يبين ضرورة زيادة برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية بما يتوافق مع احتياجات الجمهور وفق متغير الجنس.	31
141	يبين ما إذا كانت هناك إجراءات أخرى للتقليل من حوادث المرور إلى جانب التوعية المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.	32
142	يبين المبحوثين الذين أجابوا بـ "نعم" هناك إجراءات أخرى للتقليل من حوادث المرور إلى جانب التوعية المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.	33
146	يبين الإشباعات المحققة للمبحوثين من خلال الاستماع إلى برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية وفق متغير الجنس.	34
147	يبين التأثير الإيجابي لبرامج التوعية المرورية على سلوك المبحوثين بعد التعرض إليها وفق متغير الجنس.	35
148	يبين كيف أصبح المبحوثون بعد التعرض لبرامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.	36
149	يبين الجوانب التي تتأثر أكثر بعد استماع المبحوثين لبرامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية وفق متغير الجنس.	37
151	يبين البرنامج الذي غير أكثر سلوك المستمعين بعد الاستماع إليه بإذاعة جيغل المحلية وفق متغير الجنس.	38
152	يبين قيام المبحوثين بسلوك معين حثه عليه برنامج مروري أثناء سماعه له وفق متغير الجنس.	39
153	يبين بعض السلوكيات التي تحث عليها برامج التوعية المرورية والتي قام بها المستمعون أثناء سماعهم لها وفق متغير السن .	40
156	يبين مدى التزام المبحوثين بتطبيق النصائح المرورية المقدمة من قبل إذاعة جيغل المحلية أثناء استخدام الطريق وفق متغير مكان الإقامة.	41
157	يبين الأسلوب الأكثر تأثيرا على المبحوثين الذي يتضمنه برنامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.	42
159	يبين أسباب عدم احترام قوانين المرور بحسب ما تقدمه برامج التوعية المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.	43

161	يبين الاقتراحات التي يراها المبحوثون ناجعة لتحسين البرامج الإذاعية المحلية المتعلقة بالتوعية المرورية وفق متغير الجنس.	44
163	يبين الأمور التي يجب مراعاتها في بث برامج التوعية المرورية وفق متغير الجنس.	45
165	يبين الاقتراحات التي يراها المبحوثون قادرة على الحد أو التقليل من حوادث المرور وفق متغير المستوى التعليمي.	46

# فهرس الأشكال

ص	عنوان الشكل	الرقم
100	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	01
101	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	02
102	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	03
103	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.	04
255	كيف يقيم المبحوثين مستوى برامج التوعية المرورية وفق متغير المستوى التعليمي.	05





# فهرس الموضوعات

ص	المحتوى
	بسملة.
	دعاء.
	شكر وتقدير.
أ	مقدمة.
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة</b>	
3	أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
5	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع.
6	ثالثاً: أهمية الدراسة وأهدافها.
6	3-1 أهمية الدراسة.
6	3-2 أهداف الدراسة.
7	رابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة.
14	خامساً: الدراسات السابقة.
28	سادساً: فرضيات الدراسة.
29	سابعاً: المقاربة النظرية للدراسة.
29	7.1 نظرية الاستخدامات والاشباعات.
35	7.2 نظرية طلب (التماس) المعلومات.
37	ثامناً: منهج الدراسة وأدواته.
37	8.1 منهج الدراسة.
39	8.2 أدوات الدراسة.
40	- الاستبيان.
41	- الملاحظة.
42	تاسعاً: عينة الدراسة ومجالها الزمني والمكاني.
43	9.1 عينة الدراسة.
44	9.2 المجال الزمني والمكاني للدراسة.

الفصل الثاني: دور الإذاعة المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي	
49	تمهيد
50	أولاً: الإذاعة المحلية، نشأتها، خصائصها، أهميتها وأهدافها.
50	1.1- نشأة الإذاعة المحلية في العالم الغربي والعربي.
50	1.1.1 في العالم الغربي.
51	2.1.1 في العالم العربي.
52	2.1- أسباب انتشار الإذاعة المحلية.
53	3.1- أهمية الإذاعة المحلية.
54	4.1- أهداف الإذاعة المحلية.
56	5.1- خصائص الإذاعة المحلية.
57	6.1- أنواع الإذاعات المحلية.
59	7.1- وظائف الإذاعة المحلية.
61	8.1- التخطيط للإذاعة المحلية.
63	9.1- جمهور الإذاعة المحلية وخصائصه.
63	9.1.1- جمهور الإذاعة المحلية.
64	9.2.1- خصائص جمهور الإذاعة المحلية.
64	ثانياً: الإذاعة المحلية في الجزائر
64	1.2- نشأة الإذاعة المحلية في الجزائر.
66	1.1.2 أسماء وتواريخ انطلاق الإذاعات المحلية في الجزائر.
69	2.2- ضرورة الإذاعة المحلية في الجزائر.
69	3.2- أسباب وأهداف تأسيس الإذاعة المحلية في الجزائر.
69	1.3.2- أسباب تأسيس الإذاعة المحلية في الجزائر.
70	2.3.2- أهداف تأسيس الإذاعة المحلية في الجزائر.
71	4.2- خصائص الإذاعة المحلية في الجزائر.
72	5.2- أنواع الإذاعات المحلية في الجزائر.

72	6.2- مهام الإذاعة المحلية.
73	ثالثا: التوعية المرورية: أهميتها، أبعادها، مقوماتها ومظاهرها.
73	1.3- أهمية التوعية المرورية.
75	2.3- أهداف التوعية المرورية.
78	3.3- خصائص التوعية المرورية.
79	4.3- أساليب التوعية المرورية.
80	5.3- مقومات التوعية المرورية.
85	6.3- التخطيط للتوعية المرورية.
86	7.3- مكونات عملية التوعية المرورية
88	8.3- أهم مظاهر التوعية المرورية في المجتمع المحلي.
88	رابعا: دور إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي.
88	1.4- أبعاد ومقومات المجتمع المحلي.
90	2.4- خصائص المجتمع المحلي.
91	3.4- نبذة عن إذاعة جيغل المحلية.
92	4.4- برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية.
93	5.4- إستراتيجية إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية.
94	6.4- دور الإذاعة في التوعية المرورية.
96	خلاصة الفصل.
<b>الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة</b>	
99	تمهيد
100	أولا: تفرغ وتحليل بيانات الجداول.
100	المحور الأول: تفرغ البيانات الشخصية
104	المحور الثاني: مدى إقبال مستمعي إذاعة جيغل المحلية على برامج التوعية المرورية.
118	المحور الثالث: مدى إسهام إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية لدى المجتمع المحلي.

135	المحور الرابع: الاشباعات المحققة من برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية.
147	المحور الخامس: تأثير برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية على سلوك المستمعين في مجال التوعية المرورية.
167	ثانيا: عرض النتائج العامة للدراسة
171	ثالثا: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
171	1.3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الأولى.
172	2.3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الثانية.
173	3.3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الثالثة.
743	4.3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الرابعة.
175	رابعا: أفاق الدراسة
177	خلاصة الفصل.
179	الخاتمة.
182	قائمة المصادر والمراجع.
	الملاحق.
	فهرس الجداول.
	فهرس الأشكال
	فهرس الموضوعات
	الملخص.

# ملخص الدراسة

جاءت هذه الدراسة بعنوان " مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى

### المجتمع المحلي "

وهدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على موضوع التوعية المرورية، ومعرفة الدور الذي تلعبه إذاعة جيغل المحلية في توعية المجتمع المحلي بمدى خطورة حوادث المرور، وللإجابة على إشكالية الدراسة التي تدور حول تساؤل رئيسي مفاده " مامدى مساهمة إذاعة جيغل المحلية في التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي ".

ويندرج تحت هذا التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية نوضحها في الآتي:

- ما مدى إقبال مستمعي إذاعة جيغل المحلية على برامج التوعية المرورية؟.
- ما مدى إسهام إذاعة جيغل المحلية في معالجة القضايا المرورية لدى المجتمع المحلي؟.
- هل ما تقدمه إذاعة جيغل المحلية من برامج في مجال التوعية المرورية يشبع رغبات الجمهور ويلبي حاجياتهم؟.
- هل تؤثر برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية على سلوك المستمعين في مجال التوعية المرورية؟.

ويهدف الإجابة على هذه التساؤلات تم الاعتماد على منهج التحليل الوصفي، الذي يعد مناسباً لطبيعة هذه الدراسة، واستخدمنا أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، وقد تضمنت الاستمارة 41 سؤال موزعة على خمسة محاور، وقد اعتمدنا على أداة الملاحظة كأداة مساعدة في تحليل وتفسير نتائج الدراسة، أما طريقة المعاينة فقد اخترنا العينة القصدية الغير عشوائية، وقد تم استطلاع آراء عينة من مستمعي إذاعة جيغل المحلية والمقدرة ب 100 مفردة.

وبعد جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، توصلت الدراسة إلى أهم النتائج الآتية:

- تحضى برامج التوعية المرورية باهتمام الباحثين أحياناً.
- يستمع مستمعو إذاعة جيغل المحلية لبرامج التوعية المرورية أحياناً.

- تساهم إذاعة جيغل المحلية بفعالية في معالجة القضايا المرورية لدى المجتمع المحلي، وذلك من خلال معالجة القضايا الحساسة في المجتمع.
- تهدف إذاعة جيغل المحلية من خلال برامج التوعية المرورية إلى نشر التوعية المرورية لدى المجتمع المحلي.
- تشبع برامج التوعية المرورية بإذاعة جيغل المحلية رغبات الجمهور، وتلبي حاجياتهم في مجال التوعية المرورية .
- تؤثر برامج التوعية المرورية إيجاباً على سلوك المستمعين في مجال التوعية المرورية بعد التعرض إليها.
- توصلت الدراسة إلى أنه لمعالجة المشكلة المرورية لا بد من تكامل الجهود الوطنية من حكومات ومؤسسات، من أجل حل هذه المشكلة.