

دور الإعلام الأمني في نشر الوعي والثقافة المرورية

د. عامر سالم علي الحصينان*

ملخص البحث

يعد الوصول إلى مرحلة الوعي الفردي والاجتماعي بالمشكلة المرورية وأخطارها مسؤولية جماعية تتحملها كل المؤسسات الاجتماعية بما فيها وسائل الإعلام، حيث إنّ لهذه الأخيرة دوراً مهماً في تنمية استقامة التفاعل المروري في المجتمع، ونصل إلى تحقيق الأمان المروري لجميع مستعملي الطريق. إذ إنّ من المؤكد أن الاستخدام الآمن للطريق يتطلب من الفرد أن يكون ملتزماً بقوانين المرور ولا يستخف بها، حتى لا يعرض نفسه وغيره للأخطار التي قد تصل إلى حد الوفاة. حقيقة أن حسن المعاملة والتعامل بين مختلف فئات مستعملي الطريق يدل على درجة الوعي التي وصل إليها المجتمع، فنجد حينها نظم السير محترمة بحذافيرها عن طواعية دون الخوف من العقوبات ولا من وجود شرطة المرور والرادارات، ولا يتأتى هذا الوضع إلا من خلال تأثير المحيط الاجتماعي بجوانبه المتعددة الذي نشأ فيه مستعمل الطريق (الأسرة، والمدرسة، والشارع، والإعلام والاتصال.... إلخ)، حيث ينهل منها معاني احترام القوانين وتقدير الغير.

تعد حوادث المرور من أهم المشكلات التي ما زالت تشكل نسبة كبيرة من مجموع الحوادث المسجلة في المجتمعات فإن التصدي لهذه المشكلة يُعد في غاية الأهمية، ونلاحظ أن نسبة الوفيات والإصابات من جراء الحوادث المرورية المسجلة تعد بصفة عامة مرتفعة، وهذا يحتم ضرورة إعداد استراتيجيات للسلامة المرورية، وتتضافر الجهود من أجل التصدي لتلك الحوادث بوصفها مسؤولية جماعية مشتركة تقع على عاتق مختلف فئات المجتمع، وحاولنا إعطاء مفهوم الوعي المروري ومكونات عملية التوعية المرورية، وأهم مظاهرها في المجتمع، فتعد وسائل الإعلام بأنواعها كافة وسيلة لخلق الوعي المروري في الثقافة المجتمعية، التي تساعد في الحد من الآثار السلبية الناجمة عن قلة الوعي المروري في ثقافة المجتمع.

الكلمات الافتتاحية: الإعلام الأمني- نشر الوعي - الثقافة المرورية

* استاذ مشارك اكاديميه سعد العبدالله للعلوم الامن

The role of security media in spreading awareness and traffic culture

ABSTRACT:

Reaching the stage of individual and social awareness about the traffic issue and its dangers is everyone's responsibility. This shall be taken by all social institutions, including the media, as it has an important role in fostering the respect of traffic interaction in society, as well as reaching the road safety for all its users.

As it is certain that the safe use of the road requires the individual to abide by the traffic laws and not to underestimate them; so as not to expose himself and others to dangers that may lead to death. The fact is that the good treatment and interaction between the various categories of road users indicates the degree of awareness that the society has reached. Then, we find that traffic systems are fully and voluntarily respected without any fear of penalties or of the presence of traffic police and radars. This situation only results from the influence of the social environment (the family, the school, the street, the media and communication... etc.) in its multiple aspects, in which the road user grew up. They shall learn from these environments the meaning of respecting law and appreciating others.

Traffic accidents are one of the most important issues that still make a large percentage of the total number of accidents recorded in societies. Addressing this issue is highly important. We notice that the percentage of deaths and injuries as a result of recorded traffic accidents is generally high, and this necessitates the need to prepare strategies for traffic safety, and efforts should be increased to deal with these accidents, as it's everyone's responsibility for all the society's groups. We tried to define the concept of traffic awareness, the components of its process, and its most important manifestations in society. All media are a way to create traffic awareness in the society culture, which helps to reduce the negative effects caused by the lack of traffic awareness in this culture.

Key words:

security information- Awareness-raising- traffic awareness culture

المقدمة:

نعيش اليوم عصر التكنولوجيا وتطور وسائل الإعلام والاتصال بما عكس على التواصل الاجتماعي داخل النسق الاجتماعي بمختلف مكوناته وعناصره، وذلك نتيجة الحاجة الملحة للمعلومات والأخبار التي يحتاجها الأفراد والجماعات. ومن ثم أصبحت المجتمعات المتقدمة تعطي أهمية كبيرة للإعلام والاتصال الجماهيري بما يسمح لها بتطوير الحياة الاجتماعية وتقديم خدمات بفاعلية وفق ما يحتاج إليه الأفراد والمؤسسات الاجتماعية، ويمتد الهدف من تطوير وسائل الإعلام والاتصال إلى استخدامها بفاعلية في مواجهة المشكلات التي يعاني منها المجتمع^(١).

تزداد الحاجة إلى الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقداً وارتفع المستوى التفكيرى والتعليمي والثقافي لأفراده، ويعدّ الإعلام المرآة العاكسة لما يستجد على ساحات الحياة ومجالاتها من تطورات وتفاعلات تحدث تأثيرها المباشر وغير المباشر على الشعوب، لذا فقد أصبح الإعلام محوراً أساسياً لمختلف الظواهر الإنسانية فاختلقت بذلك أنواعه بعدما ظلّ حِقْبَة طويلة مرتبطاً بالسياسة كمضمون له، فاتسعت مجالاته حالياً وأصبح يشمل عدداً من التخصصات القضايا؛ إذ أصبح يأخذ صفة القضية التي يتناولها، فإذا كانت سياسية يكون إعلاماً سياسياً، وإذا كانت اقتصادية يصبح إعلاماً اقتصادياً، ويكون الإعلام أمنياً عندما تكون القضية التي يتناولها قضية أمنية تتعلق بسلامة البشر وسلامة أعراسهم وأموالهم، ويُعدّ هذا الأخير إعلاماً حديثاً مقارنةً بالأنواع الإعلامية الأخرى غير أنه ما زال في خطواته الأولى^(٢).

يمكن اعتبار الإعلام بذلك جسراً للتواصل بين الطرفين لأنه يهدف إلى تعزيز التفاعل وخلق الوعي في كثير من الدول والمساعدة في إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات الاجتماعية، ولعل من بين المشكلات العصرية مشكلة حوادث الطرقات التي يعاني منها العالم اليوم وما تخلفه من خسائر مادية وبشرية.

فتطور المجتمعات وزيادة الحركة والسير لتحقيق التنمية والإسراع في التطور بمختلف مجالات الحياة الإنسانية أدى في الآونة الأخيرة إلى ارتفاع في حوادث المرور، وفي ظل هذا الوضع يجب على المنظمات والجهات المعنية معالجة هذه الظاهرة وإيجاد حلول سريعة وعلى رأسها المؤسسات الإعلامية التي يتحتم عليها الاستجابة السريعة للتطورات الحاصلة في الحياة المرورية وذلك لما لها من أهمية في خلق الوعي، ومحاولة تعديل السلوكيات تجاهها، وبناءً على هذه الاعتبارات تأتي أهمية موضوع بحثنا الذي نحاول من خلاله إبراز دور الإعلام ودوره في خلق مستوى من الوعي والثقافة المرورية^(٣).

يمكن استعمال وسائل الإعلام والاتصال وفق ما يشير إليه الإعلام المروري الذي يشمل كل المؤسسات الاجتماعية في العمل على تنمية السلوكيات المرورية الآمنة، من خلال مخاطبة عقول الأفراد والجماعات من مستعملي الطريق على أي وجه كانوا، بغرض الالتزام بالسلوكيات الآمنة التي تسهم في تحقيق السلامة لهم جميعهم^(٤).

يمكن لوسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية أن تقدم برامج إعلامية هادفة تسعى إلى محاولة تعديل السلوكيات المرورية اللائقة التي يجسدها الأفراد في أثناء استعمالهم الطريق وتتسبب في وقوع حوادث مرورية متفاوتة الخطورة، تخلف إهداراً للطاقة

البشرية والقدرات المادية فدور وسائل الإعلام حيوي جداً نظراً لقدرة تأثيره في تغيير الثقافات العامة وفي نشر الوعي والثقافة المرورية^(٤).

أولاً: إشكالية البحث:

كما ذكرنا تزداد الحاجة للإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيداً وتقدماً وارتفع المستوى الفكري والتعليمي والثقافي للأفراد؛ لذا اتجه الإعلام مثلما اتجهت الحياة للتخصص وذلك لأنه يعد القلم الذي ينطق بالواقع.

وتتمثل المشكلة البحثية في ضعف الثقافة المرورية لدى الشعب، وللإعلام دورٌ مهمٌ في إيصال المعلومات الأمنية الخاصة بالوعي والثقافة المرورية التي ظلت حكرًا على الجانب الأمني إلى وقتٍ معين، فلمعالجة ندرة الوعي والثقافة المرورية يعمل جهاز الإعلام بوسائله كافةً على نشر هذه التوعية التي تعد من أهم الجوانب التي يتطرق إليها الإعلام الأمني ويعمل على تطبيقها للكف من الحوادث التي أصبحت من أكبر المشاكل التي تعاني منها الدول جميعها لما تسببه من أضرارٍ وخسائرٍ اجتماعيةٍ واقتصاديةٍ.

إذ تكتسب هذه التوعية أهمية كبيرة في تفعيل الدور التربوي الإنساني والأخلاقي في استعمال وسائل المواصلات العامة والخاصة بالقدر الذي يعكس أهمية وجودها في التواصل، وتمكن الإنسان من عبور المسافات القريبة والبعيدة بسلامة وأمان؛ الأمر الذي دعا ل طرح التساؤل الآتي:

- هل توجد علاقة بين مستوى وسائل الإعلام ومستوى الوعي والثقافة المرورية لدى المجتمع؟ وتندرج عنه تساؤلات فرعية وهي كالآتي:
- هل توجد علاقة بين مستوى الإعلام ومستوى الوعي المروري في الجانب الاجتماعي؟
- هل توجد علاقة بين مستوى الإعلام ومستوى التزام السائقين بنظام المرور؟
- هل توجد علاقة بين مستوى الإعلام ومستوى الالتزام بأخلاقيات القيادة؟
- هل توجد علاقة بين مستوى الإعلام المروري ومستوى الوعي المروري؟

ثانياً: أهداف البحث:

نجد أنّ كل الدراسات لها عدة أهداف تركز عليها بغية الوصول إلى غايتها، وكانت أهداف الدراسة كالآتي:

- تهدف الدراسة لتعرّف الواقع الإعلامي والأهمية وخصائصه في المجتمع.
- الكشف على مدى وعي المجتمع بأهمية الإعلام في نشر الوعي والثقافة المرورية.
- توضيح مدى إسهام وسائل الإعلام بأنواعه كافة في الوعي والثقافة المرورية لدى المجتمع.

ثالثاً: أهمية البحث:

تتمثل أهمية الدراسة بدور وسائل الإعلام وعلاقته بمستوى الوعي والثقافة المرورية لدى المجتمع، كالآتي:

- إبراز أهمية وسائل الإعلام في دعم الوعي المروري داخل المجتمع.
- رسم صورة واقعية حول الإعلام من خلال أهميته والجوانب التطبيقية له.
- بيان أهمية الإعلام في نشر الثقافات داخل المجتمع.

رابعاً: أسباب اختيار الموضوع:

للقيام بأي دراسة لا بد من أسباب تدفع الباحث إلى الأمام للوصول إلى نتائج صحيحة، ومن أسباب اختيار موضوع البحث الحالي هي:

- لتعريف وسائل الإعلام وعلاقته بمستوى الوعي المروري لدى المجتمع، وكيفية تحقيق وتطبيق هذا الأمر.
- نقص الدراسات السابقة الخاصة بدور وسائل الإعلام وعلاقتها بمستوى الوعي المروري لدى المجتمع.

خامساً: منهجية البحث:

لقد أعتد المنهج الوصفي التحليلي في هذا البحث وذلك بجمع المعلومات من المصادر المتوافرة، وكذلك تحليل مضمون المعلومات النظرية والدراسات المتوافرة والكتب والدوريات والنشرات والمجلات والأبحاث ذات العلاقة بموضوع البحث، وذلك بهدف تعريف دور وسائل الإعلام في التوعية والثقافة المرورية.

سادساً: الدراسات السابقة:

(١) الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: دراسة تحت عنوان: "دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر" ٢٠١٧^(٥).

فقد عالجت فيها الباحثة دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر وذلك بمقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية التي تضمنت جملة من التساؤلات حول دور الإعلام وأهدافه، فهدفت الدراسة إلى معرفة الاستراتيجيات المعتمدة في التوعية والوقاية من حوادث المرور، واستعملت المنهج الوصفي الاستطلاعي.

من أهم نتائج الدراسة التي توصلت إليها الباحثة أن التلغاف يسهم في تبليغ الرسالة الوقائية عبر برامجه وأركانه والحصص التي تعالج مسألة أمن الطرقات وتفادي حوادث المرور، إلى جانب ذلك اشترك الإعلام مع الهيئات المختصة لتسطير برامج عملية إعلامية للتوعية والتحسين.

الدراسة الثانية: رسالة ماجستير بعنوان: "دور القناة الإذاعية الأولى في التوعية المرورية"
٢٠١٦^(٦).

تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة دور الإذاعة الوطنية ممثلة في القناة الأولى في التوعية المرورية للسائقين ولرجال الأمن، ويندرج ضمنها جملة من التساؤلات حول مدى إقبال السائقين ورجال الأمن على برامج التوعية المرورية، وهل لبرامج التوعية المرورية أهمية لدى السائقين؟

وقد توصلت إلى جملة من النتائج من بينها أنّ التلفاز والإذاعة يحتلان المراتب الأولى في ترتيب وسائل الإعلام المفضلة للتوعية المرورية، فبينت الدراسة أن هناك إقبالاً على الاستماع إلى الإذاعة من طرف السائقين وأنّ المدة الصباحية هي أفضل الأوقات للاستماع لبرامج التوعية المرورية.

الدراسة الثالثة: مذكرة بعنوان: "الإرشادات الإذاعية ودورها في غرس الوعي المروري"
٢٠١٣^(٧).

انطلقت الدراسة من الإشكالية الآتية: كيف تُسهم الإرشادات الإذاعية في غرس الوعي المروري لدى سائقي الأجرة؟ فعلى الرغم من تنوع البرامج الإذاعية التوعوية حول مخاطر حوادث المرور والإرشادات المرورية من أجل غرس الوعي المروري إلا أننا نشهد ارتفاع وتيرة حوادث المرور والخسائر الجسدية والمادية الناجمة عنها.

فتتعلق الدراسة من ثلاث فرضيات أساسية فالأولى مفادها أنّ الإرشادات المرورية تؤدي دوراً مهماً في تنمية الوعي المروري لدى السائقين، والثانية أنّ الإذاعة تستعمل عدة أساليب لغرس الوعي المروري لدى السائقين، بينما الثالثة تبين أن جمهور السائقين ينظر للإرشادات الإذاعية على أنها حلول معتمدة للوقاية من حوادث المرور.

فقد توصل الباحث إلى نتائج أهمها أن الإرشادات التوعوية المعروضة على الإذاعة حققت نتيجة ملحوظة سواءً بتعديل سلوك واكتساب خبرة أو مهارة التعامل مع الطريق والقانون المسير للحياة.

الدراسة الرابعة: دراسة بعنوان: "دور القنوات الإذاعية المحلية في التوعية المرورية"،
بدراسة تحليلية ميدانية (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال)
جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة ٢٠٠٦-٢٠٠٧^(٨).

تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة دور الإذاعة الوطنية في التوعية المرورية للسائقين ورجال الأمن. واندرج ضمنها جملة من التساؤلات، وهي كالآتي:

- ما مدى إقبال السائقين ورجال الأمن على برامج التوعية المرورية؟
- ما مدى أهمية برامج التوعية المرورية لدى السائقين ورجال الأمن؟
- ما مكانة الإذاعة بوصفها أحد المصادر التي يعتمد عليها السائقون في الحصول على معلومات مرورية؟

ولقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

- احتلال التلفاز والإذاعة المراتب الأولى في ترتيب وسائل الإعلام المفضلة للتوعية المرورية.

- بينت الدراسة وجود إقبال على الاستماع إلى الإذاعة من طرف السائقين وعلى رأسها الإذاعة الوطنية.

- بينت الدراسة السابقة أن أكثر الأماكن التي يستمع فيها السائق للإذاعة هي المركبة وذلك بنسبة تجاوزت ٧٣%، وأن المدة الصباحية هي أفضل الأوقات للاستماع لبرامج التوعية المرورية.

الدراسة الخامسة: دراسة بعنوان: "مدى إسهام التلفاز السعودي بالتعريف بأخطار الحوادث المرورية على الطلاب وأنماط برامج التوعية المرورية المستخدمة للتعريف بهذه الأخطار، والحد والوقاية منها" (٢٠١٣)^(١).

وقد استعمل الباحث منهج الدراسات المسحية، وجمع بيانات الدراسة بواسطة دليل المقابلة وقد أظهرت نتائج الدراسة أن التلفاز عُد وسيلة بالغة الأهمية في التوعية فبلغت نسبة المشاهدين من أفراد المجموعة لبرامج التوعية المرورية (٦٩٨،٦%)، وأن نسبة الطلاب المستفيدين من برامج التوعية المرورية بلغت (٧٥٤%) من المجموع الكلي للمجموعة البالغ عددها (٤٥٠) طالباً، وأن نسبة من تعلم إشارات المرور عن طريق التلفاز (٣٧١%).

(٢) الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى: دراسة بعنوان (D.R. link later-2014):

أجريت في استراليا التقويم حملة إعلامية هدفت إلى حماية الصغار والمسنين من حوادث المرور، استعملت فيها وسائل الإعلام الثلاثة: التلفاز، والمذياع، والمادة المطبوعة وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- ظهر لها أثر إيجابي لوجود الأطفال في الطريق بصورة سليمة.
- ظهر اتجاه إيجابي لدى سائقي السيارات من صغار السن نحو السلامة المرورية.
- لم يظهر أي تغيير في منع حوادث المشاة لمن تجاوز منهم سن الخمسين (السياف وآخرون، ١٤١٤هـ).

تتشابه دراسة لينك مع بحثنا هذا في مجال التوعية المرورية بهدف حماية مستعملي الطريق من حوادث الطرق باستعمال وسائل الإعلام، وتختلف في أنها تبحث في تقويم حملة إعلامية هدفت إلى حماية الصغار والمسنين من حوادث المرور، مستخدمة وسائل الإعلام الثلاثة: التلفاز، والمذياع، والمادة المطبوعة، بينما بحثنا يقوم على دور وسائل الإعلام في نشر التوعية والثقافة المرورية ودور وسائل الإعلام بأنواعها كافة في رفع مستوى الوعي المروري لدى المجتمع.

الدراسة الثانية: دراسة (James Rochan- 2017):

أجريت في كندا لتقويم مدى تأثير حملة إعلامية لشرح قواعد استعمال حزام الأمان للحد من المخاطر المرورية، واستعمل في ذلك وسائل الإعلام المختلفة وقبل إجراء الحملة تم معرفة معلومات واتجاهات (٤٠٠٠) شخصٍ نحو حزام الأمان بواسطة الهاتف، ثم تمت الحملة وبعد استطلاع رأي الباحثين بالهاتف لمعرفة مدى التغير الذي حصل في معلوماتهم واتجاهاتهم نحو استعمال الحزام نتيجة تلك الحملة قد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- إنَّ التلفاز كان له تأثيرٌ واضحٌ على الاتجاهات الإيجابية للأفراد نحو استعمال حزام الأمان.
- ازداد استعمال حزام الأمان بصفةٍ عامّةٍ نتيجةً لهذه الحملة.
- لقد كان تأثير التلفاز أشدّ من تأثير المذياع والمادة المطبوعة.

تتشابه مع دراسة بحثنا في التوعية المرورية بهدف حماية سائقي المركبات ومستعملي الطريق من حوادث الطريق والالتزام بتعاليم وأنظمة السير التي تكفل السلامة لهم.

وتختلف عن هذه الدراسة باستعمالها المنهج الوصفي في جمع البيانات واستعمالها مجموعة واحدة تجريبية في الدراسة قبل وبعد، بينما بحثنا وضح كيفية تأثير وسائل الإعلام المختلفة على ثقافة المجتمع وما دور الإعلام في الإسهام في ضبط الشارع من خلال استراتيجيات إعلامية تقوم بنشر الوعي والثقافة المرورية داخل المجتمع وأنا استعملنا في بحثنا الشق النظري فقط.

الإطار النظري

الفصل الأول: مفهوم الإعلام وعولمته ووسائله

الإعلام: أداة تسمح بالاتصال بين طرفين، وهما الإعلامي والجمهور أو المرسل والمستقبل من خلال استعمال عدد من الوسائل الإعلامية المتنوعة التي تنقل المعلومات والحقائق والرسالة الإعلامية بينهما، كما يمكن تعريف الإعلام بأنه العملية التي يتم فيها جمع المعلومات التي تستحق النشر منذ معرفتها، ثم يتم نقلها، وتحليلها، وتحريرها، ومن ثمّ نشرها وإرسالها إلى الجمهور من خلال صحيفة ما أو إذاعة أو محطة تلفازية أو أيّ وسيلة تواصل إعلامية أخرى^(١٠).

الاتصال فقد عُرف بأنه مختلف الأساليب والطرق التي يؤثر من خلالها عقل في عقل آخر باستعمال الرموز وذلك كما ورد عن شانون وويفر، في حين وضح جورج ليندبرج أن الاتصال عبارة عن تفاعل ينتج سلوكاً معيناً، ويتم ذلك باستعمال الرموز المختلفة والإشارات التي من شأنها أن تقوم بعمل المنبه؛ لإثارة السلوك الناتج كما يعد الاتصال عملية تبادل الآراء والمعلومات بين طرفين أو أكثر، من خلال استعمال عدة وسائل كالرموز والإشارات والكتابة والقراءة وغيرها.

ومن الجدير بالذكر أن حالة الاتصال تعد ظاهرة قديمة تشكلت مع ولادة المجتمعات الإنسانية وأخذت بالتطور يوماً بعد يوم لتتمر بمراحل عدة إلى أن وصلت إلى ما هي عليه في يومنا هذا^(١١).

المبحث الأول: ماهية وسائل الإعلام

الإعلام: مجموعة من قنوات الاتصال المستعملة في نشر الأخبار أو الإعلانات الترويجية أو البيانات، ويعرّف الإعلام بأنه الوسيلة الاجتماعية الرئيسة للتواصل مع الجماهير. ومن التعريفات الأخرى للإعلام أنه المعلومات التي تنشر بواسطة الوسائل الإعلامية؛ مثل: الصحافة والإذاعة والتلفاز والإنترنت، كما أن الإعلام يكون بمجموعة من الوسائل التي تؤثر على نطاق كبير من الأفراد داخل المجتمع^(١٢).

١- **تعريف وسائل الإعلام:** يقصد بالوسائل الإعلامية جميع الوسائل والأدوات التي تنقل إلى الجماهير المتلقية ما يجري من حولها عن طريق السمع والبصر، وهناك من يرى أن وسائل الإعلام هي: المذياع، والتلفاز، والصحف، والمجلات، والكتب، والسينما، والإعلان، وهي من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية وقيم وأفكار وممارسات الشباب على الأمد البعيد^(١٣).

٢- **دور وسائل الإعلام:** إنها قدرة الوسائل الإعلامية على تحقيق أهداف معينة بالتأثير على الآراء والسلوك^(١٤).

٣- **تعريف وسائل الإعلام إجرائياً:** هي مجمل الأدوات التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بهم من خلال تنويرهم، وتنقيفهم لا تخديرهم وإخداعهم والتي تجسد في الراديو، والتلفزيون، والصحف والمجلات، والكتب والسينما، والإعلان والإنترنت^(١٥).

المبحث الثاني: عولمة الوسائل الإعلامية

قدم العالم وهو يتأهب للدخول في الألفية الثالثة مجموعة هائلة من التحولات الكبرى التاريخية في مختلف المجالات العسكرية والسياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، تفوق التوقع وأحياناً الخيال، وتفرز هذه التحولات نسقاً من التغيير يستلزم كما نلاحظ إعادة النظر الشاملة في عدد كبير من المفاهيم والأفكار والمعاني والقيم التي رسخت في ذهن البشري لأزمة طويلة^(١٦).

أولاً: ماهية التوعية المرورية:

١- **تعريف الوعي المروري:** الإلمام بمعلومات أساسية مرتبطة بمواقف يتعرض لها المشاة أو السائقون في أثناء السير أو المواقف الطارئة والحوادث، ويعرفها علماء النفس بأنها حالة من اليقظة تتمثل في مجموعة من الأنشطة العقلية تعكس درجة من درجات الانتباه والفهم التلقائي لمجموعة من الأفكار أو تعينه على الإدراك باختلاف درجات القضايا التي تحيط به^(١٧).

إنّ التوعية المرورية هي قدرة الفرد على معرفة وفهم وإدراك الجوانب المعرفية والوجدانية والمهارة المتصلة بالمجال المروري، وقواعده الخاصة بسائقي المركبات، والمركبات، والمشاة^(١٨).

٢- **تعريف الوعي المروري إجرائياً:** عملية منظمة ومدرسة تستهدف تغيير اتجاهات وأداء أفكار ومواقف الأفراد والجماعات لقضية من القضايا وترشدتهم إلى حقيقة الموقف والظواهر المحيطة بهم ومن ثمّ تمكنهم من التفاعل والتعامل معها بيقظة وفهم كاملين^(١٩).

٣- **أهداف الوعي المروري:** تهدف التوعية المرورية إلى تحقيق الأهداف الاستراتيجية الآتية:

- تكوين نسق معرفي مروري لدى مختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية عن مختلف جوانب الحياة المرورية، وذلك من خلال تقديم معلومات وبيانات وحقائق من شأنها تعريف المواطن بحقائق الأهداف والظواهر والتطورات والمشاكلات المرورية.
- تكوين نسق فكري مروري لدى الفرد والمجتمع فيما يتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية.
- تكوين اتجاهات مرورية متساوية ومتكاملة لدى الفرد والمجتمع إزاء الجوانب المختلفة من المسألة المرورية، فتسعى التوعية المرورية لزرع اتجاهات مرورية جديّة وسليمة لتغيّر أو تعديل اتجاهات مرورية خاطئة.
- تكوين نسق قيمي سلوكي مروري لدى الفرد والمجتمع، ويتضمن منظومة من القيم المرورية التي تسهم في تحصين الفرد والمجتمع والإسهام الفاعل في تحقيق السلامة المرورية^(٢٠).
- تكوين نسق سلوكي مروري يتمثل فيه معرفة الفرد وفكره واتجاهاته وقيمه، صحيح أن هدف التوعية المرورية هو إيجاد مواطن مطلع ومدرك للمسألة المرورية، ولكن الهدف الاستراتيجي للتوعية المرورية هو إقناع الفرد أن يترجم معرفته المرورية وأفكاره وقيمه واتجاهاته المرورية إلى سلوك مروري سليم؛ ولهذا فمن الضروري إيجاد الآليات والأشكال الإدارية والتنظيمية والاجتماعية المناسبة والكفيلة بأن تدفع الفرد ليترجم معارفه وأفكاره وقيمه المرورية في تحقيق السلوك المروري السليم ليس على العقوبة والغرامة بل على القناعة الذاتية^(٢١).

ثانياً: محاور ومقومات الوعي المروري:

إنّ مقومات الوعي المروري يمكن إجمالها في الآتي:

- تعليم أفراد المجتمع وتدريب رجل المرور من خلال برامج تدريبية، لممارسة واجباتهم بفاعلية وإيجاد وسائل اتصال مناسبة يمكن بواسطتها إيصال المعلومات والحقائق لأفراد المجتمع ومنها: أجهزة المرور، والأسرة، والمدرسة، ووسائل الإعلام.
- ينصب الوعي المروري على عدة محاور تمثل عناصر الحادث المروري وهما عنصران رئيسان: العنصر البشري، والطريق:

(أ) **العنصر البشري:** وهو العنصر الأول والرئيس المكون للحادث المروري ويشمل: السائق، والراكب، والمشاة.

(ب) **الطريق:** وهو العنصر الثاني المكون للحادث المروري، والطريق هو المسرح الذي تجري عليه الحركة اليومية لنقل الأشخاص والبضائع^(٢٢).

المبحث الثالث: أنواع الوسائل الإعلامية

تعدّ وسائل الإعلام مجموعة من الوسائل التي تساعد على نقل المعارف والمعلومات وضمان حركتها ووصولها لأفراد المجتمع كافة، ومن أهم أنواعها نجد^(٢٣):

- وسائل الإعلام المقروءة: تعتمد على الكتابة والوسائط الورقية في نقل المعلومات والأخبار للتواصل مع أفراد المجتمع كافة؛ مثل: الصحف، والجرائد اليومية، ومختلف المجالات.

- وسائل الإعلام المسموعة: تعتمد على السمع في تقديم رسائلها ومضامينها لأفراد المجتمع، وتتمثل في الإذاعة الوطنية ومختلف الإذاعات المحلية المنتشرة في جميع أنحاء الوطن.

- وسائل الإعلام المرئية: تعتمد على الصوت والصورة في نقل الأخبار والمعلومات والتواصل مع أفراد المجتمع ومؤسساته؛ مثل: التلفاز بقنواته المحلية والفضائية، ويؤكد بأن التلفاز والإنترنت الذي يعتبر الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً على الأفراد بحكم وجوده في كل بيت وسهولة استخدامه.

الفصل الثاني

مفهوم وأهداف التوعية المرورية

تتعدد مفاهيم التوعية وتختلف باختلاف اتجاهات الباحثين؛ فعلماء النفس يرون أن الوعي يعني "حالة من اليقظة تتمثل في مجموعة من الأنشطة العقلية تعكس درجة من درجات الانتباه والفهم التلقائي لمجموعة من الأفكار، أو تعينه على الإدراك باختلاف درجات القضايا التي تحيط به"^(٢٤).

المبحث الأول: مفهوم الوعي المروري

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

وتعدّ التوعية المرورية إحدى الوسائل المهمة في التعريف بوسائل النقل وقواعد القيادة والقوانين والأنظمة والآداب التابعة لها وما يرتبط من أمور تؤمن السلامة للإنسان والمجتمع وتقلل من الخسائر البشرية وغير البشرية التي تتسبب بخسائر مادية فادحة على مستوى الفرد والمجتمع^(٢٥).

إن التعليم ونشر الوعي المروري أو الثقافة المرورية هو أحد الأساليب المهمة لمواجهة حوادث المرور، فإن (٩٠%) من حوادث المرور تقع بسبب العنصر البشري. ولذا سيؤدي رفع مستوى الوعي المروري لدى هذا العنصر البشري (مستعملو الطريق) إلى تقليل هذه الحوادث المرورية، وهنا نجد أن التوعية تمثل الخطوة الأولى للوقاية من الحوادث المرورية؛

- وذلك لأن الوقاية هي دائماً خيراً من العلاج وهي مقولة حيوية يجب التركيز عليها في حملاتنا للتوعية المرورية:
- إعلام الجماهير (مشاة، ركاب، سائقون) بالقوانين والأنظمة والتعليمات الخاصة بالمرور.
 - تعديل سلوك مستعملي الطريق بما يتوافق مع هذه القوانين والأنظمة والتعليمات.
 - حث مختلف الفئات الاجتماعية على تبني السلوك المروري الآمن، وإبراز أهمية ذلك على المواطن والمجتمع ككل.
 - إبراز الدور الأساسي للأسرة وتفعيل دورها في تنشئة جيل واع مرورياً من خلال قيام رب الأسرة بتعليم وتدريب وتأهيل أطفاله مرورياً وغرس السلوك والقيم المرورية الآمنة لهم.
 - التركيز على الدور المهم للمؤسسات التربوية (المدرسة، الكلية، الجامعة) وحثها على تفعيل دورها في مجال التوعية والتربية المرورية للطلبة في المراحل الدراسية كافة.
 - تعليم صغار السن والأطفال آداب وقواعد السير على الطرق وحملهم على التمثل بها وتعريفهم بأهم المخاطر التي قد يتعرضون لها من جراء عدم التزامهم بها^(٢٦).
 - العمل على توحيد الجهود كافة التي تبذل من قبل مختلف الجهات الرسمية والأهلية التي تعنى بالتوعية المرورية ورفع مستوى التنسيق فيما بينها.
 - إبراز الجهود والوسائل والإجراءات التي تقوم بها الأجهزة المختصة للحد من الحوادث المرورية.
 - خلق شعور لدى مستعملي الطريق بأهمية الالتزام بآداب وقواعد وقوانين المرور وتقبل التعليمات الخاصة بذلك، التي وجدت أصلاً لضمان سلامتهم ولتنظيم حركتهم على الطرق.
 - التقليل ما أمكن من وقوع حوادث السير وما ينجم عنها من خسائر بشرية ومادية هائلة تؤثر على سلامة أفراد المجتمع واقتصاد الوطن.
 - تقليص الفجوة بين رجل المرور والمواطن وخلق تفاهم واحترام متبادل فيما بينهم من خلال ترسيخ مبدأ المسؤولية المشتركة للحد من حوادث السير وأثارها.
 - كسب الرأي العام للحملات المرورية الميدانية التي تقوم بها الأجهزة المختصة لضبط المخالفين مرورياً^(٢٧).

المبحث الثاني

مكونات وأهمية عملية التوعية المرورية وأهم مظاهرها في المجتمع:

(١) مكونات عملية التوعية المرورية:

إنّ مكونات عملية التوعية المرورية تتألف من الجهة أو الجهات التي تقوم بإعداد برامج الحملات المرورية للتوعية وخططها، والجهات أو الفئات المستهدفة أو المستفيدة من هذه الحملات أو البرامج، ومضمون الرّسالة الإعلانيّة لهذه البرامج أو الحملات، والوسائل المستخدمة في إيصال هذه البرامج والحملات إلى الجهات المستهدفة في التوعية المرورية.

(٢) أهمية ومحاور ومقومات التوعية المرورية:

-أهمية الوعي المروري:

يعدّ الوعي المروري من الموضوعات التي ترتبط بوضوح بحياة الفرد وسلامته؛ إذ تعدّ أفضل الوسائل للوقاية من الحوادث المرورية على المدى الطويل؛ لذا كان على المهتمين بالسلامة المرورية مراقبة الوضع الحالي للمناهج الدراسية، ومحاولة تضمينها للمفاهيم المتعلقة بالسلامة المرورية.

إنّ أهمية الوعي المروري يمكن أن يتضح من خلال السائق الجاهل لأنظمة القيادة السليمة فإنّه يربك حركة المرور ويفسدها؛ فمسؤولية السائق بوصفه إنساناً واعياً هي العامل الأول الذي يقلل من الحوادث والمشاكلات المرورية، إذا التزم بمقتضى الوعي المروري.

إذ تكمن أيضاً في تهذيب المفاهيم التي اعتادها الأفراد فتكون نظريتهم للتقيد بأنظمة المرور وأدابه لا على أساس الخوف من العقاب، وإنما الانصياع الذاتي لها، ومن ثمّ تتحقق العملية التكاملية بين الجمهور وبين المشرعين المروريين. وذلك بهدف تحقيق الهدف المنشود وهو تحقيق السلامة المرورية لكل مستخدمي الطريق^(٢٨).

ويلحظ أنّ أهميته تتضح من خلال إسهامه في الوقاية من الحوادث المرورية؛ فغرس الوعي المروري في أفراد المجتمع يجعلهم أكثر تقبلاً للقوانين المنظمة للطريق ومستعمليه (السائقين والراكبين والمشاة)؛ لتظهر واضحة في سلوكياتهم التي تعدّ وقاية ذاتية وهي المحرك الأساسي لها وليس الرقابة الخارجية من إجراءات وعقوبات وغيرها، فيؤدي إلى خفض معدلات المخالفات المرورية ومن ثمّ انحسار الحوادث المرورية والتقليل منها^(٢٩).

أهم مظاهر التوعية المرورية في المجتمع:

معرفة درجة إتقاننا للقيادة وأصولها والالتزام بقوانين السير، ومعرفة حالتنا في أثناء القيادة سواءً كانت الجسديّة منها أو النفسيّة وهل تؤثر على مستوى قيادتنا؟، والمعرفة بحالة مركبتنا التي نقودها وعمل الصيانة الدورية لها، وتفقدتها يومياً لما فيه من فائدة تعود علينا بوصفنا سائقين وتجنّبنا من مصائب وحوادث، والوعي بالطرق التي نسلكها بصفتنا سائقين ومشاة فإنّ معرفتنا التامة بالطريق يجنبنا الازدحام في معظم الأحيان بالإضافة إلى توفير المال والجهد.

الإلمام بقوانين السير وأنظمتها وتعليماته، فمن البديهي أن تكون بوصفك سائقاً مطلعاً على أنظمة قوانين السير لتتمكن من معرفة المخالفة، وتجنب الوقوع بها.

فرجل المرور يفترض أنك على معرفة بالمخالفة التي ارتكبتها، وأنتك قمت بارتكابها عامداً في معظم الأحيان، وكذلك ينبغي عليك بوصفك سائقاً أن تكون على وعي وبصيرة ببعض الضروريات التي قد تحتاج إليها في أثناء السفر أو القيادة مما قد يكون سبباً في إنقاذ مصاب أو التخفيف من معاناة شخص ما وخير الناس أنفعهم للناس. فمثلاً ينبغي على كل سائق أن يكون لديه حد أدنى من الوعي ببعض طرق الإسعافات الأولية للمصابين؛ مثل: كيفية حمل المصاب، أو تخفيف الألم، أو إعطاء التنفس الاصطناعي أو الإنعاش القلبي الرئوي للمحتاجين. كذلك كيفية التصرف في حال وقوع حادث- لا قدر الله- سواء للسائق أو للغير؛ مثل: إعطاء التفاصيل كاملة عن موقع الحادث، وحالة المصابين^(٣٠).

الفصل الثالث

دور وسائل الإعلام في نشر الوعي والثقافة المرورية لدى المجتمع:

تحرص وسائل الإعلام بأنواعها كافةً على نشر الوعي المروري داخل المجتمع لما لهذه الوسائل من تأثير إيجابي على توعية أفراد المجتمع، حتى بأنواعها المختلفة المكتوبة منها والمرئية والمسموعة، فضلاً عن دور الإنترنت في ترسيخ الوعي المروري، فلا بد لهذه الوسائل من وضع استراتيجيات مختلفة لحملة توعية مرورية داخل المجتمع.

المبحث الأول: تأثير وسائل الإعلام في نشر الوعي المروري

الأمن مسؤولية مشتركة اجتماعية يسهم فيها الجميع وينال أثرها الإيجابي كل أطراف المجتمع ، ويمكن الاستناد إلى نظرية التعلم الاجتماعي في تقديم رسائل إعلامية هادفة في كيفية استعمال الطريق بأمان ، وأن الإعلام المروري في شقه العام ينطلق من مصادر المعلومات المختلفة التي يتلقى منها المعلومات حول المشكلة المرورية بصفة عامة، وتترجم إلى رسائل إعلامية هادفة في محتوى منظم ومتناسق، حيث يتم إرسال الرسالة عبر قناة وتكون في العادة إما وسيلة إعلامية مكتوبة أو مسموعة أو مرئية، ولا ضير إن اعتمدت هذه الرسائل على مبادئ التربية الحديثة ولا سيما فيما يتعلق بالاعتماد على مخاطبة تفكير الأفراد بالحجة والإقناع والتعليل، وتوجه هذه الرسائل لكل مستعملي الطريق، كل فئة حسب مشكلاتها المرورية وما تعانيه من سلوكيات مرورية غير آمنة، كل هذا بهدف التأثير على مستعملي الطريق، وإما بحثه على تجسيد السلوك المروري الإيجابي والالتزام به، أو تعديل السلوكيات المرورية الخاطئة إلى سلوكيات توافق متطلبات السلامة المرورية والحفاظ على أمن وممتلكات مستعملي الطريق^(٣١).

المبحث الثاني

التخطيط الإعلامي لحملة التوعية المرورية والوسائل المستخدمة لنجاحها

يوجب التخطيط لحملة التوعية المرورية بصفة عامة التحديد الدقيق لمجموعة من العناصر تتمثل بالترتيب الآتي:

(١) تحديد الهدف من حملات التوعية المرورية:

سبق الإشارة إلى أن مشكلة حوادث المرور تعدّ من المشكلات الرئيسية التي تعاني منها المجتمعات البشرية، إلى حد جعلها تنبؤاً المركز الثاني في قائمة الأسباب المؤدية إلى الوفاة نتيجة ارتفاع نسبة إصابات ووفيات حوادث الطرق، ونظراً لتنامي هذه المشكلة عاماً بعد عام فقد استدعى الأمر ضرورة جذب انتباه الجمهور لخطورتها وذلك عن طريق استعمال أساليب متنوعة وجذابة في لفت انتباه الجماهير إليها؛ لتحقيق مجموعة من الأهداف منها^(٣٢):

- خلق الوعي المروري لدى الجمهور بالخدمات المرورية وذلك عن طريق الجهود التعليمية والإرشادية التي تقوم بها الأجهزة المعنية في مجال التوعية المرورية.
- إعداد برامج التوعية الإرشادية التي تهدف إلى نشر الثقافة المرورية بين سائقي المركبات ومستعملي الطرق من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
- خلق صورة ذهنية طيبة لجهاز المرور في عيون وأذهان الجماهير من خلال كسب ثقتهم وتحقق التكامل والاندماج والتعاون بين الطرفين في التصدي للمشكلات المرورية.
- توضيح الرؤية للجماهير التي تستفيد من الخدمة المرورية القائمة منها والجديدة، ومن ثم الاستجابة للجهود التي تبذلها الحكومة لتحسين هذه الخدمة.

(٢) تحديد الجمهور المستهدف:

إن تحديد الجمهور يحقق التأثير المطلوب في فاعلية الرسالة؛ لذا فقد يكون هدفنا توجيه رسائل إعلامية أمنية إلى عموم الجمهور وهو جمهور كبير ومتنوع، ولكن في الوقت نفسه لا بد من الاهتمام بتوجيه رسائل إعلامية إلى جماعات محددة من الجماهير، أو أفراد لها أهمية خاصة في نشر ثقافة الوعي المروري، أو لمن لهم دور في تحقيق أهداف السياسة المرورية كالإعلاميين ورجال الشرطة، وخبراء المرور، فكل جمهور مستهدف بما يناسبه من رسائل كما له أيضاً ما يناسبه من الوسائل الإعلامية للوصول إليه.

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

وفيما يتصل بجماعات الجمهور الخاص؛ مثل: قادة المركبات المختلفة فإنه من المهم أن توجه إليهم معلومات كافية توضح لهم أهمية الالتزام بقواعد المرور وأدابه. فتوجه الرسالة لكل الجمهور المستهدف ينبغي أن تتناسب مع مستواهم الثقافي والفكري، ومن الواجب أن تحتوي على معلومات تفصيلية ومكررة بأشكال مختلفة لقادة المركبات والمشاة^(٣٣).

(٣) شكل ومضمون الرسالة:

الرسالة هي الموضوع الذي ينقله المرسل إلى المستقبل من خلال الوسيلة، وهي أساس عملية الاتصال، فلا بد أن يكون هناك قدرٌ من الخبرات المشتركة بين المرسل والمستقبل مع الأخذ في الحسبان أن هناك مجموعة من الشروط الواجب توافرها في الرسالة حتى يتسنى لها أن تحدث التأثير المقصود ومن أهمها^(٣٤):

- يجب أن ترسل الرسالة بطريقة تمكنها من كسب انتباه المستقبل ويضم ذلك عناصر التوقيت والعناوين والكلمات التي تشد اهتمام المستقبل.
- إن الرسالة يجب أن تستعمل العلامات والرموز التي تجمع بين الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل حتى يتم نقل المعنى المطلوب بسهولة، ويتعلق ذلك باستعمال نفس (اللغة) التي يتكلم بها المستقبل واستعمال نفس المستوى من التعبير الذي يسمح له بالاستيعاب والفهم.
- إن الرسالة يجب أن تثير الحاجة الشخصية للمستقبل وأن تقترح طريقة إشباعها كأن تخلق الرسالة الربط بينها وبين بعض حاجتنا الشخصية مثل الحاجة إلى (الأمان، المكانة، الانتماء، الفهم، التحرر من القيود)؛ أي: أنها يجب أن تخلق أو تثير لدى الشخص اقتناعاً بأنه يحتاج إلى القيام بتصرف ما للخروج من حالة القلق أو إشباع الحاجة المثارة.

(٤) اختيار الوسيلة:

تنقل وسائل الإعلام الرسائل الإخبارية عبر الزمان والمكان، وتقوم باستعراض الظروف المحيطة، ولهذا توصف على نحو عام بأنها أدوات تزيد قدرة الإنسان على فهم مجتمعه، ويقال: إنها تزيد مقدرة الإنسان على التعامل مع واقعه، بتوافرها معلومات لم تكن موجودة من قبل لولا تلك الوسائل، ولهذا التأثير مطلوب مع الأخذ في الحسبان جوانب القوة والضعف في كل وسيلة، ونظراً لاختلاف قدرات كل وسيلة إعلامية فإنه يقع على كاهل المخططين لحملات التوعية المرورية أن يضعوا في حساباتهم عدة نقاط لاختيار الوسائل والأشكال الإعلامية المناسبة؛ مثل مدى الوسيلة أي:

- درجة انتشارها.
- درجة الصدق والجاذبية بين الوسيلة والجمهور المستهدف.
- إمكانية وصول الوسيلة الإعلامية للجمهور.

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

- ١- يتبين وجود دور فاعل نسبياً لوسائل الإعلام في التوعية المرورية والحد من حوادث الطرق بحال مرورها في مراحل العملية التخطيطية المدروسة، وهي جمع المعلومات والتشخيص والسياسات المحلية والإعداد والإقرار والتنفيذ والمتابعة من الجهات المعنية بذلك سواء كانوا أصحاب قرار أو إعلاميين أو مواطنين.
- ٢- يتبين أنّ السلامة المرورية مطلب بالغ الأهمية في حياتنا اليومية، ويجب علينا الإسهام في النهوض بالوعي المروري ونشر مفاهيم السلامة باعتبارها مسؤولية الجميع، وكذلك استيعاب مفاهيمها ومتطلباتها من قبل الجميع على نحو يتحقق من خلاله تعلم المبادئ الصحيحة للتعامل مع المركبة، أو استعمال الطريق بصورة صحيحة بتفادي السلوكيات الخاطئة التي تعرض الإنسان للخطر سواء بعدم الانتباه في أثناء العبور أو استعمال الطريق.

٣- نستنتج أن القضاء على الحوادث المرورية لن يأتي إلا باستشعار الجميع لواجبهم، وعلى رأسهم المسؤولون في القطاعات المختلفة، ولا يتحقق ذلك إلا بتكثيف حملات التوعية ودور وسائل الإعلام المختلفة في برامج التوعية المرورية لما لها من تأثير كبير على التوعية والثقافة لدى المجتمع.

٤- إنَّ الوسائل الإعلامية تعدّ من أهم العناصر التي تساعد على ارتفاع مستوى فاعلية الخطة الإعلامية لضبط السلوك، وإنَّ الخطة الإعلامية في هذا المجال تسهم في الحد من حوادث الطرق وتتمثل في الإعلان عن الخطة، وتوفير المعلومات الصحيحة، والاستعمال الأمثل للإمكانات المادية والبشرية المتاحة، والنجاح في توظيف مختلف توصيات وسائل الإعلام، والتركيز على الرسائل الإيجابية المقدمة للجمهور.

ثانياً: التوصيات:

يوصي الباحث بالآتي:

١- الاستعانة بالمخططين الإعلاميين عند وضع السياسات العامة والسياسات الإعلامية للتوعية المرورية؛ فتأتي هذه الخطط بهدف نشر معلومات أو أفكار لتغيير ثقافة المجتمع نحو الانضباط المروري وذلك بهدف الحد من الحوادث والكوارث التي تحدث في الشوارع والطرق.

٢- إعادة النظر في بعض الاهتمامات المرورية الخاصة بالشأن الإداري والتنظيم الداخلي لإدارة السير ولتعرف المعوقات التي حالت من دون وصول رسائلها الإعلامية.

٣- وضع آلية فاعلة للتعاون بين الأجهزة المختلفة والمعنية بالمشكلة سواء إدارة السير والإعلام وأيضاً، فضلاً عن الجهات غير الرسمية حتى تؤدي الدور المأمول في تحقيق السلامة المرورية.

٤- تفعيل دور وسائل الإعلام لتنمية المسؤولية الاجتماعية لكل أفراد ومؤسسات المجتمع بدءاً من المساجد والأسرة والمدارس والجامعات ووسائل الإعلام بأنواعها المرئية والمكتوبة والمسموعة فضلاً عن مواقع التواصل الاجتماعي ودورها الفاعل في التأثير على الثقافة المجتمعية.

٥- محاولة المراقبة المكثفة لسلوك السائقين وضبط المخالفين لأنظمة وقواعد المرور، وتعميم استعمال أجهزة الرادار الأوتوماتيكية بمعظم الطرق الرئيسية وحث المواطنين على الانضباط على الطرقات وذلك عبر الإعلام ودوره في نشر الوعي والثقافة المرورية.

٦- قيام وسائل الإعلام بتقديم البرامج الإعلامية والنشرات الدورية عن التوعية المرورية، وبحث حمل التوعية للحد من حوادث المرور والإصابات البليغة والوفيات والخسائر في الأرواح الناتجة عنها.

٧- الاهتمام بتقديم استراتيجيات إعلامية مختلفة يكون لها دور فاعل في نشر الوعي وانضباط السلوك المروري داخل المجتمع.

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- (١) حلس موسى عبد الرحيم: "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني"، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية. المجلد ١٢، العدد ٥، ٢٠١٠.
- (٢) بوكرموش، عيسى: "استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية"، دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة في اتصال استراتيجي. جامعة الجزائر، ٢٠١٣.
- (٣) شداد عبد الرحمن: "دور برامج وحملات التوعية المرورية في زيادة الوعي المروري لدى السائقين"، رسالة ماجستير غير منشورة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: جامعة الجزائر، ٢٠٠٨.
- (٤) محمد محمود ذهبية: "الإعلام المعاصر"، دار أجنادين للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠٠٧.
- (٥) د. أحمد حمدي: "الخطاب الإعلامي العربي آفاق وتحديات"، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
- (٦) محمد عبد الله سلطان: "دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر"، دراسة مقدم لنيل درجة الماجستير، الجزائر، ٢٠١٧.
- (٧) ماجد إبراهيم المهدي: "دور القناة الإذاعية الأولى في التوعية المرورية"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والعلاقات، الأردن، ٢٠١٦.
- (٨) سعد الهاشمي: "الإرشادات الإذاعية ودورها في غرس الوعي المروري"، مذكرة لنيل درجة الماجستير، الجزائر، ٢٠١٣.
- (٩) هبة شعرة: "دور القنوات الإذاعية المحلية في التوعية المرورية"، دراسة تحليلية ميدانية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، ٢٠١٦-٢٠١٧.
- (١٠) أحمد الغامدي: "مدى إسهامات التلفاز السعودي بالتعريف بأخطار الحوادث المرورية على الطلاب وأنماط برامج التوعية المرورية المستعملة للتعريف بهذه الأخطار، والحد والوقاية منها"، رسالة دكتوراه في الإعلام، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٣.
- (١١) د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان: "العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع"، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٣.
- (١٢) أمينة حمراني: "الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره"، رسالة ماجستير في العلوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر باتنة، ٢٠٠٩.
- (١٣) جونميرا، رالف لونشتاين: "الإعلام وسيلة وغاية"، ترجمة د. خضر الحرابي الحرثي، السعودية: دار المريخ، ٢٠١٤.
- (١٤) أحمد، نجلاء إسماعيل: "الإعلام التوظيفي"، ط ١، دار المعنز، الجزائر، ٢٠١٧.
- (١٥) سمير محمد حسن: "الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام"، القاهرة، مكتبة عالم الكتب، ٢٠١٥.
- (١٦) تيباني، عبير: "الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر"، دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف. رسالة ماجستير غير منشورة في وسائل الإعلام والمجتمع. جامعة بسكرة، ٢٠١٢.
- (١٧) الهاشمي بن بوزيد بوطالبي: "فعاليات حملات التوعية المرورية"، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٦.
- (١٨) أديب محمد خضور: "التوعية المرورية العربية"، الرياض، مركز الدراسات والبحوث جامعة نايف للعلوم الأمنية، ٢٠٠٨.
- (١٩) جاسم جليل ميراز: "الأعلام الأمني بين النظرية والتطبيق"، مركز الكتاب للنشر، ط ١، الأردن، ٢٠٠٦.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1-BARTOLT(r). (2012): Les transports routières ، P.U.F ، paris. France.

- 2- CAZENEUVE(j.) (2015): La sociologie et les sciences de la société 'retz-cepl édition. paris. France.
 - 3-DEKKAR(n.)et BEZZAUCHA(a.)(2014):Les accidents de la circulation en algerie' S.N.E.D. Alger. Algérie.
 - 4- DOISE(w.) (2016): L'explication en psychologie social' P.U.F' paris' France.
 - 5- DURKHEIM(e.) (2017): éducation et sociologie'PUF' paris. France.
 - 6-GERGEN(k-j) et GERGEN(m-m) (2014): La psychologie sociale ' édition vivantes ' Quebec. Canada.
 - 7- Sayed Abas Ali (2010): Traffic accident in Egypt – 2 factors affect on traffic accident in Egypt (human – place – time)' journal of engineering sciences' assiut university' vol 37' No 2'. Egypt.
 - 8-World Health Organization & Unicef: "World report on child injury prevention"
 - 9-City of Madison, Department of Traffic Transportation Traffic Engineering Division:"How children see traffic"
 - 10-B. E. Porter: "Handbook of traffic psychology", Elsevier, 2011, USA
-