

أثر الإعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان

إعداد

د/نسرين يحيى محمد حسن سيدة أحمد الفيقي

قسم التربية الفنية - جامعة جازان

تتقدم الباحثتان بالشكر والتقدير لعمادة البحث العلمي لدعم هذا البحث ضمن

برنامج باحث المستقبل ٦ (FR6-34)

Doi: 10.33850/jasep.2019.52276

قبول النشر: ١٣ / ٨ / ٢٠١٩

استلام البحث: ١٨ / ٧ / ٢٠١٩

المستخلص:

تسعي هذه الدراسة إلى التعرف علي أثر الإعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية بمنطقة جازان، وذلك من خلال التعرف علي أهمية الإعلان التوعوي وأثره في المجتمع، حيث اعتمد البحث علي المنهج التجريبي من خلال تصميم استبانة لقياس أثر الاعلان التوعوي، وكذلك استبانة أخرى لتوضيح الأسباب والأضرار الناشئة عن حوادث الطرق الجبلية في منطقة جازان، حيث تم عمل تصميم وتنفيذ مجموعة من الاعلانات التوعوية في محافظتي فيفا والداير بإمارة جازان. وقد خلصت هذه الدراسة إلي تقديم بعض المقترحات والتوصيات للجهات المعنية للحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية بمنطقة جازان.

الكلمات الافتتاحية: الإعلان التوعوي ، حوادث الطرق، المرتفعات الجبلية، جازان

Abstract:

The Impact of the Awareness Announcement on Reducing Road Accidents in Mountainous Highlands in Jazan Region

This study seeks to identify the impact of awareness announcement on the reduction of road accidents in the mountain highlands in the region of Jazan, through the recognition of the importance of awareness announcement and its impact on society, where research was based on the

experimental method by designing a questionnaire to measure the impact of awareness announcement advertising, as well as another questionnaire To clarify the causes and damages arising from the accidents of mountain roads in the Jazan region, where the design and implementation of a series of awareness announcements in the provinces of Fafa and Aldair in Jazan. The study concluded that some suggestions and recommendations were submitted to the concerned authorities to reduce road accidents in the mountainous areas of Jazan region.

المقدمة:

حبا لله جبال مرتفعات منطقة جازان بجمال الطبيعة الساحرة ، حيث تكتسي أراضيها بالخضرة الدائمة، والأودية المنهمة بالمياه العذبة، والتي تداعب الإنسان وتحرك فيه مشاعر من الراحة والهدوء النفسي، لينعكس جمال الطبيعة على أهلها وسكانها وسياحتها. وتعرف جبال منطقة جازان بأسماء القبائل التي استوطنتها وسكنتها، ومن أشهرها جبال فيفاء، والحشر، والرِيث، وبنو مالك، والعبادل، وسلا، وقيس، وعثوان، وبالغازي، والحرب وجبل منجد.

هذه المناطق التي حباها الله وميزها بارتفاعاتها وجبالها وضبابها ومناظرها الخلابة باتت موطناً تلازمه الكثير من الوفيات إذ تتزايد بها عدد الحوادث والإصابات سنوياً. فبناءً على الإحصائيات التي رصدتها إدارة المرور العام بمنطقة جازان وشرطة فيفاء وشرطة الريث فإن محافظة الدير هي أعلى المحافظة حوادثاً بجازان. إذ يوجد بها ما يقارب ١٦ حادثاً للوفيات في عام ١٤٣٨، بينما وسط جازان وهي الأكبر منها حجماً والأكثر ازدحاماً فإن الحوادث بها أقل بمعدل ١٢ حادثاً بذات العام. وقد أكدت الإحصائيات. مرور جازان أن الحوادث في محافظة الدير في ارتفاع سنوياً. ففي عام ١٤٣٨ هـ كان عدد الوفيات ٢٦، بينما وصل في عام ١٤٣٩ هـ إلى ٣٥ حالة وفاة. أما بالنسبة لتلفيات السيارات الناتجة عن الحوادث المرورية في عام ١٤٣٨ هـ، فإنها تقدر بحوالي ٢١٦٨ بجازان و ٩٦٣ بالدير. وذلك بحسب البيانات التي تم الحصول عليها من الإدارة العامة لمرور منطقة جازان. ففي لقاء مع مدير شرطة فيفاء وجد أن فيفاء وغيرها من المناطق الجبلية لا يتم رصد التلفيات بها نظراً لارتفاع أرقامها التي تصل لإحصائيات خيالية سنوياً نسبةً لتعداد السكان بها.

وقد تعددت الأسباب في زيادة نسبة الحوادث المرورية في المرتفعات الجبلية ومنها قلة الوعي المروري. وفي ضوء ذلك تتطلب هذه المشكلة فهمها بشكل واضح ودقيق وتوضيح القدرة على محاربتها والتوعية من أخطارها والاعلان عن أثارها

السلبية، وبالتالي العمل على الحد من الحوادث المرورية من خلال تسليط الضوء على أسباب هذه المشكلة وأخطارها وأثارها على صحة الفرد والمجتمع واقتصاده ومستقبله.

وقد لاحظت الباحثة عدم تواجد أي من الإعلانات التوعوية أو الإرشادية لسائقي المركبات على طول الطريق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان. وهذا مما دعا الباحثة إلى التفكير في إيجاد بعض الحلول الواقعية من خلال تنفيذ بعض من الإعلانات التوعوية والتي يكون من شأنها أن تعمل على الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.

مشكلة الدراسة:

لا يوجد بلد في العالم لم يتأثر بمشكلة حوادث الطرق وقضاياها حتى أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار فأصبح ينظر إليها على أنها حقيقة لا مفر منها، وفي ضوء ذلك تتطلب ظاهرة حوادث الطرق فهمها بشكل واضح ودقيق وتوضيح القدرة على محاربتها عن طريق الاعلان التوعوي الذي يستطيع ان يسلط الضوء على أسباب هذه الظاهرة وأخطارها على الفرد والمجتمع خاصة، ولقد انتشرت الحوادث بكثرة في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان، وهناك الألاف من الوفيات والجرحي والمعاقين وفقاً للإحصائيات المسجلة بإدارة المرور لعام ١٤٣٨-١٤٣٩ هـ.

ويعد الاعلان التوعوي أحد الوسائل والأساليب الفعالة في توعية المجتمع وحمايته دون أي مقابل حيث يستخدم للتوجيه والإرشاد والتزويد بالمعرفة واكتساب الخبرة واكتساب الفرد الوعي حول أهمية الإعلانات التوعوية والإرشادية وتصويره بالجوانب المختلفة المحيط به وهذا ما اكدت عليه الدراسات السابقة في هذا المجال. وأنطلق منه أهمية الاعلان التوعوي في الحد من الحوادث المرورية ولذا جاءت هذه الدراسة في محاولة التعرف على أثر الاعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.

حيث تتلخص مشكلة الدراسة في اجابتها عن السؤال الرئيسي التالي:

ما أثر الاعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان؟

وتتفرع منه الاسئلة الفرعية التالية:

١- هل يوجد أثر للإعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان؟

٢- هل يوجد فروق بين المتوسط الحسابي لسائقي المركبات (المجموعة التجريبية) بفيحاء والداير التي تعرض افرادها للإعلان التوعوي وبين المجموعة الضابطة بالريث التي لم يتعرض افرادها للإعلان التوعوي في التصدي لحوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان؟

٣- هل توجد فروق لمستوى انتشار حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان ولدرجة استخدام الاعلان التوعوي للحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان تبعاً لمتغير العمر (٢٠-٤٠ عام)؟
أهمية الدراسة:
الاهمية النظرية:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الهامة والتي تسعى الى زيادة المعرفة بأثر الاعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان ومحاولة الوصول الى معارف جديدة وتطوير المفاهيم النظرية حول هذا الموضوع. تكمن الأهمية النظرية للدراسة في تخصصها لدراسة مدى قدرة الاعلان التوعوي في اىصال سائقي المركبات في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان إلى مرحلة الحد من حوادث الطرق بهذه المرتفعات الجبلية من خلال الاعتماد والتركيز على خصائص محتوى الرسالة الاعلانية والتي لها الدور الاقوى في تأثير على الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.
الاهمية التطبيقية:

تأمل الباحثة من خلال ما توصلت إليه من نتائج إلى تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات ذات فائدة للجهات المعنية بالطرق والمواصلات من خلال ما يلي:
 ١- إن معرفة اتجاهات سائق المركبة بالمرتفعات الجبلية نحو الاعلان التوعوي يمكن المرور من وضع الاستراتيجيات التوعوية المناسبة وتصميم الإعلان الذي يستطع التأثير بشكل ايجابي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.
 ٢- التأكيد على خصائص الاعلان التوعوي الاكثر تأثيراً في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.
أهداف الدراسة:

١- التعرف على أثر الاعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.
 ٢- التعرف على أهمية الإعلان التوعوي وأثره في المجتمع.
 ٣- بيان الخصائص التي يتمتع بها محتوى الاعلان التوعوي وتحديد أثرها في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.
 ٤- محاولة الحصول على نتائج مفيدة من أجل تقديم مقترحات وتوصيات للجهات المعنية للحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.
المصطلحات الإجرائية للدراسة:

أثر Effect:

بَقِيَّةُ الشَّيْءِ ، أَثَارٌ وَأَثُورٌ ، وَالْخَبْرُ . (المعجم الوسيط (١٩٦٠))

الإعلان Advertising:

ويقصد به الوسيلة غير الشخصية لتقديم الافكار والترويج للسلع والخدمات بواسطة جهة معلومات مقابل أجر مدفوع (Kotler&Armstrong-2011-P-436) ويعرفه غنيم(٢٠٠٨) بأنه "كل الفعاليات التي تكون مسموعة أو مكتوبة أو مرئية من الوسائل الاعلانية التي تتعلق بالمنتج أو الحذف أو الافكار أو التوجيهات".

الإعلان التوعوي Awareness Advertising :

يقصد به الإعلان الذي يختص بالقضايا ذات الأبعاد البيئية والاجتماعية والإرشادية والأخلاقية فهو وسيلة تستخدم للتوجيه والإرشاد والتزويد بالمعرفة وإكساب الخبرة واكتسابها. (الدجاني، ٢٠١٧، ص ٨-١١)

ويقصد به اجرائياً في الدراسة الحالية الوسيلة المبنية على دراسة علمية وعملية لكيفية تصميم الرسائل الاعلانية التوعوية وطرق أساليب عرضها بهدف توجيه وإرشاد سائقي المركبات في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان للحماية من مخاطر حوادث الطرق في تلك المرتفعات الجبلية دون أي مقابل.

التوعية (Awareness):

تعرف التوعية بأنها "العملية التي تشير إلى إكساب الفرد وعيا حول أمر ما أو أمور بعينها، وتبصيره بالجوانب المختلفة المحيطة بها، وتشير أيضا إلى مدى التأثير في شخص أو جماعة أو مجتمع لقبول فكرة بعينها أو موضوع ما، التوصل إلى أسلم الطرق الممكنة واقعيا للتعامل مع هذا الشيء، والسيطرة عليه." الدجاني، أمل، ص ٨، (٢٠١٧).

حدود الدراسة:

حدود موضوعية: تقتصر الدراسة الحالية على أثر الاعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان (في محافظات فيفاء، الداير، الريث).

حدود بشرية: تقتصر الدراسة الحالية على عينة من سائقي المركبات في المرتفعات الجبلية في فيفاء والريث والداير حيث يمثل سائقي المركبات بالمرتفعات الجبلية بفيفاء والداير المجموعة التجريبية للدراسة ويمثل سائقي المركبات بالمرتفعات الجبلية بالريث المجموعة الضابطة للدراسة

الحدود المكانية:

المرتفعات الجبلية بفيفاء والمرتفعات الجبلية بالداير والمرتفعات الجبلية بالريث.

الحدود الزمانية:

يتم تطبيق الدراسة التالية خلال الفصل الدراسي الثاني لعام ١٤٣٩-١٤٤٠.

الإطار النظري:

أولاً:

انطلق الإعلان التوعوي في خدمة المجتمع كونه يبحث عن الظواهر والعادات والسلوكيات السلبية الموجودة في المجتمع وتحاول تقديم أفكاره وحلوله من خلال تقديم أفكار وحلول لهذه السلوكيات السلبية ولا تنحصر مهمة الإعلان التوعوي فقط في إيصال فكرة معينة للناس، ومحاولة إقناعهم بها، بل تزيد على ذلك بتقديم الأفكار بشكل جديد. فعند الإعلان عن فكرة ما يسعى المصمم لاستخدام الاستراتيجيات المناسبة والحملات الإعلانية معا في إطار يعبر فيه عن أهمية تلك الفكرة وجوانبها الإيجابية، مما يشجع المتلقي على الاستجابة ر والافتتاح، فأصبح الإعلان جزءا أساسيا في المجتمع. واصبحت وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية في خدمة الإعلان. (غنيم-٢٠٠٨).

تعرف جمعية التسويق الأمريكية AMA الاعلان بأنه "وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومات مقابل أجر مدفوع". ويتم الإعلان باستخدام بعض الوسائل مثل المجالات والصحف، و الملصقات ولوحات الإعلان، والإذاعة والتلفزيون، ويتميز بالانتشار الجغرافي و القدرة على تكرار الرسالة الإعلانية، و رغم ارتفاع تكلفته إلا أنه واسع الاستخدام" (رشيد، ٢٠١١:ص١٣)

تاريخ الاعلان:

يرى الكثير من مؤرخي العملية الاتصالية أن الإعلان يعتبر من أقدم وسائل الاتصال التي عرفها البشر، والدعاية والإعلان يرتبطان كل منهما بالأخر علاقة الجزء بالكل، خاصة أن الإعلان يعتبر نوع من انواع الدعاية التجارية التسويقية. (صالح، ٢٠١٤)

وبالنظر إلى التراث الحضاري ثبت أن الإعلان لم يكن حديث العهد، بل يرجع عن تاريخ ظهوره إلى العصور القديمة، وهو في كل مرحلة من مراحل تطوره يعبر عن الفترة التي يعيشها بكل ظروفها البيئية والاجتماعية والثقافية والمدنية، ففي العصور القديمة تمثل الإعلان من على هيئة مجموعة من الرموز والنقوش الموجودة على المسلات وفي الأهرامات والمعابد الأثرية وكان يقتصر على تمجيد وتعظيم الكهنة والملوك، ثم دخل الإعلان مجال التجارة واستخدم المناداة والإشارات والرموز واللافتات وكانت هي الوسائل الفعالة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور لإيصال الرسالة الإعلانية في الشوارع والأسواق والميادين، فكانت الكأس والثعبان دليلاً على الصيدلية والحذاء الخشبي دليلاً على صانع الاحذية، كما كانوا العامة يضعون اللافتات التي تحمل الاخبار عن بضائعهم.(العبدلي ١٩٩٦)

أنواع الإعلان:

يعتبر الإعلان نوع من أنواع الدعاية التجارية أو التسويقية أو الخدمية، كما تنوعت عمليات صناعته، وتعددت نوعياته وطبيعته حسب الوظيفة أو الهدف أو الغرض الذي صنع من أجله، ومن خلال تناولنا للتطور التاريخي للإعلان، لوحظ أن الإعلانات كانت لفترات طويلة غير ربحية أو اقتصادية، ولكن مع ظهور صناعة الإعلان وتطور الحركة الاقتصادية والتجارية ظهرت الإعلانات الربحية، فجميع الإعلانات تستخدم فيها كافة الأساليب والوسائل الإقناعية للتأثير على المتلقي (الصقر، ٢٠١١).

أما بالنسبة للإعلانات اللاربحية أو الخدمية فهي مثل الإعلانات الإرشادية والتوعوية عن أمراض معينة أو مساعدة كبار السن أو المعاقين أو التبرع بالدم وجمع التبرعات لهيئات الإغاثة الدولية والصليب الأحمر، وأخرى تستخدم في تسويق الخدمات مثل أتباع إشارات المرور والإعلان عن قوانين صادرة من قبل الدولة أو غيرها. لذلك يمكننا القول إن الإعلان الفعال هو ذلك الذي يستهدف في الأساس التأثير في المتلقي بشكل ملحوظ، وإحداث التغيير في سلوك المتلقي بالاتجاه الذي يدفعه إلى اتخاذ قرارات تتوافق مع الرسالة الإعلانية الموجهة. (العلاق ورابعة، ٢٠٠٢)

-الإعلان حسب الهدف:

- الإعلان التعليمي: - هو الذي يهدف إلى تعريف المستهلك أو المشتري الصناعي بمميزات وخصائص المنتج وطرق استعماله وصيانتته ومجالات استخدامه.
- الإعلان الإرشادي: - هو الذي يهدف إلى تعريف المستهلك أو المشتري الصناعي بالأماكن التي تباع فيها السلعة وأسعارها.
- الإعلان التنافسي: - هو الذي يهدف إلى إبراز خصائص السلعة بالنسبة للسلع المنافسة بهدف حث المستهلك أو المشتري الصناعي على تفضيلها عن السلع الأخرى المنافسة والى تفضيل التعامل مع متجر معين دون المتاجر المنافسة.
- الإعلان التذكيري: - هو الذي يهدف إلى تذكير المستهلك أو المشتري الصناعي بالسلعة وخصائصها ومزاياها بالنسبة للسلع المنافسة وأماكن بيعها وطرق استعمالها.
- وسائل نشر الاعلانات: -

"تتعدد أنواع الوسائل المستخدمة في الإعلان تبدأ من الوريقات الإعلانية. وتصل إلى الكتابة في الفضاء، وتنقسم هذه الوسائل بشكل عام إلى:

- (أ) الوسائل المطبوعة، وتشمل الجرائد، والمجلات، والبريد المباشر.
- (ب) البث الإذاعي والتلفزيوني.
- (ج) الإعلانات الخارجية مثل إعلانات الطرق والنيون، والسينما" (طلعت، ٢٠١٧، ص١٤١).

عملية الاتصال تتكون من العناصر الآتية:
الرسالة: هي المعلومات المرسل من طرف المصدر والتي سوف يستقبلها الطرف الآخر.
الوسيلة: هي الطريقة التي تسلكها الرسالة حتى تصل إلى الطرف الآخر، وبمعنى آخر هو الطريق الذي يصل بين مرسل الرسالة ومستقبلها.
المرسل: هو مصدر الرسالة.
المستقبل: هو محطة الوصول النهائية وهو الذي يستلم الرسالة،” (رشيد، أزمور، ص ٢٢).

أهداف الحملة الاعلانية التوعوية:

يرى شحرور (٢٠١٠) ان اهداف الحملة الإعلانية التوعوية تتمثل في:

- ١ . تسليط الضوء على ظاهرة مجتمعية معينة سواء كانت سلبية او ايجابية.
- ٢ . التعرف بجوانب الظاهرة السلبية بجميع اشكالها وانواعها المختلفة.
- ٣ . اثاره رغبات المتلقي وحثه على تبني الفكرة الإيجابية ونبذ الفكرة السلبية.
- ٤ . محاولة التأثير في الجمهور لحل قضية معينة ومعالجة الظواهر السلبية المجتمعية.
- ٥ . تعزيز صورة المؤسسة المعلنه او المنظمة او المؤسسة في اذهان الفئات المستهدفة.

ثانياً: حوادث الطرق

أصبحت الحوادث المرورية مصدر قلق لكافة أفراد المجتمع .وهي من المشكلات الكبيرة في معظم بلدان العالم ،فهي تستنزف الكثير من الموارد البشرية والمادية للمجتمع إضافة الى أنها سبب في المشاكل النفسية الاجتماعية، وأن مواجهة هذه المشكلة يجب أن تكون مواجهة مبنية على أسس علمية تقوم على تضافر مختلف الجهود والتخصصات وتقتضي الحصول على بيانات متعلقة بالمشكلة، وهذه البيانات يمكن الحصول عليها من المصادر الرسمية للأجهزة المرورية، وإذا لم يتم الحصول عليها فإنه يصبح من الضروري القيام بدراسة ميدانية لجمع الحقائق المتعلقة بالمشكلة، ووضع الحلول والمقترحات لعلاجها أو التخفيف منها.

تعريف الحوادث المرورية:

يعرف الحادث المروري على أنه واقعة تحدث بدون توقع وبدون تدبير مسبق، بسبب توفر ظروف معينة يحتمل وقوعها وينتج عنها نتائج سيئة وغير مرغوب فيها. "كما وعرف ايضا بأنه مشكلة مرورية ينتج عنها تلفيات أو إصابات أو وفيات دون قصد من جراء استخدام المركبة"(الشوربجي، محمود فهمي الباز، الغامدي، علي بن سعيد،ص٥) **تعريف حوادث التصادم:**

يعرف حادث التصادم على أنه "ارتطام مركبتين أو أكثر مع بعضها أو ارتطام المركبة بعارض آخر على الطريق أو خارج الطريق"(المعمري، ٢٠٠٥:ص ١١)

أنواع الحوادث المرورية:

١- الاصطدام: حادث بين سيارتين أو أكثر أو الحيوانات أو أجسام أخرى على الطريق .

٢- الانقلاب: هو انقلاب السيارة بسبب استخدام السرعة أو خلل في ميكانيكية السيارة بسبب عدم إجراء فحص دوري لها أو خلل في الطريق مثل وجود المطبات أو بسبب الحالة الجوية كسقوط الأمطار والضبباب في الشتاء والرياح الشديدة المحملة بالغبار .

٣- الدهس: ويعني دهس المشاة." (الخصيري، ١٩٩٨، ص:٦).

أسباب الحوادث المرورية :

١- الإهمال وعدم الانتباه.

٢- السرعة الزائدة.

٣- التجاوز بصورة خاطئة.

٤- العوامل المناخية مثل الأمطار، الضباب والغبار.

٥- الارهاق والنوم اثناء القيادة

التوعية المرورية:

تسهم التوعية المرورية باستخدام الوسائل المختلفة "في نشر الوعي والسلامة المرورية؛ ومن ثم الحد من حوادث المرورية وتخفيف أثرها على المجتمع وتقديم العديد من الجهات بنشر الوعي والسلامة المرورية أيماناً منها بأهمية المشكلة والإسهام في تقليل الخسائر المادية والبشرية." (العباسي، ٢٠٠٩، ص:١٩)

الدراسات السابقة:

-دراسة(١): محمود فهمي الباز الشوربجي وعلي بن سعيد الغامدي بعنوان "دراسة استطلاعية عن تحسين وتطوير مستوى السلامة المرورية على الطرق داخل جامعة الملك سعود" نشرة هذه الدراسة ٢٠٠٦م. الهدف منها التعرف على خصائص الحوادث المرورية لتحديد مدى خطورتها على مستوى السلامة المرورية وتقويم اداء بعض عناصر السلامة المرورية الموجودة داخل المنطقة واقتراح الحلول الممكنة لتحسين مستوى السلامة المرورية في المنطقة، وظهرت الدراسة ببعض النتائج منها على سبيل المثال افتقار تقارير الحوادث التي تم فحصها عن المعلومات الخاصة بالمواقع الخطرة والتي تتكرر عندها الحوادث المرورية، هذا بالإضافة ان البحث عن سجلات الحوادث في غاية الصعوبة مما يشكل ذلك صعوبة في عملية التحليل للوقوف على اسباب المشكلة وبالتالي إيجاد حلول مناسبة لها وعدم الحزم الكافي في اتباع القوانين والتعليمات المرورية من قبل مستخدمي الطريق

وهذه الدراسة تفيد البحث الحالي في تنوع الوسائل والطرق المستخدمة للحد من حوادث الطرق وتحسين وتطوير مستوى السلامة المرورية في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.

دراسة (٢): ناجح محمد حسن عسيبة بعنوان "حوادث السيارات في التشريع الجنائي دراسة فقهية مقارنة" نشرت هذه الدراسة عام ٢٠١٠م وكان الهدف منها التخلص من ازمة تزايد حوادث السير وحل ملابسات هذه المشكلة وعلاجها وإيجاد الحلول المناسبة للتخفيف منها أو تفاديها. ومن خلال نتائج هذه الدراسة تبين ان اسباب الحوادث ترجع بصفة عامة الى عدة عوامل ، قدمت الدراسة بعض التوصيات منها عدم منح رخصة القيادة إلا لمن يؤدون دورة تدريبية كافية بإحدى مدارس المرور المعتمدة، وأن يتم مراعاة الدقة في الاختبارات العملية والنظرية التي تجري لطالب رخصة القيادة بجميع انواعها، تمهيد الشوارع والطرق- من قبل الدولة بكافة وسائل السلامة والحماية، أيضاً أوصت الدراسة بالرقابة والتنفيذ لتحقيق الأهداف التي شرعت من أجلها القوانين والأنظمة والتشريعات المرورية كذلك أوصت بالتنوعية والثقافة والتعليم المروري.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة التعرف على أسباب الحوادث وكيفية علاجها ولقد قدمت هذه الدراسة توصيات منها عدم منح رخصة القيادة إلا لمن الدورة التدريبية بكفاءة كما حرصت هذه الدراسة على التوعية والتعليم.

دراسة (٣): اسماء فرج الشريف بعنوان "حوادث المرور بمدينة بنغازي، اسبابها وطرق علاجها والوقاية منها " الدراسة تهدف البحث عن اسباب وقوع الحوادث بمختلف انواعها وطرق الوقاية والحد من انتشار حوادث المرورية. اتضح من خلال نتائج الدراسة زيادة الحوادث المرورية وان ظاهرة الحوادث المرورية هي ظاهرة اجتماعية واقتصادية ونفسية وغيرها.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة أن ظاهرة الحوادث المرورية ظاهرة شائعة تلازم جميع بلدان العالم ومعرفة اسباب وقوع الحوادث وطرق علاجها والوقاية منها.

دراسة (٤): عمر صالح بن عمر (—): مفهوم الوعي والتوعية واهميتها، كلية الشريعة والدراسات الاسلامية، ندوة الحج الكبرى، جامعة الشارقة، الامارات العربية المتحدة

تناول البحث تعريف الوعي في اللغة: هو حفظه وفهمه وقلبه، فهو واع، من فلان أي احفظ وافهم من فلان

تعريف الوعي اصطلاحاً:

لا يوجد تعريف متفق عليه بين الاوساط الاكاديمية لمصطلح (الوعي) فهناك من يرى ان الوعي هو الادراك او هو صحة الفكر والعقل (الوعي في علم الاجتماع) هو ادراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به

يستفيد البحث الحالي من هذا البحث في الفرق بين الوعي والتوعية وماهي أهميتهما للفرد والمجتمع وان كتاب الله عز وجل لم يخلو من هذه الكلمتين وورودها في اكثر من موضع .

فروض الدراسة:

بعد الاطلاع على الاطار النظري واستقراء الدراسات السابقة استطاعت الباحثة صياغة فروض الدراسة وذلك في النحو التالي:

١- يوجد أثر للإعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.

٢- يوجد فروق بين المتوسط الحسابي لسائقي المركبات (المجموعة التجريبية) بفيفاء و الداير التي تعرض افرادها للإعلان التوعوي وبين المجموعة الضابطة بالريث التي لم يتعرض افرادها للإعلان التوعوي في التصدي لحوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان؟

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمستوى انتشار حوادث الطرق ودرجة استخدام الإعلان التوعوي للحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان تبعاً لمتغير العمر (٢٠-٢٩، ٣٠-٣٩، ٤٠-٤٩)

إجراءات الدراسة

-منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج التجريبي لمعرفة أثر الاعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان. وقد استخدمت الباحثة التصميم التجريبي ذو المجموعتين التجريبية والضابطة. والمنشورات الاعلانية التوعوية. عينة الدراسة: مرت عملية انتقاء العينة بمرحلتين هما.

-المرحلة الاولى اختيار عينة الدراسة الاستطلاعية: تضمنت هذه المرحلة اختيار العينة الاستطلاعية لدراسة المكونة من (٢٠٠) من سائقي المركبات في المرتفعات الجبلية بمنطقة جازان من فيفاء والداير والريث وذلك وفقاً لشروط التالية :

نوع: تم اختيار عينة الدراسة من ذكور والاناث، العمر (٢٠-٢٩)، (٣٠-٣٩)، (٤٠-٤٩)،

هذه المرحلة العينة التجريبية من أفراد العينة الاستطلاعية والتكافؤ بين المجموعة التجريبية والضابطة قبل حملة الاعلان التوعوي وقد تكونت المجموعة التجريبية من (١٠٠) سائق مركبة بالمرتفعات الجبلية بفيفاء والداير، وتكونت المجموعة الضابطة من (١٠٠) سائق مركبة بالمرتفعات الجبلية بالريث

ادوات الدراسة:

١- استبانة أثر الاعلان التوعوي في الحد من حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان. (اعداد الباحثة)

٢- استبانة حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان. (اعداد الباحثة)

٣- اعلانات توعوية (تصميم الباحثة)

٤- منشورات اعلانية توعوية (اعداد الباحثة).

الخطوات الاجرائية لدراسة:

- اعداد الاستبانة المستخدمة فيجمع البيانات وهما استبانة اثر الاعلان التوعوي واستبانة حوادث الطرق في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان.

- التحقق من صدق وثبات الاستبانة.

- طباعة وتركيب الاعلانات التوعوية التي سوف يتم عرض المجموعة التجريبية لها أثناء السير في المرتفعات الجبلية بفيفاء والداير.

- طباعة وتوزيع المنشورات الاعلانية التوعوية على المجموعة التجريبية في المرتفعات الجبلية بفيفاء والداير

- استخدام المعالجة الاحصائية لتحليل نتائج الاستبانات على الاستبانات لكل من مجموعتين.

المعالجات الإحصائية :

فرضي الدراسة.

١. لا يوجد فرق ذات دلالة احصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية (منطقة الفيفاء والداير) والمجموعة الضابطة (منطقة الريث) في القياس البعدي لاستبانة حوادث الطرق.

٢. لا يوجد فرق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية (منطقة الفيفاء والداير) والمجموعة الضابطة (منطقة الريث) في القياس البعدي لاستبانة الاعلان التوعوي للحد من حوادث الطرق.

الاساليب الاحصائية المستخدمة

المتوسطات الحسابية.

الانحرافات المعيارية.

اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين.

نتائج الدراسة وتفسيرها.

الفرض الأول.

ينص الفرض الأول على " لا يوجد فرق ذات دلالة احصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية (منطقة الفيفاء والداير) والمجموعة الضابطة (منطقة الريث) في القياس البعدي لاستبانة حوادث الطرق." وللتحقق من هذا الفرض تم اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين.

جدول (١)

المجموعة	العدد	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى الدلالة
التجريبية	100	25.7400	1.92600	-27.486	165.486	0.000
الضابطة	100	19.5000	1.20185			

الفرض الثاني.

ينص الفرض الثاني على " لا يوجد فرق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠.٠٥) بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية (منطقة الفياء والداير) والمجموعة الضابطة (منطقة الريث) في القياس البعدي لاستبانة الاعلان التوعوي للحد من حوادث الطرق."

جدول (٢)

المجموعة	العدد	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى الدلالة
التجريبية	١٠٠	39.2600	.73333	-	113.207	0.000
الضابطة	١٠٠	25.0400	.19695	187.27		

التوصيات: يوصي البحث بالآتي :

- ١- تقوم البلدية بعمل إعلانات توعوية ذات الحجم الكبير وذات أناره على مسافات متقاربة خاصة في المنحدرات والمنحنيات.
- ٢- تقوم بلديات منطقة جازان بعمل مسابقة تتضمن تصميم اعلانات توعوية .
- ٣- تعاون بين بلديات منطقة جازان والمرور العام بمنطقة جازان لوضع خطة استراتيجية توضح أسباب وقوع هذه الحوادث في المرتفعات الجبلية في منطقة جازان وحث قائدي المركبات على طول طرق المرتفعات الجبلية للانتباه للافتات الاعلانية.
- ٤- تعميم الدراسة على المناطق الجبلية التي لم تشملها هذه الدراسة.

المراجع:

- ١-رشيد، أزمور(٢٠١١). شراء المنتج الجديد بين تأثير الإعلان والعلاقة التجارية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ابي بكر بلقايد، الجزائر.
- ٢- ناصر، محمد جودت(١٩٩٨).الدعاية والإعلان والعلاقات العامة. عمان: دار النشر مجدلاوي.
- ٣- العلاقة، بشير عباس ورباعة، علي محمد(٢٠٠٢).الترويج وإعلان التجاري. عمان: اليازوري العلمية لنشر والتوزيع.
- ٤- الدجاني،أمل(٢٠١٧).أثر الإعلان التوعوي في تحديد ظاهرة التدخين لدى الطلبة في الجامعات الأردنية الخاصة. جامعة الشرق الاوسط، حزران.
- ٥- طلعت، أسعد(٢٠١٧).الإعلان ووسائل الاتصال الفعالة، جامعة المنصور،مصر:(__).
- ٦- الشوريجي، محمود فهمي الباز، الغامدي، علي بن سعيد(٢٠٠٦) ،دراسة استطلاعية عن تحسين وتطوير مستوى السلامة المرورية على الطرق داخل جامعة الملك سعود.
- ٧- الحضيرى، علي(١٩٩٨).حوادث الطرق وأفاق السلامة، بنغازي، دار الكتب الوطنية.
- ٨- المعمري،عادل عبدالله خميس،(٢٠٠٥).دور التوعية المرورية في الحد من حوادث الطرق الفكر الشرطي. القيادة العامة لشرطة الشارقة، دار المنظومة.
- ٩- العباسي،عبد الحميد محمد(٢٠٠٩).الوعي والسلامة المرورية لدى الشباب الكويتي مدخل للحد من الحوادث المرورية، جامعة الكويت،دار المنظومة.
- ١٠- أحصائيات المرور العام بمنطقة جازان ، وزارة الداخلية، ١٤٣٨ - ١٤٣٩ - ١٤٤٠.
- ١١- مجمع اللغة العربية بالقاهرة (١٩٦٠): المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية ،الطبعة الأولى.