



جامعة البويناية بونعامة - خميس مليانة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



دور الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية

لدى الشباب الجزائري عبر وسائط الاتصال الجديدة

دراسة على عينة من الطلبة المتصفحين للفاسبوك بجامعة البويناية بونعامة - خميس
مليانة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة

إشراف:

أ- نوال سعدون.

إعداد الطلبة

- بوقار عزيز

- إيطا حين إسماعيل

العام الجامعي: 2019-2020

شكر وتقدير

الشكر لله تعالى الذي أعانني على إنجاز هذا البحث

وأتوجه بالشكر والتقدير للأستاذة نوال سعدون لإشرافها ومتابعتها للبحث منذ

أن كان مجرد أفكار متناثرة لغاية أن غدا بفضل الله مذكرة.

وأقدم بخاص الشكر إلى أسرة البحث العلمي أساتذة وطلبة وإدارة.

وأتمنى لهم المزيد من النجاحات.

وخالص الشكر والعرفان إلى كل من أسد لي خدمة أو معروف من قريب أو

من بعيد سهل به إنجاز هذا البحث.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى رمز المحبة والجنان إلى أعلى وردة في حياتي

إلى أُمي أطال الله في عمرها وحفظها .

وإلى الذي كدّ وعمل من أجل أن أدرس في أحسن الظروف

إلى والدي حفظه الله.

وإلى كل أفراد عائلتي الكريمة.

وإلى جميع إخوتي وأخواتي.

وإلى كل العائلة الكبيرة.

وإلى كل زملاء الدراسة والعمل.

وإلى طلاب العلم في كل مكان أقدم هذا العمل.

عزيز بوقار

إهداء

أهدي هذا العمل إلى رمز المحبة والجنان إلى أعلى وردة في حياتي
إلى أمي أطال الله في عمرها وحفظها .

وإلى الذي كدّ وعمل من أجل أن أدرس في أحسن الظروف

إلى والدي حفظه الله.

وإلى كل أفراد عائلتي الكريمة.

وإلى جميع إخوتي وأخواتي.

وإلى كل العائلة الكبيرة.

وإلى كل زملاء الدراسة والعمل.

وإلى طلاب العلم في كل مكان أقدم هذا العمل.

إيظاطاحين إسماعيل

الملخص:

تشكل حوادث المرور احد أهم الأخطار التي تواجه الإنسان في العصر الحديث والتي غدت تستنزف بشريا آلاف الوفيات والجرحى والمعاقين، وأمام هذه الوضعية المأساوية ظهرت المجتمعات فواعل أخرى إلى جانب المؤسسات الاجتماعية وأجهزة الأمن، والمتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك و تويتر واليوتيوب..الخ حيث تلعب هذه الأخيرة دورا هاما في عملية نشر المعلومات والأخبار المتعلقة بحوادث السير .فشبكات التواصل الاجتماعي اليوم أضحت تشكل آلية لبناء اتصال فعال في المجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية وذلك من خلال توضيح الصور التي تبين مخاطر حوادث المرور وكذا نشر مقاطع الفيديوهات المتضمنة النتائج المترتبة عنها والتوصيات المتعلقة بالوقاية منها والقيام كذلك بحملات تحسيسية الكترونية تخلق لدى الشباب الوعي بمخاطر المرور وتبين ما عليه القيام به لتجنب مثل هذه الحوادث

الكلمات المفتاحية: حوادث المرور، شبكات التواصل الاجتماعي، الثقافة المرورية.

Summary:

traffic accidents is one of the most serious threats facing mankind in the modern era, which has become a burden on the human societies (thousands of dead and wounded and handicapped) and economically, in the face of this tragic situation emerged other actors and social institutions and security represented in social networks, Facebook, Twitter, and youtube..etc., play an important role in the process of dissemination of information and news relating to traffic accidents. Today, social networks have become a mechanism for building effective communication in the community in the field of spreading traffic safety culture by clarifying the images that show the dangers of traffic accidents, as well as publishing videos that contain the consequences and recommendations for prevention and awareness campaigns. Traffic and explain what it has to do to avoid such incidents.

key words: Traffic Accidents, Social networking , Traffic awareness.

خطة الدراسة:

شكر وعرافان

إهداء

قائمة الجداول والأشكال

مقدمة.

الإطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة

2- تساؤلات الفرعية

3- أسباب اختيار الدراسة

4- أهمية الدراسة

5- أهداف الدراسة

6- منهج البحث وأدواته

7- مجتمع البحث والعينة

8- نتائج الدراسة

9- عينة الدراسة

10- مفاهيم الدراسة

11- الإطار الزمني والمكاني للدراسة

12- دراسات السابقة

الفصل الأول: الحملات التحسيسية كدعامة لتفعيل الثقافة المرورية

المبحث الأول: الاتصال والإقناع وعناصر العملية الإقناعية

المطلب الأول: مفهوم الإقناع

المطلب الثاني: مفهوم الاتصال الإقناعي

المبحث الثاني: عناصر العملية الإقناعية

المطلب الأول: المصدر (المرسل، المقنع، القائم بالاتصال

المطلب الثاني: الرسالة

المطلب الثالث: المتلقي (الجمهور المستقبل)

المطلب الرابع: الوسيلة

المبحث الثالث: أهمية الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية

المطلب الأول: مفهوم الحملات التحسيسية

المطلب الثاني: خصائص الحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية

المطلب الثالث: أهداف الحملات التحسيسية في لتفعيل الثقافة المرورية

خلاصة

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة المرورية

تمهيد

المبحث الأول: مدخل عام إلى مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

المطلب الثاني: أنواع وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: ماهية الثقافة المرورية، مقوماتها وأهدافها

المطلب الأول: تعريف الثقافة المرورية

المطلب الثاني: مظاهر الثقافة المرورية

المطلب الثالث: أهداف الثقافة المرورية

المبحث الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتفعيل الثقافة المرورية

المطلب الأول: العوامل المسببة لحوادث المرور ودور الثقافة المرورية في التقليل منها

المطلب الثاني: آليات ترسيخ الثقافة المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: النتائج المترتبة عن الحوادث المرور

خلاصة الفصل

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامة

فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

تمهيد

المخلص

المبحث الأول: تقديم جامعة الجيلالي بونعامة

المطلب الأول: تأسيس الجامعة ومراحل تطورها

المطلب الثاني: تاريخ الجامعة

المطلب الثالث: الهياكل التنظيمية للجامعة

المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج

المطلب الأول: عرض النتائج المتعلقة بأسئلة الاستبيان

المطلب الثاني: التحليل والمناقشة المتعلقة بأسئلة الاستبيان

خلاصة الفصل

خاتمة

الملاحق

قائمة المراجع

الفهرس

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول

قائمة الجداول

70	الجدول رقم 1: يمثل الجنس
70	الجدول رقم 2 يمثل السن
71	الجدول رقم 3 : يمثل المستوى التعليمي
71	الجدول رقم 4 : يمثل الخبرة في السياقة
72	الجدول رقم 5 : يمثل كم من مرة تعرضت لحادث مرور
72	الجدول رقم 6 : يمثل هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي
72	الجدول رقم 7 : يمثل منذ متى و أنت تستعمل الفيسبوك
73	الجدول رقم 8 : ما هي مدة تصفحك لموقع الفيسبوك
73	الجدول رقم 9 : أين تفضل استخدام الفيسبوك
74	الجدول رقم 10 : كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك
74	الجدول رقم 11 : هل تتصفح صفحات الفيسبوك التي تتناول حوادث المرور
74	الجدول رقم 12 : هل تتصفح صفحات الخاصة بحملات الثقافة المرورية
75	الجدول رقم 13 : فيما تتمثل المواضيع المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك
75	الجدول رقم 14 : هل تكون الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية عبر الفيسبوك
76	الجدول رقم 15 : تتناول الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية مواضيع حول
76	الجدول رقم 16 : ماهي الاساليب والاستمالات الموظفة في الحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك
77	الجدول رقم 17 : تفاعل مع مضامين الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر الفيسبوك
77	الجدول رقم 18 : ما هي دوافعك للإقبال على صفحات الفيسبوك المتعلقة بالحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية
78	الجدول رقم 19 : ما هي الاشباعات المحققة لديك من الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك
78	الجدول رقم 20 : ما هي الآثار الناتجة عن الحملات التحسيسية لديك
78	الجدول رقم 21 : حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة

قائمة الجداول

	المرورية
79	الجدول رقم 22 : يبين هل تؤثر فيك الحملات التحسيسية
79	الجدول رقم 23 : متى تؤثر فيك
80	الجدول رقم 24 : هل ترى المواضيع التي تعالجها هذه الحملات
80	الجدول رقم 25 : ما هي العناصر التي تترسخ في ذهنك وتذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك
80	الجدول رقم 26 : هل تكرر هذه الحملات التحسيسية لمدة طويلة يساهم في
81	الجدول رقم 27 : هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة
81	الجدول رقم 28 بماذا تشعر وأنت تشاهد هذه الحملات عبر صفحات الفيسبوك
82	الجدول رقم 29 : هل حدث و أن قمت بسلوك حثت عليه هذه الحملات
82	الجدول رقم 30 : إلى ماذا يرجع عدم أخذك بالنصائح التي تتضمنها الحملات التحسيسية
83	الخاصة بتفعيل الثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك
83	الجدول رقم 31 : يمثل كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع فيسبوك
84	الجدول رقم 32 : يمثل الاشباعات المحققة لديك من الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك
85	الجدول رقم 33 : يمثل العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك
86	الجدول رقم 34 : يمثل الحملات التحسيسية معلومات جديدة
87	الجدول رقم 35 : يمثل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية
88	الجدول رقم 36 : يمثل كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك
89	الجدول رقم 37 : يمثل الاشباعات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك
90	الجدول رقم 38 : يمثل العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك
92	الجدول رقم 39 : يمثل الحملات التحسيسية معلومات جديدة

قائمة الجداول

93	الجدول رقم 40: يمثل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية
94	الجدول رقم 41: يمثل كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك
95	الجدول رقم 42: يمثل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية
96	الجدول رقم 43: يمثل المستوى الدراسي
97	الجدول رقم 44: يمثل العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك
98	الجدول رقم 45: يمثل هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة
100	الجدول رقم 46: يمثل الاشباعات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك
102	الجدول رقم 47: يمثل حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية
103	الجدول رقم 48: يمثل العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك
105	الجدول رقم 49: يمثل الحملات التحسيسية معلومات جديدة

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

ص	العنوان	الرقم
66	يمثل الهيكل التنظيمي للمديرية	.1
67	يمثل الهيكل التنظيمي للأمانة العامة	.2
68	يمثل الهيكل التنظيمي للمصالح المشتركة	.3
69	يمثل الهيكل التنظيمي للكلية	.4

مقدمة

مما لا شك فيه ومع تطور الحياة وتسارع وتيرة التحولات والتطورات مما أدى إلى خلق العديد من المشكلات والآفات الاجتماعية، ونتيجة لاستفحال هذه الآفات والمشاكل التي توجهها للمجتمع، وسلامة سيره وتوازنه كان لازما لإيجاد الحلول والاعتماد على الطرق العلمية لحل هذه المشكلات والحد منها، خشية تفاقمها ومن حدة آثارها السلبية على الفرد والمجتمع معتمدين في ذلك على التطور الكبير الذي تحقق في مجال العلوم والاتصال، وعلى التقدم في المعرفة المتراكمة باستمرار حول الطبيعة الإنسانية وحول العوامل التي تحدد السلوك الفردي والجماعي هذا من ناحية، وعلى التطور والتقدم التكنولوجي وما يوفره من فرص وإمكانيات كبيرة للتأثير في الفرد وكذلك المجتمع وتوجيه سلوكياتهم ومواقفهم من ناحية أخرى.

ولعل من أهم هذه المشكلات الاجتماعية التي باتت تشكل خطرا على الفرد والمجتمع وأصبحت تهدد الحياة البشرية والتي حظيت باهتمام بالغ من طرف الجمهور المستهدف، مشكلة حوادث المرور والتي أصبحت مشكلة معقدة ومتفاقمة، من خلال ما تتركه من آثار سلبية، حيث صار بإمكاننا التعرف على مدى الخسائر الهائلة التي تسببه هذه الحوادث ومن بين هذه الدول الجزائر مثل باقي الدول الأخرى التي تعاني من مشكلة هذه الحوادث ومن المخلفات التي تتركها وتشير الكثير من حيث وضعنا من الإحصائيات والنتائج والخسائر تعتبر وخيمة وجد كبيرة.

حيث وضعنا خطة في دراستنا هذه من أجل تحليل هذه الظاهرة من خلال تقديم مجهودات من الجهات الوصية للحد منها ومن تابعاتها، لكن استمرار تفاقم المشكلة المرورية رغم هذه الجهود الاتصالية المبذولة، إضافة إلى جهود السلطات العليا، وذلك عن طريق الاقناع والردع وإصدار القوانين جعل من تقييم دور الحملات التحسيسية باعتبارها أكثر التقنيات الاتصال الاجتماعي المعتمد عليها أمرا في غاية الأهمية، وهو الأمر الذي نسعى للقيام به من خلال دراستنا والتي تهدف أساسا إلى تقييم حملات التوعية المرورية في تفعيل الثقافة المرورية بحيث تطرقنا في مذكرتنا هذه الى ثلاث جوانب جانب المنهجي وجانب نظري وجانب تطبيقي.

حيث تناول الجانب المنهجي اشكالية دراسة ثم تساؤلات الدراسة اسباب اختيار الموضوع اهمية الدراسة اهداف الدراسة منهج البحث وادواته الادوات المستخدمة في الدراسة مجتمع البحث والعينة مفاهيم الدراسة الايطار الزماني والمكاني للدراسة والدراسات السابقة.

مقدمة

ثم تطرقنا في الجانب النظري الى فصلين بحيث تناول كل فصل العديد من المباحث بحيث كان الفصل الاول الحملات التحسيسية فرع من فروع الاتصال الاقناعي بحيث تناول الفصل ثلاث مباحث في كل مبحث ثلاث مطالب ثم تطرقنا في الفصل الثاني من الجانب النظري والذي كان عنوانه مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة المرورية حيث تناول الفصل ثلاث مباحث في كل مبحث ثلاث مطالب ثم تطرقنا الى الجانب التطبيقي حيث تناول الجانب التطبيقي لمحة تاريخية عن جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة مع الهيكل التنظيمي للجامعة ثم تطرقنا الى تحليل النتائج باستخدام نظام spss ثم مناقشة النتائج في جداول بسيطة واخرى مركبة ثم تطرقنا الى مناقشة هذه النتائج مع استنتاج عام والخاتمة.

الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة:

لعل من أهم المشكلات التي يفرضها الواقع الاجتماعي الحالي وتطرح نفسها بقوة مشكلة الحوادث المرورية وما ينتج عنها من خسائر مادية وبشرية حيث أصبحت هذه المشكلة على درجة كبيرة من التعقيد و التفاقم رغم الجهود التي تبذل للحد منها وذلك نظرا للتحوّل الشامل الذي تشهده الدول جمعا وما يواكبها من تغييرات أدت إلى زيادة الحركة والانتقال على الطرق العامة نتيجة زيادة المشروعات الاستثمارية وذلك راجع إلى جملة من الأسباب منها الوضع الاقتصادي الذي يسمح بتوجيه جزء كبير من الموارد لاستثمارها في إجراءات الوقاية المرورية من خلال الحملات التوعوية أو التحسيسية للحد من ظاهرة الحوادث الرهيبة التي باتت تشكل خطرا على حياة البشرية وخصوصا في الآونة الأخيرة زادت من خطورة المشكلة خاصة و أنها أدت إلى تسارع وتفاقم المشكلة المرورية بوتيرة أسرع من الإستراتيجيات الموضوعة لمعالجة هذه الظاهرة¹.

وتعد الحملات التحسيسية إحدى أهم الوسائل الإعلامية نظرا للخصائص التي تتمتع بها فمن قدرتها على مخاطبة كافة شرائح المجتمع بمختلف مستوياتهم التعليمية و الاجتماعية إضافة إلى الملائمة في ظروف التعرض ومن ناحية أخرى إمكانية تعرض جمهور السائقين لمضامين هذه الوسيلة وذلك بحكم تنقلاتهم حيث تقتفي هذه الشريحة وقت كبير داخل المركبة مما يجعلها أكثر عرضة لمضامين هذه الحملات وقد يكون هذا من خلال تصفح مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك وزيارة بعض صفحات حملات توعوية من خلاله وليس فقط السائقين أيضا الأشخاص الراجلين فقد يتصفح هذه المواقع لمشاهدة الدور الذي تقدمه الحملات التحسيسية من أجل الحد من حوادث المرور وتفعيل الثقافة المرورية خاصة فئة الشباب.

انطلاقا من هذه المعطيات تبدوا الضرورة ملحة لإجراء دراسة علمية تحاول تشخيص الموضوع التوعوي الخاص بحوادث المرور بولاية عين الدفلى خاصة مع استمرار هذه الحوادث في حصاد الأرواح وبشكل كبيرو ذلك رغم اعتماد الدولة والجهات المعنية على مختلف الآليات التي منه شأنها التقليل من هذه المشكلة عبر مختلف الوسائل وعلى رأسها الحملات التحسيسية و التوعوية من طرف موقع الفايسبوك

¹ أديب محمد خفور: حملات التوعية المرورية العربية جامعة نايف العربية، مركز الدراسات و البحوث، الرباط، 2007، ص 05.

الإطار المنهجي للدراسة

وذلك من خلال معرفة توجهات و آراء الشباب المتدرسين بجامعة جيلالي بونعامة السواق وغير السائقين باختلاف خصائصهم النفسية و الاجتماعية وتوجهاتهم ومدركاتهم نحو هذه الحملات ومدى تقبلهم واقتناعهم بها، وتذكرهم لمحتوياتها و اتبعاتهم لنصائحها وبالتالي معرفة مستوى تأثيرهم بها و اقتناعهم وذلك كله في محاولة لتقييمها و اكتشاف مواطن النقص فيها لتدعيمها وإثراء الجانب الايجابي للوصول في المستقبل إلى حملات تحسيسية ذات أهداف محددة و أساليب و استراتيجيات ملائمة والتي يمكن أن تغني مستقبلا عن اللجوء إلى استعمال الودع لحل هذه المشكلة، وهو الأمر الذي نسعى إليه من خلال دراستنا هذه والتي تتمحور حول التساؤل الرئيسي التالي:

-كيف ساهم فايسبوك في تفعيل الثقافة المرورية لدى الطلبة السائقين بجامعة الجيلالي بونعامة

خميس مليانة؟

2- تساؤلات الدراسة:

وتتدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالاتي:

- ما هو الدور الذي تقدمه الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك؟

- ما هي آراء الشباب المتصفح للفايسبوك في محتوى هذه الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة

المرورية؟

- ما مدى تذكر الشباب المتصفح للفايسبوك لهذه الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية

ولمضامينها؟

- هل استطاع الفايسبوك من خلال صفحاته الخاصة بالحملات التحسيسية التأثير على المستوى

السلوكي للشباب السائقين بجامعة جيلالي بونعامة بخميس مليانة ولاية عين الدفلى؟

- ما هو الدور التي تلعبه الحملات التحسيسية في عملية التوعية المرورية ولدى الشباب

المتدرسين بجامعة جيلالي بونعامة بخميس مليانة المتصفح للفايسبوك من وجهة نظر السائقين بولاية

عين الدفلى؟

الإطار المنهجي للدراسة

- ما هي آراء الطلبة السائقين بجامعة الجبلالي بونعامة في محتوى الحملات التحسيسية الخاصة بتفعيل الثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك؟
- هل تلعب صفحات فيسبوك دورا فعالا في نشر الثقافة المرورية وتفعيلها لدى الطلبة السائقين؟
- كيف تناولت صفحات الفيسبوك الحملات التحسيسية الخاصة بتفعيل الثقافة المرورية؟
- ما هي أهم المواضيع المطروحة في الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية الموجهة للجمهور السائقين عبر صفحات الفيسبوك؟
- ما هي أهم الإستراتيجيات الموظفة في مضامين الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك؟
- ما مدى تأثير الطلبة السائقين بمضامين هذه الحملات التحسيسية؟

3-أسباب اختيار الدراسة:

تعد مرحلة اختيار الموضوع من أهم مراحل البحث العلمي حيث تمثل خطوة حاسمة تؤثر على سير عملية إنجاز البحث بكامله وعادة ما يكون وراء هذا الاختيار أسباب ودوافع تتراوح بين الذاتية والتي تفرضها طبيعة تخصص الباحث وقدراته ورغباته والأسباب الموضوعية التي يفرضها الواقع الاجتماعي والضرورة الملحة لمواضيع تطرح نفسها بقوة ومن أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع:

أ- الأسباب الذاتية:

- الرغبة في إثراء مواضيع البحث العلمي مستقبلا.
- الرغبة في التعرف على كيفية مساهمة الحملات التوعوية في نشر الثقافة المرورية لدى الطلبة الجامعيين.
- التأثير بالحصيلة السنوية لحوادث المرور وما تخلفه من مآسي للمجتمع خاصة فئة الطلبة السائقين.

ب - الأسباب الموضوعية:

- تفاقم المشاكل على المستوى الوطني عموما بولاية عين الدفلى على وجه الخصوص و الزيادة المطردة في عدد الحوادث و الإصابات و استمرارها في استنزاف الطاقات البشرية و المادية رغم الإجراءات الردعية و القانونية المتخذة من طرف المصالح المعنية.

- التطرق إلى دور الحملات التحسيسية المستمرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي فايستوك وذلك للحد من التنامي المذهل لهذه الحوادث و التقليل من الآثار السلبية الناجمة عنها.

- نشر الثقافة المرورية لتحقيق التوعية المرورية هو أحد أهم الحلول لمواجهة هذه المشكلة وتبعاتها ويزداد فيها الاهتمام بحملات التوعية المرورية التي تمثل جانبا أساسيا في عملية التوعية المرورية الأمر الذي جعل الحاجة الملحة لدراستها.

- التركيز على الفايستوك كوسيلة حديثة من الوسائط الجديدة من خلال مايقدمه من الصفحات الخاصة بالتوعية و الحملات التحسيسية للحد من ظاهرة حوادث المرور، ومن ناحية أخرى اهتمام الشباب المتزايد بالمشكل المرورية.

4- أهمية الدراسة:

تتعلق أهمية الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته الذي يتناول موضوع الحملات التحسيسية بالثقافة المرورية في مواقع التواصل الإجتماعي. كما وتستمد دراستنا هذه الموسومة بالحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية لدى الشباب أهمية بالغة منها:

- أهمية دراسة الأفراد للحملات التحسيسية باعتبارها الهدف الأول و الأساسي لكل عمل توعوي في الثقافة المرورية.

- معرفة آراء الشباب الجامعي ومواقفه وإتجاهاته إزاء الحملة التحسيسية والتأثيرات المعرفية والسلوكية اتجاه الثقافة المرورية.

- الأهمية العلمية أو التطبيقية من معلومات ونتائج وحلول واقتراحات يمكن الاستعانة بها والاعتماد عليها من طرف الثقافة المرورية.

5- أهداف الدراسة:

- تسليط الضوء على هذا النوع من الوسائط الجديدة في موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ومعرفة ما مدى فعالية الحملات التحسيسية في الثقافة المرورية.
- معرفة آراء الشباب السائقين في محتوى الحملات الثقافية المرورية للحد من حوادث المرور.
- محاولة معرفة دور هذه الحملات في التأثير على سلوكيات الشباب الجامعي.
- الكشف عن الدور الذي يمكن أن يلعبه الفيسبوك في عملية الثقافة المرورية من خلال الصفحات الخاصة في الفيسبوك بحوادث المرور لدى الشباب الجامعي.
- محاولة التعرف على مدى تأثير الخصائص السوسيو ديمغرافية للشباب الجامعي على آرائهم واستجاباتهم للحملات التحسيسية للثقافة المرورية من خلال ما يقدمه الفيسبوك.

6- منهج البحث و أدواته:

يعد المنهج من الدعائم الأساسية لأي بحث علمي فهو عبارة جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بقواعد معينة تمكنه من الوصول إلى نتيجة مسطرة.¹

ونظرا للدقة المطلوبة في البحث العلمي كان لزاما إتباع المنهج الوصفي الذي تستخدمه هذه الدراسة فقد الوصول إلى النتائج تجيب عن الإشكالية المطروحة و المتمحورة حول: الدور الذي تقدمه الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية لدى الشباب الجامعي المتصفح للفيسبوك، ولعل أنسب منهج لدراستنا هو منهج الوصفي والذي يعتبر من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الوصفية حيث يستخدم فيها بهدف وصف وتقرير واقع معين لمجتمع أو جماعة أو نظام محدد في فترة زمنية محددة بوقت إجراء الدراسة وتهدف إلى الحصول على المعلومات اللازمة عن المجتمع المبحوث مستعينة في ذلك ببعض أدوات البحث العلمي وهي الاستبيان الالكتروني المقدم للشباب الجامعي ودراسة عينة البحث باستخدام برنامج spss لتحليل الاستبيان.

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،

الأداة المستخدمة في دراستنا:

إنه وفيما لا شك إن الأداة المناسبة في دراستنا هذه و المطابقة للمنهج التحليل الذي اتبعناه في الإستبانة أو الاستبيان أو الاستمارة كما تعرف أنها أسلوب لجمع البيانات يتم من خلالها الحصول على المعلومات مباشرة عن الأفراد الذين تم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للحصول إلى النتائج المرجوة.

1: استمارة الاستبيان:

تعرف أنها تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبير ما عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم الى المبحوث من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة¹، ولقد استخدمنا في هذه الدراسة طريقة توزيع الاستمارة إلكترونيا عن طريق طرح الأسئلة الكترونيا، وتلقي الأجوبة من طرف العينة المقصودة أي الشباب المتمدرس بجامعة جيلالي بونعامة خميس مليانة ولاية عين الدفلى.

7- مجتمع البحث والعينة:

ويقصد بمجتمع البحث جميع المفردات التي نريد معرفة حقائق معينة عنها قد تكون هذه المفردات حملات تحسيسية حوادث مرور حملات توعوية وكلما كان التحديد أكثر دقة كلما ساعد ذلك على دقة النتائج².

ويمثل مجتمع الشباب السائقين المجتمع البحثي في مثل هذا النوع من الدراسات غير أن تحدينا للمجال الجغرافي وهو جامعة جيلالي بونعامة بخميس مليانة ولاية عين الدفلى يجعل مجتمع بحثنا يتمحور في الشباب المتمدرسين بالجامعة السائقين وبالتالي يشمل فئة محددة والتي نرغب في دراستها.

¹ موريس انجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004، ص 206.

² محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الوسائل الجامعية، الطبعة 3، دار النشر و التوزيع، القاهرة، 2000، ص 28

8- نتائج الدراسة:

أدى غياب الدراسات الخاصة بالجمهور المستهدف وغياب تخطيط فعال للحملات الصحية إلى غياب سياسة واضحة في مجال الاتصال الاجتماعي في الجزائر ما أثر سلباً على فعالية الوقاية المعتمدة على وسائل الاتصال الجماهيرية.

خرجت الدراسة بعدة توصيات أهمها ضرورة تدخل الدولة بكل مؤسساتها لإعداد حملات منظمة وذات فعالية في مجال التوعية و الوقاية الصحية، ولا بد أن تعمل المؤسسات التربوية إلى جانب وسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي وذلك عن طريق إدماج مادة الصحة الوقائية من البرنامج الدراسي.

خلصت نتيجة الدراسة إلى أن الشباب الجامعي ليس له أي ثقافة مرورية رغم تصفحه لموقع فيسبوك باستمرار .

وأيضا رغم أن موقع فيس بوك ينشر باستمرار وفي أهم العناوين للحوادث الأليمة إلا أن أغلب الشباب الجامعي يتجهالونه.

9- عينة الدراسة:

انطلاقاً من أن دراستنا تتدرج ضمن الظواهر التي لا يمكن قياسها بدقة كافية خاصة و أنها تتعلق بالاتجاهات و المستويات التأثير ونظراً لأن دراسة مثل هذه العينة تحتاج إلى وقت وجهد، في حين يسهل حصره لان العدد قليل نسبياً يمكننا جمع عدد كبير من البيانات وأكثر تفصيلاً، وعليه يظهر أن أنسب أسلوب لدراستنا هو أسلوب المعاينة والذي يعتبر أحد الدعائم الأساسية في بحثنا هذا¹.

خاصة و أنه يسمح للباحث باستنتاج خصائص عدد كافي من المفردات من خلال الاتصال مع عدد محدد منهم².

¹ فضيل دليو، أنواع العينات في العلوم الاجتماعية (أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية)، منشورات جامعة منتودي، قسنطينة، 1999، ص 193

² محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار النشر والتوزيع، القاهرة، 2003، القاهرة، ص 28.

الإطار المنهجي للدراسة

ويختلف نوع العينة حسب طبيعة المشكلة وحجم الجمهور المستهدف و الخصائص الأساسية المميزة للمجتمع الأصلي ونوع المعلومات المستهدفة بالبحث على مستواه و العينة المثالية التي تؤدي إلى التواصل إلى أدق النتائج وبأقل خطأ معياري ممكن بغض النظر عن نوعها وذلك لتعميم نتائجها و الإجابة على الأشكال المطروح في الدراسة.

ويتوفر للباحث في المجال العلمي عند وصوله إلى مرحلة تحديد العينة على اختيارات عديدة تتجدد وفق الأهداف المسطرة للبحث.

وقد قمنا باختيار نوع من العينات الغير احتمالية نظرا لأنها انسب نوع يحقق جمع البيانات التي تدخل في إطار دراستنا حيث عادة ما يستخدم هذا النوع من الدراسات انطلاقا من ذلك ونظرا لخصائص مجتمع بحثنا (طلبة السائقين بجامعة خميس مليانة ولاية عين الدفلى) وقع اختيارنا على نوع من العينات غير الاحتمالية وفي العينة القصدية والتي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممتلئة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة للمجتمع ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا¹.

10- مفاهيم الدراسة:

الحملة التحسيسية: يتكون المصطلح من قسمين:

- **الحملة لغة:** وهي ما يحمل دفعة واحدة.

- **اصطلاحا:** وهي كل عملية ذات مدة معينة وهدف دعائي².

- **التحسيس لغة:** هو من الحس أو الحواس أي الحس بالشيء.

- **اصطلاحا:** وهو من عملية التحسيس وتعني التوعية ونشر الوعي بين أفراد المجتمع

¹ محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، 1997، ص 100 -

101.

² مجموعة المؤلفين، المنجد في اللغة العربية، الطبعة 2، دار المشرف للطباعة، سنة 2001، ص 332.

الإطار المنهجي للدراسة

الحملة التحسيسية: تعرف الحملة التحسيسية أنها تلك الجهود المنظومة التي تقوم بها فئة من المجتمع المتطوع أو الجهات الخاصة من السلطات بهدف تحقيق غاية معينة، و الأهداف المحددة سلفا تخاطب فئة معينة بلغتها التي تعرفها من خلالها وذلك لفترة زمنية محددة كما تعتمد على تحديد الجمهور المستهدف تحديدا دقيقا و اختيار الوسائل التي تتناسب معه ¹.

الوعي المروري:

- **الوعي لغة:** يعني أي الوعي أو يعيي الشيء وهو مشتق من الإدراك.
 - **الوعي اصطلاحا:** وهو إدراك الشيء و اليقظة و الفطنة و لفت الانتباه.
 - **المرور لغة:** من فعل مرّ، يمر
 - **اصطلاحا:** وهو مرور شخص من منطقة إلى أخرى أو من جهة إلى أخرى عن طريق السير ².
 - **الثقافة المروري اجراءيا:**
- تعني التوعية المرورية جملة من المعارف و المعلومات و تدريبه على تطبيقها ميدانيا و إكسابه فيها وعادات تحكم سلوكه عند التعامل مع الطريق سائق كان أو راكبا أو راجلا ³.
- **الحادث لغة:** حدث أو حدث
 - **الحادث اصطلاحا:** وهو وقوع الشيء أو حصول شيء معين على أرض الواقع.
 - **المرور لغة:** من فعل مر، يمر
 - **اصطلاحا:** وهو مرور شخص أو انتقاله من منطقة إلى أخرى أو جهة إلى أخرى عن طريق السير ¹.

¹ عبد الفتاح دويدار، سيكولوجية الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، سنة 2005، ص 116

² مجموعة المؤلفين، المنجد في اللغة العربية، مرجع سبق ذكره، ص 140.

³ الهاشمي بوزيد بوطالبي، فعاليات حملات التوعية المرورية، التعليم و السلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، مركز الدراسات و البحوث، الرياض، 2009، ص 617.

- الحادث المروري اجراءيا:

يعرف الحادث المروري أنه الفعل الخاطئ الذي يصدر بدون قصد سابق أو عمد وينجم عنه ضرر سواء كان وفاة أو إصابة أو تلفيات بسبب استخدام المركبة أثناء حركتها على مستوى الطرقات.

11- الإطار الزمني والمكاني للدراسة:

المجال المكاني:

من المهم استعراض بعض خصائص المجال الجغرافي الذي تجري فيه الدراسة ولكن هذا لا يعني أننا نأخذها كمسبب بقدر ما نعتبرها مجموعة من الظروف أو الشروط الشاملة التي تتلاءم مع قيام نمط معين من أنماط الحياة الاجتماعية و المجال الجغرافي لدراستنا هو - جامعة جيلالي بونعامة خميس مليانة بولاية عين الدفلى - والتي أنشأت عام 1991 وحملت اسم الشهيد جيلالي بونعامة والتي تقع على مستوى الطريق الوطني رقم 4 مكرر الرابط بين خميس مليانة وثنية الحد، وتنقسم إلى قطبين قطب قديم، و القطب الجديد حيث تستقبل سنويا أزيد من 500 طالب متفوق في شهادة البكالوريا لما تحمله من العديد من التخصصات و المرافق البيداغوجية وتوفير الجو اللائق بالطالب².

غير أن السبب الرئيسي لاختيار جامعة جيلالي بونعامة بخميس مليانة ولاية عين الدفلى هو معرفة آراء المتدربين بها من فئة السواق على الدور الذي تقدمه الحملات التحسيسية في التوعية المرورية لما شاهدناه من حوادث قاتلة خصوصا أمام الجامعة وموقعها قرب الطريق الوطني رقم 4 مكرر و الذي يعتبر نقطة سوداء لحوادث المرور حسب ما صرح به نقيب الحماية المدنية المكلف بالإعلام و الاتصال على مستوى مديرية الحماية المدنية لولاية عين الدفلى (كمال حمدي) لما تشهده الطريق من حركة سير كثيفة. المجال الزمني:

استغرقت دراستنا الميدانية حوالي 5 أشهر حيث انطلقت أواخر شهر أفريل واستمرت أواخر شهر أوت وانقسمت إلى 3 مراحل:

¹ مجموعة من المؤلفين، المنجد في اللغة العربية، مرجع سبق ذكره، من ص 128 - ص 103.

² موقع انترنت: وكبيديا، بحث حول جامعة جيلالي بونعامة، النشأة و التعريف، 20 / 01 / 2020.

* مرحلة إعداد الاستمارة:

استغرقت مدة إنشاء الاستمارة حوالي 15 يوما.

إعداد الاستمارة الكترونيا وهذا لتعذر الوضع الصحي الذي شهدته البلاد مؤخرا إثر جائحة كورونا والتي منعنا من توزيع الاستمارة وإعدادها ورقيا نظرا لغلاق أقطاب الجامعة إثر هذه الجائحة التي أمت بالبلاد.

القيام بعملية تحليل وتفسير النتائج المتحصل عليها وقراءتها وتفسير معانيها وربطها بالإطار النظري ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة والإجابة على التساؤلات الفرعية وبالتالي السؤال الرئيسي للدراسة.

12- دراسات السابقة:

1-الدراسات الوطنية:

الدراسة الأولى بعنوان: للأستاذة نبيلة بوخزة بعنوان الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر، دراسة نظرية ميدانية.

تتمحوران إشكالية الدراسة حول دراسة الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر والعلاقة مع جمهور المشاهدين، من خلال محاولة معرفة دور الحملات التحسيسية المتعلقة بالصحة في إقناع الشباب وتنقيفه بالمعلومات اللازمة التي تسمح له بحمايته.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على عدد من التساؤلات المتعلقة بعادات متبعة الشباب للحملة التوعوية الصحية، ومدى تأثيرها على سلوكياتها أهمها:

- ما مدى نجاح الحملات التحسيسية من حيث الشكل والمضمون؟
- هل تقوم هذه الحملات الصحية بتوعية الجمهور المستهدف؟
- هل يدعم هذا النوع من الوسائل اتجاهات الجمهور أم أنه يغير اتجاهاته؟
- هل المعلومات المعرفية التي تحصل عليها الجمهور أداة إلى تغيير سلوكياته؟

الإطار المنهجي للدراسة

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي الوصفي، اعتمدت على استمارة الاستبيان المكتوبة والاستمارة بالمقابلة لجمع البيانات وذلك حسب المستوى التعليمي، ولقد أجريت الدراسة على عينة من المواطنين مكونة من 150 فردا، استعملت في ذلك العينة غير الاحتمالية القصدية لخدمات أغراض البحث أخذت بعين الاعتبار متغيرات الدراسة (السن، الجنس، المستوى التعليمي، مكان الإقامة)، حيث توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج

-أكد اغلب افراد العينة على عدم كفاية المدة المخصصة لهذه الاعلانات وعلى عدم مناسبة الوقت حيث فضلت غالبيتهم ان يكون تقديم هذه الاعلانات بشكل يومي

-احتلت العامية او الدارجة المرتبة الاولى في اللغات لدى افراد المجتمع المدروس وذلك باختلاف مستوياتهم التعليمية والاجتماعية وكذا باختلاف سنهم وجنسهم

-عدم استعمال الحجج العلمية والصحية واهمال الاسلوب العلمي والذي يرى فيه المبحوثين قدرة عالية على الاقتناع

-توصلت نتائج الدراسة على الاهمية الكبيرة للاتصال الشخصي الذي يسمح لانتقال المعلومات بشكل مباشر داخل الجماعات الاولى كالعائلة والمدرسة والتي تعتبر اعرق فضاءات التي طالب المبحوثين باستغلالها في مجال الوقاية¹.

الدراسة الثانية: تطبيقات تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة - دراسة نظرية -². للطالبة: نبيلة بوخبزة.

كما تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى فعالية الاتصال العمومي في الجزائر، وكيف تتم تطبيقاته في ميدان الوقاية من الحوادث المتولدة الناجمة عن تسرب الغاز و التكهرب، مع التطرق إلى تقنيات الاقتناع في الحملات العمومية واثر الرسالة التحسيسية التي تعدها مؤسسة " سونلغاز " على جملة من الأفراد القاطنين بالعاصمة، ولخصت الباحثة إشكالية بحثها في التساؤل الجوهري التالي: إلى أي مدى

¹ - نبيلة بوخبزة، تطبيقات تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة، دراسة نظرية (أطروحة دكتوراه غير منشورة) قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006 - 2007.

² نبيلة بوخبزة، تطبيقات تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة، دراسة نظرية (أطروحة دكتوراه غير منشورة) قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006 - 2007.

الإطار المنهجي للدراسة

ساهمت الوسائل الوقائية للحملات التحسيسية العمومية المتلفزة لحساب شركة سونلغاز في تحسيس أفراد الجمهور وتوعيتهم و تثقيفهم بمتطلبات الوقاية من الحوادث الناجمة من تسربات الغاز و التكهرب ؟

ولمعالجة هذه الإشكالية فككت الباحثة هذا التساؤل المدروسة وهي كما يلي:

- ماهي آراء الجمهور المستجوب حول الإجراءات الوقائية التي تقدمها شركة سونلغاز عبر التلفزيون؟

- هل يتحصل الجمهور المبحوث على معلومات و معارف من خلال تعرض لهذه الإعلانات ؟

- ماهي الأساليب الإقناعية التي يفضلها الجمهور المبحوث الاقتناع بالنصيحة الاجتماعية؟

- هل استطاعت الإعلانات التحسيسية جعل الجمهور المستجوب يغير سلوكياته ؟

وأشارت الباحثة إلى نقص المعطيات المتعلقة بالاتصال العمومي المتلقي، الأمر الذي أدى بها إلى دراسته من خلال أثر الحملات و الرسائل الإعلانية العمومية المتلفزة على الجمهور المبحوث من الناحية الاستكشافية الاستطلاعية و التي اعتمدت فيها على المنهج المسحي، و اختارت الباحثة عينة الدراسة وفق لخصائص معينة الأمر الذي دفعها إلى اعتماد العينة القصدية وهي نوع من العينات الاحتمالية والتي بلغ عدد مفرداتها 300 مفردة موزعة على أحياء سكنية متباينة من الناحية الاجتماعية.

خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- احتلت العامية أو الدارجة المرتبة الأولى في اللغات المضلة لدى أفراد المجتمع المدروس وذلك باختلاف مستوياته التعليمية و الاجتماعية وكذا باختلاف جنسهم و سنهم.

- عدم استعمال الحجج العلمية و الصحية و إهمال الأسلوب العلمي والذي يرى فيه المبحوثون قدرة عالية على الإقناع.

كشفت نتائج الدراسة على الأهمية الكبيرة للاتصال الشخصي الذي يضمن انتقال المعلومات بشكل مباشر داخل الجماعات الأولية كالعائلة و الدراسة و التي تعتبر أعراق فضاءات التنشئة والتي طالب المبحوثون باستغلالها في مجال الوقاية.

الإطار المنهجي للدراسة

على الرغم من اختلاف الموضوع المدروس في الدراستين السابقتين لباحثين " نبيلة بوخبزة" إلا أن التمعن فيها يرى سعي الباحثة من خلال الدراسة الثانية غالى استكمال الدراسة الأولى وتدعيمها سواء من الناحية النظرية أو من ناحية المعلومات الميدانية المحصل عليها.

الدراسة الثالثة: دراسة من إعداد الطالب بوفلاح فاتح، تحت عنوان: الاتصال الاجتماعي ودوره في تطبيق قانون المرور¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول دور الاتصال الاجتماعي في توعية السواق بضرورة احترام قانون المرور المعدل لسنة 2004 وكذا التغييرات التي ادخلها والعقوبات التي يتضمنها والمدرج منها جملة من التساؤلات الفرعية، والتي حاول من خلالها الباحث الوصول إلى النتائج الفرعية المؤدية إلى الإجابة على التساؤل الأشكال ولعل أهمها:

- هل القانون الجديد استجاب للسلامة المرورية؟
- ما هي الأسباب التي تجعل السائق لا يحترم قانون المرور؟
- هل المطويات الموزعة على السائقين مفهومة؟
- ما هي الطرق والأسباب التي تجعل السائق يحترم القانون؟
- هل المواطن استفادة من القانون الجديد؟

استخدم الباحث في دراسته المنهج المسحي الوصفي وذلك لمسح آراء السواق ثم تفسير السلوك وعلاقته بالخصائص والسمات لدى المبحوثين أي محاولة الإجابة على التساؤل لماذا كما اعتمد على العينة القصدية والتي شملت جميع سائقي المركبات البرية من الجنسين كي تكون ممثلة لكل أفراد المجتمع وبلغ عدد 120 مفردة واعتمد الباحث في جمعه للمعلومات على كل من الاستمارة، الملاحظة، المقابلة.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج:

- أن السائق الجزائري له دراية ومعلومات، واطلاع لا بأس به حول قانون المرور الجديد.

¹ بوفلاح فاتح، الاتصال الاجتماعي ودوره في تطبيق قانون المرور 2004، دراسة وصفية تحليلية (رسالة ماجستير غير منشورة) قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006 - 2007.

الإطار المنهجي للدراسة

- عدم تفاعل السائقين الشباب مع قوانين المرور رغم علمهم بها.

- الاعتماد على مبدأ نظري وهو أهمية الجانب التوعوي و التحسيبي وهو نتيجة ميدانية للدراسة المذكورة وهي أن أهم أسباب عدم احترام قانون المرور راجع إلى نقص الثقافة المرورية رغم إيراد الباحث إلى جملة من الاقتراحات الأخرى كتنقص الصرامة في التطبيق واعتماد السائق على العلاقات الشخصية لتفادي العقوبة و استنادا إلى ذلك و استكمالا وتفضيلا لهذه النتائج ركز في دراسته في محاولة معرفة أسباب هذا النقص هل ذلك راجع إلى طبيعة الحملات التوعوية في حد ذاتها، أم أن ذلك مرتبط بالنظرة السلبية للسائقين اتجاهها، أم مرتبط بشخصية السائقين و اتجاهاتهم بشكل عام.

2- الدراسات العربية:

نظرا لأهمية الحملات في محمل الجهد الجماعي العام لنشر ثقافة مرورية تحقق توعية مرورية في البلدان العربية، وكذا نظرا للجهود البشرية والفنية والاتصالية التي تحشد لهذه الحملات ولتكاليفها المادية، برزت الحاجة الماسة إلى تقييم مدى فعالية هذه الحملات، حيث جرت في العديد من البلدان العربية دراسات جادة لتقييم هذه الحملات ومنها:

الدراسة الأولى: فعاليات الحملات المرورية التوعوية - دراسة ميدانية بمدينة الرياض - من إعداد:

المقدم الدكتور علي بن ضبيان الرشيدى الرياض¹.

تركزت إشكالية الدراسة في محاولة معرفة مدى فعاليات الحملات المرورية التوعوية وذلك في إطار سعي الأجهزة الأمنية الممثلة في الأمن العام إلى زيادة الاهتمام بالحملات التوعوية (خاصة في ظل ارتفاع المخالفات المرورية التي تحدث بالمملكة حيث ارتفعت بين عامي 1923 - 1926 بنسبة 32.3% وذلك على الرغم من وجود نظام المرور الذي وضع بهدف ضبط سلوك السائقين)²، وذلك لزيادة تجهير أفراد المجتمع بخطر النتائج السلبية للحوادث المرورية، وذلك من خلال وسائل اتصالية تبنيوا الحملات للجمهور المستهدف وفق إستراتيجية معدة لذلك وقد رافق هذه الحملات حملات ميدانية ضبطية للحد من المؤشرات المتزايدة لنتائج الحوادث المرورية.

¹ علي بن ضبيان الرشيدى، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية: فعاليات الحملات التوعوية المرورية، جامعة نايف للدراسات الامنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 2006.

² نفس المرجع، ص 2.

الإطار المنهجي للدراسة

ولقد هدفت الدراسة إلى معرفة ما يلي:

- ماهي العوامل الأكثر تأثيرا في الحملات المرورية التوعوية على أفراد الدراسة؟
- ماهي المعطيات الأكثر تأثيرا في معطيات الحملات المرورية الميدانية (الضبطية) على أفراد الدراسة؟
- اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وأجريت الدراسة على عينة قوامها 305 مفردة من الجمهور المستهدف للحملة التوعوية الخامسة من السائقين المراجعين لشعب الرخص التابعة لإدارة مرور الرياض.
- وقد توصل الباحث من خلال دراسته إلى مجموعة من النتائج منها:
- يرى معظم أفراد الدراسة ضرورة استمرار الحملات المرورية الميدانية.
- يرى معظم أفراد الدراسة أن الحملات الضبطية تحد من مخالفة السرعة وتجاوز الإشارة حيث جاءت في الترتيب الأول وفقا لاستجابات الباحثين.
- ضرورة الاهتمام بالجانب المعرفي عند إعداد الوسائل الاتصالية خصوصا ماتعلق منها بالأنظمة المرورية حيث اتضح أن الحملة التوعوية المدروسة لم تعطي هذا الجانب حقه من البروز الإعلامي.
- لا توجد فروق ذات دلالة تجزي لمتغير المؤهل العلمي تجاه محوري التوعية المرورية والحملات المرورية.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة في محوري التوعية المرورية والحملات المرورية تطرق لمتغير الجنسية.

3- الدراسات الأجنبية:

من المعروف أن للدراسات الأولى التي تناولت الاتصال الاجتماعي كانت في الدول الغربية وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وبريطانيا وتتواصل البحوث في هذا المجال إلى يومنا هذا خاصة مع المكانة الهامة التي أصبح يحتلها الاتصال الاجتماعي في هذه الدولة وقد حاولت فرنسا للحاق بوكب هذه الدول حيث ظهرت فيها دراسات عديدة ومن بينها الدراسات التي قام بها مركز سير الآراء في

الإطار المنهجي للدراسة

فرنسا، وهي عبارة عن دراسات تقييمية للحملات الإقناعية والتي تركزت حول الوسائل الأمنية والوسائل المخصصة لمكافحة التدخين ومنها:

الدراسة الثانية: دراسة حول درجة متابعة حصة فكاوية خاصة بأمن الطرق، ومدى فعالية التهكم في هذا النوع من الرسائل، ومدى تأثير هذا الفلم الفكاهي في عملية الإقناع، مع العلم أن هذا النوع من المقاربات التي تعالج التأثير لابد من الحذر في معالجتها نظرا لتدخل عدة متغيرات يصعب معها إقامة العلاقات السببية فيما بينها.

وتمت دراسة هذه الرسالة الفكاهية وكانت مدة بثها 15 ثانية من 5 أفلام لمعرفة درجة تذكر محتواها ومدى فهمها وتقبلها وفعاليتها من طرف الجمهور المستهدف منها.

وللإجابة عن الإشكالية المطروحة تم استجواب عينة مكونة من 100 شخص، واستعملت الدراسة الأسئلة المفتوحة لمعرفة ردود أفعال الجمهور حول محتوى الفلم وحول الشكل ومدى الفهم، كما استخدمت الأسئلة المغلقة حول نقاط معينة.

وسجلت الدراسة النتائج التالية:

- وجود نسبة تذكر عالية للفلم ووجود مستوى أعلى من المتوسط في فهم درجة الرسالة التي يمررها الفلم.

- لوحظ أن هناك تقبلا محتثما لنوعية الرسالة وبعض الشك في مدى فعاليتها نظرا لعدم حديثها. أدت هذه النتائج إلى تعديل الرسالة لتكون أكثر فعالية.

- لابد من تقديم المعلومات والإحصائيات المرتبطة بالموضوع وترك الجمهور الحرية لاستخدام النتائج بنفسه.

- الابتعاد عن تحويل الرسائل إلى أوامر أو قواعد لابد من إتباعها.

وركزت هذه الدراسات الخاصة بالجانب الأمني على محتوى الرسائل وعلى اتجاهات المستجوبين نحو محتويات رسائل مختلف الحملات الأمنية وتوصلها إلى هذه النتائج ساعدنا في تفصيل أكثر دقة للتساؤل الخاص السائقين نحو محتوى الفواصل الإعلانية الخاصة بالتوعية المرورية، وفي تفسير نتائج هذا التساؤل.

الجانب النظري

الفصل الأول: الحملات التحسيسية كدعامة لتفعيل الثقافة المرورية

المبحث الأول: الاتصال والإقناع وعناصر العملية الإقناعية

المطلب الأول: مفهوم الإقناع

المطلب الثاني: مفهوم الاتصال الإقناعي

المطلب الثالث: عناصر العملية الإقناعية

المبحث الثاني: عناصر العملية الإقناعية

المطلب الأول: المصدر (المرسل، المقنع، القائم بالاتصال)

المطلب الثاني: الرسالة

المطلب الثالث: المتلقي (الجمهور المستقبل)

المطلب الرابع: الوسيلة

المبحث الثالث: أهمية الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية

المطلب الأول: مفهوم الحملات التحسيسية

المطلب الثاني: خصائص الحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية

المطلب الثالث: أهداف الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية

خلاصة

تمهيد

غالبا ما نجد هذا الطابع من الاتصال متجسدا في الحملات التحسيسية والاتصالية الاقناعية، والتي يجمل خبراء الاتصال أنها جهود إعلامية واتصالية وعلمية مكثفة تقوم على عناصر أساسية في حرفة العمل الاتصالي الإعلامي وتهدف بشكل عام إلى خدمة المصلحة العامة للفرد والمجتمع. وهو الأمر الذي سيتم التطرق إليه في هذا الفصل حيث سيخصص الحملات التحسيسية فرع من فروع الاتصال الاقناعي وبمختلف استراتيجيات التأثير والإقناع التي يعتمدها هذا من ناحية و، سيتم التركيز على الحملات التحسيسية كفرع من فروع الاتصال الاقناعي وذلك بعرض أهم الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، ومختلف الوسائل التحسيسية والاتصالية التي تعتمدها وكذا الجوانب المتعلقة بتخطيطها ومراحل إعدادها وكيفية وضع استراتيجيا ورسم سياستها وهذا من ناحية ثانية.

المبحث الأول: الاتصال والإقناع وعناصر العملية الإقناعية

المطلب الأول: مفهوم الإقناع

هو التأثير في المواقف، والمعتقدات، والنيات، والدوافع أو السلوكيات فهو مصطلح مظلة النفوذ¹. الإقناع هو عملية تهدف إلى تغيير موقف أو سلوك شخص (أو مجموعة) تجاه حدث معين، فكرة، شيء، أو أي شخص أو أشخاص آخرين، يتم ذلك باستخدام كلمات مكتوبة أو منطوقة لنقل المعلومات، والمشاعر، أو للاستدلال، أو مزيج منها. الإقناع هو أيضا أداة تستخدم في كثير من الأحيان في السعي لتحقيق مكاسب شخصية، مثل الدعاية الانتخابية أو المفاوضات التجارية أو غيرها.

ويمكن أيضا أن تفسر الإقناع مثل استخدام واحد من الموارد الشخصية أو الموضوعية لتغيير سلوك الناس أو المواقف. الإقناع المنظم هو عملية يتم من خلالها استنادة المواقف أو المعتقدات لتناشد المنطق والعقل. وأيضا يكشف الإقناع عن مجريات الأمور من ناحية أخرى هو عملية يتم من خلالها الاستنادة المواقف أو المعتقدات تناشد العادات أو العواطف.

المطلب الثاني: مفهوم الاتصال الإقناعي.

إن كلمة الاتصال في اللغة الإنجليزية " «**communication** مشتقة من أصل لاتيني " **comunis** " ومعناها عام أو شائع أو مألوف " **Common** " وهذا يؤكد أن أساس عملية الاتصال هو تحقيق العمومية والشيوع " **commonness** في المعلومات والبيانات من خلال إيجاد الفهم المشترك بين الأفراد والجماعات

كما يعرف بأنه عملية نقل المعلومات والمعاني والأفكار من شخص إلى آخر وآخرين بصورة صحيحة، وأنه الفعل الذي يؤديه الأفراد، إذا ما أرادوا مشاركة الآخرين في المعلومات والاتجاهات والأفكار².

أو هو العملية التي تشيع وتنتشر بين اثنين أو أكثر ما كان مقتصرًا على فرد واحد، ليس باللغة المنطوقة أو المكتوبة فحسب، إنما بجميع أساليب الاتصال ومنها لغة الجسد

¹ – Jenah Schwartswalder (14 February 2001). "Innocation Theory – Persuasion Context". Uky.edu. اطلع عليه بتاريخ 30 أبريل 2014. في 28 أبريل 2017 مؤرشف من الأصل

² : غانم فنجان موسى وفاطمة أحمد فاتح: **استباق مقاومة الإقناع**، دار النشر والتوزيع، سنة 2007، ص 127.

المبحث الثاني: عناصر العملية الإقناعية

تعد عناصر العملية الإقناعية هي نفسها عناصر عملية الاتصال الموضوعي التي وردت في نماذج الاتصال المعروفة التي تتكون من المصدر، الرسالة، الوسيلة والمستقبل.

المطلب الأول: المصدر (المرسل، المقنع، القائم بالاتصال)

وهو الطرف الذي يبدأ عملية الاتصال بطرف آخر بقصد إيصال معلومات إليه أو التأثير فيه، وفي الإقناع يقصد بالمصدر ذلك الطرف الذي يسعى إلى إقناع طرف آخر بفكرة ما مستخدما في سبيل تحقيق ذلك العديد من التقنيات المساعدة، وحتى يستطيع القائم بالإقناع أن يكون مقنعا بذاته وبالرسالة والوسيلة التي يستخدمها ينبغي أن يميز بالعديد من الصفات: كالثقة، المصداقية، الإطلاع الدائم، وأن تكون له القدرة على استخدام وسائل الاتصال بفعالية، ولديه القدرة على تكوين وتصميم الرسائل الاتصالية بأسلوب مقنع.

وقبل الشروع في عملية الإقناع يلتزم بالإعداد الجيد والكامل للمادة التي يتم من خلالها إقناع الطرف الآخر بالفكرة وضرورة تحديد الوقت المناسب للشروع في عملية الإقناع.

المطلب الثاني: المضمون: (الرسالة، الرموز، المحتوى)

تعد من أهم العناصر التي تستخدم في عملية الاتصال لأنها العنصر الذي يتم من خلاله نقل الفكرة من المرسل إلى المتلقي، لذا على القائم بالإقناع أن يستخدم مفردات ومصطلحات سهلة والبسيطة التي من شأنها أن تعبر عن أفكاره وأفكار مؤسسته دون تعقيد لأن وظيفة الرسالة هي نقل الأفكار والمعلومات والأحداث بصورة واضحة ومؤثرة في المتلقي ومؤدية إلى إقناعه بما يرغب المرسل.

المطلب الثالث: المتلقي (المستقبل، الجمهور المستهدف)

الجمهور هو أهم متغير في عملية الاتصال الجماهيري فإذا لم يكن لدى القائم بالإقناع فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية والعاطفية وخصائصه الأولى فسوف يحد ذلك من قدرته على التأثير فيه وإقناعه مهما كانت الرسالة معدة إعدادا جيدا¹، وبمجرد تحديد الجمهور ينبغي تحديد خصائصه واتجاهاته واحتياجاته، فبمعرفة المرسل لخصائص الجمهور واتجاهاته تزداد فرص نجاح

¹ - نقلا عن مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع تحت عنوان الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، للطالبة تباني عبير سنة 2011-2012، ص ص 67-71.

العملية الإقناعية. فالملتقى يجب أن تتوفر فيه مجموعة من الخصائص التي تؤثر على نجاح العملية الإقناعية كالخبرة والذكاء والاستعداد للفهم والحاجة للمعرفة، فالملاحظ أن عملية التوافق بين الملتقى والرسالة الإقناعية تزيد من احتمالات الاستجابة الإقناعية من خلال ممارسة التأثير في الاتجاهات على مستوى القيمة التعبيرية أو النفعية

المطلب الرابع: الوسيلة

يفترض أن يتمتع العاملون في مجال الإقناع بمعرفة واسعة بحدود إمكانيات كل وسيلة، وحدود تأثيرها على الجمهور، وجوانب قوتها أو ضعفها، ويجب أن يعرف مدى ملائمة الوسيلة مع الجمهور المستهدف، فهناك بعض الوسائل تؤثر في جماهير دون الأخرى، هي نفسها تكون أكثر إقناعاً من غيرها، لذا ينبغي استخدام الوسيلة الأنسب لكل جمهور من أجل تحقيق عملية الإقناع¹. ونجاح الوسيلة في أدائها يعني ضرورة توفر عناصر خاصة بها كطريقة العرض وتقديم مضمون الرسالة وعلى فن الإخراج وقرب الوسيلة من الملتقى، فهي تساهم في نجاح عملية الإقناع وحصول التغيير في الملتقى وأفكاره ومعتقداته

¹ - نقلا عن مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع تحت عنوان الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، للطالبة تباني عبير سنة 2011-2012، ص ص 74-75.

المبحث الثالث: أهمية الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية

يعد الإنسان القيمة الحقيقية المطلوب الحفاظ عليها لذلك تصبح المسألة المركزية في المشكلة المرورية هي السلامة المرورية، ونظرا لتعدد عناصر المشكلة المرورية وتشابكها كان لابد من توعية مختلف الأطراف والجهات المعنية، وهذا ما جعل التوعية تحتل الصدارة عند معالجة أية مشكلة مرورية حيث يعد نشر الثقافة المرورية الساعية إلى تحقيق توعية مرورية تهدف إلى إيجاد وعي مروري أحد أهم الجهود المبذولة على الصعيدين العالمي والعربي من أجل مواجهة المشكلة المرورية، وتبذل الأجهزة المرورية والإعلامية جهود لافتة في مجال التوعية المرورية كما أنها تطور استراتيجيات وبرامج توعية مرورية تسعى إلى الاستجابة الواعية لمجمل التطورات الحاصلة في الحياة المرورية وفي هذا السياق يتزايد الاهتمام بحملات التوعية المرورية حيث أصبحت هذه الحملات تشكل ملمحا أساسيا، وربما مركز الثقل الأساس في عملية التوعية المرورية التي تسعى الأجهزة المرورية إلى تحقيقها، وبالرغم من اختلاف نوعية وكمية الحملات من بلد إلى آخر، إلا أننا نلاحظ انتشار هذه الحملات في جميع الدول ومنها الجزائر.

المطلب الأول: مفهوم الحملات التحسيسية¹.

الحملات هي جهود مستمرة نحو مُخرَج محدد، مثلاً كرسم شجرة على لافتة في الطريق وفيها خط أحمر ومكتوب في تجنبوا أسباب الحريق للحفاظ على البيئة، ونفس الشيء كتجنب السرعة المفرطة أو وقف محطة للطاقة تستخدم الفحم، أو إجبار حكومة على عمل دراسة عن تأثير التغير المناخ الحملات هي طريقة مؤثرة للبناء الاستراتيجي لقدرة المجموعة وتجربتها في التطور في الوقت ذاته تحقق الحملات مكاسب ملموسة من أجل العدالة الاجتماعية.

وتختلف الحملات عن الجهود التي تقوم بالتركيز على مشاكل المجتمع فقط. بل تحدد الحملات جزء ما نريد العمل نحو تحقيقه. وجود هدف كهذا يدعم الفعاليات التوعوية والتواصل والتظاهرات. تختلف الحملات أيضاً، عن المظاهرة التي تحدث لمرة واحدة. فمظاهرة المرة الواحدة، كتخصيص يوم بأكمله من أجل تخلي الشركات عن الاستثمارات التي تحيط بها الشبهات، قد تزيد من توعية الناس لكن تكمن قوة الحملة في أنها بعد انتهاء الفاعلية عندما يسأل الناس، كيف يمكننا المساعدة لإحداث لتغير " نستطيع تقديم خطوات محددة يمكنهم أن يتخذوها.

¹ - نقلا عن موقع <https://ar.trainings.350.org/resource/what-is-a-campaign/>، شوهذ يوم

2020/08/23 على الساعة 23:49.

الحملات التحسيسية تلهم الناس لاتخاذ المزيد من الفعل، كما تساعدهم على فهم عمق المشكلة وكل ذلك يؤدي إلى تغيير حقيقي.

المطلب الثاني: خصائص الحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية

يمكن تحديد أهم خصائص الثقافة المرورية وشروطها على النحو التالي:

- **الاستمرارية:** يجب أن تتصف بالاستمرارية والديمومة، فهي بالتالي عملية مستدامة وليست مجرد حدث أو مجموعة أحداث متفرقة، وذلك حتى تترسخ الثقافة المرورية لدى الفئة الموجهة إليها وتخلق لديهم نسقا معرفيا وسلوكيا إيجابيا، لذا فإن الاستمرارية شرط أساسي لتحقيق أهداف التوعية المرورية.
- **القاعدة العامة:** تقول أن "التعليم الهادف يهذب السلوك والتوعية المستمرة تعزز المعرفة لذلك. فإن إفرادات التعليم والتوعية حول سلامة المرور تجعل الفرد أكثر وعيا بها ويستجيب في ذاته لندائها"¹
- **الشمولية:** التوعية المرورية عملية شاملة، بمعنى آخر تشمل مختلف الثقافات المرورية، وجميع جوانب الحياة المرورية، وتستهدف الوصول إلى جميع الشرائح الاجتماعية.
- **التكامل:** التوعية المرورية عملية متكاملة، بمعنى أنها بمختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية البشرية، الهندسية، القانونية، العمرانية...وتقوم بمختلف جوانب المشكلة المرورية الاقتصادية، النفسية الاجتماعية وتنطلق من حقيقة أن هذه الأطراف متكاملة، وبالتالي فإن الجهد الثقافي المروري يجب أن يكون متكاملًا.
- **المنهجية والانتظام والتماسك:** الثقافة المرورية عملية منهجية منتظمة ومتناسكة، تحدد أسسها ومنطلقا وأهدافها، وتضع الخطط والبرامج الكفيلة بتحقيق هذه الأهداف، وهذا ما يفسر كون التخطيط والبرمجة هما الدعامتان القويتان اللتان تقوم عليهما التوعية المرورية.
- **التجدد والتطور:** التوعية المرورية عملية متجددة ومتطورة، حيث تستطيع أن تواكب المتغيرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية وأنظمة تقنيات وقوانين وأنماط المعيشة ومتغيرات ديمغرافية واجتماعية واقتصادية.. من الضروري التجديد والابتكار في مضامين التوعية المرورية، وفي الخطاب المروري وفي الوسائل والموضوعات وأساليب المعالجة المستخدمة.
- **التفاعلية:** التوعية الناجحة هي التي تبتعد عن التلقين والإكراه وتعتمد أسلوب التفاعل وتنجح في رفع فعالية الناس وتفاعلهم مع الأهداف الإستراتيجية للتوعية المرورية.¹

¹- شداد عبد الرحمن، دور برامج وحملات التوعية المرورية في زيادة الوعي المروري لدى السائقين: دراسة ميدانية على عينة من السائقين الشباب بمدينة الجلفة (رسالة ماجستير غير منشورة) (قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر،

- 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.²

المطلب الثالث: أهداف الحملات التحسيسية في لتفعيل الثقافة المرورية

يمكن إيراد أهمية الحملات التحسيسية التي تسعى في تفعيل الثقافة المرورية إلى تحقيقها بشكل عام على النحو التالي:

- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم والمطلوب إحداث التعديلات المطلوبة فيها.
- التأثير على مواقف واتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة.
- إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أهداف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، وحول قضايا الثقافة المرورية وباستخدام استراتيجيات وتكنيكات مقبولة من قبلهم.
- تعديل الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة بما يحقق وفرة مادية أو بما يقلل من حجم الخسائر في أنماط الثقافة المرورية³.
- تحسيس الرأي العام بقضية معينة في المجتمع لئلا تتعرض للنسيان كالقيام بحملات للتحسيس بقضية المعوقين. والغرض من هذه الحملات هو تنبيه المجتمع لمثل هذه القضايا.
- تحسين صورة تلك الحملات التحسيسية وذلك لغرض تنمية الحيوية والدافعية حتى نتقف المواطنين للإقبال عليها.

¹ - أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، مرجع سبق ذكره، ص 25.

² - الهاشمي بوطالبي، الاستراتيجية الوطنية للوقاية من حوادث المرور (مجلة الوقاية والسياقية) العدد 06، ص 39.

³ محمد إبراهيم عبيدات، التسويق الاجتماعي: الأخضر والبيئي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 17.

توضيح الحقائق الاجتماعية وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع كالحملات التي تستهدف توعية المواطنين بقوانين المرور واحترام الإشارات والتقليل من السرعة¹.

-تنبه إلى مخاطر الآفات الاجتماعية وتبرز مضارها فهي بمثابة الدعامة القوية والركيزة الهامة للبحث عن أرضية مشتركة لتبادل المفاهيم، كما أنها تعمل على إيقاظ الضمائر فالأمراض الخطيرة وتعاطي الكحول والتدخين وحوادث الطرقات تكلف الدولة عديد المليارات من العملة، ضف إلى ذلك أنها تغني عن التدخلات الترتيبية من قوانين وأوامر أي عن حل المشاكل بالقوة

وعليه فإن أهمية تحقيق الحملات التحسيسية للثقافة المرورية يجب أن تكون واضحة ومقنعة للجماهير المستهدفة بالإضافة إلى ضرورة توفر عنصر الشفافية والوضوح، بالإضافة إلى ضرورة توفر القدرة لدى المطالبين بتعديل أنماط السلوك².

¹ - عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي: خلفيته النظرية وآلياته العملية، مرجع سبق ذكره، ص 47

² محمد إبراهيم عبيدات، مرجع سابق، ص 47.

خلاصة:

يتضح من العرض السابق أن الحملات التحسيسية تعتبر من أهم فروع المستعملة في الاتصال الاقناعي لحل مختلف المشكلات الاجتماعية، غير أن الاعتماد على هذه التقنية ليس بالأمر الهين خاصة وأنها عادة ما تهدف إلى حل هذه المشكلات المعقدة والمتشابكة وإلى إقناع أفراد المجتمع بتغيير وتعديل آراء واتجاهات وسلوكيات قد تكون راسخة لديهم وذلك كله خدمة للصالح العام للفرد والمجتمع هذا من ناحية، من ناحية أخرى يتطلب إعدادها تخطيطا استراتيجيا تراعى فيه كل المتغيرات والخصائص المرتبطة بالموقف الاتصالي الاقناعي وبالمشكلة الاجتماعية المعالجة، وبالتالي لا بد أن يبتعد القائمون عليها قدر الإمكان عن الاعتباطية والارتجال والتقدير العفوي ولا بد لهم من إتباع منهجية علمية متسقة ومضبوطة للتوصل إلى الأهداف المرسومة وتحقيق أقصى قدر من الفعالية.

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة المرورية

تمهيد

المبحث الأول: مدخل عام إلى مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 01: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

المطلب 02: أنواع وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 03: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: ماهية الثقافة المرورية، مقوماتها وأهدافها

المطلب 01: تعريف الثقافة المرورية

المطلب 02: مقومات الثقافة المرورية وخصائصها

المطلب 03: أهداف الثقافة المرورية

المبحث الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتفعيل الثقافة المرورية

المطلب 01: العوامل المسببة لحوادث المرور ودور الثقافة المرورية في التقليل منها

المطلب 02: آليات ترسيخ الثقافة المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب 03: النتائج المترتبة عن الحوادث المرور

خلاصة

تمهيد:

إن وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي الأخرى أضحت اليوم تلعب دورها هاما في هذا الجانب، ونجد من بينها شبكات التواصل الاجتماعي والتي أضحت في الوقت الحالي الأداة الأكثر استعمال سواء في الجانب الاجتماعي، الثقافي، السياسي.. الخ، وذات وظائف متعددة من بينها الوظيفة التوعوية والتحسيسية من حوادث المرور حيث أضحى جل الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي والمؤسسات الرسمية يقومون بعملية نشر الصور والفيديو هات والرسائل التي تبين مخاطر حوادث المرور والنتائج المترتبة عنها والتوعية منها لنشر ثقافة مرورية للأفراد والمجتمع.

المبحث الأول: مدخل عام إلى مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

1-نشأتها: في المرحلة الأولى بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كالس ميتس) عام 5991 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع سكس (دجريزس) عام 5991 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها - الدرجات الست للانفصال، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "اليف جورنال" و موقع "كايوورد" الذي أنشئ في كوريا سنة 5999، وكان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء¹.

وفي المرحلة الثانية يشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها.... اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، و يمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع -ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك، وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية.

2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب web 2 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل على الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض وهي وسيلة فعالة للتواصل بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء تعرفهم في الواقع أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية.

¹ رامي زاهر، " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 51، جامعة عمان الأهلية، عمان 2003، ص.23

ويعرف الشهري شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء¹ آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول، أو جمعه مع أصدقائه، كما يعني بها أيضا " مواقع إلكترونية اجتماعية ذات طابع اجتماعي كونها تعزز العالقات بين الأفراد وتتيح التواصل لمستخدميها وتحاول أن تقدم واقعا افتراضيا الالتقاء الأصدقاء والمعارف والأهل من خلال تكوين شبكة من العالقات تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة بالرغم من اختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم وتعددت وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة إعلامية وتحسيسية يتبادل من خلالها المشتركون التجارب والمعارف والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو إضافة إلى توجيههم أو تحسيسهم أو تشجيعهم أو تزويدهم بثقافات أو قيم اجتماعية أو إنسانية تسهم في تطور الفرد والمجتمع كما تقدم العديد من الخدمات الأخرى لمستخدميها مثل البريد الإلكتروني والرسائل والمحادثات الفورية وغيرها²..

المطلب الثاني: أنواع وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

الفرع الأول: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

الفايسبوك:

هو عبارة عن موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبه للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) ومكانته عبر أن يبرز نفسه وأن يع أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين. وأسس هذا الموقع "مارك زاكربيرج" عام 2002 و هو احد طلبة هارفارد - الذي أصبح فيما بعد يعد اصغر ملياردير في العالم - وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، و من ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا و بريطانيا و كندا، و ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع إبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2001 نتيجة الاستدراك 25 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام

¹فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طالب الجامعة تويتر نموذجا على طالب جامعة الملك سعود- المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب المجلد 31 ال عدد25 2052: ص 202.

²مال كانون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة العمل التطوعي، مجموعة ناس الخير بورقلة، أنموذجا، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثالث، ديسمبر 2053، ص.510

ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي و يصبح الأول على صعيد العالم، و بلغ عددهم حسب إحصائيات 2055- 200 مليون مشترك¹.

تويتر:

هو موقع تواصل اجتماعي الذي يقل أهمية عن الفيسبوك ويعتبر المنافس الأكبر له، وكانت بدايات ميلاد هذا الموقع عام 2001 م عندما أقدمت شركة Obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها أسما خاصا يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام 2001) وأخذ تويتر اسمه من مصطلح تويتر الذي يعني لتغريد وأتخذ من العصفورة رمزا له، ويسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة التي تتعدى 520 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة .يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائما وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جدا، وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضا معرفة ما يفعله أصدقائه ومعارفه الذين يهتم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم ويقدم موقع تويتر تعريفا مقتضبا له بأنه "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بعضا ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟

اليوتيوب « youtube: »

هو موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام و مجاني،و هو يسمح بالتدرج في تحميل عرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.

تأسس هذا الموقع سنة 2001 بواسطة 3 موظفين سابقين في شركة "باي بال « pal pay » " وهم "تشاد هيرلي" و "ستيف تشين" و "جاود كريم" في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأديبي

¹ يلى احمد جرار، الفاييسبوك و الشباب العربي، مكتبة الفالح، عمان، 2052، ص ص. 31-20.

فالاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، و مقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة و غيرها.

الفرع الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة خصائص جعلت منها مقصد لمتصفح الانترنت في جميع أنحاء العالم ، من بين هذه المميزات هي كالآتي:¹

1-سهولة الاستخدام: طورت شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج إلى قليل من المعرفة في أسس تكنولوجيا من أجل نشر و تحقيق التواصل عبر الانترنت.

2-التواصل و التعبير عن الذات: أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جذابة لا تعتمد على نشر محتوى معين، و أصبحت محل اهتمام العديد من مستخدمي الانترنت.

3-تشكيل مجتمع بطرق جديدة: على الرغم من أن المفاهيم المجتمعة وجدت منذ بداية التطبيقات الإلكترونية إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي وفرت سبلا جديدة للاتصال، فقد ينظم المستخدمين للتواصل من خلال تبادل في الآراء و الأفكار.

4-العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية، و تتحطم فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع والفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، البساطة و سهولة.

5-التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل و قارئ، فهو مرسل و كاتب و مشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم التلفاز و الصحف الورقية و تعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد و القارئ.

6-التوفير و الاقتصادية: اقتصادية في الجهد و الوقت و المال، في ظل مجانية الاشتراك و التسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي، و ليست ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى.

¹ hamza Ismaël Abou chaneb ، les techniques des réseaux sociaux ، disponible sur le

site:

<http://www.alukah.net/culture/0/59302/>

المطلب الثالث: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

الفرع الأول: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

تتعدد إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في الكثير من المجالات وذلك إن أحسن الفرد استخدامها، حيث يكون منها ما يأتي:¹

- **تقليل الحواجز التي تعيق الاتصال:** يُمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنقل الأفكار والآراء المتعلقة بموضوع معين لعدد كبير من الأشخاص وبطريقة سهلة، وذلك من أي مكان، وفي أي وقت، كما تساعد خاصية مشاركة الرأي المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي على فتح الأبواب لتبادل الآراء وتوسيع فرص المشاركة في التعبير عن الرأي.
- **توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية:** تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أداة مفيدة وفعالة في تشكيل أصدقاء جدد، وتسهيل التواصل مع الأصدقاء الذين انقطع الاتصال بهم، أو مع الأشخاص الذين لا يمكن مقابلتهم شخصياً، مما يوفر عناء الوصول إليهم.
- **وسيلة فعالة للترويج:** تستخدم الشركات التجارية الشبكات الاجتماعية كأداة جيدة من أجل الترويج لسلعها، حيث يوجد العديد من التطبيقات المختصة بالترويج لخدمة أو سلعة معينة وبتكلفة أقل، مما يؤدي إلى زيادة الأرباح وبأقل التكاليف.
- **وسيلة لتشكيل رأي عام فعال:** تُعد مواقع التواصل الاجتماعي بما تؤمنه من تفاعل واسع بين المجموعات وسيلة لتشكيل رأي عام مساند لبعض القضايا، وهو الأمر الذي ينتج عنه تغيير إيجابي في بعض مناحي الحياة.
- **متابعة الأخبار:** أدى تطور شبكات التواصل الاجتماعي إلى عدم انتظار الشخص أخبار الساعة السادسة على شاشة التلفاز، أو انتظار وصول الجريدة، بحيث يمكن معرفة آخر الأخبار والمعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
- **مساعدة رجال الأعمال والشركات:** تُمكن شبكات التواصل الاجتماعي رجال الأعمال والمنظمات المختلفة من التواصل مع العملاء، وبيع منتجاتهم، وتوسيع نطاق خدماتهم، فهناك الكثير من رجال الأعمال والشركات التي تزدهر بشكل كامل على الشبكات الاجتماعية، ولا تكون قادرة على العمل بدونها.

¹ Retrieved 2020-4-30، www.thebalancesmb.com، What Is Social Media? شوهد في

الفرع الثاني: سلبيات محتملة لمواقع التواصل الاجتماعي

لمواقع التواصل الاجتماعي سلبيات عديدة إن أساء الفرد استخدامها، حيث سيكون منها ما يأتي:¹

- مخاطر الاحتيال أو سرقة الهوية: يمكن الوصول إلى المعلومات الخاصة التي تُنشر على الإنترنت من أي شخص، حيث يكون كل ما يحتاج إليه عدد قليل من المعلومات للتأثير على حياة الشخص، فمثلاً يمكن لسرقة هوية الشخص الخاصة أن يلحق ضرراً كبيراً به، كما يتضمن هذا الخطر اختراق المعلومات الشخصية والتطفل عليها.
- إضاعة الوقت: تُعدّ وسائل التواصل الاجتماعي خاصةً الفيسبوك وغيره من المواقع التي انتشرت بشكل واسع، أكثر ما يتم استخدامه على الإنترنت، ممّا سيؤدي بدوره إلى زيادة عدد الساعات التي يقضيها الفرد على وسائل التواصل الاجتماعي، وقد يتعارض ذلك مع مسؤولياته في العمل، وغيرها.
- غزو شبكات التواصل الافتراضية للخصوصية: تُمكن شبكات التواصل الاجتماعية الشركات الكبرى التي تستهدف الأشخاص بالإعلانات من البحث عن الكلمات المفتاحية التي يستخدمها الشخص أثناء التصفح، بالإضافة إلى بيانات أخرى، من أجل تزويده بالإعلانات التي تستهدف حاجاته.
- ارتكاب الجرائم ضد المستخدمين: يمكن أن يؤدي استخدام الشبكات الاجتماعية إلى تعرض الأشخاص للمضايقات بكافة أشكالها، وقد يكون هذا شائعاً خاصةً لدى المراهقين والأطفال الأصغر سناً بشكل خاص، لذا ينبغي على الوالدين الانتباه لمحتوى الويب الخاص بهم، حتّى لا يتعرض الأطفال لأيّ محتوى غير مناسب.
- التأثير على العلاقات الأسرية: تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً سلبياً في نوعية العلاقات الأسرية وقوتها، حيث يؤدي ما يقضيه الفرد من ساعات طويلة في تصفح هذه المواقع، وانشغاله بعلاقاته الافتراضية فيها إلى البعد عن أفراد أسرته وفتور العلاقات التي تربطه بهم.
- مخالفة منظومة العادات والتقاليد: قد يؤدي الانفتاح الزائد الذي تؤمنه هذه المواقع إلى نشر قيم جديدة مخالفة لما اعتاد عليه المجتمع من عادات وتقاليد تشكّل هويته.

¹"Social Media – A Good Thing or a Bad Thing?"; Syed Noman Ali (8-8-2012)

Retrieved 6-8-2018..،www.socialmediatoday.com شوهد في 2020/08/23 على الساعة 14:29

- العزلة: أصبح استخدام مواقع التواصل بديلاً للتفاعل الاجتماعي الحقيقي بين الأفراد والمتمثل بالزيارات العائلية وحضور المناسبات الاجتماعية، بالإضافة إلى ما يقضيه الأفراد من ساعات طويلة على هذه المواقع مما أدى إلى إصابتهم بالعزلة والانطواء على الذات.¹
- تدني التحصيل: يميل الطلاب الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير إلى الحصول على علامات أقل.²

المبحث الثاني: ماهية الثقافة المرورية، مظاهرها وأهدافها

يعد الإنسان القيمة الحقيقية المطلوب الحفاظ عليها لذلك تصبح المسألة المركزية في المشكلة المرورية هي السلامة المرورية، ونظراً لتعدد عناصر المشكلة المرورية وتشابكها كان لابد من توعية مختلف الأطراف والجهات المعنية بها، وهذا ما جعل التوعية تحل الصدارة عند معالجة أية مشكلة مرورية، حيث يعد نشر الثقافة المرورية الساعية إلى تحقيق توعية مرورية ^{ال}دفع إلى إيجاد وعي مروري أحد أهم الجهود المبذولة على الصعيدين العالمي والعربي من أجل مواجهة المشكلة المرورية، وتبذل الأجهزة المرورية والإعلامية جهوداً لافتة في مجال التوعية المرورية كما أنها تطور إستراتيجيات وبرامج توعية مرورية تسعى إلى الاستجابة الواعية لمجمل التطورات الحاصلة في الحياة المرورية العربية.

المطلب الأول: تعريف الثقافة المرورية

الثقافة المرورية ويقصد بها جعل جميع مستعملي الطريق من سائقين ومشاة على علم واقتناع بقواعد وتعاليم وأصول وآداب السير والمرور التي تكفل لهم السلامة إذا تصرفوا واستعملوا الطريق استعمالاً سليماً وفق هذه القواعد والأصول والآداب

فلا يكفي أن يكون مستعملو الطريق على علم بقواعد وآداب السير والمرور، ولكن المهم أن يقتنعوا بها وأن يستعملوا الطريق على أساسها وهكذا فإن نشر الوعي المروري يتطلب توافر شرطين، الأول أن يكون مستعملو الطريق على علم بقواعد وآداب السير والمرور، والثاني أن يقتنع الجمهور بأن هذه القواعد والتعليمات تكفل له السلامة والأمان ولذا فإنه يقوم بتنفيذها.

¹ op cit.، Syed Noman Ali

Ibid.²

ويمكن تحقق هذين الشرطين عن طريق أجهزة الإعلام المختلفة، وكذلك حملات الثقافة المرورية التي تقوم بها الشرطة، وكل جهاز من هذه الأجهزة له دوره في إعلام الجمهور بأهمية الالتزام بقواعد السير، وبالتالي وقاية المجتمع من حوادث المرور.

والثقافة المرورية بمفهومها الشامل هي تعزيز اليقظة الحسية والمعنوية والمعرفة والإلمام الواسع بكل ما يتعلق بالمرور من مركبة وطريق وإشارات وأنظمة وقوانين وغيرها، ما ينعكس إيجاباً على الشخص وحسن قيادته ومراعاته للأنظمة المرورية المختلفة¹.

المطلب الثاني: مظاهر الثقافة المرورية

إن من أهم مظاهر الثقافة المرورية معرفة درجة إتقاننا للقيادة وأصولها والالتزام بقوانين السير والإلمام بها ومعرفة حالتنا التي نكون عليها اثناء القيادة سواء كانت الجسدية منها او النفسية وهل سوف تؤثر على مستوى قيادتنا .

المعرفة بحالة مركبتنا التي نفودها و عمل الصيانة الدورية لها وتفقدتها بشكل يومي لما فيه من فائدة تعود علينا كسائقين وتجنبنا من مصائب وحوادث نحن بغنى عنها

الوعي بالطريق التي نسلكها كسائقين أو مشاة حيث أن معرفتنا التامة بالطريق التي نسلكها يجنبنا الازدحام في معظم الأحيان بالإضافة إلى التوفير بالمال والجهد

الإلمام بقوانين السير وأنظمتة وتعليماته، فمن البديهي أن تكون كسائق مطلع على أنظمة قوانين السير لتتمكن من معرفة المخالفة وتجنب الوقوع بها، وكذلك ينبغي عليك كسائق أن تكون على وعي وبصيرة ببعض الضروريات التي قد تحتاج إليها أثناء السفر أو القيادة مما قد يكون سبباً في إنقاذ مصاب أو التخفيف من معاناة شخص ما، وخير الناس أنفعهم للناس. فمثلاً ينبغي على كل سائق أن يكون لديه حد أدنى من الوعي ببعض طرق الإسعافات الأولية للمصابين، مثل كيفية حمل المصاب، وإيقاف النزيف، 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.

¹تعريف الثقافة المرورية موقع : <https://salama.forumegypt.net/> الجمعة سبتمبر 23، 2011 16:21am

المطلب الثالث: أهداف الثقافة المرورية

تهدف الثقافة المرورية إلى تحقيق الأهداف الاستراتيجية الخمسة التالية:

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

إن المعلومات التي يتم تقديمها إلى المتلقي المناسب وفي الوقت المناسب وبالوسيلة المناسبة هي الأساس الذي تنطلق منه عملية التوعية، وهي الأرضية الصلبة التي يبنى عليها الوعي المروري.

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

إن الاقتصار على تقديم المعلومات قد تمكن الفرد من الدراية بما حدث، ولكنها لا تمكنه بالضرورة من فهم ما حدث، حيث يمثل الإطلاع على الوقائع الخطوة الأولى في عملية التوعية أما الخطوة الثانية فهي تفسير هذه الوقائع و شرحها و تحليلها وإيضاح معانيها و وضعها في السياق العام الذي أنتجها.

ويجب أن يكون واضحا أن عمليات التفسير والشرح والإيضاح لا تعني إطلاق شكلا ومضمونا وأسلوبا التلقين والتعليم والوعظ بل تعني القراءة المعمقة لهذه الوقائع، و التحليل الموضوعي، والتفسير العلمي لها، وأن يتم ذلك بأسلوب منطقي مقنع يخدم خصوصية الموضوع.

ولا تهدف التوعية المرورية إلى تقديم عمل إعلامي أو دعائي أو علاقات عامة يريد أن يؤثر بسرعة ولفترة قصيرة، بل تهدف لتقديم عمل إعلامي يقوم على المعرفة والفكر، ويخاطب أساسا الذهن ويستخدم الاستمالات الذهنية والعاطفية وذلك من أجل أن يشكل أساسا لتوعية مرورية لها صفة الثبات و الاستمرارية.

تكوين نسق اتجاهات مروري متكامل لدى الفرد والمجتمع إزاء الجوانب المختلفة من المسألة المرورية: حيث تسعى التوعية المرورية لزرع اتجاهات مرورية جدية وسلمية لتغيير أو تعديل اتجاهات مرورية خاطئة.

فمن الثابت علمياً أن الاتجاهات مكتسبة وقابلة للتغيير ولها صلة وثيقة بالسلوك، لذلك فعلى التوعية المرورية أن تنطلق من هذه الحقائق العلمية لتعرف كيف تقدم المعلومات والأفكار التي تستطيع زرع اتجاهات جديدة أو تغيير اتجاهات قديمة أو تعديلها، وهذا يتطلب دراسة علمية لنوعية الاتجاهات وطبيعتها لمعرفة ما إذا كانت هذه الاتجاهات فردية أم عامة، مرتبطة بقيم الجماعة أو قيم الذات و صورة الفرد عن نفسه، أو اتجاهات و وظيفية مرتبطة بالمصالح والمنافع....

تكوين نسق قيمي سلوكي مروري لدى الفرد والمجتمع: ويتضمن منظومة من القيم المرورية التي تسهم في تحصين الفرد والمجتمع من الإقدام على سلوك مروري خاطئ ومضر بالفرد والمجتمع، ويدفعه للإسهام الفاعل في تحقيق السلامة المرورية.

لذلك يجب أن تسعى التوعية المرورية إلى تكوين نسق قيمي مروري يتضمن¹:

- القيم الإنسانية: التي تدفع إلى الحفاظ على حياة الإنسان وحمايته من أخطار الحوادث المرورية.
- القيم الوطنية: التي تدفع إلى الحفاظ على الثروة الوطنية البشرية والمادية وتخليص الوطن من الآثار الاقتصادية لحوادث المرور.
- القيم الاجتماعية: التي تدفع إلى الحفاظ على تماسك الأسرة والمجتمع، والحد من هذا الخطر المتمثل في تدمير الحياة الأسرية وإرباك الحياة الاجتماعية جراء حوادث المرور.
- القيم الأخلاقية: التي تدفع باتجاه احترام القانون والنظام والغير.

وتستطيع التوعية المرورية النجاح في تكوين هذا النسق من خلال إبراز النماذج والتجارب والسلوكيات المرورية الصحية والإيجابية ونقد النماذج والتجارب والسلوكيات السلبية والخاطئة.

تكوين نسق سلوكي مروري تتمثل فيه معرفة الفرد وفكره واتجاهاته وقيمه: صحيح أن هدف التوعية المرورية هو إيجاد مواطن مطلع ومدرك للمسألة المرورية، والذي يمتلك منظومتي قيم واتجاهات سلمية، 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

¹أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، مرجع سبق ذكره، ص 30.

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 والالتزام الطوعي¹.

المبحث الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتفعيل الثقافة المرورية

إن الحملات التحسيسية المرورية تتجلى في تنمية وتعزيز المعارف وقواعد المرور وآداب السلامة في اتجاهات متنوعة تصب في تجنب الناس الوقوع في حوادث سير محتملة والتي تضطلع بواجباتها الجهات الأمنية والشرطية وغيرها، إلا أن وسائل تكنولوجيا العالم والاتصال هي الأخرى أضحت اليوم تلعب دورها هاما في هذا الجانب، ونجد من بينها شبكات التواصل الاجتماعي والتي أضحت في الوقت الحالي الأداة الأكثر استعمال سواء في الجانب الاجتماعي، الثقافي، السياسي..الخ.

المطلب الأول: العوامل المسببة لحوادث المرور ودور الثقافة المرورية في التقليل منها

الفرع الأول: العوامل المباشرة²

أ-العوامل المتعلقة بالعنصر البشري: تتعدد الأسباب وتتنوع ويعود السبب الرئيسي في ذلك إلى العنصر البشري باعتباره المدرك والقادر على التأقلم مع كل الأوضاع وفي كل الحالات وفي هذا الصدد كشفت معظم الدول أن ما بين 80% و 90% من حوادث المرور ترجع إلى العامل البشري، في حين أن ما بين 10% و 20 % فقط تنسب إلى حالة البيئة والطريق أو لظروف السيارة، وحسب الإحصائيات الصادرة عن المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرقات في الجزائر فإن حوادث المرور الحاصلة في سنة 2014 ترجع في الأساس إلى العامل البشري، الإفراط في السرعة، التجاوزات الخطيرة، عدم احترام المسافة الأمنية، عدم احترام إشارات المرور، اللامبالاة المارة، السياقة في حالة السكر، تغيير الاتجاه دون إشارة، جنحة الفرار، عدم استعمال ممرات الرجلين، المناورات الخطيرة للسائقين، عدم احترام مبدأ الأولوية، عدم احترام الحيطة من طرف المشاة عند عبور الطريق، السير على اليسار.

¹أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، مرجع سبق ذكره، ص 33.

²دريش احمد مدني نوالدين، "أسباب حوادث المرور في الجزائر وطرق الوقاية منها دراسة وصفية تحليلية"، حوليات جامعة الجزائر 5، العدد 30، الجزء الثاني، دت، ص ص 522 .

ب-العوامل المتعلقة بالمركبة: يعد الخلل الميكانيكي من أهم المشاكل الظاهرية المتعلقة بالمركبة فهو عادة ما يصيب السيارات القديمة بسبب عدم فاعلية الصيانة لها نظرا لعدم صالحية بعض الأجزاء منها والتي تؤثر مباشرة على قطع الغيار المستبدلة كذلك انفجار الإطارات المطاطية لعدم مراقبة الضغط في العجلات أو قدمها، انكسار محاور العجلات وانشطار الخارجية للمحرك أو وقوع خلل في أجهزة الكبح وغير ها¹.

ولتقليل من هذه الأسباب يجب على كل سائق القيام بالعناية والرعاية للمركبة بشكل دائم لتؤدي عملها بشكل صحيح فيجب إجراء عملية فحص وصيانة تأمين على فترات دورية منتظمة

ج - العوامل المتعلقة بالطريق و المحيط: يعتبر المحيط والطريق هما الآخران من بين الأسباب المؤدية إلى حوادث المرور، حيث أن عدم صلاحية أجزاء من الطريق أو انعدام الإشارات والإنارة قد يؤدي إلى وقوع حادث لاسيما عند ما تكون الأحوال الجوية سيئة كتساقط الثلوج والأمطار الغزيرة والضباب والزوابع رملية فقد تغير من اتجاهات السائق وتعيق التحكم في المركبة، وتعاني شبكات الطرقات في الجزائر من نقص كبير من الناحية الفنية (الإشارات المرورية والتجهيزات الأمنية) فضلا عن غياب الصيانة وعدم تحسين مخططات السير والنقل مع التوسع العمراني والمؤسسات المستقطبة للأعداد الهائلة من المواطنين وكذا نقص حظائر التوقف، وعليه وبغية التقليل من ذلك يجب إصلاح الطرقات وتهيئتها بمختلف الإشارات والمخططات قصد تجنب الكثير من الحوادث غير المرغوب فيها.

د- العوامل المتعلقة بالمشاة: هم الأفراد والجماعات الذين يستخدمون الشوارع والطرقات سيرا على الأقدام، وكثيرا ما يقع الحادث المروري نتيجة خطأ من المشاة أثناء عبور الطريق في الأماكن غير المخصصة للعبور، وأثناء ما يكون الطريق مفتوحا للسيارات و ممنوعا على المشاة، و الكثير من حوادث المشاة تقع من الأطفال وكبار السن والنساء والمرضى نتيجة عدم تقديرهم السليم لكيفية ووقت عبور الطريق، وغالبا ما يكون الخطأ مشتركا بين السائق لعدم تقديره لمستعملي الطرق كالسير بسرعة عالية ورجوعه للخلف دون انتباه و بين المشاة لعدم التأكد من خلو الطريق قبل القيام بعملية العبور أو العبور في غير الأوقات والأماكن المخصصة لعبور المشاة.²

¹دريش احمد مدني نوالدين، مرجع سابق، ص 223.

²الهاشمي بن بوزيد بوطالبي، فعالية الحملات التوعوية المرورية، مؤتمر تعليم السياقة، جامعة نايف للعلوم الامنية، 2006، ص 56.

هـ - **العوامل المتعلقة بالسائق:** يعد سائق السيارة أو المركبة محور مشكلة المرور، فما من حادث يقع إلا ويكون أحد أطرافه سائق أو أكثر من سائقي السيارات، فحتى وإن كان هناك خلل في السيارة أو في الطريق أو في تصرفات المشاة فإن اليقظة والوعي السليم والدراية والخبرة المرورية للسائق يمكن من خلالها معالجة هذا الخلل ومن ثم يستطيع مثل هذا السائق الرشيد تلافي وقوع الحادث المروري. وهناك بعض الصفات السلبية التي يتصف بها السائقون وتؤثر سلبا في وقوع الحوادث المرورية

الفرع الثاني: العوامل الغير مباشرة¹

أ- **عدم المعرفة بأصول القيادة:** حيث نجد الكثير من الحوادث ترجع إلى عدم إتباع السائق لأصول القيادة أو عدم إلمامه بقواعد وآداب المرور بالإضافة إلى التجاوزات الخطيرة دون مراعاة شروط التجاوز وعدم احترام الأسبقية في السير وعدم ترك الأولوية ويرجع ذلك إلى عدم فعالية منظومة التكوين والتدريب على السياقة.

ب- **الانشغال الذهني:** إن شرود الذهن أثناء السياقة ولو للحظات قليلة يترتب عنه حادث أنه يؤدي إلى إضعاف اليقظة التي يجب أن يتصف بها السائق والتي يتوقف عليها رد الفعل عند رؤيته للخطر أو محاولة تفاديه.

ج- **تناول المشروبات الكحولية وتعاطي المخدرات والمهدرات:** أثبتت التجارب العلمية أن السائق الذي يقع تحت تأثير الخمر تقل قدرته على الانتباه المطلوب أثناء السياقة كما أن تناول بعض الأدوية يزيد من خطورة الحوادث وذلك لتأثيرها المباشر أو غير المباشر على النشاط العصبي ويمكن ان تحدث بعض المهذئات نقص أو تخفيض في التنسيق الحركي لذا وجب على السائق اجتناب السياقة أثناء السكر.

د- **استعمال الهاتف النقال أثناء السياقة:** برز الهاتف المحمول كواحد من المشكلات التي تهدد السلامة المرورية حيث أن الهواتف تصرف السائق عن مراقبة حركة المرور وعدم انتباهه إلى الفجوات الموجودة في الطريق وإدراك خطورتها إلى جانب كذلك صعوبة محافظته على السيارة في وضع السليم أو على السرعة المناسبة لذا وجب على السائق اجتناب كل ما هو متعلق بالهاتف أثناء السياقة.

¹ درديش احمد مدني نوالدين، مرجع سابق، ص 225.

هـ- **عدم الكفاءة والخبرة:** لاشك أن توافر الخبرة والكفاءة لدى السائق من العناصر الرئيسة لتلافي وقوع الحوادث، فمعظم الحوادث تقع نتيجة عدم معرفة السائق بأصول القيادة وقواعد وآداب الطريق وكذا فإن عدم خبرته أو نقصها تكون سبب في وقوع الحوادث، و لهذا يجب أن يتدرب السائق جيدا قبل منحه رخصة القيادة¹ فالكثير منها الحصول على المال لا غير خاصة مع الارتفاع غير المسبوق لتكاليف الحصول على رخصة القيادة وهي نفس النتيجة التي توصل إليها الخبير في أمن الطرقات الأستاذ عبد الرحمان وافي " في دراسته حول حوادث المرور حيث اعتبر أن " حوادث المرور في الجزائر أصبحت هاجسا تؤرق يوميات الجزائريين على اختلاف مستوياتهم ويعتبر التدريب الناقص والتسرع في منح رخص القيادة لعدد كبير من الشباب غير المؤهل من أهم أسبابها، وقد أثبتت التجارب أن التعليم الجيد واحترام إشارات المرور وعدم التساهل في الامتحانات التي يقبل عليها السواق الجدد يجعل من السائق الجديد سائقا أكثر فطنة والتزاما وتقيدا بإشارات المرور³ .

وتتفق كذلك مع النتيجة التي توصل إليها الباحث " بوظيفة حمو " في دراسته التي أجراها مع مجموعة من الأساتذة حول " أسباب حوادث المرور في الجزائر حيث أظهرت إحدى نتائج الدراسة أن السائق يدرك عدم كفاية التدريب من حيث الكم والكيف لهذا يلح على ضرورة إدخال تعديلات على برامج التدريب والامتحان ومنهجيتها من أجل فعالية أحسن و مصداقية أفضل، وتبرز النتائج أيضا مدى افتقار برامج التدريب و تعليم القيادة إلى الجانب النفسي من أجل الاستعداد للقيام بمهمة تتطلب من الفرد صفات خاصة للقيادة لا تقتصر على تعلم الجانب الأدائي فقط بل تحتاج إلى تحضير واستعداد نفسي لاكتساب مواقف و صفات ايجابية ومحبذة في القيادة، مثل الثقة في النفس والصبر⁴

م- **ضعف الإحساس بالمسؤولية:** ثمة نسبة كبيرة من السائقين لات تمتع بالمستوى الحضاري المطلوب لاحترام الآخرين من مستخدمي الطريق ولا تتحلى بروح المسؤولية⁵ ، فلا بد أن يتحلى السائق

¹ الهاشمي بن بوزيد، نفس المرجع ص 64

² بلقا سم بلحوام، ارتفاع حوادث المرور راجع إلى ضعف مدارس تعليم القيادة الشروق اون لاين يومية إخبارية وطنية

³ سهام حواس، العامل البشري و التدريب الناقص سببان رئيسيان لحوادث المرور في الجزائر جريدة الحوار يومية إخبارية وطنية.

⁴ وهيبه حمراوي، الاتصال الاجتماعي الخاص بالوقاية من حوادث المرور في الجزائر، دراسة حالة لحملة تحسيسية رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خده، 2010 ص 16.

⁵ أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، مرجع سبق ذكره، ص 60 .

بالمسؤولية تجاه نفسه وتجاه الآخرين وأن يكون واع بأن سلامته وسلامة غيره من مستعملي الطرق هي المعيار الذي يحدد تصرفاته و سلوكه في قيادة السيارة بالطريق العام.

ن- **ضعف اللياقة الصحية:** لاشك أن القيادة الرشيدة تتطلب مجهودا ذهنيا وعضليا، لذلك. يجب أن يكون السائق خاليا من الأمراض العضوية والنفسية حتى يكون قادرا على القيادة الآمنة¹. فالسائق المرهق أو المضطرب جسميا أو عاطفيا أو الذي يتعاطى الأقراص والأدوية تضعف من قدرته على التقدير السليم نتيجة عدم التركيز أو القيادة الشاردة التي يمكن أن تؤدي إلى وقوع حوادث أليمة. ومن أهم الأخطار المرضية التي يمكن أن يتعرض لها السائق: الإرهاق، الصداع، التدهور المستمر لقوة الصبر، تأثره بما يأخذه من عقاقير وأدوية الشيخوخة و مالها من آثار وعدم أخذ القدر الكافي من النوم ما يؤثر بالسلب في قدرته على قيادة السيارات، إضافة إلى الأثر الناتج عن تناول المواد الكحولية والمخدرات في إضعاف القدرة والتركيز على القيادة، وزيادة الانفعالات خاصة في وجود الازدحام المروري.²

وتوصلت دراسة" بوظيفة حمو" السابقة الذكر إلى أنه وعلى الرغم من إدلاء نسبة هامة من السائقين بإحساسهم بأعراض التعب باختلاف درجاته إلا أنهم لا يتخذون في أغلب الأحيان مواقف مناسبة للتخفيف منه، باستثناء نسبة منهم تحدثت عن التوقف عن القيادة فقط، في حين يصر الجزء الآخر على مواصلة القيام بمهمة السياقة رغم شعورهم بالتعب وما يصحبه من نقص في التركيز وتباطؤ في الاستجابة والحركة³

ه- **الإرهاق النفسي:** يؤخذ على الكثير من البحوث تركيزها الشديد على الأسباب الظاهرة والعوامل الخارجية للحوادث المروري على حساب الأسباب النفسية، حيث ترى نظرية التحليل النفسي أن أسباب معظم الحوادث إنما ترجع أساسا إلى الدوافع اللاشعورية.

و- **الحالة الانفعالية الهابطة:** أكدت إحدى الدراسات أن الحالة الانفعالية الهابطة تحول بين الفرد وبين استخدام ذكائه وإمكاناته الخاصة في معالجة المواقف التي يتعرض لها بكفاءة مناسبة ومن ثم تكثر حوادثه⁴

¹ الهاشمي بن بوزيد بوطالبة، مرجع سبق ذكره، ص 60-64

² الهاشمي بن بوزيد بوطالبة، مرجع سبق ذكره، ص 62

³ وهيبة حمراوي، مرجع سبق ذكره، ص 17

⁴ أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، مرجع سبق ذكره، ص 61.

العصبية و الاندفاع: هناك السائق المصاب بالأعصاب، أي السائق العصبي المندفع الذي يثور لأتفه الأسباب وهذا النوع من السائقين ينفذ صبره في زحام المرور وارتفاع درجة الحرارة أو هبوب الرياح وسقوط الأمطار فتؤثر حالته النفسية و العصبية المتوترة في سلوكه أثناء القيادة وتضطرب أحواله ويخطئ في اتخاذ قراراته أثناء القيادة ويجد نفسه ارتكب حادثا مروريا تحت تأثير هذه الحالة النفسية المضطربة¹

التباهي و لفت الأنظار: هناك من السائقين خاصة صغار السن من يأتون بحركات صبيانية للفت الأنظار، فيتسابق في الطريق ويقود سيارته بأنانية مفرطة، ولا يراعي حقوق غيره من مستخدمي الطريق، ولا يتقيد بقواعد وآداب المرور فيرتكب نتيجة لذلك العديد من حوادث المرور كالدس والتصادم²

الإثارة والتهور: عادة ما يتمتع الشخص غير الراشد بشخصية محبة للإثارة بشكل أكبر من غيره لهذا فإنه قد ينخرط في أنشطة خطيرة مثل القيادة بسرعة فائقة، ويميل محبو الإثارة إلى التدخين أو تعاطي المخدرات أو إتباع سلوك معاد للمجتمع، وبوجه عام يميل الذكور إلى المغامرة والإثارة أكثر من الإناث، كما وجدت بعض الأبحاث أنه في المواقف المحفوفة بالأخطار يبدو أن الكثير من المراهقين يعتقدون أنهم محصنون ضد الموت و أنه لن يحدث لهم أي مكروه³

العوامل الاجتماعية: توصلت الدراسة السابقة الذكر بوظيفة حمو إلى أن:

نظرة السائق إلى الشرطي أو رجل الأمن يبدي السائق الجزائري تحفظا تجاه دور شرطي المرور وفعاليته في الوقت الحالي، ويتم التشكيك في نزاهة معاملة الشرطي للسائقين، فهو عادة ما يتأثر بالمكانة الاجتماعية للسائق ولا يجسد مبدأ " القانون فوق الجميع "لذا فهم يحبذون استعمال الأضواء من أجل فعالية أحسن في تنظيم حركة المرور، وقد دفع هذا الأمر بعدد من الأشخاص إلى تجاوز القوانين .فهم يفعلون ذلك فقط للدلالة على أنهم محميون من المتابعة القانونية⁴

ي- **نظرة السائق إلى السيارة :** يعتبر السائق الجزائري السيارة وسيلة عمل وتنقل بالدرجة الأولى ولكن في نفس الوقت هي رمز للمكانة الاجتماعية ووسيلة للتعامل مع الآخرين وخاصة فئة الشباب

¹ الهاشمي بن بوزيد بوطالب، فعالية الحملات التوعوية المرورية مؤتمر التعليم و السياقة ،مرجع سبق ذكره، ص 64.

² الهاشمي بن بوزيد بوطالب، مرجع سبق ذكره، ص 65.

³ عبد القادر تومي، السياقة عند الشباب بين المتعة والموت، مجلة عن الوقاية والسياسة، العدد 5، المركز الوطني للوقاية والامن، 2017، ص 61.

⁴ وهيبية حمرابي، مرجع سبق ذكره، ص 17.

حيث تشير الإحصائيات أن هذه الفئة تعد الأكثر تهورا وتسببا في حوادث المرور فالشباب يرى في السيارة نوعا من الرقي والتقدم فقد يستعملها للمباهاة والتعبير عن رقي اجتماعي أكثر مما يستعملها للتنقل ويحاول فرض نفسه باستعمال السرعة، التجاوزات غير القانونية، وإبهار أصدقائه بالمنافسة وتجاوز السيارات ذات السرعة الأقل، كما أنهم يجاهرون بخرق القوانين، إضافة إلى التجاوزات الخطيرة في المناسبات الاجتماعية كالأعراس مثلا، كما أن البطالة والفراغ لهما تأثير في نفسية بعض الشباب الذين يمضون وقتهم يتجولون ويتعسفون في استخدام الطريق¹.

كما تشكل حملة التوعية المرورية مهما كان نوعها وحجها، مجرد لحظة أو نقطة في أمر الثقافة المرورية المتدفق بلا انقطاع، لذلك فإن حملة التوعية في أمر الثقافة المرورية لا تبدأ من فراغ ولا يعقبها فراغ أو صمت، وهكذا تكون عبارة عن جهد ثقافي مكثف تفرضه اعتبارات و أوضاع معينة (تفاقم المشكلة، ظهور أزمة، عوامل طارئة مهمة....) لمعالجة هذا الوضع، ولمواجهته بطرق وأساليب وجهود غير عادية وذلك من أجل تحقيق أهداف معينة، إذن الأصل الثابت هو التوعية المرورية المستدامة والحملة مجرد وسيلة من الوسائل التي تستخدمها التوعية المرورية المستدامة لمواجهة وضع أو حالة أو ظرف خاص².

وتعرف الحملة الثقافية المرورية أنها تلك الأنشطة المختلفة التي تهدف إلى تذكير مستعملي الطريق بالأخطار التي تشكلها بعض السلوكيات المخالفة لقواعد السلامة المرورية، والتي غالبا ما تؤدي إلى وقوع حوادث مرورية مأساوية، وتهدف الحملات الثقافية المرورية أيضا إلى التنبيه والإرشاد وإلى اعتماد السلوك السليم أثناء السياقة ومحاولة الإقناع بعدم ارتكاب الأخطاء المرورية حفاظا على سلامة كل مستعملي الطريق³.

المطلب الثاني: آليات ترسيخ الثقافة المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يشكل الفضاء الافتراضي مجال خصبا لتداول المعلومات ونشرها خاصة ما يتعلق بأخبار الحوادث بصفة عامة وحوادث السير بشكل خاص وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر وانستغرام

¹ وهيبية حمراوي، مرجع سبق ذكره، ص 20-21.

² أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية العربية، مرجع سبق ذكره، ص 25.

³ مرجع، نفسه، 25.

ويوتوب وغوغل بلس إلى جانب كالم من المصالح الأمنية والعالم والإذاعة وكذا جمعيات المجتمع المدني وغيرها دورا هاما في التوعية من مخاطر حوادث المرور .

دورا في عملية نشر المعلومات والأخبار المتعلقة بحوادث السير لهذا تلعب الشبكات الاجتماعية في الفضاء التواصلي دورا مهما في هذا الصدد في المجتمع الحديث أيضا يرجع ذلك إلى حقيقة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل نوعا من مركز التنسيق للعلاقات الاجتماعية، ويمكن اعتبار مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لبناء اتصال فعال في المجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية داخل المجتمع وتحفيز الناس على المشاركة والتفاعل لتحقيق السلامة على الطرق يبقى أمرا مستعصيا دون تعاون نشط وفعال من المواطنين ومؤسسات المجتمع المدني وخلق حوار بشأن القضايا المرتبطة بالسلامة الطرورية.

فشبكة التواصل لم تعد مجرد مشروع نظري، فالبريد الإلكتروني وغرف الدردشة، خدمة الرسائل الفورية، والمنديات، بلوق، والمجتمعات الافتراضية على الانترنت - كل هذا هو مظهر من مظاهر ديناميكية الحركة التواصلية التي أصبحت تساهم باطراد في ظاهرة لتبادل المعلومات الإلكترونية وهي تكسب مزيدا من المستخدمين كل يوم وتستطيع المضي جنبا إلى جنب مع وسائل العالم التقليدية في طريق نشر ثقافة السلامة على الطرق¹ .

ونظرا لدور البارز لهذه المواقع أصبحت الجهات المختصة في وزارات الداخلية ووسائل الإعلام وغيرها تولي أهمية لهذا الجانب خاصة بإنشاء صفحات الويب لنشر مجمل النشاطات المرورية وعرض مختلف² الأنظمة والقوانين والقواعد والإرشادات والرسوم التي تدعم العالم التوعوي المباشر والمختصر والمفيد.

وبالإشارة إلى الجزائر نجد المديرية العامة لأمن الوطني تعمل بإصرار على تكثيف حملات التحسيس والتوعية وذلك بالاستعانة بالدعائم التواصلية على غرار الموقع الرسمي للمديرية العامة لأمن الوطني وشبكة التواصل الاجتماعي لأمن الوطني (الفايسبوك والتويتر) لما لها من صدى وتأثير على في

¹ دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة السلامة المرورية، ا نقال عن الموقع: شوهذ يوم 2020/08/23 على http://radioawa.blogspot.com/2016/01/blog-post_75.html سا 19:53

² أحمد مطهر عقبات، " دور وسائل الإعلام وفي نشر التوعية المرورية " ورقة بحث قدمت إلى الندوة العلمية حول: 12 واقع الحملات التوعوية المرورية جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، 2002، ص.51

أوساط المجتمع، وقد أطلقت المديرية العامة لأمن الوطني حملة توعوية ضد مخاطر حوادث المرور عبر صفحات التواصل الاجتماعي الفاييبوك وتويتير وغيرها تحت عنوان الطريق للسير.. للمآسي" وذلك كما أطلقت المديرية العامة لأمن الوطني عبر موقعها تزامنا مع اليوم العالمي لحوادث المرور . ومواقع التواصل الاجتماعي ركن "مخالفات ونصوص" في إطار مساعيها الرامية إلى نشر ثقافة مرورية من شأنها التقليل من الحوادث المرورية التي عرفت ارتفاعا محسوسا في السنوات الأخيرة، و سيتم من خلال نشر صور للمخالفات المرورية والعقوبة المترتبة عنها عبر هذه الدعائم، بهدف نشر وترسيخ الثقافة القانونية و المرورية لدى مستعملي الطريق العام بغية الحد من مآسي الطرقات . فالاستعانة بهذه الوسائل الاتصالية الحديثة في إطلاق هذه الحملة التوعوية راجع إلى الشعبية التي تتمتع بها هذه الدعائم الاتصالية وتأثيرها السريع والفعال¹.

المطلب الثالث: النتائج المترتبة عن الحوادث المرور

تعد الحوادث المرورية وما ينتج عنها من خسائر بشرية ومادية من أهم المشكلات التي تواجه المجتمعات، نظرا لحجم هذه الخسائر وتأثيرها السلبي في التنمية، فإذا تأملنا الإحصاءات الرسمية التي تصدر عن الجهات المعنية بالمشكلة في الدول المختلفة سنجد أرقاما هائلة ومخيفة من الحوادث المميتة التي تؤدي في معظمها بحياة شبابنا أو تعرضهم للإعاقة، علاوة على ذلك فإن الحوادث المرورية تترك إصابات وإعاقات تحدث خلالها أسريا واجتماعيا ونفسيا كبيرا، فمشكلة الحوادث المرورية تعد أبرز المشاكل التي تواجهها معظم الدول نتيجة الزيادة المطردة في عدد الحوادث والإصابات والوفيات الناتجة عنها، ورغم أن السيارة هي من أهم الأدوات الرئيسية في حركة المرور، ورغم ما تحققه للبشرية من منافع عديدة وفوائد متنوعة، إلا أن لها آثار ضارة سواء على الصحة العامة أو في مجال الطاقات المستترفة و هو ما ينعكس بأثر سلبي على التنمية.

وباستقراء آثار حوادث المرور نجدها متداخلة، فما يؤثر اقتصاديا إنما في نفس الوقت يؤثر اجتماعيا ونفسيا وهكذا، والهدف من التقسيم النظري لهذه الآثار هو إلقاء الضوء وتفصيل هذه التأثيرات المختلفة.

¹عبد الرؤوف، ح " مديريةية الأمن تطلق ركن "مخالفات ونصوص" على مواقع التواصل الاجتماعي" نقال عن الموقع: :

<http://www.elhayatonline.net/article35359.html> شوهذ يوم 2020/08/23 على 19:53 سا.

1 - الخسائر البشرية : تكمن خطورة الحوادث المرورية فيما يظهر لنا من خلال الإحصائيات الرسمية التي تؤكد ارتفاع عدد المتوفين والمصابين وأثر ذلك في فقد القوى البشرية، وهكذا فإن الأثر المباشر للحوادث المرورية يتمثل في فقدان العنصر البشري سواء بالوفاة أو بالإعاقة¹.

وجاء في تقرير المنظمة العالمية للصحة العالمية والخاص بوضعية الأمن المروري في العالم أن زهاء % 90 من إجمالي الوفيات العالمية الناجمة عن الإصابات المرورية هي في البلدان المنخفضة والمتوسطة الدخل، ولا تزال هذه النسبة في تزايد مع انخفاض معدلاتها في البلدان ذات الدخل المرتفع وإذا استمرت الاتجاهات الحالية كما هي عليه فبحلول 2021 ستتناقص معدلات القتلى السنوية بحوالي % 40 في البلدان المرتفعة الدخل، بينما يتوقع أن ترتفع في البلدان النامية وذلك راجع إلى عدم قدرتها على التصدي لهذه المشكلة و السيطرة عليها، على عكس الدول المرتفعة الدخل.²

وقد صنف تقرير لمنظمة الصحة العالمية الدول العربية و الإفريقية في المرتبة الأولى عالميا في مجال ضحايا السير، إذ يفقد الوطن العربي معدل مواطن واحد كل 15 دقيقة بسبب حادث طريق.³

2 الخسائر المادية: الحقيقة أن مشكلة الحوادث المرورية لها بعد اقتصادي يجب ألا يغفل،

فلقد أثبتت الدراسات والبحوث أن الخسائر المالية الناتجة عن الحوادث المرورية تقدر بمبالغ مالية كبيرة، حيث يقدر معمل أبحاث الطرق في بريطانيا أن الحوادث المرورية تتلف ما يزيد على نسبة % 1 من مجمل الإنتاج الوطني لعدد كبير من الدول خاصة الدول النامية وهذه نسبة عالية إذا ما قورنت بالوضع الاقتصادي المنخفض لهذه الدول، فالأمر يتطلب استيراد البديل للسيارات التالفة وقطع الغيار والمستلزمات الطبية التي تستورد بالعملة الصعبة من الخارج و بالتالي فهي تنهك الاقتصاد الوطني لهذه الدول.⁴

وتقدر التكاليف المالية لحوادث المرور في العالم بما قيمته 518 مليار دولار سنويا، تتحمل البلدان

المرتفعة الدخل 443 مليار⁵، وتختلف هذه الحوادث أكثر من 65 بليون دولار سنويا بالنسبة للبلدان

السائرة في طريق النمو وهي أرقام تتجاوز بكثير ما تتلقاه هذه البلدان من مساعدات في مجال التنمية.

¹ الهاشمي بن بوزيد بوطالب، مرجع سبق ذكره، ص 126، 127.

² وزارة النقل، المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق، دراسة إحصائية لحوادث المرور، الجزائر، خلال 2009، ص 8.

³ المنظمة العربية الإسلامية المرورية، بيان المنظمة العالمية لضحايا الطرق، الأحد 20 يونيو 2019 ص 4، 3

⁴ الهاشمي بن بوزيد، مرجع سبق ذكره، ص 112.

⁵ اديب حضور، التوعية المرورية، مرجع سبق ذكره، ص 52.

-أما على جانب الأضرار بالممتلكات العامة نجد أن الخسائر تتمثل في الضرر الواقع على بعض المنشآت العامة التي تعد ملكا لجميع أفراد الدولة وقد تحرم الأفراد الاستفادة من خدمات المنشآت نتيجة ما حدث من تلفيات، ومن ذلك أعمدة الإنارة والأشجار واللافتات الإرشادية والأرصفة.. ويوقع عبئ إصلاحها على نفقة الدولة مما يحملها أعباء إضافية من الميزانيات المخصصة لأغراض أخرى. أما على الجانب الآخر فنجد أن الخسائر في الممتلكات الخاصة كثيرة أيضا من خلال ما يحدث من تلفيات بالسيارات أطراف الحادث وإتلاف للبضاعة المحملة.¹

-من ناحية الأثر غير المباشر فنجد أن الخسائر المادية التي تتكبدها الدول المختلفة تتمثل في نفقات المصابين و نفقات علاجهم وما يترتب على إعاقتهم من فاقد وتعطيل للطاقت الإنتاجية للفرد.

وهناك ما يتعلق بنفقات أجهزة المرور في إزالة مخلفات الحوادث وفي إجراء التحقيق والمعايينة² وتشير الإحصائيات أن حوادث المرور كبدت الجزائر خسائر ب 125 مليار عام 2019 والتي شهدت مقتل 2450 شخص إضافة إلى حوالي 2000 معاق حركيا وهو عدد يتجاوز بأضعاف عدد ضحايا التفجيرات الانتحارية والاعتداءات الإرهابية⁵ ، كما وتشير الإحصائيات أن حوادث المرور بالجزائر تكلف الخزينة العمومية أكثر من 200 مليار دينار سنويا جراء الخسائر المادية والمعنوية لهذه الحوادث³

3- الآثار الاجتماعية لحوادث المرور: يعتبر نظام المرور من الأنظمة الاجتماعية فهو يهدف إلى تسهيل حركة السير وتسهيل حياة الناس وتنقلاتهم وربط أجزاء المجتمع بعضها ببعض وتوفير الخدمات وتنشيط حركة الاتصال على مستوى الأفراد والجماعات في إطارها الاقتصادي والاجتماعي والخدمي، كما يعكس نظام المرور في المجتمع بكافة أشكاله درجة تقدم المجتمع وتطوره والمكانة التي يحتلها وبالرغم مما لنظام المرور من إيجابيات فإن له سلبيات أيضا، وتعكس حوادث المرور هذه الجوانب السلبية التي تؤثر سلبا على مختلف مظاهر الحياة الاجتماعية وعلى ثروات المجتمع المادية والبشرية. فالآثار الاجتماعية لحوادث المرور تشكل مشكلة اجتماعية لكونها تتجاوز نطاق الفرد لتشمل شرائح عريضة من أفراد المجتمع لأن أسبابها ومسبباتها تخرج عن نطاق الفرد الواحد لتتصل بنطاق المجتمع بعامه ممثلا في ثقافته وفي التزام الأفراد بإتباع النظام والمحافظة على قواعد المرور⁴

¹ الهاشمي بن بوزيد بوطالب، مرجع سبق ذكره، ص 136، 135، 134

² الهاشمي بن بوزيد بوطالب، مرجع سبق ذكره، ص 140

³ المديرية العامة للحماية المدنية، بالتنسيق مع وزارة النقل لإحصائيات الحوادث المرور سنويا في الجزائر 2019/05/20

⁴ وهيبية حمراوي، مرجع سبق ذكره، ص31

تشكل حوادث المرور جانبا سالبا في المجتمع فهي تعد على مستوى الإضرار بالإمكانات البشرية عاملا له تأثيره في ضياع الطاقات والعناصر البشرية، سواء بزيادة معدلات الوفيات أو على مستوى المصابين من جراء هذه الحوادث والذين أصبحوا عاجزين أو معاقين عن القيام بالنشاط الإيجابي الاعتيادي.

والواقع أن حوادث الطرق لا تختار ضحاياها ومعظم الضحايا من الشباب الذي أنفقت عليه الدولة أموالا طائلة لتعليمهم وتدريبهم ليكونوا عدة الوطن في حاضره ومستقبله، والحقيقة المؤلمة أيضا أن حوادث المرور تخلف إصابات تصل إلى حد الإعاقة فيتكفل بنتائجها الأسرة والمجتمع معا إضافة إلى عدم قدرتهم على المشاركة في الإنتاج الاقتصادي وتحد من دورهم في المجتمع كمصدر مهم و حيوي من مصادر الدخل القومي إضافة إلى ما يترتب عنها من آثار اجتماعية سلبية من جراء فقد الأبناء و الآباء و عائلي الأسر، والمجتمع حين يفقد عدد من الأشخاص نتيجة إصابتهم أو إعاقتهم أو وفاة لهم إنما يترتب على ذلك فقد طاقة عدد لا بأس به من الشباب ويهدر هذه الطاقة يفقد المجتمع قدرهم على العطاء والمساهمة في التقدم والازدهار.¹

الآثار النفسية لحوادث المرور: إن ما يسببه الحادث المروري من صدمات نفسية لمرتكبي الحادث أو أسرهم وأقاربهم في حالة الوفاة أو الإعاقة إنما هو أمر مهم خاصة وأن ما يحدث بعد الحادث المروري من آثار نفسية يؤثر مباشرة سلبيا على المجتمع وبالتالي لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نخفل آثار هذه الحوادث على نفسية المصابين والمتضررين وأهاليهم، وما تتركه من أثر عميق في نفوسهم وما قد تسببه من عقد نفسية بسبب الحالات المرضية (النفسية، الجسمية) خصوصا أولئك المعاقين منهم.²

¹ وهيبة حمراوي، مرجع سبق ذكره، ص 31

² الهاشمي بن بوزيد بوطالبي، مرجع سبق ذكره ص 139

خلاصة الفصل:

من خلال استعراضنا لهذه الورقة البحثية يتضح لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الميزة الطاغية على جميع ميادين الحياة، حيث ساهمت بعض الخصائص التي توفرها هذه المواقع على نجاحها وتوسع انتشارها كشبكة الفيسبوك، وقد رشحت هذه الميزات التي تتميز بها إلى أن ترقى إلى مصاف وسائط الثقافة المرورية، و عليه يجب توجيه مستخدميها نحو الاستخدام الأمثل لها و كيفية تفعيلها و الاستفادة منها. وعموما فإن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المرورية يتكامل بتعاون الجهات المختصة الأخرى والسائقين وعابري الطرق والمجتمع كاملا لتحقيق الأهداف المرجوة في تعميق الوعي المروري حفاظا على سلامة الجميع.

الجانب التطبيقي

دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة

الجيلالي بونعامة فئة السائقين بخميس مليانة ولاية

عين الدفلى

تمهيد

بعد تحديد الإطار المنهجي والنظري لهذه الدراسة في الفصلين الأول والثاني و التطرق إلى مختلف الجوانب المتعلقة دور الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية، لذا سنحاول في الفصل الثاني إبراز العلاقة بين الحملات التحسيسية و دورها في تفعيل الثقافة المرورية لدى الشباب الجامعي، حيث تأتي أهمية هذا الفصل التطبيقي في اختبار فرضيات الدراسة و الربط بين الدراسة النظرية و الواقع العلمي.

حيث سجلت ولاية عين الدفلى في السنوات الأخيرة ارتفاعا رهيبا في عدد الحوادث المرورية وفي الآثار السلبية الناجمة عنها، الأمر الذي أثار اهتمام وتخوف السلطات العليا في البلاد وكذا المشرع الجزائري، خاصة مع استمرار تزايد هذه الحوادث التي أصبحت هاجسا يؤرق يوميات المواطن الجزائري نظرا لما تخلفه من أضرار وخسائر بشرية ومادية ومعنوية، ولعل الإحصائيات الصادرة عن مختلف الجهات المختصة تؤكد خطورة الوضع وضرورة التدارك السريع.

وفي هذا السياق توجد الكثير من التساؤلات التي تطرح نفسها بقوة حول طبيعة الظاهرة ومسبباتها الفعلية وعواقبها وكيفية التصدي لها وكذا الجهود المبذولة في سبيل ذلك سواء الوقائية والتوعوية أو الردعية، وهي الأمور التي سنحاول التطرق إليها من خلال ما سنورده في هذا نحاول دراسته في هذا الفصل.

و لدراسة هذا الجانب من البحث اعتمدنا على المعلومات المقدمة من خلال القيام باستبيان الكتروني قدم إلى الشباب الجامعي لجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة.

وقد احتوى جانبنا التطبيقي على فصل واحد قمنا بتقسيمه إلى مبحثين على النحو التالي:

المبحث الأول: تقديم جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة

المبحث الثاني: تحليل ومناقشة النتائج، حيث تناولنا فيه التحليل الكمي والوصفي لمعرفة الخصائص التعريفية لأفراد عينة الدراسة وكذا إجاباتهم على أسئلة محاور الإستبيان.

المبحث الأول: تقديم جامعة الجليلي بونعامة

المطلب الأول: تأسيس الجامعة ومراحل تطورها

شهدت مدينة خميس مليانة الانطلاقة الأولى لمسار التعليم العالي والبحث العلمي، بمقر مدرسة المناجم سابقا كملحقة تابعة لجامعة البليدة عام 1441، ليحول المقر إلى مدينة خميس مليانة بالمعهد التقني السامي للفالحة في الفترة 1997 إلى 2000، ثم اعتماد الملحقة كمركز جامعي مستقل عن جامعة البليدة ابتداء من تاريخ 18 سبتمبر 2001، وضم المعهد التكنولوجي للأساتذة سابقا، ليعلن رسميا عن إنشاء المركز الجامعي خميس مليانة بمقتضى المرسوم رقم 280/01 المؤرخ في 18-09-2001، بدأ المركز الجامعي نشاطه بأربعة معاهد معهد العلوم القانونية والإدارية، معهد علوم الطبيعة والأرض معهد العلوم والتكنولوجيا، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

قام رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة بترقية المركز الجامعي إلى جامعة خميس مليانة خلال افتتاحه للسنة الجامعية 2011-2012 بجامعة عمار تليجي بولاية الأغواط، وبتنصيب البروفيسور بزينة محمد يوم 24 جويلية 2011 عرفت جامعة خميس مليانة تطورا وظهورا مميزا في مسيرتها فمذ صدور قرار إنشاء جامعة خميس مليانة 2012 صارت عدة تحولات منها إنشاء الكليات والمعاهد التالية:

- كلية علوم الطبيعة والأرض
- كلية الآداب ولغات
- كلية العلوم والتكنولوجيا
- كلية العلوم الاقتصادية
- كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
- كلية الحقوق والعلوم السياسية
- معهد علوم وتقنيات التربية البدنية والرياضية

ينطوي تحت هذه الكليات المرافق البيداغوجية التالية:

17 مدرجا.

144قاعة للتدريس.

21 قاعة للإعلام الآلي.

04 قاعات للأنترنيت، 02 لطلبة و 02 للأساتذة.

02 مخبر للغات.

02 مكتبتين.

قاعة المحاضرات

المطلب الثاني: تاريخ الجامعة

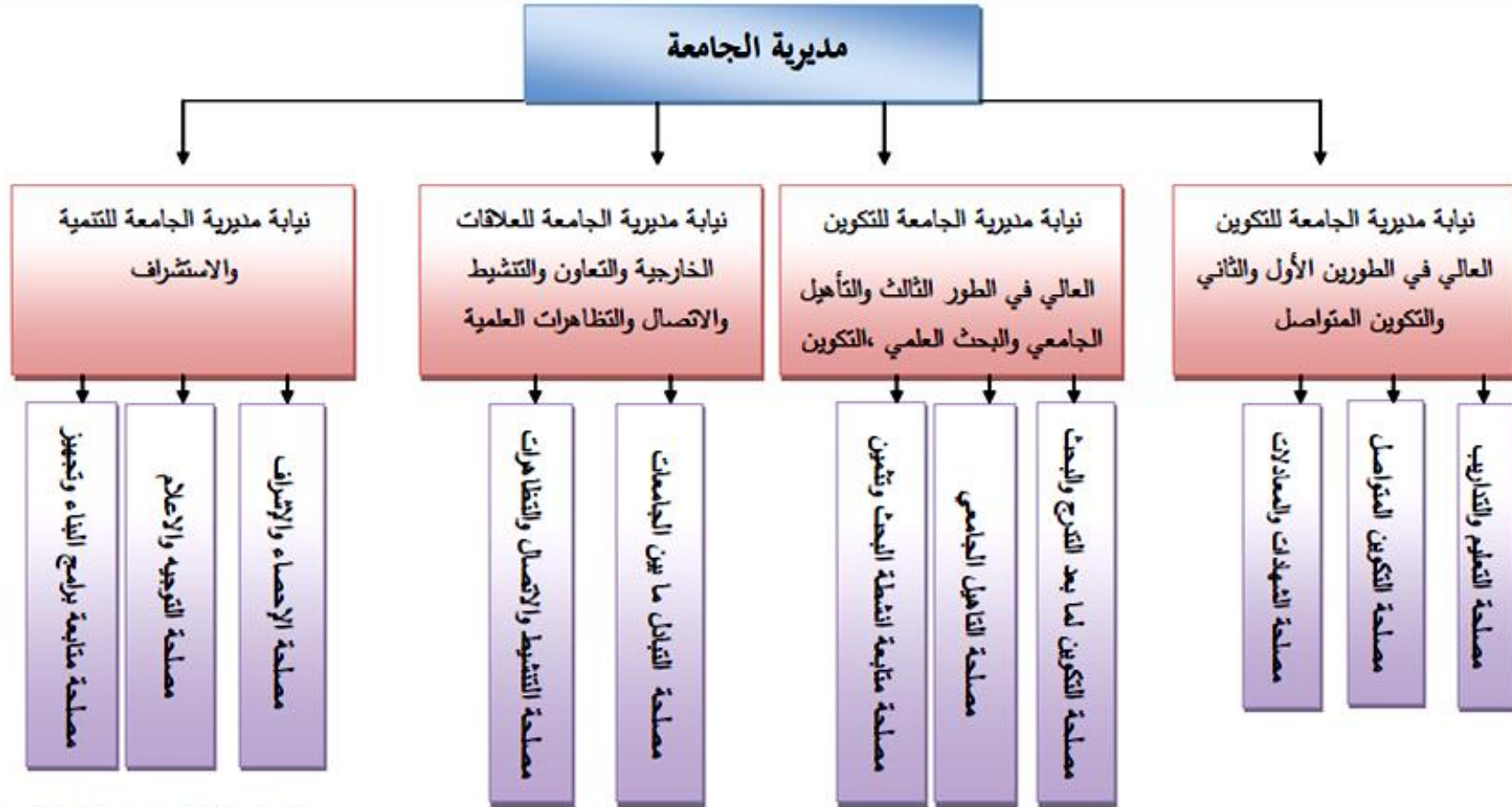
شهدت مدينة خميس مليانة التاريخية نشأة أول مؤسسة للتعليم العالي في ولاية عين الدفلة (140 كلم غرب الجزائر العاصمة). في الواقع هي المدرسة الوطنية للمناجم في هذه المدينة التي أصبحت المؤسسة الرائدة في عام 1991. بعد فترة وجيزة، في عام 1995 ومن أجل السماح بتوسيع وفتح قطاعات جديدة، تم نقل المدرسة نحو المعهد الفني الزراعي بمدينة خميس مليانة حيث أصبح فرعا لجامعة سعد دحلب البلدية.

وبعد بضع سنوات من العمل والجهد الكبير، تم استيفاء الشروط لترقية هذا الفرع إلى مركز جامعي مستقل في 18 سبتمبر 2001. من خلال الجمع بين عدد قليل من المعاهد التجريبية، شهد المركز افتتاح العديد من التخصصات خلال السنوات. السنوات التالية، في النظام الكلاسيكي كما في نظام LMD.

كما أتاح هذا الإصلاح الأخير تسريع توسع وتطوير المركز الجامعي، الذي تجاوز بسرعة 10000 طالب مسجل في جميع التخصصات. ومن ثم واصلت مهمتها بالتشاور مع جميع القطاعات الاجتماعية والاقتصادية المحلية في ولاية عين الدفلة وغيرها، لتتمكن من إنشاء جامعة ومركز علمي متميز. أصبح هذا المركز فيما بعد جامعة، تضم حالياً 6 كليات ومعهد واحد.

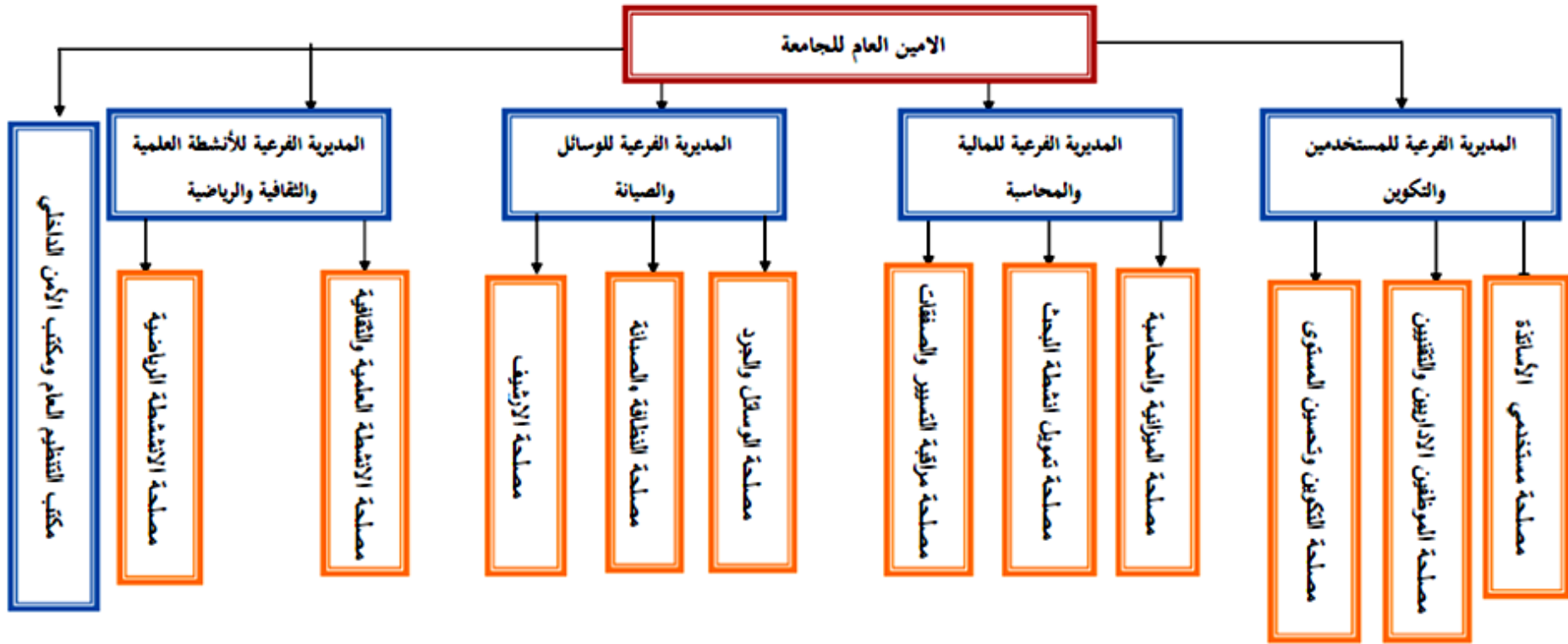
المطلب الثالث: الهياكل التنظيمية للجامعة

الشكل رقم 01: يمثل الهيكل التنظيمي للمديرية



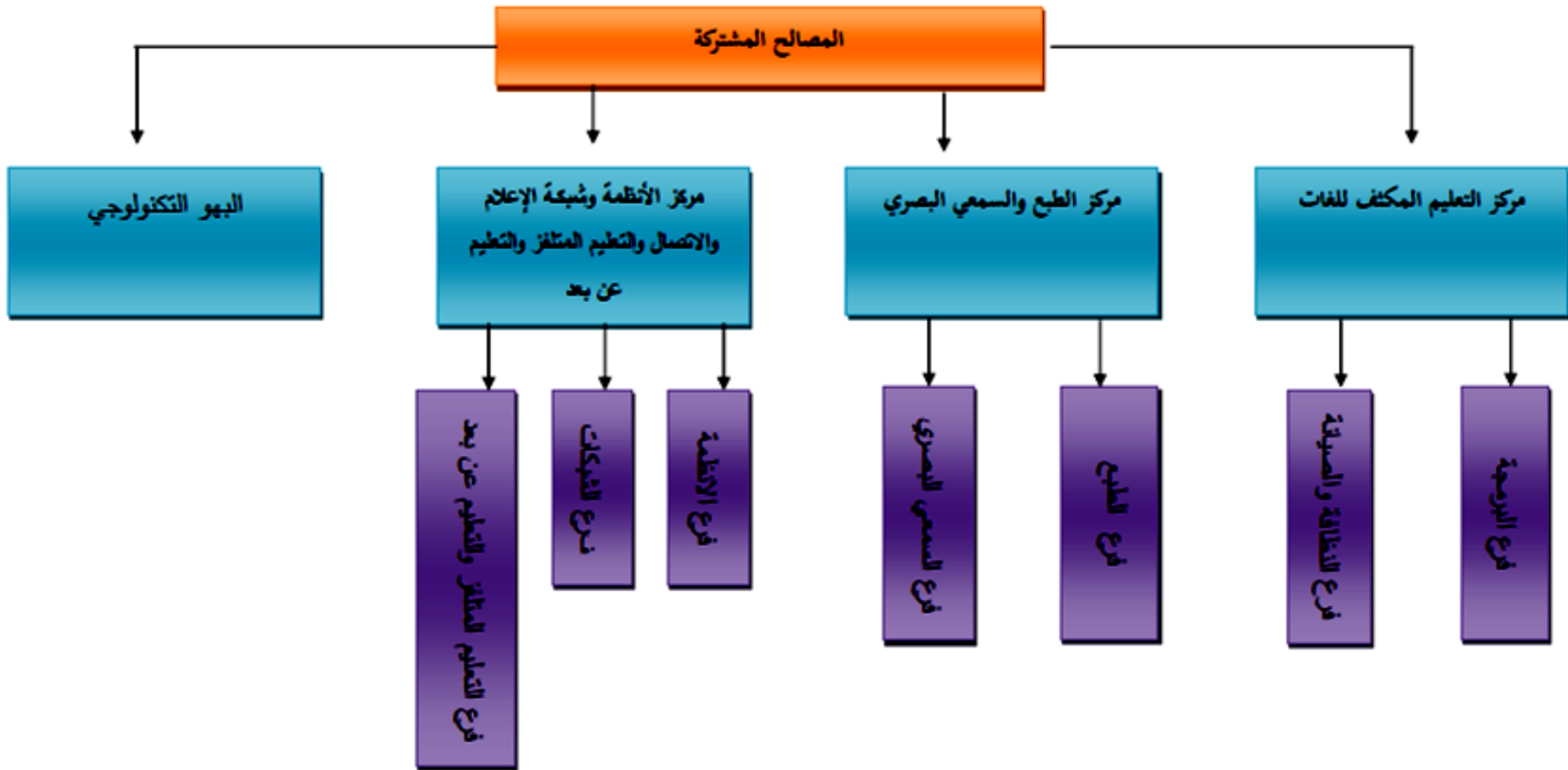
المصدر: وثائق من جامعة الجليلي بونعامة

الشكل رقم 02: يمثل الهيكل التنظيمي للأمانة العامة



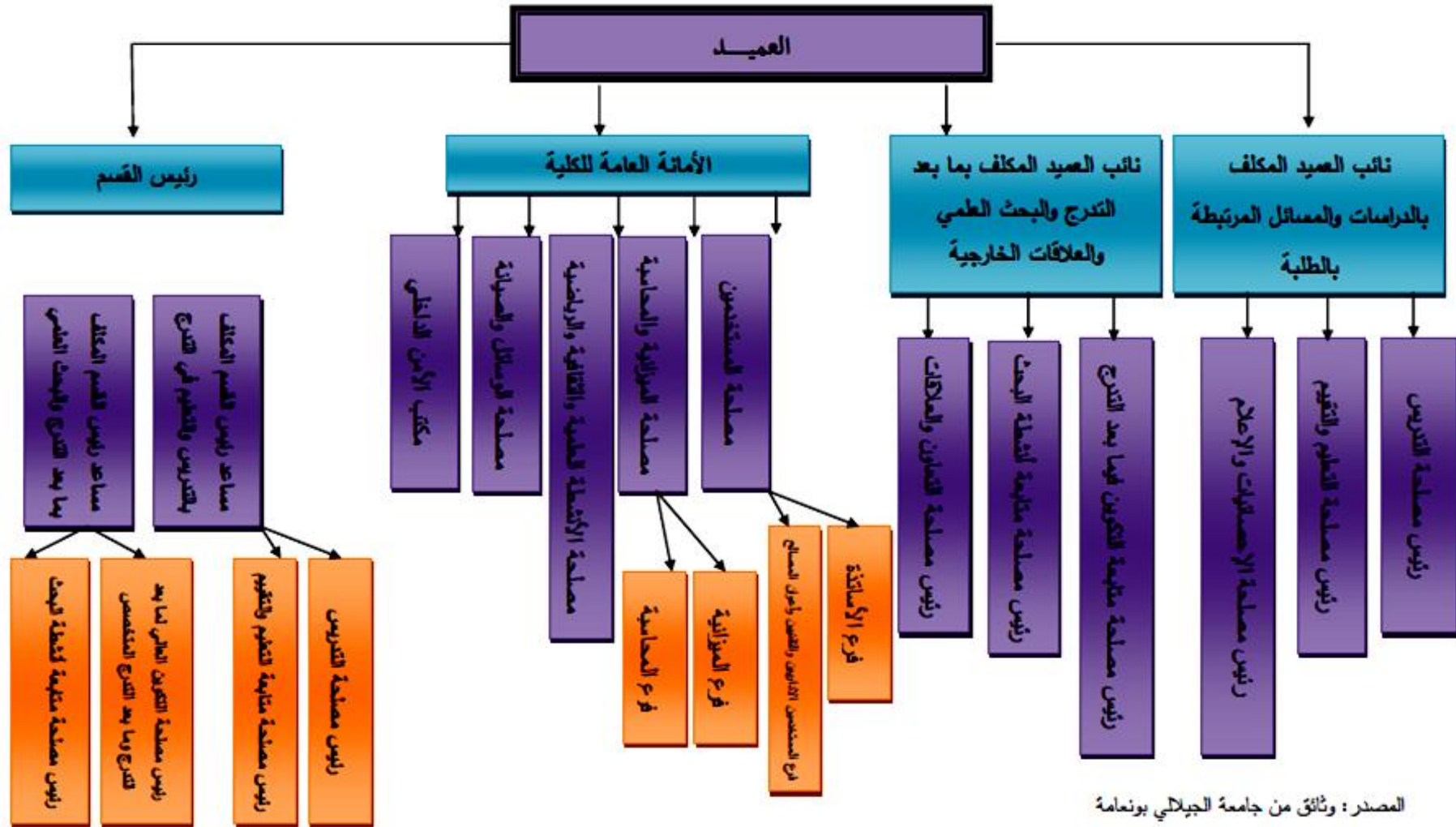
المصدر: وثائق من جامعة الجبالي بونعامة

الشكل رقم 03: يمثل الهيكل التنظيمي للمصالح المشتركة



المصدر: وثائق من جامعة الجليلي بونعامة

الشكل رقم 04: يمثل الهيكل التنظيمي للكلية



الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج

سنتناول في هذا المبحث عرض النتائج التفصيلية للدراسة التي توصلنا اليها و تنقسم إلى مطلبين -
المطلب الأول يعرض النتائج المتعلقة بأسئلة الاستبيان.

-المطلب الثاني فيهتم بتفسير النتائج المتعلقة بالاستبيان

المطلب الأول: عرض النتائج المتعلقة بأسئلة الاستبيان

-الجدول رقم 1: يمثل الجنس

الجنس	الذكر	الأنثى	المجموع
العدد	25	15	40
النسبة المئوية	37,5	62,5	100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 1 والذي يمثل فئة الجنس ان نسبة الإناث على من نسبة الذكور
حيث قدرت نسبة الإناث بنسبة 65.5 بالمائة بينما قدرت نسبة الذكور بنسبة 37.5 بالمائة نلاحظ أن
نسبة الإناث اكبر من نسبة الذكور في متغير الجنس

الجدول رقم 2 يمثل السن

السن	بين 20 و 25	بين 26 و 30	أكثر من 31	المجموع
العدد	26	4	10	40
النسبة المئوية	65	10	25	100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 2 والذي يمثل متغير السن ان نسبة الذين تتراوح اعمارهم ما بين 20
و 25 قدرت باكثر نسبة حيث كانت 65 بالمئة ثم تليها فئة الذين تتراوح اعمارهم اكثر من 31 سنة حيث
قدرت بنسبة 25 بالمئة ثم تليها فئة للذين تتراوح اعمارهم بين 26 و 30 سنة والتي تعتبر اقل نسبة حيث
قدرت بنسبة 10 بالمئة وهي اصغر نسبة.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 3 : يمثل المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	ليسانس	ماستر	دكتوراه	المجموع
العدد	4	31	5	40
النسبة المئوية	10	77,5	12,5	100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 3 والذي يمثل المستوى التعليمي ليسانس ماستر والدكتوراه ان أعلى نسبة بالنسبة للمتمدرسين بطور الماستر والتي قدرت بنسبة 77.5 بالمئة وهي أعلى نسبة ثم تليها طور الدكتوراه في المرتبة الثانية والتي قدرت بنسبة 12.5 بالمئة ثم تليها طور ليسانس والتي قدرت اصغر نسبة والتي قدرت 10 بالمئة

الجدول رقم 4 : يمثل الخبرة في السياقة

الخبرة في السياقة	اقل من 1 سنة	من 2 سنتين إلى 5 سنوات	أكثر من 5 سنوات	المجموع
العدد	19	14	7	40
النسبة المئوية	47,5	35	17,5	100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 4 والذي يمثل الخبرة

في السياقة بالنسبة للشباب المتمدرس بجامعة جبيلي بونعامه ان اقل من 1 سنة في خبرة السياقة هي اكبر نسبة حيث قدرت بنسبة 47.5 بالمئة ثم تليها من 2 سنة الى 5 سنوات بنسبة قدرت 35 بالمئة ثم تليها اكثر من 5 سنوات بنسبة 17.5 بالمئة وهي اصغر نسبة.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 5 : يمثل كم من مرة تعرضت لحادث مرور

تعرضت لحادث مرور	مرة واحدة	أكثر من مرة	لم تتعرض أبدا	المجموع
العدد	9	8	23	40
النسبة المئوية	22,5	20	57,5	100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 5 والذي يمثل عدد التعرضات لحوادث المرور ان اكبر نسبة كانت ل لم تتعرض ابدا حيث قدرت ب57.5نسبة بالمئة وهي اكبر نسبة ثم تليها مرة واحدة بنسبة قدرت 22.5 بالمئة ثم تليها اكثر من مرة وهي اصغر نسبة قدرت بنسبة 20 بالمئة

الجدول رقم 6 : يمثل هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي

	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
العدد	23	13	4	40
النسبة المئوية	57,5	32,5	10	100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 6 والذي يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ان اكبر نسبة كانت دائما حيث قدرت بنسبة 57.5بالمئة ثم تليها احيانا حيث قدرت بنسبة 32.5 بالمئة ثم تليها نادرا والتي قدرت بنسبة 10 بالمئة وهي اصغر نسبة

الجدول رقم 7 : يمثل منذ متى و أنت تستعمل الفيسبوك

	أقل من 1 سنة	من 1 سنة الى 3سنوات	اكثر من 3 سنوات	المجموع
العدد	8	10	22	40
النسبة المئوية	20	25	55	100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتدرس بجامعة الجليلي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

نلاحظ من خلال الجدول رقم 7 والذي يمثل المدة التي تستعمل فيها الفيسبوك ان اكبر نسبة كانت ل اكثر من 3 سنوات حيث قدرت بنسبة 55 بالمئة ثم تليها 1 سنة الى 3 سنوات بنسبة 25 بالمئة ثم تليها اقل من 1 سنة ب 20 بالمئة وهي اصغر نسبة

الجدول رقم 8 : ما هي مدة تصفحك لموقع الفيسبوك

المجموع	أكثر من 3 ساعات	من 1 ساعة إلى ساعتين	أقل من 1 ساعة	
40	15	16	9	العدد
100	37,5	40	22,5	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 8 والذي يمثل مدة التصفح للفيسبوك ان اكبر نسبة كانت من 1 ساعة الى ساعتين حيث قدرت بنسبة 40 بالمئة ثم تليها اكثر من 3 ساعات بنسبة 37.5 بالمئة ثم اقل من ساعة وهي اصغر نسبة بحيث قدرت بنسبة 22.5 بالمئة

الجدول رقم 9 : أين تفضل استخدام الفيسبوك

المجموع	مقهى انترنت	الجامعة	شارع	منزل	
40	3	5	5	27	العدد
100	7,5	12,5	12,5	67,5	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 9 والذي يمثل المكان المفضل الاستخدام الفيسبوك كانت اكبر نسبة في المنزل حيث قدرت بنسبة 67.5 بالمئة وهي اكبر نسبة ثم الجامعة والشارع والتي كانت بينهما نسبة متساوية قدرت بنسبة 12.5 بالمئة ثم مقهى الانترنت بنسبة 7.5 بالمئة والتي تعتبر اصغر نسبة.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتدرس بجامعة الجبالي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 10 : كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك

المجموع	من 4 ساعات إلى 8 ساعات	من 1 ساعة إلى 4 ساعات	أقل من 1 ساعة	
40	6	21	13	العدد
100	15	52,5	32,5	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 والذي يمثل المدة التي تستغرقها في استخدام موقع الفيسبوك ان اكبر نسبة كانت من 1 ساعة الى 4 ساعات حيث قدرت بـ 52.5 نسبة بالمئة ثم تليها اقل من ساعة بنسبة قدرت 32.5 بالمئة ثم تليها من 4 ساعات الى 8 ساعات والتي تعتبر اصغر نسبة حيث قدرت 15 بالمئة

الجدول رقم 11 : هل تتصفح صفحات الفيسبوك التي تتناول حوادث المرور

المجموع	نادرا	أحيانا	دائما	
40	11	19	10	العدد
100	27,5	47,5	25	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 والذي يمثل تصفح صفحات الفيسبوك التي تتناول حوادث المرور ان اكبر نسبة كانت احيانا حيث قدرت بنسبة 47.5 بالمئة ثم تليها نادرا بنسبة 27.5 بالمئة ثم تليها دائما بنسبة 25 بالمئة وهي اصغر نسبة

الجدول رقم 12 : هل تتصفح صفحات الخاصة بحملات الثقافة المرورية

المجموع	دون اهتمام تركيز	بشكل عادي	يوميا و باهتمام	
40	12	24	4	العدد
100	30	60	10	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبلالي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 والذي يمثل تصفح الصفحات الخاصة بحملات الثقافة المرورية ان اكبر نسبة كانت عادي والتي قدرت بنسبة 60 بالمئة ثم تليها دون اهتمام وتركيز بنسبة 30 بالمئة ثم تليها يوميا وباهتمام بنسبة 10 بالمئة والتي تعتبر اصغر نسبة.

الجدول رقم 13 : فيما تتمثل المواضيع المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك

العدد	متعلقة بالمركبات	متعلقة بالسائقين	متعلقة بالمشاة	متعلقة بالمحيط	المجموع
27	5	5	3	40	
67,5	12,5	12,5	7,5	100	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 والذي يمثل المواضيع المتعلقة بالثقافة المرورية ان الكبر نسبة كانت بالمتعلقة بالمركبة حيث قدرت بنسبة 67.5 بالمئة ثم تليها المواضيع المتعلقة بالسائقين والمشاة حيث كانت النسب متساوية و قدرت بنسبة 12.5 بالمئة ثم تليها المتعلقة بالمحيط بنسبة 7.5 بالمئة و التي تعتبر اصغر نسبة

الجدول رقم 14 : هل تكون الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية عبر الفيسبوك

العدد	منشورات مكتوبة	صور	فيديوهات	منشورات مكتوبة مع صور	منشورات مكتوبة مع فيديوهات	المجموع
6	12	9	9	4	40	
15	30	22,5	22,5	10	100	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 والذي يمثل كيف تكون الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية عبر الفيسبوك ان الصور هي الاكبر نسبة بحيث قدرت بنسبة 30 بالمئة ثم تليها الفيديوهات و

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجيلالي بونعامة
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

منشورات مكتوبة مع صور والتي كانت نسب متساوية بحيث قدرت بنسبة 22.5 بالمئة ثم تليها منشورات مكتوبة مع فيديوهات بنسبة 10 بالمئة والتي كانت اصغر نسبة.

الجدول رقم 15 : تتناول الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية مواضيع حول

المجموع	التجاوز الخطير	حزام الأمان	استعمال هاتف النقال	احترام قوانين المرور	العدد
40	17	13	4	6	
100	22	35	25.5	17.5	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي sps

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 والذي يمثل تناول الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية مواضيع خاصة بالثقافة المرورية بحيث نلاحظ أن اكبر نسبة كانت بمواضيع حزام الأمان والتي قدرت بنسبة 35 بالمائة ثم تليها مواضيع خاصة باستعمال الهاتف النقال والتي قدرت بنسبة 25.5 بالمائة ثم تليها مواضيع خاصة بالتجاوز الخطير بنسبة قدرت بنسبة 22 بالمائة ثم تليها مواضيع خاصة باحترام قوانين المرور بنسبة 17.5 بالمائة والتي تعتبر اصغر نسبة

الجدول رقم 16 : ماهي الاساليب والاستمالات الموظفة في الحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة

المرورية عبر صفحات الفيسبوك

المجموع	استمالات التخويف و الترهيب	استمالات عاطفية	استمالات عقلية	العدد
40	10	21	9	
100	25	52,5	22,5	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجول رقم 16 والذي يمثل الاساليب والاستمالات الموظفي في الحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك ان اكبر نسبة كانت للاستمالات العاطفية بحيث قدرت بنسبة 52.5 بالمئة ثم تليها استمالات التخويف والترهيب حيث قدرت بنسبة 25 بالمئة ثم تليها الاستمالات العقلية بنسبة 9 بالمئة والتي تعتبر اصغر نسبة

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 17 : تفاعل مع مضامين الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر

الفيديو

المجموع	لا تتفاعل	من خلال تعليق	من خلال مشاركة	من خلال إعجاب	
40	4	10	10	16	العدد
100	10	25	25	40	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 والذي يمثل التفاعل مع مضامين الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية أن أكبر نسبة من خلال إعجاب حيث قدرت بنسبة 40 بالمائة ثم تليها من خلال مشاركة ومن خلال تعليق بنسبة متساوية بحيث قدرت بنسبة 25 بالمائة ثم تليها لا تتفاعل بنسبة 10 بالمائة والتي تعتبر اصغر نسبة

الجدول رقم 18 : ما هي دوافعك للإقبال على صفحات الفيديو المتعلقة بالحملات التحسيسية

لتفعيل الثقافة المرورية

المجموع	من باب الفضول	البحث عن معلومات	الاطلاع على إحصائيات	خطورة حوادث مرور	
40	4	4	14	17	العدد
100	10	10	35	45	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 والذي يمثل دوافع الإقبال على صفحات الفيديو المتعلقة بالحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية نلاحظ أن أكبر نسبة كانت لخطورة حوادث المرور والتي قدرت بنسبة 45 بالمائة ثم تليها الاطلاع على الإحصائيات حيث قدرت بنسبة 35 بالمائة ثم تليها البحث عن معلومات ومن باب الفضول بحيث كانت بينهما نسبة متساوية وهي اصغر نسبة حيث قدرت بنسبة 10 بالمائة.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 19 : ما هي الاشباعات المحققة لديك من الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة
المرورية عبر صفحات الفيسبوك

المجموع	الحصول على المعلومات	نقاش مع الآخرين	اكتساب سلوك حسن	التزود بالثقافة	العدد
40	5	7	13	15	
100	12,5	17,5	32,5	37,5	النسبة المئوية

المصدر : بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 والذي يمثل الاشباعات المحققة من الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك ان اكبر نسبة كانت التزود بالثقافة حيث قدرت بنسبة 37.5 بالمائة ثم تليها اكتساب سلوك حسن بنسبة 32.5 بالمائة ثم بعدها النقاش مع الآخرين حيث كانت النسبة 17.5 بالمائة ثم تليها الحصول على المعلومات في الأخير بنسبة 12.5 بالمائة والتي تعتبر اصغر نسبة

الجدول رقم 20 : ما هي الاثار الناتجة عن الحملات التحسيسية لديك

المجموع	أقنعتني	غيرت قناعاتي	عززت قناعاتي	العدد
40	14	9	17	
100	35	22,5	42,5	النسبة المئوية

المصدر : بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 والذي يمثل الآثار الناتجة عن الحملات التحسيسية أن اكبر نسبة كانت عززت قناعاتي حيث قدر بنسبة 42.5 بالمائة ثم تليها أقنعتني بنسبة 35 بالمائة ثم تليها غيرت قناعاتي وهي اصغر نسبة بحيث كانت بنسبة 22.5 بالمائة

الجدول رقم 21 : حسب رايك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة

بالثقافة المرورية

المجموع	غير مقنعة	مقنعة	العدد
40	5	35	
100	12,5	87,5	النسبة المئوية

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 والذي أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية أن اكبر نسبة كانت مقنعة بحيث قدرت بنسبة 87.5 بالمائة ثم تليها غير مقنعة بنسبة 12.5 بالمائة

الجدول رقم 22 : يبين هل تؤثر فيك الحملات التحسيسية

المجموع	نادرا	أحيانا	دائما	
40	2	23	15	العدد
100	5	57,5	37,5	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 22 والذي يمثل تاثير الحملات التحسيسية ان اكبر نسبة كانت احيانا بحيث قدرت بنسبة 57.5 بالمئة ثم تليها دائما بنسبة 37.5 بالمئة ثم اصغر نسبة كانت نادرا حيث قدرت بنسبة 5 بالمئة

الجدول رقم 23 : متى تؤثر فيك

المجموع	يتحول لشعور دائم	يستمر بعد تصفحك	اثناء تصفحك لهذه الصفحات	
40	8	19	13	العدد
100	20	47,5	32,5	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 23 والذي يمثل متى تؤثر الحملات التحسيسية بحيث كانت اكبر نسبة يستمر بعد تصفحك حيث كانت بنسبة 47.5 بالمائة ثم تليها أثناء تصفحك لهذه الصفحات حيث كانت النسبة 32.5 بالمائة ثم تليها يتحول إلى شعور دائم وهي اصغر نسبة بحيث كانت 20 بالمائة.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامة
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 24 : هل ترى المواضيع التي تعالجها هذه الحملات

المجموع	مهمة للطلبة السائقين	غير مهمة للطلبة السائقين	العدد
40	6	34	
100	15	85	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 والذي المواضيع تعالجها الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية ان اكبر نسبة كانت مهمة للطلبة السائقين حيث قدرت بنسبة 85 بالمائة ثم تأتي بعدها غير مهمة للطلبة السائقين حيث قدرت بنسبة 15 بالمائة

الجدول رقم 25 : ما هي العناصر التي تترسخ في ذهنك وتذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول

الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك

المجموع	التوصيات و نصائح مقدمة	الآثار السلبية الناتجة	العدد
40	27	13	
100	67,5	32,5	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 25 والذي يمثل العناصر التي تترسخ بالذهن في هذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك ان اكبر نسبة كانت التوصيات والنصائح المقدمة بحيث قدرت بنسبة 67.5 بالمائة ثم تليها الآثار السلبية الناتجة حيث قدرت بنسبة 32.5 بالمائة.

الجدول رقم 26 : هل تكرر هذه الحملات التحسيسية لمدة طويلة يساهم في

المجموع	اكتساب ثقافة مرورية	اكتساب سلوكات	التذكير بالسلوك القويم	ترسيخ الأفكار	العدد
40	12	11	9	8	
100	30	27,5	22,5	20	النسبة المئوية

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبلالي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 27 والذي يمثل تكرار الحملات التحسيسية لمدة طويلة حيث نلاحظ أن أكبر نسبة كانت اكتساب ثقافة مرورية بحيث قدرت بنسبة 30 بالمائة ثم تليها اكتساب سلوك حيث كانت النسبة 27.5 بالمائة ثم تأتي بعدها التذكير بالسلوك القويم بحيث كانت النسبة 22.5 بالمائة ثم تأتي بعدها ترسيخ الأفكار والتي تعتبر اصغر نسبة بحيث قدرت 20 بمائة.

الجدول رقم 27: هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة

	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
العدد	11	25	4	40
النسبة المئوية	27,5	62,5	10	100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي sps

نلاحظ من خلال الجدول رقم 28 والذي يمثل إضافة الحملات التحسيسية معلومات أن أكبر نسبة كانت دائما بحيث قدرت 62.5 بالمائة ثم تليها دائما بنسبة 27.5 بالمائة ثم تأتي نادرا والتي تعتبر اصغر نسبة بحيث كانت بنسبة 10 بالمائة

الجدول رقم 28 بماذا تشعر وأنت تشاهد هذه الحملات عبر صفحات الفيسبوك

	الخوف	حزن و قلق	الملل و النفور	المسئولين	المجموع
العدد	11	18	6	5	40
النسبة المئوية	27,5	45	15	12,5	100

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 29 والذي يمثل الشعور أثناء مشاهدة الحملات التحسيسية عبر صفحات الفيسبوك حيث كانت أكبر نسبة حزن وقلق حيث قدرت بنسبة 45 بالمائة ثم تليها الخوف حيث قدرت بنسبة 27.5 بالمائة ثم تليها الملل والنفور بحيث كانت بنسبة 15 بالمائة ثم تليها المسئولين بنسبة 12.5 بالمائة والتي تعتبر اصغر نسبة .

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبلالي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 29: هل حدث و أن قمت بسلوك حثت عليه هذه الحملات

المجموع	لا	نعم	
40	7	33	العدد
100	17,5	82,5	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 30 والذي يمثل القيام بسلوك حثت عليه الحملات التحسيسية أن أكبر نسبة كانت بنعم حيث قدرت 82.5 بالمائة ثم تأتي بعدها لا حيث قدرت بنسبة 17.5 بالمائة

الجدول رقم 30 : إلى ماذا يرجع عدم أخذك بالنصائح التي تتضمنها الحملات التحسيسية الخاصة بتفعيل الثقافة المرورية عبر صفحات الفايسبوك

المجموع	الثقة الزائدة بالنفس	حب التمييز و الظهور	لأنك تحترم القانون	لا تشعرك بالمسؤولية	جل الناس تقوم بهذه التصرفات	الاعتقاد بقدرية الحوادث	الاضطرار لمخالفتها	على سلوكات معينة	العدد
40	1	2	8	2	5	7	7	8	
100	2,5	5	20	5	12,5	17,5	17,5	20	النسبة المئوية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات التحليل الإحصائي spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم 31 الذي يمثل عدم الاخذ بالنصائح التي تتضمنها الحملات التحسيسية الخاصة بتفعيل الثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك ان أكبر نسبة كانت على سلوك معينة و الانك تحترم القانون حيث قدرت بنسبة 20 بالمئة وهي نسب متساوية تم تليها الاضطراب لمخالفتها والاعتقاد بقدرية الحوادث حيث قدرت بنسبة 17.5 بالمئة كذلك هي نسب متساوية ثم تليها حب التمييز والظهور و لا تشعرك بالمسؤولية كذلك بنسبة متساوية بحيث قدرت 5 بالمائة ثم تأتي اصغر نسبة وهي الثقة الزائدة بالنفس بحيث قدرت بنسبة 2.5 بالمائة.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبلالي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

المطلب الثاني: التحليل والمناقشة المتعلقة بأسئلة الاستبيان

أولاً: حسب الجنس

الجدول رقم 31: يمثل كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع فيسبوك

كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع فيسبوك "								
المدة	اقل من 1 ساعة		من 1 ساعة إلى 4 ساعات		من 4 ساعات إلى 8 ساعات		المتوسط الحسابي	المجموع التكرارات و النسبة المئوية
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى		
التكرار	6	7	6	15	3	3	6,66	40
النسبة المئوية	15	17,5	15	37,5	7,5	7,5	16,66	100

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس عند كم تستغرق الوقت في استخدام موقع الفايسبوك قدرت أعلى نسبة 37.5 من ساعة إلى 4 ساعات بالنسبة لفئة الإناث، تليها نسبة 17.5 أقل من ساعة بالنسبة لفئة الإناث، ثم تليها نسبة 15 من ساعة إلى 4 ساعات ونسبة 15 أقل من ساعة بالنسبة لفئة الذكور، وفي الأخير النسبة الأضعف هي 7.5 من 4 ساعات إلى 8 ساعات بالنسبة للذكور والإناث. في حين قدر المتوسط الحسابي 6.66 .

حيث أصبح الفايسبوك عنصر مهم في الحياة اليومية بالنسبة للفرد المستخدم للفايسبوك لما يحويه من العديد من المزايا كالتواصل مع الغير و رؤية كل ما ينشر يوميا عبر صفحاته العديد من المنشورات الثقافية والاجتماعية وحتى السياسية وتعزى هذه النتائج او تعتبر هذه النتائج نتائج في غاية الأهمية بحيث توضح طبيعة الوقت المستغرق في استخدام موقع الفايسبوك

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

لذا يفضل الجنسين من ذكر وأنثى وبمختلف الشرائح والأعمار استخدام موقع الفيسبوك وكذلك استغراق وقت طويل في استخدام هذا الموقع.

من هنا نستنتج أن كلا الجنسين يستخدمون موقع الفيسبوك وبأوقات طويلة حيث نستطيع القول أن موقع الفيسبوك يؤثر على الوقت وكذلك على أفراد العينة جنس ذكر أو أنثى

الجدول رقم 32: يمثل الاشباعات المحققة لديك من الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك

ماهي الاشباعات المحققة لديك من الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك ؟											
الاشباعات	التزود بالثقافة		اكتساب سلوك حسن		نقاش مع الآخرين		الحصول على معلومات		المتوسط الحسابي		المجموع التكرارات و النسبة المئوية
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	متوسط الحسابي		
الجنس	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	متوسط الحسابي	المجموع التكرارات و النسبة المئوية	
التكرار	5	10	5	8	4	3	1	4	4,85	40	
النسبة المئوية	12,5	25	12,5	20	10	7,5	2,5	10	10,71	100	

التحليل:

من خلال المعطيات الكمية الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس عند الاشباعات المحققة لديك من الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك قدرت أعلى نسبة 25 التزود بالثقافة بالنسبة لفئة الإناث، وتليها نسبة 20 إكتساب سلوك الحسن بالنسبة لفئة الإناث، وتليها نسبة 12.5 التزود بالثقافة وإكتساب السلوك الحسن بالنسبة لفئة الذكور، ومن ثم تليها نسبة 10 نقاش مع الآخرين بالنسبة لفئة الذكور، ونسبة 10 الحصول على معلومات بالنسبة لفئة الإناث وتليها نسبة 7.5 نقاش مع الآخرين بالنسبة لفئة الإناث، والنسبة الأضعف 2.5 الحصول على معلومات بالنسبة لفئة الذكور. في حين قدر المتوسط الحسابي 4.85. بحيث يتسنى لنا القول ان موقع الفيسبوك يحوي على العديد من الصفحات الخاصة بالثقافة المرورية حيث يتسنى للجميع تصفح هذه الصفحات

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

لتعم الفائدة بين افراد المجتمع حول اكتساب الثقافة المرورية وكذلك التعلم عبر صفحات الفايسبوك من خلال زيارة هذه الصفحات بحيث يعتبر الفايسبوك عنصر مهم في تزويد السائقين بالمعلومات لاكتساب الخبرة في السياقة وكذلك اكتساب ثقافة مرورية قد تساهم بشكل كبير في التقليل من الحوادث المرورية وهذا راجع لفضل تطبيق الفايسبوك وتعزى هذه النتائج بالعديد من الدراسات التي تتحدث حول الثقافة المرورية وكيفية التقليل من حوادث المرور كدراسة بوفلاح فاتح والتي تتحدث حول كيفية المساهمة في التقليل من حوادث المرور عبر الحملات التحسيسية المقدمة عبر صفحات الفليسيبوك

ونستنتج مما سبق أن متغير الجنس يؤثر في نوع الاشباع المحققة لديك من الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك والمتمثلة أغلبيتها في التزود بالثقافة المرورية لكل من الجنسين ذكر وأنثى.

الجدول رقم 33: يمثل العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول

الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك

ماهي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك ؟						
العناصر	التوصيات و النصائح المقدمة		الآثار السلبية عن حوادث المرور		المتوسط الحسابي	المجموع التكرارات و النسبة المئوية
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى		
التكرار	13	12	2	13	10	40
النسبة المئوية	32,5	30	5	32,5	24,92	100

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس عند العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك قدرت أعلى نسبة 32.5 التوصيات والنصائح المقدمة بالنسبة لفئة الذكور، ونسبة 32.5 الآثار السلبية عن حوادث المرور بالنسبة لفئة الإناث، تليها نسبة 30 التوصيات

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

والنصائح المقدمة بالنسبة لفئة الإناث والنسبة الأضعف هي 5 الآثار السلبية بالنسبة لفئة الذكور، في حين قدر المتوسط الحسابي ب 10

حيث نستطيع القول وحسب النتائج التي نراها في الجدول اعلاه ان العناصر التي تترسخ في الذهن والخاصة بالثقافة المرورية ان الاناث اكثر تركيز مع الحملات الخاصة بالثقافة المرورية المقدمة من طرف الفايسبوك بحيث الآن الأنثى تركز مع هذه الأشياء وهناك العديد من الأسباب تجعل الأنثى تركز مع هذه الأخيرة وذلك بطبع الأنثى تحترم قانون المرور وكذلك الخوف من الحوادث المرورية وكذلك الرغبة في التعلم واكتسابها فكرة حول الثقافة المرورية لذا تترسخ في ذهنها هذه المعلومات عند تصفح الصفحات الخاصة بالثقافة المرورية عبر موقع الفايسبوك لذا نجد الأنثى دائما في الزيادة واكتسابها للعديد من المعلومات الخاصة بالثقافة المرورية وترسخها في الذات حيث من السهل عليها تطبيقها على ارض الواقع من خلال السياقة أو اجتياز رخصة السياقة

ونسنتج مما سبق أن متغير الجنس يؤثر في العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك.

الجدول رقم 34: يمثل الحملات التحسيسية معلومات جديدة

هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة ؟								
المجموع	المتوسط الحسابي	نادرا		أحيانا		دائما		الإضافة الجنس
		أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	
40	6,66	2	2	17	8	6	5	التكرار
100	16,66	5	5	42,5	20	15	12,5	النسبة المئوية

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس عند إمكانية الإضافة التي تمنحها هذه الحملات التحسيسية قدرت أعلى نسبة ب 42.5 أحيانا بالنسبة لفئة الإناث، وتليها نسبة 20 أحيانا بالنسبة لفئة الذكور، ثم نسبة 15 دائما بالنسبة لفئة الإناث، ومن ثم نسبة 12.5 دائما بالنسبة لفئة الذكور، والنسبة الأضعف 5 نادراً بالنسبة للإناث والذكور، وفي حين قدر المتوسط الحسابي ب.66.6

نستطيع القول من خلال النتائج المتوصل إليها ان كلا الجنسين ذكر أو أنثى قد يساهمان في إضافة معلومات جديدة للحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك حيث يساهم الجنسان في تقديم آراء ووجهة نظر عبر الفيسبوك في مجال الثقافة المرورية واكتساب ثقافة لكلا الجنسين اما عن طريق تبادل الافكار والمعلومات ام عن طريق مناقشة هذه المعلومات المقترحة.

نستنتج مما سبق أن متغير الجنس يؤثر في الإضافة الحملات التحسيسية للمعلومات الجديدة أحيانا.

الجدول رقم 35: يمثل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة

المرورية

حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية						
المجموع التكرارات و النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	لا		نعم		الوقت
		أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	الجنس
40	10	20	13	5	2	التكرار
100	24,92	50	32,5	12,5	5	النسبة المئوية

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس عند هل أساليب الإقناع الموضفة في الحملات التحسيسية متعلقة بالثقافة المرورية قدرت أعلى نسبة ب 50 أجابت ب لا بالنسبة لفئة الإناث تليها نسبة 32.5 أجابت كذلك لا غير مقنعة بالنسبة لفئة الذكور، وتليها نسبة 12.5 أجابت بنعم بالنسبة لفئة الإناث، والنسبة الأضعف 5 أجابت بنعم بالنسبة لفئة الذكور، في حين قدر المتوسط الحسابي ب.10

من خلال هذه النتائج المقدمة والموضحة نستطيع القول ان اساليب الاقناع لها دور مهم في عنصر الثقافة المرورية حيث تدعم الثقافة المرورية بالعديد من المزايا ومنها الاقناع بالنسبة لكلا الجنسين ذكر كان ام انثى الان الاقناع عنصر فعال ومهم في توظيفه في هذه الرسائل والمتعلقة بالثقافة المرورية لانه يكسبها الدعم من اجل توضيح الرسالة وما تحويه من معلومات كا اكتساب ثقافة مرورية عبر صفحات الفايسبوك

نستنتج مما سبق أن متغير الجنس يؤثر في أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية

ثانيا: حسب متغير السن

الجدول رقم 36: يمثل كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك

كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك ؟						
المجموع	السن					
	أكثر من 32	26 – 29	20 – 25			
13	2	2	9	التكرار	اقل من 1	كم تستغرق من الوقت في استخدام
32,5	5	5	22,5	النسبة	ساعة	
21	4	1	16	التكرار	من 1 ساعة	
52,5	10	2,5	40	النسبة	إلى 4 ساعات	

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبلالي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

6	4	1	1	التكرار	من 4	موقع الفيسبوك ؟ ساعات إلى 8 ساعات
15	10	2,5	2,5	النسبة		
40	10	4	26	التكرار	المجموع	
100	25	10	65	النسبة		

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن عند كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك حيث قدرت أعلى نسبة 40 من ساعة إلى 4 ساعات بالنسبة لفئة من 20-25 سنة، تليها نسبة 22.5 أقل من ساعة بالنسبة لفئة من 25-20 سنة، تليها نسبة 10 من ساعة إلى 4 ساعات و نسبة 10 من 4 ساعات إلى 8 ساعات بالنسبة لفئة أكثر من 32 سنة ثم تليها نسبة 5 لأقل من ساعة لكل من فئتين من 29-26 سنة وأكثر من 32 سنة وتليها النسبة الأضعف 2.5 لفئة 29-26 من ساعة إلى 4 ساعات ومن 4 ساعات إلى 8 ساعات، ونسبة 2.5 لفئة من 20-25 من 4 ساعات إلى 8 ساعات.

نستنتج مما سبق أن متغير السن يؤثر في الوقت المستغرق في استخدام موقع الفيسبوك.

الجدول رقم 37: يمثل الاشباكات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة

المرورية عبر صفحات الفيسبوك

ماهي الاشباكات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك ؟						
المجموع	السن			التكرار	التزود بالثقافة و التوعية	ماهي الاشباكات المحققة لديك من حملات التحسيسية
	أكثر من	25 -	20 - 25			
	32	30				
15	5	2	8	التكرار		
37,5	12,5	2,5	20	النسبة		

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجليلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

					المرورية	المتعلقة بالثقافة المرورية
13	2	1	10	التكرار	اكتساب سلوك	عبر صفحات الفيسبوك ؟
32,5	5	2,5	25	النسبة	حسن و تربية المرورية	
7	2	1	4	التكرار	النقاش مع	
17,5	5	2,5	10	النسبة	الأخرين	
5	1	0	4	التكرار	الحصول على	
12,5	2,5	0	10	النسبة	المعلومات	
40	10	4	26	التكرار	المجموع	
100	9,37	9,37	81,25	النسبة		

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن الاشباعات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك حيث قدرت أعلى نسبة ب 25 إكتساب السلوك الحسن بالنسبة لفئة العمرية من 20-25 سنة، تليها نسبة 20 التزود بالثقافة بالنسبة للفئة العمرية من 20-25 ، ثم تليها نسبة 12.5 التزود بالثقافة بالنسبة للفئة العمرية من 25-30، ثم تليها نسبة 10 النقاش مع الآخرين بالنسبة للفئة العمرية من 20-25 سنة، ثم نسبة 5 إكتساب السلوك الحسن والنقاش مع الآخرين بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 32 سنة، ونسبة 5 التزود بالثقافة بالنسبة للفئة العمرية من 20-30 سنة، في حين قدرت أضعف نسبة 2.5 إكتساب السلوك الحسن والنقاش مع الآخرين بالنسبة للفئة العمرية من 25-30.

نستنتج مما سبق أن متغير السن يؤثر من خلال فئة الشباب في الاشباع المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبلالي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 38: يمثل العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول
الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك

ماهي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك:						
المجموع	السن			التكرار	التوصيات و النصائح المقدمة	ماهي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك:
	أكثر من	26 -	20 - 25			
35	8	3	23	النسبة	التوصيات و النصائح المقدمة	ماهي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك:
87,5	20	7,5	57,5	التكرار	الآثار السلبية	
5	2	1	3	النسبة	النتيجة عن حوادث المرور	
15	5	2,5	7,5	التكرار	التوصيات و النصائح المقدمة	
40	10	4	26	النسبة	التوصيات و النصائح المقدمة	المجموع
100	25	10	65	التكرار	الآثار السلبية	

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن عند ما هي
العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث
المرور عبر صفحات الفيسبوك حيث قدرت أعلى نسبة 57.5 التوصيات والنصائح المقدمة بالنسبة للفئة
العمرية من 20-25 سنة، تليها نسبة 20 توصيات والنصائح المقدمة بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 32
سنة، وتليها نسبة 7.5 الآثار السلبية للحوادث بالنسبة للفئة العمرية من 20-25 سنة، ونسبة 7.5
التوصيات بالنسبة للفئة العمرية من 26-29 سنة. وتليها نسبة 5 الآثار السلبية بالنسبة للفئة العمرية أكثر
من 32 سنة، والنسبة الأضعف 2.5 الآثار السلبية بالنسبة للفئة العمرية من 26-29 سنة.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

نستنتج مما سبق أن متغير السن يؤثر في العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك.

الجدول رقم 39: يمثل الحملات التحسيسية معلومات جديدة

هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة ؟						
المجموع	السن					
	أكثر من	26 -	20 -			
32	3	2	6	التكرار	دائما	هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة ؟
27,5	7,5	5	15	النسبة		
25	6	1	18	التكرار	أحيانا	
62,5	15	2,5	45	النسبة		
4	1	1	2	التكرار	نادرا	
10	2,5	2,5	5	النسبة		
40	10	4	26	التكرار	المجموع	
100	25	10	65	النسبة		

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن حيث قدرت أعلى نسبة 45 أحيانا بالنسبة للفئة العمرية من 20-25 سنة، تليها نسبة 15 دائما بالنسبة للفئة العمرية من 20-25 سنة وتليها نسبة 15 أحيانا بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 32 سنة وتليها نسبة 7.5 دائما للفئة العمرية أكثر من 32 سنة، و نسبة 5 دائما بالنسبة للفئة العمرية من 26-29 سنة ونسبة 5 نادراً بالنسبة للفئة العمرية من 20-25 سنة، وفي الأخير أضعف نسبة 2.5 أحيانا بالنسبة للفئة العمرية من 26-29 سنة ونسبة 2.5 نادرا بالنسبة للفئة العمرية من 26-29 سنة وللجنة العمرية أكثر من 32 سنة.

مما سبق نستنتج أن متغير السن يؤثر أحيانا في إضافة الحملات التحسيسية للمعلومات الجديدة.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 40: يمثل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة

المرورية

حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية ؟					
المجموع	السن			التكرار	النسبة
	أكثر من 26	20 - 26	20 -		
35	8	3	24	التكرار	مقنعة
87,5	20	7,5	60	النسبة	حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية ؟
5	2	1	2	التكرار	غير مقنعة
12,5	5	2,5	10	النسبة	
40	10	4	26	التكرار	المجموع
100	25	10	65	النسبة	

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن إذا كانت أساليب الإقناع الموظفة في الحملات المتعلقة بالثقافة المرورية حيث قدرت أعلى نسبة 60 مقنعة بالنسبة للفئة العمرية من 20-25 سنة تليها نسبة 20 مقنعة بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 32 سنة تليها نسبة 10 غير مقنعة بالنسبة للفئة العمرية من 20-25 سنة وتليها نسبة 7.5 مقنعة بالنسبة للفئة العمرية من 26-29 سنة، تليها نسبة 5 غير مقنعة بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 32 سنة أما بالنسبة للنسبة أضعف 2.5 غير مقنعة بالنسبة للفئة العمرية من 26-29 سنة.

نستنتج مما سبق أن متغير السن يؤثر في أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجليلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

ثالثا: حسب متغير المستوى:

الجدول رقم 41: يمثل كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك

كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك ؟						
المجموع	المستوى الدراسي			التكرار	اقل من 1 ساعة	كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك ؟
	دكتوراه	ماستر	ليسانس			
13	2	10	1	التكرار	من 1 ساعة	كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع الفيسبوك ؟
32,5	5	25	2,5	النسبة		
21	1	19	1	التكرار	من 1 ساعة إلى 4 ساعات	
52,5	10	40	2,5	النسبة		
6	2	2	2	التكرار	من 4 ساعات إلى 8 ساعات	
15	5	2,5	2,5	النسبة		
40	5	31	4	التكرار	المجموع	
100	12,5	77,5	10	النسبة		

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي حيث قدرت أعلى نسبة 40 من ساعة 4-ساعات بالنسبة لفئة ماستر تليها نسبة 25 أقل من ساعة بالنسبة لفئة ماستر وتليها نسبة 10 من 4-1 ساعات بالنسبة لفئة الدكتوراه، وتليها نسبة 5 أقل من ساعة بالنسبة لفئة الدكتوراه وتليها نسبة 5 من 8-4 ساعات بالنسبة لفئة دكتوراه وتليها نسبة الأضعف 2.5 أقل من سنة ومن 4-1 ساعات ومن 8-4 ساعات بالنسبة لفئة ليسانس أما فئة ماستر 2.5 من 8-4 ساعات.

نستنتج مما سبق أن متغير المستوى الدراسي يؤثر في الوقت المستغرق في استخدام الفيسبوك.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 42: يمثل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة

المرورية

حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية ؟						
المجموع	المستوى الدراسي			التكرار	مقنعة	حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية ؟
	دكتوراه	ماستر	ليسانس			
35	3	30	2	التكرار	مقنعة	حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية ؟
87,5	7,5	75	5	النسبة		
5	2	1	2	التكرار	غير مقنعة	حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية ؟
12,5	5	2,5	5	النسبة		
المجموع						
40	5	31	4	التكرار	المجموع	حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية ؟
100	12,5	77,5	10	النسبة		

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي عند أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية حيث قدرت أعلى نسبة 75 مقنعة بالنسبة لفئة ماستر وتليها نسبة 7.5 مقنعة بالنسبة لفئة دكتوراه ونسبة 5 مقنعة بالنسبة لفئة ليسانس، ونسبة 5 غير مقنعة بالنسبة لفئة دكتوراه وتليها نسبة 2.5 النسبة الأضعف غير مقنعة بالنسبة لفئة ماستر.

نستنتج مما سبق أن متغير المستوى يؤثر في أساليب الإقناع الموظفة في الحملات المتعلقة بالثقافة المرورية.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 43: يمثل المستوى الدراسي

المجموع	المستوى الدراسي					
	دكتوراه	ماستر	ليسانس			
15	2	12	1	التكرار	التزود بالثقافة	ماهي الاشباعات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك ؟
37,5	5	35	2,5	النسبة	و التوعية المرورية	
13	1	10	2	التكرار	اكتساب سلوك	عبر صفحات الفيسبوك ؟
32,5	2,5	25	5	النسبة	حسن و تربية المرورية	
7	1	5	1	التكرار	النقاش مع	المجموع
17,5	2,5	12,5	2,5	النسبة	الآخرين	
5	1	4	0	التكرار	الحصول على	المجموع
12,5	2,5	10	0	النسبة	المعلومات	
40	5	31	4	التكرار		المجموع
100	12,5	77,5	10	النسبة		

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي عند الإشباعات المحققة من حملات التحسيسية حيث قدرت أعلى نسبة 35 التزود بالثقافة بالنسبة لفئة ماستر تليها نسبة 25 اكتساب سلوك الحسن بالنسبة لفئة الماستر وتليها نسبة 12.5 النقاش مع الآخرين بالنسبة لفئة ماستر ثم تليها نسبة 10 الحصول على معلومات بالنسبة لفئة الماستر، وتليها نسبة 5 بالنسبة لفئة ليسانس ودكتوراه على التوالي، وفي الأخير النسبة الأضعف 2.5 اكتساب السلوك الحسن ونقاش مع الآخرين وحصول على معلومات بالنسبة لفئة الدكتوراه أما فئة ليسانس نسبة 2.5 بتزود بالثقافة والنقاش مع الآخرين.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجيلالي بونعامة فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

من خلال كل ما سبق التطرق له يتبين أن متغير المستوى الدراسي يؤثر في الاشباعات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك من خلال التزود بالثقافة المرورية.

الجدول رقم 44: يمثل العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك

ماهي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك :						
المجموع	المستوى الدراسي			التكرار	التوصيات و النصائح المقدمة	ماهي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك :
	دكتوراه	ماستر	ليسانس			
35	3	29	3	النسبة	التوصيات و النصائح المقدمة	ماهي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك :
87,5	7,5	72,5	7,5	النسبة	النصائح المقدمة	
5	2	2	1	التكرار	الآثار السلبية الناتجة عن حوادث المرور	
15	5	5	2,5	النسبة	الآثار السلبية الناتجة عن حوادث المرور	
المجموع						
40	5	31	4	التكرار	التوصيات و النصائح المقدمة	ماهي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك :
100	12,5	77,5	10	النسبة	النصائح المقدمة	

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي عند العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك حيث قدرت أعلى نسبة 72.5 التوصيات والنصائح المقدمة بالنسبة لفئة

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

ماستر وتليها نسبة 7.5 التوصيات والنصائح المقدمة بالنسبة لفئتين ليسانس ودكتوراه، وتليها من ثم نسبة 5 آثار السلبية الناتجة عن الحوادث المرور بالنسبة لفئة ماستر ودكتوراه أما النسبة الأضعف تتمثل في 2.5 الآثار الناتجة عن حوادث المرور بالنسبة لفئة ليسانس.

نستطيع القول من خلال النتائج المتوصل إليها من خلال الجدول الآتي أن المستوى الدراسي جد مهم في اكتساب ثقافات في الحياة اليومية خصوصا المتعلقة بحوادث المرور لما تشهده الفترة الأخيرة بتزايد هذه الظاهرة وللد منها نلجأ إلى اكتساب ثقافة مرورية قصد التقليل منها وهذا قد نستطيع حصره بالمستوى التعليمي اي كل ما كان الفرد ذو مستوى عالي كانت له

نستنتج مما سبق أن تغير المستوى الدراسي يؤثر في العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبو ك

الجدول رقم 45: يمثل هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة

هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة ؟						
المجموع	المستوى الدراسي			التكرار	دائما	هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة ؟
	دكتوراه	ماستر	ليسانس			
11	2	8	1	النسبة	أحيانا	
27,5	5	20	2,5	التكرار		
25	2	22	1	النسبة	نادرا	
62,5	5	55	2,5	التكرار		
4	1	1	2	النسبة	المجموع	
10	2,5	2,5	5	التكرار		
40	5	31	4	النسبة		
100	12,5	77,5	10	التكرار		

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة عند إمكانية أن تضيف الحملات التحسيسية معلومات جديدة حسب المستوى الدراسي حيث قدرت أعلى نسبة 55 أحيانا بالنسبة لفئة ماستر تليها نسبة 20 دائما بالنسبة لفئة ماستر، ثم تليها نسبة 5 نادراً بالنسبة لفئة ليسانس، ونسبة 5 دائما وأحيانا بالنسبة لفئة دكتوراه، أما النسبة الضعيفة 2.5 دائما وأحيانا بالنسبة لفئة ليسانس، ونسبة 2.5 نادراً بالنسبة لكل من فئتي ماستر ودكتوراه على التوالي.

من خلال النتائج المقدمة والمتوصل إليها يتضح لنا أن للحملات التحسيسية دور مهم خصوصا في اكتساب المعلومات الخاصة بالثقافة المرورية لأنها تساهم في تزويدنا بالمعلومات الكافية خصوصا وان كان الشخص مثقف وذو مستوى دراسي عالي حيث أن الشخص الذي يدرس قد يستطيع استيعاب مضمون الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك إلا أنه يعتبر شخص مثقف وله القدرة على تجسيد وفهم مضمون هذه الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية وما تقدمه من مزايا للفرد والجماعة وحين يكون هناك ثقافة ومستوى دراسي عالي تكون هناك نسبة استيعاب وفهم كبيرة بالنسبة لهذه الحملات وما تقدمه من معلومات جديدة من اجل اكتسابها وفهمها تطبيقها أثناء القيادة نستنتج مما سبق أن متغير المستوى الدراسي يؤثر في معلومات الجديدة المضافة في الحملات التحسيسية.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

رابعاً: حسب متغير الخبرة:

الجدول رقم 46: يمثل الاشباغات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك

ماهي الاشباغات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك ؟						
المجموع	الخبرة في السياقة					
	أكثر من 5سنوات	من 2 سننتين الى 5 سنوات	اقل من 1سنة			
15	1	3	11	التكرار	التزود بالثقافة	ماهي الاشباغات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك ؟
37,5	2,5	7,5	27,5	النسبة	و التوعية المرورية	
13	1	10	2	التكرار	اكتساب سلوك	؟
32,5	2,5	25	5	النسبة	حسن و تربية المرورية	
7	4	1	2	التكرار	النقاش مع الآخرين	المجموع
17,5	10	2,5	5	النسبة		
5	1	0	4	التكرار	الحصول على المعلومات	
12,5	2,5	0	10	النسبة		
40	7	14	19	التكرار		
100	17,5	35	47,5	النسبة		

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة حيث قدرت أعلى نسبة 27.5 التزود بالثقافة بالنسبة لفئة أقل من سنة، تليها نسبة 25 اكتساب سلوك الحسن بالنسبة للفئة من 2-5 سنوات تليها نسبة 10 النقاش مع الآخرين والحصول على معلومات لكل من فئة أقل من سنة وأكثر من 5 سنوات على التوالي، تليها نسبة 7.5 تزود بالثقافة بالنسبة للفئة من 2-5 سنوات وتليها نسبة 5 اكتساب سلوك الحسن والنقاش مع الآخرين بالنسبة للفئة أقل من سنة، أما النسبة الضعيفة 2.5 تزود واكتساب السلوك الحسن والنقاش مع الآخرين والحصول على معلومات لكل من فئات أقل من سنة وتليها أكثر من 5 سنوات وتليها من 2-5 سنوات وتليها فئة أكثر من 5 سنوات على التوالي.

نستطيع القول أن الحملات التحسيسية لها دور مهم في حياتنا اليومية وخصوصا المتعلقة بالثقافة المرورية حيث انها تلعب دور كبير في نشر هذه الثقافة أما عن طريق الرسائل المطروحة من خلالها او عن طريق ما تخلفه حوادث المرور أن الحادث المروري يشكل خطرا على حياة الفرد و المجتمع بشكل كبير وللحد من هذه الظاهرة نلجأ إلى الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية والمقدمة من طرف الفيسبوك الآن من يتصفحها يوميا قد تكسبه خبرة في العديد من المجالات أما السياقة أو احترام قوانين المرور.

نستنتج مما سبق أن متغير الخبرة يؤثر في الاشباعات المحققة لديك من حملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 47: يمثل حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة

بالثقافة المرورية

حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية ؟					
المجموع	الخبرة في السياقة			التكرار	النسبة
	أكثر من 5	من 2 سنتين الى 5 سنوات	اقل من 1 سنة		
35	5	13	17	التكرار	حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية ؟
87,5	7,5	32,5	42,5	النسبة	
5	2	1	2	التكرار	
12,5	5	2,5	5	النسبة	
المجموع					
40	7	14	19	التكرار	المجموع
100	17,5	35	47,5	النسبة	

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة عند أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية حيث قدرت أعلى نسبة 42.5 مقنعة بالنسبة للفئة أقل من سنة من تليها نسبة 32.5 غير مقنعة بالنسبة للفئة من 2-5 سنة تليها نسبة 7.5 مقنعة بالنسبة لفئة أكثر من 5، تليها نسبة 5 غير مقنعة بالنسبة للفئة أقل من سنة و أكثر من 5 سنوات، ثم أخيرا نسبة 2.5 غير مقنعة للفئة من 2-5 سنوات.

هناك العديد من الرسائل التي تكسب الفرد خبرة خصوصا وان سبق وجسدها على ارض الواقع وذلك من خلال اللجوء إلى الإقناع أو استخدام عنصر الإقناع في كذا رسائل لما له من أهمية بالغة

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبيلي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

وفعالة في تحرير هذه الرسائل وتدعيمها بعنصر الإقناع او أساليب الإقناع لذا نقول معظم الرسائل تحوي عنصر الإقناع كأطروحات الماستر ليسانس كتب مجلات وغيرها والخاصة بالتوعية المرورية واكتساب الثقافة المرورية بفضل هذه الأساليب الآن مضمونها هو الإقناع واكتساب خبرات بفضل الإقناع نستنتج مما سبق أن متغير الخبرة يؤثر في أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية.

الجدول رقم 48: يمثل العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك

ما هي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك:						
المجموع	الخبرة في السياقة			التكرار	التوصيات و النصائح المقدمة	ماهي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك:
	أكثر من 5	من 2 سنتين الى 5 سنوات	اقل من 1سنة			
35	3	29	3	التكرار	التوصيات و النصائح المقدمة	ماهي العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك:
87,5	7,5	72,5	7,5	النسبة	النصائح المقدمة	
5	2	2	1	التكرار	الآثار السلبية الناتجة عن حوادث المرور	
15	5	5	2,5	النسبة	الآثار السلبية الناتجة عن حوادث المرور	
40	5	31	4	التكرار	المجموع	
100	12,5	77,5	10	النسبة		

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

تحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة عند العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك

حيث قدرت أعلى نسبة 72.5 التوصيات والنصائح المقدمة بالنسبة لفئة من 2-5 سنوات وتليها نسبة 7.5 التوصيات والنصائح المقدمة بالنسبة لفئتين أقل من سنة وأكثر من 5 سنوات، وتليها من ثم نسبة 5 آثار السلبية الناتجة عن الحوادث المرور بالنسبة لفئة من 2-5 سنوات وفئة أكثر من 5 سنوات أما النسبة الأضعف تتمثل في 2.5 الآثار الناتجة عن حوادث المرور بالنسبة لفئة أقل من سنة.

تعد الخبرة في السياقة دور كبير في الكف من حوادث المرور والتقليل منها بحيث نستطيع القول أن العناصر التي تترسخ في الذات من طرف الحملات الخاصة بالثقافة المرورية والمقدمة من طرف تطبيق موقع الفايسبوك لها دور مهم في اكتساب ثقافة مرورية وحين تترسخ هذه الثقافات في ذهن الفرد السائق لا يستطيع تجاوزها وقد يطبقها على ارض الواقع وكل هذا من اجل ان مثل هذه الثقافات ترسخت في ذهنه واكتسبته خبرة في غاية الأهمية

نستنتج مما سبق أن متغير الخبرة يؤثر في عند العناصر التي تترسخ في ذهنك و تذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجليلي بونعامه
فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

الجدول رقم 49: يمثل الحملات التحسيسية معلومات جديدة

هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة ؟						
المجموع	الخبرة في السياقة			التكرار	النسبة	هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة ؟
	أقل من 1سنة	من 2 سنتين الى 5 سنوات	أكثر من 5			
11	2	1	8	التكرار	دائما	هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة ؟
27,5	5	2,5	20	النسبة	أحيانا	
25	3	13	9	التكرار		
62,5	7,5	32,5	22,5	النسبة	نادرا	
4	2	0	2	التكرار		
10	5	0	5	النسبة		
40	7	14	19	التكرار	المجموع	
100	17,5	35	47,5	النسبة		

التحليل:

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة عند الإضافة للحملات التحسيسية حيث قدرت أعلى نسبة 32.5 أحيانا بالنسبة للفئة من 2-5 سنوات تليها نسبة 22 أحيانا بالنسبة للفئة أقل من سنة، ومن ثم تليها نسبة 20 دائما للفئة أقل من سنة وتليها نسبة 7.5 أحيانا بالنسبة للفئة أكثر من 5 سنوات وتليها نسبة 5 دائما للفئة أكثر من 5 سنوات ونسبة 5 نادراً للفئة أقل من سنة ولفئة أكثر من 5 سنوات.

من خلال هذا الجدول ومن خلال النتائج المتحصل عليها نستطيع القول أن الخبرة في السياقة شيء مهم ولها دور كبير في التقليل من الحوادث المرورية وأنها تساهم بشكل كبير في ترسيخ الثقافة

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

المرورية فمثال أن السائق ذو خبرة قد لا يقع في أخطاء مخالفة لقوانين المرور وكذلك تجده متعلقا خصوصا في الطرقات أو أثناء القيادة الآن السائق ذو خبرة هو في حد ذاته مكتسب لخبرة مرورية أو ثقافة في مجال السلامة المرورية وهو شخص واعي ومتفطن عكس الشخص الحديث في السياقة ومن الممكن أن العديد من الأشخاص قد اكتسبوا خبر في السياقة وهذا بفضل الحملات التحسيسية وما تقدمه من مزايا للفرد عن طريق موقع الفاييبوك

نستنتج مما سبق أن متغير الخبرة يؤثر في المعلومات المضافة عن طريق الحملات التحسيسية.

نتائج الدراسة:

-أدى غياب الدراسات الخاصة بالجمهور المستهدف وغياب تخطيط فعال للحملات الصحية إلى غياب سياسة واضحة في مجال الاتصال الاجتماعي في الجزائر ما أثر سلبيا على فعالية الوقاية المعتمدة على وسائل الاتصال الجماهيرية.

-خرجت الدراسة بعدة توصيات أهمها ضرورة تدخل الدولة بكل مؤسساتها لإعداد حملات منظمة وذات فعالية في مجال التوعية و الوقاية الصحية ، ولا بد أن تعمل المؤسسات التربوية إلى جانب وسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي وذلك عن طريق إدماج مادة الصحة الوقائية من البرنامج الدراسي.

-خلصت نتيجة الدراسة إلى أن الشباب الجامعي ليس له أي ثقافة مرورية رغم تصفحه لموقع فيسبوك باستمرار.

-وأيضا رغم أن موقع فيس بوك ينشر باستمرار وفي أهم العناوين للحوادث الأليمة إلا أن أغلب الشباب الجامعي يتجهالونه.

-موقع الفيسبوك مهم في مجال التوعية المرورية

-تلعب الخبرة في السياقة دور كبير في التقليل من حوادث المرور

-تقدم الحملات التحسيسية معلومات قيمة في ترسيخ الثقافة المرورية في ذهن الفرد والمجتمع

-يحقق الفيسبوك العديد من الاشباكات في مجال الثقافة المرورية

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

-اساليب الاقناع لها دور مهم في موضوعنا هذا وهو تفعيل الثقافة المرورية لدى الفرد والمجتمع بصفة عامة

الاستنتاج العام:

ومن هنا نستطيع الاستجاب على اشكاليتنا المطروحة ان هذه الدراسة استهدفت التعرف على مدى فعالية الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية الخاصة بالتوعية المرورية والمقدمة من وسائل شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فيسبوك، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من السائقين الجامعين بجامعة الجبالي بونعامه بخميس مليانة ولاية عين الدفلى التي ترتب ضمن الولايات تسجيلا للحوادث المرورية، وذلك من خلال تسليط الضوء على هذه الحملات التحسيسية، وعلى مدى تعرض وتذكر جمهور السائقين لها ولمحتوياتها، وعلى آرائهم وتوجهاتهم نحو مضامينها، وعلى مدى تأثير معارفهم وسلوكاتهم بنصائحها وتوجيهاتها، إضافة إلى التعرف على وجهة نظرهم في الدور الذي يمكن أن يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية.

الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجبالي بونعامه فئة السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى

خلاصة الفصل:

كخلاصة لهذا الفصل يمكن القول أن هذه الدراسة استهدفت التعرف على مدى فعالية الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية الخاصة بالتوعية المرورية والمقدمة من وسائل شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فيسبوك، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من السائقين الجامعين بجامعة الجبالي بونعامه بخميس مليانة ولاية عين الدفلى التي ترتب ضمن الولايات تسجيلًا للحوادث المرورية، وذلك من خلال تسليط الضوء على هذه الحملات التحسيسية، وعلى مدى تعرض وتذكر جمهور السائقين لها ولمحتوياتها، وعلى آرائهم وتوجهاتهم نحو مضامينها، وعلى مدى تأثير معارفهم وسلوكاتهم بنصائحها وتوجيهاتها، إضافة إلى التعرف على وجهة نظرهم في الدور الذي يمكن أن يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية.

خاتمة

خاتمة:

تام هذا البحث تعد دراسة الرسائل أو الحملات التحسيسية بشكل و فعالية هذه الحملات اليومية، وتزيد الحاجة إليها يوميا، وقد تخدم مصلحة الفرد وكذلك المجتمع على وجه الخصوص مسألة تتطلب جملة من المتغيرات، انطلاقا من الاهتمام بكيفية إعداد وتخطيط هذه الحملات والاهتمام بطبيعة رسائلها خصوصا في مجال الحوادث المرورية وكيفية الحد منها. هذه الظاهرة التي أصبحت تشكل خطرا على المجتمع، ووصولاً إلى ضرورة دراسة هذا الوضع الراهن الذي يتمثل في الهدف بأي عمل تحسيسي وتوعوي، وبالتالي فإن هذه الفعالية هي حاصل ضرب معادلة متعددة لأطراف نتائجها متوقفة على مدى جدية هذه العملية وعمق تأثيرها على المتلقي وبالتالي الوصول إلى الاستجابة المرجوة هذه الاستجابة التي تنصب عادة أفكار لتعديلها أو معارف لتطويرها أو على دفع الوعي الاجتماعي إلى الطريق الصحيح.

وبعد استعراضنا لمختلف المعلومات النظرية المتعلقة بالحملات التحسيسية والثقافة المرورية كفرع من فروع الاتصال وكذا بالواقع المروري في الجزائر والتوصل إلى العديد من النتائج وكيفية الحد منه وكذلك استعمال الاستمالات والتي تعتبر من فروع الاتصال الإقناعي وما تقدمه من دور فعال في تدعيم الرسالة الاتصالية.

وكذلك التطرق إلى أسباب حوادث المرور ومخلفات الحادث المروري وترسيخ قيم المواطنة في مجال حفظ السلامة المرورية.

أما بخصوص الدراسة الميدانية قد أظهرت عدد من المؤشرات التي شكلت في الأخير الانطباع والوصف العام فيما يخص الحملات التحسيسية والتوعوية في مجال الثقافة المرورية للحد من ظاهرة حوادث المرور، حيث اتضح لنا من خلال النتائج أن الأغلبية غير

خاتمة

ملتزم بهذه الحملات التوعوية وأن المواطن بحاجة ماسة إلى مثل هذه الحملات لإرشاده وتوجيهه وتجسيد ذلك في سلوكات دائمة ومستمرة.

إن هذه النتائج من المفترض أن تلعبه الحملات التحسيسية والتوعوية في مجال الثقافة المرورية، خاصة في التأثير على السلوك الذي يبقى في الحاجة إلى المزيد من الفهم والوعي والعمل على تطويره وكذا على مستوى الالتزام بقواعد السلامة المرورية.

وفي الختام نقول أن هذه الدراسة ما هي إلا فرصة من أجل تحصيل النتائج ومعرفة الدور الفعال الذي تقدمه الحملات التوعوية في مجال الثقافة المرورية في ظل تضخم حوادث المرور بشكل رهيب في السنوات الأخيرة وأيضا في ظل الأهمية البالغة لدراسة الحملات التحسيسية التي تلعب دورا أساسيا في مواجهة هذه المشكلة والحد منها.

قائمة الملاحق

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول:

دور الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية لدى الشباب
المتدرسين بجامعة جيلالي بونعامة خميس مليانة ولاية عين الدفلى

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة حول موضوع " دور الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية لدى الشباب المتدرسين بجامعة الجيلالي بونعامة " التي تندرج ضمن إطار مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة.

نرجو منكم قراءة جميع الأسئلة والإجابة بكل صدق وموضوعية وذلك بوضع علامة (x) أمام الإجابة التي تناسبكم علما أن المعلومات التي ستدلون بها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شكرا لمساعدتكم لنا.

إشراف الأستاذة:

نوال سعدون

إعداد الطالبين:

بوقار عزيز

ايطاطا حين اسماعيل

العام الجامعي

2020/2019

محور البيانات الشخصية:

1. الجنس: ذكر أنثى

2. السن:

اقل من 20 سنة

بين 20 و 25 سنة

بين 26 و 31 سنة

أكثر من 31 سنة

3. المستوى الدراسي:

ليسانس

ماستر

دكتوراه

4. الخبرة في السياقة:

اقل من سنة

من سنتين إلى 5 سنوات

أكثر من 5 سنوات

5- كم من مرة تعرضت لحادث مرور؟

مرة واحدة

أكثر من مرة

لم تتعرض أبدا

الملاحق

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة الجيلالي بونعامة لمواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك من فئة السائقين.

1/ هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي:

دائماً أحياناً نادراً

2/ منذ متى وأنت تستخدم موقع الفيسبوك؟

أقل من سنة من سنة إلى 3 سنوات أكثر من 3 سنوات

3/ ما هي مدة تصفحك لموقع فيسبوك:

أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من 3 ساعات

4/ أين تفضل استخدام فيسبوك ؟

- المنزل
- الشارع
- الجامعة
- مقهى الانترنت

5/ كم تستغرق من الوقت في استخدام موقع فيسبوك؟

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى 4 ساعات
- من 4 ساعات إلى 8 ساعات

الملاحق

المحور الثاني: دوافع وإشباعات الطلبة السائقين بجامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة للحملات التحسيسية الخاصة بتفعيل الثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك

1/ هل تتصفح صفحات الفيسبوك التي تتناول حوادث المرور؟

دائما أحيانا نادرا

2/ هل تتصفح هذه الصفحات الخاصة بحملات الثقافة المرورية عبر الفيسبوك:

يومية وباهتمام بشكل عادي دون اهتمام وتركيز

فيما تتمثل المواضيع المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك؟

مواضيع متعلقة بالمركبات

مواضيع متعلقة بالسائقين

مواضيع متعلقة بالمشاة

مواضيع متعلقة بالمحيط

أخرى.....
.....

هل تكون الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك على شكل:

منشورات مكتوبة

صور

فيديوهات

منشورات مكتوبة مع صور

منشورات مكتوبة مع فيديوهات

تتناول الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية مواضيع حول:

الملاحق

احترام قوانين المرور

استعمال الهاتف النقال

حزام الأمن

التجاوز الخطير

أخرى.....

.....

.....

.....

ما هي الأساليب والإستراتيجيات الموظفة في الحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك؟

استراتيجيات عقلية

استراتيجيات عاطفية

استراتيجيات التخويف والترهيب

كيف تتفاعل مع مضامين الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك؟

من خلال إعجاب

من خلال مشاركة

من خلال تعليق

لا تتفاعل

ما هي دوافعك للإقبال على صفحات الفيسبوك المتعلقة بالحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية؟

خطورة حوادث المرور

الإطلاع على الإحصائيات

البحث عن معلومات متعلقة بالثقافة المرورية

الملاحق

من باب الفضول

أخرى.....

.....

ما هي الإشباعات المحققة لديك من الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك؟

- التزود بالثقافة والتوعية المرورية

- اكتساب سلوك حسن وتربية مرورية

- النقاش مع الآخرين حول المواضيع المتعلقة بالثقافة المرورية

- الحصول على معلومات و معطيات متعلقة بالثقافة المرورية

- أخرى.....

.....

.....

ما هي الآثار الناتجة عن الحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية لديك؟

عززت قناعاتي

غيرت قناعاتي

أقنعتني

الملاحق

المحور الثالث: آراء وتوجهات الطلبة السائقين بجامعة الجبلاي بونعامة حول محتوى الحملات التحسيسية الخاصة بالثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك

1/ حسب رأيك هل أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية المتعلقة بالثقافة المرورية:

مقنعة غير مقنعة

2/ إذا كانت الإجابة " غير مقنعة، لماذا حسب رأيك ؟

عدم وضوح اللغة المستعملة

عدم وضوح الصور

عدم تناسق العناصر الإيقونية الموظفة في الحملات التحسيسية

عدم توظيف شعار مناسب

أخرى.....
.....

3/ هل تؤثر فيك هذه الحملات التحسيسية؟

دائما أحيانا نادرا

4/ إذا كانت أساليب الإقناع الموظفة في الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك تؤثر فيك متى يكون ذلك؟

عند تصفحك لهذه الصفحات

يستمر بعد تصفحك

يتحول لشعور دائم

5/ هل ترى أن المواضيع التي تعالجها هذه الحملات ؟

مهمة للطلبة السائقين

غير مهمة للطلبة السائقين

الملاحق

6/ ما هي العناصر التي تترسخ في ذهنك وتذكرك بهذه الحملات التحسيسية حول الثقافة المرورية ضد حوادث المرور عبر صفحات الفيسبوك؟

النص التوصيات و النصائح المقدمة

الشعار الشخصية التي أعدت الحملة

الآثار السلبية الناتجة عن حوادث المرور

أخرى.....
.....

7/ هل تكرر هذه الحملات التحسيسية لمدة طويلة يساهم في؟

ترسيخ الأفكار والمعلومات اكتساب سلوكيات جديدة وصحيحة

التذكير بالسلوك القويم اكتساب ثقافة مرورية

أخرى.....
.....

المحور الرابع: تأثير الحملات التحسيسية لحد من حوادث المرور على الطلبة السائقين

1/ هل تضيف لك هذه الحملات التحسيسية معلومات جديدة؟

دائماً أحياناً نادراً

2/ بماذا تشعر وأنت تشاهد هذه الحملات عبر صفحات الفيسبوك؟

الخوف الملل و النفور

الحزن و القلق المسؤولية لا شيء

2/ هل حدث وأن قمت بسلوك قد حثت عليه هذه الحملات؟

نعم لا

الملاحق

إذا كانت إجابتك بنعم اذكر بعض من هذه السلوك التي قمت بها؟

.....
.....
.....
.....

إلى ماذا يرجع عدم أخذك بالنصائح التي تضمنتها الحملات التحسيسية الخاصة بتفعيل الثقافة المرورية عبر صفحات الفيسبوك؟

تعودك على سلوكيات معينة الثقة الزائدة بالنفس

الاضطرار لمخالفتها في بعض الأحيان

الاعتقاد بقدرية حوادث المرور بغض النظر عن الأسباب

جل الناس تقوم بهذه التصرفات

لا تشعرك بالمسؤولية و بضرورة القيام بها

لأنك تحترم القانون بشكل دائم

حب التمييز والظهور

أخرى.....
.....
.....
.....

قائمة المراجع

أ- المعاجم والقواميس

1. مجموعة المؤلفين: المنجد في اللغة العربية، الطبعة 2، دار المشرف للطباعة، سنة 2001.
2. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، طبعة 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

ب- الكتب:

3. إبراهيم بن صالح الحميدات، الإقناع والتأثير، مجلة الجامعة دمام، العدد 4، محرم 1426.
4. أحمد بن مرسلني: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
5. أديب محمد خفور: حملات التوعية المرورية العربية جامعة نايف العربية، مركز الدراسات والبحوث، الرباط، 2007.
6. بلقا سم بلحوام، ارتفاع حوادث المرور راجع إلى ضعف مدارس تعليم السياقة الشروق اون لاين يومية إخبارية وطنية.
7. جبران مسعود، الرائد المعجم اللغوي والأحداث والأسهل، دار العلم، الطبعة 2، لبنان، 2001.
8. جيهان محمد رشيد، الأسس العملية لنظريات الإعلام، الطبعة 2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
9. غانم فنجان موسى وفاطمة أحمد فاتح: استباق مقاومة الإقناع، دار النشر والتوزيع، سنة 2007.
10. رشيد زرواني: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين ميله، الجزائر، 2007.
11. زيد منير عبوي، فن الإدارة بالاتصال، الطبعة 1، دار دجلة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
12. شذوان علي شيبه، الإعلان المدخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
13. صلاح مصطفى الفوال مناهج البحث في العلوم الاجتماعية مكتبة عريب، القاهرة، 1982.
14. عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفية اجتماعية وآلياته، طبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2006.
15. عبد الفتاح دويدار: سيكولوجية الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، سنة 2005.

قائمة المراجع

16. عبد القادر تومي، السياقة عند الشباب بين المتعة والموت، مجلة عن الوقاية والسياسة، العدد 5، المركز الوطني للوقاية والامن، 2017.
17. عبد الله بن محمد العوشن، كيف تفنح الآخرين، طبعة 3، دار العاصمة للنشر والتوزيع، الرياض، 1996.
18. على برغوث، الاتصال الاقناعي، الطبعة 2، دار النشر و التوزيع، 1996.
19. علي بن ضبيان الرشيد، مؤتمر التعليم و السلامة المرورية: فعاليات الحملات التوعوية المرورية، جامعة نايف للدراسات الامنية، مركز الدراسات و البحوث، الرياض.
20. فضيل دليو: أنواع العينات في العلوم الاجتماعية (أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية)، منشورات جامعة منتودي، قسنطينة، 1999.
21. محمد عبيدات: منهجية البحث العلمي: القواعد و المراحل و التطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، 1997.
22. المديرية العامة للحماية المدنية، بالتنسيق مع وزارة النقل لإحصائيات الحوادث المرور سنويا في الجزائر 2019/05/20.
23. مديرية النقل، المركز الوطني للوقاية و الامن عبر الطرقات: احصائيات حوادث المرور خلال الأشهر الاولى من سنة 2019، الجزائر.
24. منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، دار النشر و التوزيع، دمشق، طبعة 1، 2001-2002.
25. المنظمة العربية الإسلامية المرورية، بيان المنظمة العالمية لضحايا الطرق، الأحد 20 يونيو 2019.
26. موريس انجرس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصبه للنشر، الجزائر.
27. موقع انترنت: وكبيديا، بحث حول جامعة جيلالي بونعامه، النشأة و التعريف، 20 / 01 / 2020.
28. نبيلة بوخبزة: تطبيقات تقنيات الاتصال العمومي المطابقة في الحملات العمومية المتلفزة: دراسة نظرية (أطروحة دكتوراه غير منشورة) قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2006 - 2007.

قائمة المراجع

29. الهاشمي بن بوزيد بوطالبي , فعالية الحملات التوعوية المرورية، مؤتمر تعليم السياقة، جامعة نايف للعلوم الامنية، 2006.

30. الهاشمي بوزيد بوطالبي: فعاليات حملات التوعية المرورية، التعليم و السلامة المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، مركز الدراسات و البحوث، الرياض، 2009

31. وزارة النقل، المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق، دراسة إحصائية لحوادث المرور، الجزائر، خلال 2009.

ج- الرسائل والدراسات:

32. بوفلاح فاتح: الاتصال الاجتماعي ودوره في تطبيق قانون المرور 2004: دراسة وصفية تحليلية (رسالة ماجستير غير منشورة) قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر.

33. وهيبة حمراوي، الاتصال الاجتماعي الخاص بالوقاية من حوادث المرور في الجزائر، دراسة حالة لحملة تحسيسية رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خده، 2010.

34. سهام حواس، العامل البشري و التدريب الناقص سببان رئيسيان لحوادث المرور في الجزائر جريدة الحوار يومية إخبارية وطنية.

35. بلقاسم بلحوام: حوادث المرور راجع إلى ضعف مدارس تعليم السياقة.

د- المذكرات:

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع تحت عنوان الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، للطالبة تباني عبير سنة 2011-2012،

هـ- المجلات والدوريات:

36. محمد مرسي محمد مرسي، الوعي المروري لدى الأطفال، (المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب)، العدد 38 جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، رجب 1435.

و- المواقع الالكترونية:

37. موقع انترنت وكيبديا: بحث حول جامعة الجيلالي بونعامة، النشأة والتعريف.

38- Jenah Schwartwalder (14 February 2001). "Innoculation

TheoryPersuasion Context". Uky.edu. مؤرشف من الأصل في 28 أبريل 2017 .

اطلع عليه بتاريخ 30 أبريل 2014

قائمة المراجع

تعريف الثقافة المرورية موقع : <https://salama.forumegypt.net/> الجمعة سبتمبر 23، 2011

الفهرس

الفهرس

	شكر وعرفان
	إهداء
	قائمة الجداول والأشكال
أ- ب	مقدمة.....
الإطار المنهجي	
04	1- إشكالية الدراسة.....
05	2- تساؤلات الفرعية.....
06	3-أسباب اختيار الدراسة.....
07	4- أهمية الدراسة.....
08	5-أهداف الدراسة.....
08	6- منهج البحث وأدواته.....
10	7- مجتمع البحث والعينة
10	8- نتائج الدراسة.....
11	9- عينة الدراسة.....
12	10- مفاهيم الدراسة.....
13	11- الإطار الزمني والمكاني للدراسة.....
15	12-دراسات السابقة.....
+	

الفصل الأول: الحملات التحسيسية كدعامة لتفعيل الثقافة المرورية	
25	المبحث الأول: الاتصال و الإقناع و عناصر العملية الإقناعية.....
25	المطلب الأول: مفهوم الإقناع
25	المطلب الثاني: مفهوم الاتصال الإقناعي.....
28	المبحث الثاني: عناصر العملية الإقناعية.....
28	المطلب الأول: المصدر (المرسل، المقنع، القائم بالاتصال).....
29	المطلب الثاني: الرسالة.....
29	المطلب الثالث: المتلقي (الجمهور المستقبل).....
29	المطلب الرابع: الوسيلة.....
30	المبحث الثالث: أهمية الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية.....
31	المطلب الأول: مفهوم الحملات التحسيسية.....
31	المطلب الثاني: خصائص الحملات التحسيسية لتفعيل الثقافة المرورية.....
32	المطلب الثالث: أهداف الحملات التحسيسية في تفعيل الثقافة المرورية.....
34	خلاصة.....
الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة المرورية	
36	تمهيد.....
37	المبحث الأول: مدخل عام إلى مواقع التواصل الاجتماعي.....

الفهرس

37	المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها.....
38	المطلب الثاني: أنواع وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....
41	المطلب الثالث: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.....
43	المبحث الثاني: ماهية الثقافة المرورية، مقوماتها وأهدافها.....
43	المطلب الأول: تعريف الثقافة المرورية.....
44	المطلب الثاني: مظاهر الثقافة المرورية.....
45	المطلب الثالث: أهداف الثقافة المرورية.....
47	المبحث الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتفعيل الثقافة المرورية.....
47	المطلب الأول: العوامل المسببة لحوادث المرور ودور الثقافة المرورية في التقليل منها....
54	المطلب الثاني: آليات ترسيخ الثقافة المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.....
55	المطلب الثالث: النتائج المترتبة عن الحوادث المرور
60	خلاصة الفصل.....
<p>الجانب التطبيقي دراسة مسحية لعينة من الشباب المتمدرس بجامعة الجليلي بونعامه فنة</p> <p>السائقين بخميس مليانة ولاية عين الدفلى</p>	
63	تمهيد.....
65	المبحث الأول: تقديم جامعة الجليلي بونعامه.....
64	المطلب الأول: تأسيس الجامعة ومراحل تطورها.....

الفهرس

65	المطلب الثاني: تاريخ الجامعة.....
66	المطلب الثالث: الهياكل التنظيمية للجامعة.....
70	المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج
70	المطلب الأول: عرض النتائج المتعلقة بأسئلة الاستبيان.....
83	المطلب الثاني: التحليل والمناقشة المتعلقة بأسئلة الاستبيان.....
107	خلاصة الفصل.....
109	خاتمة.....
112	الملاحق.....
122	قائمة المراجع.....
126	الفهرس.....