

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مساهمة الإعلام المحلي في التوعية المرورية

دراسة تحليلية لبرنامج لسلامتك بإذاعة الجزائر من غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

لطفني دكاني

إعداد الطالبتين:

عزوز بريكوة

رسيوي فاطمة الزهراء

الموسم الجامعي:

1439-1440هـ / 2018-2019 م

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مساهمة الإعلام المحلي في التوعية المرورية

دراسة تحليلية لبرنامج لسلامتك بإذاعة الجزائر من غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

لطفي دكاني

إعداد الطالبتين:

رسيوي فاطمة الزهراء

عزوز بريكة

الموسم الجامعي:

1439-1440هـ / 2018-2019 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر و عرفان

"قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك... ولا يطيب النهار إلى بطاعتك،

ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك،

ولا تطيب الجنة إلا برؤياك جل جلالك،

بجاه من بلغ الرسالة... وأدى الأمانة... ونصح الأمة،

نبي الرحمة ونور العالمين، سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم.

نتوجه بالشكر والعرفان إلى أستاذنا الفاضل

الأستاذ " **دكاني لظفي** " حفظه الله ورعاه،

الذي دعمنا بعلمه الغزير، ودفن في نفوسنا الهمة،

وولد فيها الإرادة القوية، كما وجهنا بنصائحه الصائبة السديدة،

فله منا جزيل الشكو والتقدير والاحترام، نتمنى له دوام الصحة والعافية.

إلى كل الأساتذة الذين سهروا على تدريسنا

والشكر الجزيل موصولاً أيضاً للأساتذة الأكارم الذين تفضلوا بقبول هذه مناقشة.

عزوز بريكة

رسيوي فاطمة الزهراء

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون﴾

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك... ولا تطيب اللحظات إلا
بذكرك.. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك الله جل جلالك.
إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة... ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا
محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من كَلَّه الله بالهبة والوقار، إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه
بكل افتخار أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار
وستبقى كلماتك نجوم اهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد... والدي العزيز
إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني، إلى بسمة الحياة وسر
الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب... أمي

الحبيبة

إلى كل إخواني وأخواتي

إلى اللواتي لم تلدهن أمي إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء، إلى ينابيع الصدق
الصافي إلى من معهم سدت برفقتهم في دروب الحياة الحلوة والحزينة إلى من كانوا معي
على طريق النجاح والخير، إلى من عرفت كيف أجدهم ولا أضيعهم صديقاتي العزيزات، إلى
زملائي وزميلاتي في دفعة الاتصال والعلاقات العامة 2019

فاطمة الزهراء

إهداء

إلى من قال فيهما عز وجل
"وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا"
إلى من ربت وتعبت وسهرت من أجل مواصلة تعليمي
وأحاطتني بكل حب وحنان، لتراني أصل إلى هذا الموصل،
إلى أول اسم تلفظت به شفطاي "أمي الحبيبة" حفظك الله ورعاك.
إلى من علمني معنى المحبة والإخلاص،
وعلمني الكفاح والنضال،
إليك يا قوتي في الحياة وسندي في تجاوز عقباتها،
"أبي الغالي" حفظك الله ورعاك.
إلى من كانت صرخاتهم وضحكاتهم بعثا لي بحياة
ملؤها البهجة والسعادة
"إخوتي الأعزاء"
إلى من كانوا سر ابتسامتي، إلى أئمن كنز امتلكته يوما
"صديقاتي العزيزات"
إلى شريكتي في الحياة وسندي في الحزن والمسرات
إلى عائلتي كل باسمه ومقامه
إلى زملائي خرجي دفعة 2019
إلى أصدقائي وصديقاتي
الذين لم تسعهم صفحتي ووسعهم قلبي
أهدي عملي هذا
بتوفيق من العلي القدير

ببركة

ملخص الدراسة:

ملخص الدراسة:

ملخص الدراسة:

الإذاعة المحلية من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية، التي واكبت عدة تغيرات إلا أنها تبقى الوسيلة البارزة من خلال ما تتميز به من خصائص، وللأهمية البالغة التي تقدمها من إرشادات توعوية مرورية، ومن خلال دراستنا حاولنا استعراض مدى مساهمة الإعلام المحلي في التوعية المرورية من خلال برنامج لسلامتك، وتمحورت إشكالية الدراسة كيف يساهم الإعلام المحلي في نشر الوعي المروري من خلال برنامج لسلامتك، كما تهدف الدراسة إلى التعرف على حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالوعي المروري، حيث اعتمدنا في دراستنا الوصفية على منهج المسح في البحوث الإعلامية وأداة تحليل المحتوى، وذلك من خلال تحليل 44 حلقة من برنامج لسلامتك، خلال عام وشهرين.

ولتأكد من صدق وثبات الأداة، قمنا بعرضها على الأساتذة المحكمين لتأكد من أن الأداة تقيس ما يراد قياسه، وبعد أن تم أخذ الملاحظات بعين الاعتبار تم وضعها في الصورة السليمة.

وقد خلصت الدراسة إلى: برنامج لسلامتك يساهم في نشر الوعي المروري من خلال التطرق إلى أهم المواضيع الاقتصادية والاجتماعية، كما أثبتت الدراسة أن البرنامج يسعى للإعلام بالدرجة الأولى، ويستهدف جمهور مستعملي الطرقات بصفة دائمة، ويعتمد الأساليب العقلية في إقناع الجمهور، يستدل برنامج لسلامتك على مستشار أمن الطرقات في تقديم المعلومات، الدارجة هي اللغة المستعملة في البرنامج.

الكلمات الدالة: الإعلام المحلي، الإذاعة، البرامج الإذاعية، حوادث المرور، التوعية
المرورية.

Abstract:

Local radio is one of the most important means of mass communication, which has been accompanied by several changes, but it remains the salient means through its characteristics, and the importance of the guidance of traffic awareness, and through our study we tried to review the contribution of local media in traffic awareness through the program for your safety , And the problem of the study was how local media contributes to the dissemination of traffic awareness through your safety program. The study also aims to identify the importance of local radio in traffic awareness. In our descriptive study, we adopted the survey methodology in media research and content analysis tool Through the analysis of 44 episodes of the program for safety, during the year and two months.

To verify the validity and reliability of the tool, we presented it to the judging professors to ensure that the tool measures what is to be measured, and after the observations have been taken into consideration they have been placed in the correct image.

The study concluded that: "A program for your safety contributes to the dissemination of traffic awareness by addressing the most important economic and social issues. The study also proves that the program seeks the media in the first place. It aims at a permanent audience of users of roads and adopts mental methods to convince the public. Road safety In providing information, rolling is the language used in the program..

Key words: Local media, radio, radio programs, traffic accidents, traffic awareness.

فهرس المحتويات

| الصفحة | المحتوى |
|-------------------------------------|----------------------|
| | الشكر والعرفان |
| | الإهداء |
| | ملخص الدراسة |
| 1 | المقدمة |
| الإطار العام والمنهجي لدراسة | |
| 4 | إشكالية الدراسة |
| 5 | التساؤلات |
| 5 | الفرضيات |
| 5 | أهداف الدراسة |
| 6 | أهمية الدراسة |
| 6 | أسباب اختيار الموضوع |
| 6 | حدود الدراسة |
| 7 | منهج الدراسة |
| 7 | أدوات جمع البيانات |
| 10 | مجتمع الدراسة وعينته |
| 11 | تحديد مفاهيم الدراسة |
| 15 | الدراسات السابقة |
| 20 | المقاربة النظرية |
| الفصل الأول: الإذاعة كوسيلة إعلامية | |

| | |
|--|---|
| 24 | المبحث الأول: نشأة الإذاعة |
| 24 | المطلب الأول: نشأة الإذاعة وتطورها |
| 26 | المطلب الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر |
| 32 | المطلب الثالث: خصائص ومميزات الإذاعة المحلية |
| 36 | المبحث الثاني: أساليب واستراتيجيات الاتصال الإقناعي في الإذاعة |
| 36 | المطلب الأول: أهمية الاتصال الإقناعي في الإذاعة |
| 40 | المطلب الثاني: إستراتيجيات الاتصال الإقناعي |
| 41 | المطلب الثالث: الأساليب والإستعمالات الموجودة في الإذاعة |
| 44 | خلاصة الفصل |
| الفصل الثاني: حوادث المرور والتوعية للحد منها | |
| 47 | المبحث الأول: حوادث المرور والتوعية المرورية |
| 47 | المطلب الأول: مفهوم حوادث المرور والتوعية المرورية |
| 48 | المطلب الثاني: أسباب حوادث المرور والآثار الناجمة عنها |
| 54 | المطلب الثالث: أهمية التوعية المرورية والهدف منها |
| 58 | المبحث الثاني: إحصائيات حوادث المرور والتدابير الوقائية للحد منها |
| 58 | المطلب الأول: إحصائيات حوادث المرور |
| 59 | المطلب الثاني: دور رخصة السياقة بالتنقيط في الحد من حوادث المرور |
| 62 | المطلب الثالث: التدابير الوقائية للحد من حوادث المرور. |
| 67 | خلاصة الفصل |
| الفصل الثالث: الإطار الميداني | |
| 69 | 1- تقديم إذاعة غرداية |

| | |
|-----|--|
| 72 | 1- تقديم برنامج لسلامتك |
| 75 | 2- التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون |
| 84 | 3- التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل |
| 89 | 4- التحليل الكمي والكيفي لتحليل فئات المضمون وفئات الشكل |
| 103 | 5- التحقق من الفرضيات |
| 104 | 6- نتائج الدراسة |
| 107 | خلاصة |
| 110 | قائمة المصادر والمراجع |
| 118 | الملاحق |

فهرس الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول | الرقم |
|--------|---|---------------|
| 73 | عينة حصص البرنامج | جدول رقم (1) |
| 75 | جدول فئة الموضوع | جدول رقم (2) |
| 77 | جدول فئة الأهداف | جدول رقم (3) |
| 79 | جدول فئة الأساليب الإقناعية المستعملة | جدول رقم (4) |
| 81 | جدول فئة المصدر | جدول رقم (5) |
| 83 | جدول فئة الجمهور المستهدف | جدول رقم (6) |
| 84 | جدول اللغة المستخدمة | جدول رقم (7) |
| 86 | جدول فئة القوالب الفنية | جدول رقم (8) |
| 87 | جدول فئة الوسائل الإقناعية | جدول رقم (9) |
| 89 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الموضوع واللغة المستخدمة | جدول رقم (10) |
| 90 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الأهداف واللغة المستخدمة | جدول رقم (11) |
| 91 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الأساليب الإقناعية واللغة المستخدمة | جدول رقم (12) |
| 92 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة المصدر واللغة المستخدمة | جدول رقم (13) |
| 93 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الجمهور المستهدف واللغة المستخدمة | جدول رقم (14) |
| 93 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الموضوع والقوالب الفنية | جدول رقم (15) |

| | | |
|-----|---|---------------|
| 94 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الأهداف والقوالب الفنية | جدول رقم (16) |
| 95 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي للأساليب الإقناعية والقوالب الفنية | جدول رقم (17) |
| 96 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة المصدر والقوالب الفنية | جدول رقم (18) |
| 97 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الجمهور المستهدف والقوالب الفنية | جدول رقم (19) |
| 98 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الموضوع وفئة الوسائل الإقناعية | جدول رقم (20) |
| 99 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الأهداف وفئة الوسائل الإقناعية | جدول رقم (21) |
| 100 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الأساليب الإقناعية وفئة الوسائل الإقناعية | جدول رقم (22) |
| 101 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة المصدر وفئة الوسائل الإقناعية | جدول رقم (23) |
| 101 | جدول تحليل البيانات الكمي والكمي لفئة الجمهور المستهدف وفئة الوسائل الإقناعية | جدول رقم (24) |

فهرس الأشكال

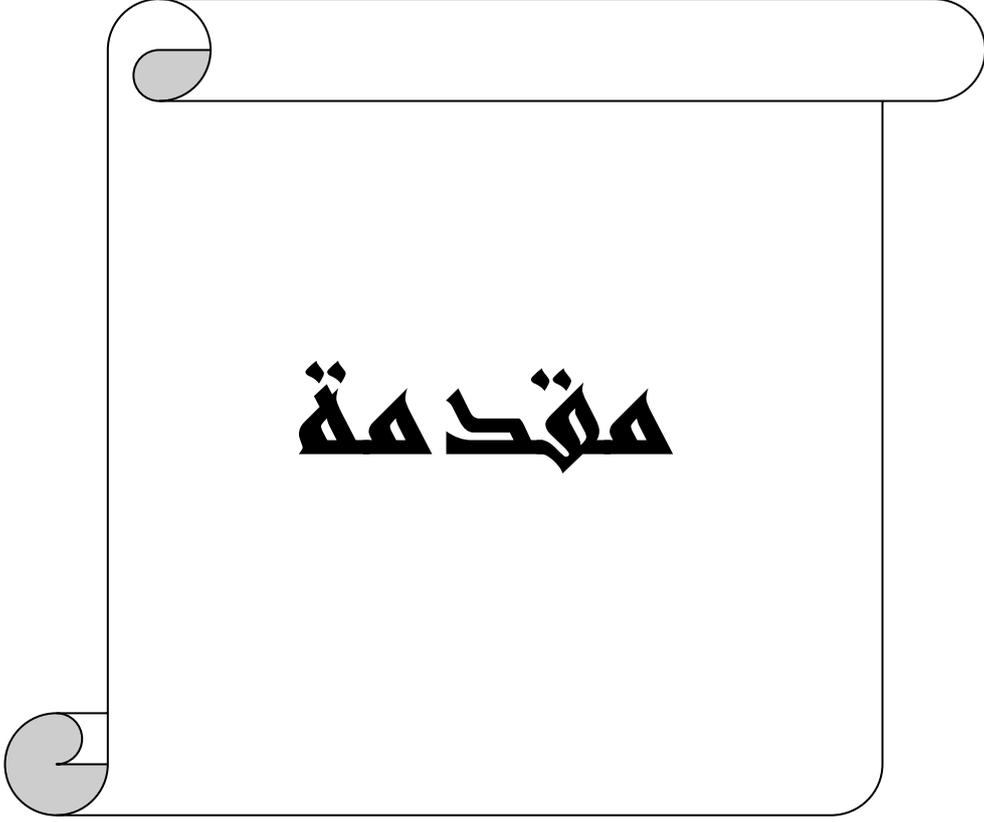
| الصفحة | عنوان الشكل | الرقم |
|--------|---|--------------|
| 37 | الاستراتيجية السيكولوجية للاتصال الإقناعي | شكل رقم (1) |
| 38 | الاستراتيجية الاجتماعية الثقافية للاتصال الإقناعي | شكل رقم (2) |
| 39 | استراتيجية بناء المعاني | شكل رقم (3) |
| 72 | مخطط الإذاعة | شكل رقم (4) |
| 75 | دائرة النسبية لفئة الموضوع | شكل رقم (5) |
| 78 | دائرة النسبية لفئة الأهداف | شكل رقم (6) |
| 79 | دائرة النسبية لفئة الأساليب العقلية | شكل رقم (7) |
| 82 | دائرة النسبية لفئة المصدر | شكل رقم (8) |
| 83 | دائرة النسبية لفئة الجمهور المستهدف | شكل رقم (9) |
| 85 | دائرة النسبية لفئة اللغة المستخدمة | شكل رقم (10) |
| 86 | دائرة النسبية لفئة القوالب الفنية | شكل رقم (11) |
| 88 | دائرة النسبية لفئة الوسائل الإقناعية | شكل رقم (12) |

فهرس الآيات

| الصفحة | الآية |
|--------|-----------------------|
| 77 | سورة البقرة الآية 195 |

فهرس الملاحق

| الصفحة | الملحق | الرقم |
|--------|---|-----------|
| 118 | أسئلة المقابلة مع المكلفة بقسم الإنتاج بإذاعة غرداية | الملحق 1 |
| 118 | يمثل الإذاعات المحلية في الجزائر | الملحق 2 |
| 120 | الجدول يمثل إحصائيات حوادث المرور خلال السداسي الثاني لسنة 2018 والثلاثي الأول لسنة 2019. | الملحق 3 |
| 120 | الأسباب الرئيسية الخاصة بحوادث المرور لسداسي الثاني 2018 | الملحق 4 |
| 121 | يوضح إحصائيات حوادث المرور وأسبابها الخاصة بالثلاثي الأول لسنة 2019 | الملحق 5 |
| 121 | يوضح لنا الأسباب الرئيسية الخاصة بحوادث المرور للثلاثي الأول لسنة 2019 | الملحق 6 |
| 122 | استمارة تحليل المحتوى | الملحق 7 |
| 126 | دليل استمارة تحليل المحتوى | الملحق 8 |
| 129 | دليل التعريفات الإجرائية | الملحق 9 |
| 131 | المقابلة مع سائقي سيارات الأجرة بمدينة غرداية | الملحق 10 |



مقدمة

مقدمة:

إن تعقد الحياة المعاصرة وتسارع وتيرة التحولات والتطورات فيها، أدى إلى بروز العديد من المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ونتيجة لاستفحال هذه الآفات وتهديدها للمجتمع وسلامة سيره وتوازنه، كان على الدول والحكومات الاعتماد على الطرق والتقنيات العلمية لإيجاد حلول لهذه المشكلات والتخفيف من حدتها ومن آثارها السلبية على الفرد والمجتمع معتمدين في ذلك على التطور الكبير الذي تحقق في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، وعلى التقدم في معرفة الطبيعة الإنسانية والعوامل التي تحدد السلوك الفردي والجماعي من جهة، وعلى التقدم السريع والمتواصل في تقنيات وتكنولوجيات الإعلام والاتصال وما توفره من فرص وإمكانات كبيرة للتأثير في الفرد وتوجيه سلوكه ومواقفه من جهة أخرى.

نظرا للأهمية التي يكتسبها الإعلام في وقتنا الحالي فقد أصبح يشكل مجالا خصبا للبحوث والدراسات العلمية لما لهذا القطاع من تأثير وتأثر بالمجتمع، وذلك أن الإعلام يلعب دورا مزدوجا سواء على الصعيد الدولي أو المحلي.

ولا شك أن الإعلام المحلي له دور هام في تحمل جزء كبير من هذه المسؤولية في ظل مفهوم الإعلام بمعناه العام والشامل، ولهذا فالإعلام المحلي هو الإعلام المرتبط باهتمامات جمهور معين داخل بيئة محددة، لذا فبقدر ارتباط الإعلام المحلي بالبيئة المحلية فإنه يسعى إلى أن يحقق رسالته في تنمية وخدمة هذه البيئة.

وتعتبر الإذاعة المحلية من أبرز وسائل الإعلام الجماهيري وأكثرها تأثيرا وقدرة على مشاركة عمليات التغيير الاجتماعي عموما والعمل على تلبية خدمات الأفراد، حيث أنه وفي ظل التعددية الإعلامية والسياسية قامت الجزائر كغيرها من البلدان في الشرق والغرب بإنشاء محطات لإذاعات محلية في مناطق مختلفة من الوطن، على غرار إذاعة غرداية المحلية، وباعتبار أن حياة الإنسان هي أهم وأقدس شيء في الحياة وجب الحفاظ عليها بكل الطرق وبشتى الوسائل، وبما أن حوادث المرور تعتبر معضلة عصرية تنتج عن مخالفات يرتكبها فرد ويتأذى بها فرد أو أفراد آخرون، حيث تقضي على أرواح الكثيرين وينتج عنها الكثير من الإصابات والعاهات، وتسبب في هلاك الممتلكات العامة والخاصة، ولا يعدّ مبالغا فيه إذا قلنا بأنّ ضحايا حوادث الطرق تفوق ضحايا الحروب والعمليات الإرهابية وهي في الدول العربية تنافس الأمراض والأوبئة كمسببات للوفيات،

وترتبط الآثار السلبية لحوادث المرور في أذهان الكثيرين بالخسائر المادية والآلام والإعاقات الجسدية وكذا الآثار النفسية، فقد أولت إذاعة غرداية اهتماما لذلك من خلال برامجها الإذاعية وما تبث فيها من وعي مروري الذي يؤدي إلى معرفة الأفراد بقواعد المرور وأنظمتها مما يتحتم عليهم إتباعها، وبما أن مستخدمى الطريق من الفئات التي تستهدفها الإذاعة المحلية بغرداية، ارتأينا في دراستنا معالجة موضوع مساهمة الإعلام المحلي في نشر التوعية المرورية من خلال تحليل مضمون برنامج لسلامتك بإذاعة غرداية المحلية.

وقد شملت خطة بحثنا مقدمة وجانب منهجي وآخر نظري إضافة إلى تطبيقي وفي الأخير خلاصة.

قمنا من خلال خطتنا تحديد إشكالية الدراسة وتحديد تساؤلاتها وصياغة فرضياتها إلى جانب أسباب اختيار الموضوع، ثم تطرقنا إلى أهمية وأهداف الدراسة إضافة إلى المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات، وقمنا بإبراز الدراسة متغيراتها كتحديد المفاهيم وضبطها وبعدها قمنا بعرض الدراسات السابقة وفي الأخير تطرقنا إلى المقاربة النظرية.

الفصل الأول تضمن الإذاعة كوسيلة إعلامية، حيث قمنا بالتعريب على نشأة الإذاعة وتطورها في شتى أنحاء العالم وصولا إلى الجزائر، ثم تحدثنا على الإذاعة المحلية وخصائصها وما تتميز به دون أن ننسى الأساليب واستراتيجيات الاتصال الإقناعي في الإذاعة.

وقد شمل الفصل الثاني حوادث المرور والتوعية للحد منها حيث قدمنا من خلال مبحثه الأول حوادث المرور ومخلفاتها أما المبحث الثاني فقد ركزنا على ماهية التوعية المرورية واعتمدنا على إحصائيات حوادث المرور والتدابير الوقائية للحد منها كمطلب أخير.

واختتمت الدراسة بفصل أخير تطبيقي الذي احتوى على تقديم إذاعة الجزائر من غرداية، وتقديم برنامج لسلامتك واستعراض عينة الدراسة، بعدها تطرقنا إلى التحليل الكمي والكيفي ثم نتائج الدراسة وفي الأخير خلاصة لهذه الدراسة بعدها قائمة المراجع وكذا الملاحق.

الإطار المنهجي

- اشكالية الدراسة
- التساؤلات الفرعية
- فرضيات الدراسة
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- حدود الدراسة
- نوع الدراسة و منهجها
- أدوات جمع البيانات
- مجتمع البحث
- العينة
- تحديد المصطلحات و المفاهيم
- الدراسات السابقة
- المقاربة النظرية

إشكالية الدراسة:

تعتبر وسائل الإعلام من صحف وتلفزيون وإذاعة من أهم أدوات التأثير والإعلام والتوجيه والثقيف، كما يعتبر الإعلام الإذاعي الحديث من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية، لكونه أداة إعلامية مهمة، مع إمكانية استغلال هذه الوسيلة في كل وقت وفي كل مكان مع تقديم وقائع الأحداث في أوانها.

ونظرا لأهمية الإذاعة فقد تضاعفت طاقة البث في العالم أكثر من أربع مرات في غضون العشرينين الأخيرتين، ويقدر عدد أجهزة الراديو بنحو ألف مليون ونصف جهاز أي بمعدل جهاز استقبال واحد لكل أربعة أشخاص في العالم، كما أضحى الاهتمام بالبث الإذاعي يتزايد تزايداً ملحوظاً سواء في البلدان المتطورة أو في البلدان السائرة في طريق النمو.¹

هذه التحديات والرهانات فرضت على أصحاب القرار السياسي والإداري على حد سواء التفكير المستمر وبذل الجهد المتواصل لاستخدام الوسائل الصحيحة في أداء أحسن الأعمال، بقصد الحصول على أفضل النتائج بأقل الجهود الممكنة مع مراعاة العامل الإنساني، ويستعين أصحاب القرار في ذلك في القيادات الحازمة القادرة على تطبيق جميع عناصر الإدارة العلمية من تخطيط وتنظيم وتعيين وتوجيه ورقابة وتنسيق.

ولعل من أهم المواضيع التي تطرح نفسها بقوة حوادث المرور أو ما يسمى بإرهاب الطرقات وما ينتج عنها من خسائر مادية وبشرية حيث تفاقمت هذه المشكلة وبدرجة كبيرة رغم الجهود المبذولة من طرف السلطات المعنية، حيث تشير الإحصائيات المرورية بأن نسبة الوفيات والإصابات من جراء الحوادث المرورية المسجلة ببلادنا تعد بصفة عامة مرتفعة بالمقارنة مع الدول المتقدمة وهذا ما يحتم ضرورة إعداد دراسات استراتيجية لسلامة المرورية وتضافر الجهود من أجل التصدي لتلك الحوادث كمسؤولية جماعية مشتركة تقع على عاتق مختلف فئات المجتمع.²

¹عبيد تباني، الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، 2012، ص03.

² نفس المرجع، ص04

حيث يؤكد مدير الأمن والدراسة بالمركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق أن حوادث المرور تكلف الخزينة العمومية أكثر من 200 مليار دينار سنويا، هذا على الصعيد المادي أما الصعيد البشري فيما يسمى بإرهاب الطرقات يخلف 13 قتيلا و178 جريح يوميا وحوالي 41224 حادث مرور سنويا، ويعتبر هذه الأرقام الحصيلة الأثقل من نوعها تجعل الجزائر في مقدمة الدول العربية،¹ لهذا تلجأ المنظمات إلى الاعتماد على وسائل هادفة وفعالة من أجل تمرير رسائلها التوعوية، إذ تعد الإذاعة إحدى أهم الوسائل التي يمكنها توصيل الرسالة بشكل فوري وهادف لقدرتها على مخاطبة كافة شرائح المجتمع بمختلف مستوياتهم التعليمية، وعليه انطلاقا مما سبق ذكره استوجب الموضوع دراسة علمية لمعرفة مدى فاعلية البرامج الإعلامية الإذاعية المحلية من خلال تحليل مضمون برنامج لسلامتك بإذاعة غرداية المحلية وعليه نطرح الإشكال الآتي: كيف يساهم الإعلام المحلي في نشر التوعية المرورية من خلال برنامج لسلامتك بإذاعة غرداية المحلية؟

أ/التساؤلات الفرعية:

- 1/ ما هي أهم المواضيع التي يتطرق إليها برنامج لسلامتك بإذاعة الجزائر من غرداية ؟
- 2/ ما هي الأهداف التي يسعى برنامج لسلامتك لتحقيقها؟
- 3/ ما هي المستويات اللغوية المستخدمة في برنامج لسلامتك بإذاعة الجزائر من غرداية ؟
- 4/ ما هي الوسائل الإقناعية المعتمدة في برنامج لسلامتك؟

ب/الفرضيات:

- 1/يعتمد برنامج لسلامتك على الأساليب العقلية في إقناع الجمهور.
- 2/مستشار أمن الطرقات هو المصدر في برنامج لسلامتك.
- 3/يستهدف برنامج لسلامتك مستعملي الطرقات.
- 4/التسجيل الصوتي هو القالب الفني المعتمد عليه في البرنامج.

ت/أهداف الدراسة :

- التعرف على برنامج لسلامتك المتخصص في الوعي المروري وحجمه الزمني.

¹ مجلة وزارة النقل، المركز الوطني للوقاية عبر الطرق، دراسة إحصائية لحوادث المرور في الجزائر خلال سنة 2009، ص 05.

- الوقوف على مدى مساهمة الإذاعة وبالأخص برنامج سلامتك في رفع مستوى الوعي المروري لدى الجمهور.
- إثراء الرصيد المعرفي بمبادرة معرفية تتصل ببيئتنا الاجتماعية.
- التعرف على حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالتوعية المرورية.

ث/ - أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تتناول موضوعا هاما ألا وهو التوعية المرورية.

-أهمية وسائل الإعلام عامة والإذاعة خاصة كونها تعتبر الأقرب الوسائل الاتصالية والإعلامية في المجتمعات المحلية.

-دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري ومعرفة القواعد المرورية وتطبيقها في حياتنا اليومية وذلك لتقليل من ارتفاع نسبة حوادث المرور.

ج/أسباب اختيار الموضوع: لم يكن اختيارنا لموضوع مساهمة الإعلام المحلي في التوعية المرورية من باب الصدفة، إنما هناك عدة أسباب تضافرت لتشكيل لنا حافزا لاختيار هذا الموضوع وهي:

الأسباب الموضوعية:

-القناعة بأن الإذاعة المحلية هي الوسيلة الإعلامية الأولى في المجتمع المحلي، كونها تصل إلى أغلب فئات المجتمع، أين يمكن للمتعلم والأمي سماعها والتلقي منها.

-استفحال ظاهرة حوادث المرور وتهديدها لسلامة وتوازن المجتمع.

-اهتمام الحكومة المتمثل في الهيئات والسلطات الرسمية بإشكالية ارتفاع الخسائر المادية والبشرية المتعلقة بحوادث المرور.

-بتفعيل الدور الإعلامي الذي تلعبه الإذاعة من خلال برامجها في نشر الوعي المروري.

الأسباب الذاتية:

-الميل للمواضيع التي تخص التوعية المرورية.

- الاهتمام بإذاعة الجزائر من غرداية ومحاولة معرفة الدور الذي تلعبه في بث الثقافة المرورية.
- معرفة كيفية سيرورة البرامج التوعوية في الإذاعة سيما برنامج لسلامتك.

ح/حدود الدراسة :

المجال الزمني: يتمثل في الفترة التي تم فيها جمع البيانات والمعلومات والتي هي عبارة عن حلقات من برنامج لسلامتك بإذاعة الجزائر من غرداية، والتي تمتد من 07 جانفي 2018 إلى 31 مارس 2019.

الإطار المكاني: إذاعة الجزائر من غرداية داخل مقر الولاية.

الإطار البشري: وتتمثل في عينة من سائقي سيارات الأجرة بمدينة غرداية، والتي أجرينا معهم المقابلة وكانت قصدية من السائقين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 40 و50 سنة، لأنهم الأكثر تعرضا للإذاعة.

خ/نوع الدراسة ومنهجها:

1-نوع الدراسة:

يندرج موضوع دراستنا ضمن الدراسات التي تعني بالوصف الدقيق و التفصيلي لظاهرة أو الموضوع محدد كما هو في الواقع، وتستهدف هذه الدراسة لجمع الحقائق و البيانات الظاهرة، وغالبا ما يلجأ إليها الباحث، وعلى ذلك يمكن القول أن الدراسة تساعد على الوصف الكمي والكيفي للظاهرة.

كما أن الدراسات الوصفية تقوم على وصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها، ثم تفسر تفسر تلك البيانات واستخلاص التعميمات والاستنتاجات وتعد الدراسات الوصفية من أكثر الدراسات البحث العلمي استخداما من قبل الباحث لما يمتاز به من خصائص وهي:

أنها تتجه نحو الوصف الكمي أو الكيفي لظواهر المختلفة بالصورة ذاتها بالاجتماع.

أنها تعنى بحصر العوامل المختلفة المؤثرة في الظاهرة.¹

لإجراء أي بحث علمي يقتضي تحديد المنهج، الذي يتناسب مع الموضوع المعالج والذي يساعد على جمع البيانات لتصنيف وتحليل المعطيات، وإن اختيار المنهج المناسب لدراسة يرتبط بطبيعة المشكلة والمجال الذي ينتمي إليه والإمكانيات المتاحة، فإذا رجعنا إلى موضوع دراستنا نجد أن المنهج المناسب هو المنهج المسحي في البحوث الإعلامية، حيث سنقوم بمسح مضمون وسيلة إعلامية وهي الإذاعة و بالضبط برنامج لسلامتك.

ويعرف المنهج المسحي:

لغة:المسح في اللغة العربية يفيد إمرار اليد على الشيء، السائل أو المختلط لإذهابه، وهو يعني أيضا إزالة ما لطخ الشيء من غبار، أو مواد أخرى تبور حقيقته لغيرنا.²

إصطلاحا: هو محاولة منظمة لتحليل وتدوين وتسجيل الوضع الراهن للنظام الاجتماعي أو لجماعة او لمنظمة.³

أدوات جمع البيانات:

• أداة تحليل المحتوى:

وقد عرف موريس أنجرس تحليل المضمون بأنه تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية بصرية صادرة من أفراد أو مجموعة والتي يظهر محتواها في شكل مرقم.⁴

• استمارة تحليل المحتوى:

¹ محي محمد سعيد، كيفية كتابة الأبحاث وإعداد المحاضرات، مكتبة العربي الحديث، ط2، 2000، ص32.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، ص285

³ فاطمة عوض صابر، أسس ومبادئ البحث العلمي، جامعة قار يونس، ط1، ليبيا، ص57.

⁴ طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي، جامعة الإسكندرية، ط1، 2015، ص، ص 180، 181.

يقوم الباحث بإعداد استمارة تحليل المحتوى بعد تحديد فئاته وتعريفها إجرائياً، وتمثل نهاية عملية ملاحظة الباحث المحتوى وبداية عملية العد والإحصاء لرموز الكمية واستخراج النتائج الكمية.¹

استمارة التفريغ:

وهي استمارة يعبها الباحث وفق متطلبات البحث العلمي الذي يقوم به، الهدف منها تحويل التكرار محتوى المبحوث إلى أرقام وإحصائيات، وتتكون استمارة التفريغ، من:

1/ البيانات الأولية: عنوان الركن في البرنامج، موضوع البرنامج، شهر، تاريخ البث.²

2/ فئات التحليل: ويعرفها أحمد بن مرسل على أنها تقسيمات، التوزيعات، الأركان التي تعتمد عليها الباحث في التوزيع، ومن أهم التقسيمات فئات التحليل التقسيم إلى فئات وحدات التحليل المثلث إليها في المادة المدروسة.

فئة المضمون ماذا قيل: فئة الموضوع، فئة الأهداف، فئة الأساليب الإقناعية، فئة المصدر، فئة الجمهور المستهدف.

فئات الشكل كيف قيل: فئة اللغة المستخدمة، فئة القوالب الفنية، فئة الوسائل الإبرازية

قياس الصدق والثبات:

1 صدق التحليل: هو دراسة أو اختبار مدى ملائمة أدوات وطرق القياس المستخدمة في التحليل الكمي للظاهرة موضوع البحث ودرجة صلاحها لتوفير المعلومات المطلوبة والمحققة لأهداف الدراسة وتبعاً لذلك فإن صدق التحليل في الدراسات التحليلية الكمية لمواد الإعلام والاتصال المتنوعة، هو التأكد العلمي من أن استمارة التحليل في الدراسات التحليلية الكمية لمواد

¹ مبروك خياط، البرامج التلفزيونية ونقد الواقع الاجتماعي دراسة تحليلية لبرنامج خواطر 11، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، اتصال وعلاقات عامة، جامعة غرداية، الجزائر، 2017، ص 18.

² محمود حسين إسماعيل، مناهج البحث العلمي، ط1، ن دار الفكر العربي، القاهرة، ص 185.

الإعلام والاتصال المتنوعة، هو التأكد العلمي من أن استمارة التحليل هي الأداة الأساسية في مثل هذه تقيس فعلا ما يراد قياسه.¹

2- ثبات التحليل:

ثبات التحليل في أوسع معاينة هو طبيعة وسيلة قياس التي إذا ما استعملت من طرف باحثين آخرين وفي نفس الظروف تعطي نفس النتائج.²

وقد قدم دانسون نموذجا لحساب معامل الثبات من خلال حساب النسبة المئوية للاتفاق بين

$$\frac{100 \times 1_n}{n} \text{ المحللين والمحكمين معامل الثبات:}$$

1ن: عدد الوحدات المتفق على ترميزها من طرف المحللين

ن: العدد الإجمالي للوحدات المرزمة من طرف المحللين.³

● اتفق المحكمون على 55 فئة ولم يتفقوا على 5 ومنه معامل الثبات:

$$\frac{100 \times 55}{60} = 92$$

ومن هنا نستنتج أن معامل الثبات عالية، وهي نسبة تفوق نسبة الثبات المطلوبة والمقدرة ب 80%.

قائمة المحكمين:

-الأستاذة : فريجات نسبية.

-الأستاذ: بابا واعمر عبد الرحمان

¹ أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص113.

² يوسف تمار، تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر، دار طاكسيج توم لدراسات للنشر والتوزيع، ط1، 2007 ص 110.

³ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، ص 217.

● الملاحظة:

تعرف الملاحظة بأنها عبارة عن عملية مراقبة أو مشاهدة السلوك والظواهر، والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهر وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته.¹

وقد كان توظيفنا للملاحظة من خلال ما نلاحظه ونسمعه ونسجله من معلومات حول الموضوع المبحوث عنه في برنامج لسلامتك من إذاعة الجزائر من غرداية وهدفه المنشود.

● المقابلة: تعتبر المقابلة أسلوب منظم يقوم مجموعة من الخطوات والإجراءات العلمية والمنهجية التي تنظم لقاءات وتذيع الحوار في إطار الأهداف البحثية لتنظيم المقابلة.²

ويوفر أسلوب المقابلة مرونة تساعد على التغلب على صعوبات التي تؤدي إلى تحريك الإجابات أو نقص استجابات المبحوثين كما أنها تسمح للباحث بشرح الأسئلة الغامضة. فيحصل بذلك من خلال الأسئلة الموجودة في دليل المقابلة على البيانات والحقائق المطلوبة مع من يستهدفهم بالمقابلة.

وتم استعمال المقابلة في دراستنا من خلال إجراء مقابلة مع الصحفية كريمة سلامات المكلفة بقسم الإنتاج بإذاعة الجزائر من غرداية، التي زدتنا بمعلومات حول البرنامج كما أجرينا مقابلة مع عينة من سائقي سيارات الأجرة بمدينة غرداية، لمعرفة مدى فاعلية برنامج لسلامتك على السائقين و بالأخص سائقي سيارات الأجرة.

د/مجتمع الدراسة والعينة:

مجتمع البحث:

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل لنشر عمان، ط2، 1999، ص 73.

² محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 392.

يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي نود معرفة حقائق معينة عنها، قد تكون هذه المفردات برامج إذاعية أو تلفزيونية أو نشرات إخبارية خاصة في حالات تقييم مضمون وسائل الإعلام، وقد تكون مفردات جمهور معين لوسائل الإعلام، وكلما كان التحديد أكثر دقة كلما ساعد ذلك على دقة النتائج.¹

ومن هذا التعريف فإن مجتمع البحث في هذه الدراسة هو برنامج لسلامتك بإذاعة الجزائر من غرداية.

العينة:

بدل إجراء البحث على جميع أفراد مجتمع البحث، يتم اختيار جزء من ذلك المجتمع واختصار الوقت والجهد والتكاليف، حيث تعتبر العينة إحدى الدعائم الأساسية للبحث، لأنها تسمح بالحصول في حالات كثيرة على المعلومات المطلوبة مع اقتصاد ملموس في الموارد البشرية الاقتصادية، وفي الوقت دون أن يؤدي ذلك الابتعاد عن الواقع المراد معرفته.

ومن ذلك العينة هي التعرف على أنها هي طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات فنأخذ عينة من مجموعة ما للانتقال من الجزء إلى الكل لتوصل إلى حكم إلى المجتمع في ضوء بعدد أفرادها، فهي ضرب من الاستقراء وليست العينة إلا مثلا أو مجموعة أمثلة ستلخص منها إحكام في قدر من الاحتمال وكثير ما يستعمل هذا المنهج في البحوث الإحصائية وتتعرف العينة على أنها الجزء من المجتمع التي يتم اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.²

وفي دراستنا لم نعتمد على أسلوب العينة بل اتبعنا الحصر الشامل نظرا لصغر العينة واستخدمنا أسلوب الحصر الشامل للحصر، حيث أن برنامج لسلامتك برنامج يومي مدته لا تتجاوز 5 دقائق فاستخدمنا 44 حصة من برنامج لسلامتك، حيث تعمدنا اختيار الحصة أول الأسبوع من كل شهر حصتين أو ثلاثة حصص، وذلك لسبب طبيعة الحصة التي تعتمد على التكرار من أجل ترسيخ وغرس هذه النصائح في ذهن المستمع.

¹ محمد منير حجاب، الأسس العلمية للكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر انشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 29.

² عبد الحميد لطفني، علم الاجتماع، دار المعارف، القاهرة، ط7، 1976، ص 353.

ذ/ المصطلحات والمفاهيم:

1-تعريف الإذاعة:

لغة: الإذاعة تطلق على الدار التي تنشر الأخبار بواسطة الجهاز اللاسلكي، أذاع يذيع الخبر أي نشره، إذاعة الشر أي إفشائه.¹

اصطلاحا:

كلمة الإذاعة كاصطلاح هندسي تعني الإرسال والاستقبال اللاسلكي لنبضات أو الإشارات الكهربائية بواسطة موجات كهربائية.²

ويعرفها عبد العزيز شرف "عبارة عن تنظيم مهيكلي في شكل وظائف وأدوار تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والثقيفي والإعلامي وذلك باستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متنثر يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة.³

كما يعرفها فيضل دليو على أنها "ما يث على الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برباط مباشر وسريع، ومن تم فقد شاركت مع التلفزيون خاصة ووسائل الاتصال الأخرى في تقريب الثقافات وتكوين الرأي عام عالمي تحاول دول الشمال السيطرة عليه.⁴

التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن وسيلة اتصال جماهيرية تعمل على نشر وبث الأخبار والبرامج الثقيفية والترفيهية عن طريق الاتصال اللاسلكي عبر موجات كهرومغناطيسية.

¹ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتب بيروت، لبنان، ص 210.

² هناء حافظ بدوي، وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية والمجتمعات النامية، المكتب الجامعي الحديث، 2001، الإسكندرية، ص 130.

³ عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989، ص 403.

⁴ فيضل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة بن عكنون، الجزائر، 1998، ص 175.

2-تعريف البرامج الإذاعية:

كلمة برنامج لها معاني مختلفة، حسب طبيعة عملها حيث نجد البرنامج الاقتصادي والدراسي السياسي هو عموما الخطة التي يستخدمها الإنسان من أجل القيام بشيء معين فإن مفهومه في ميدان ويعتبر بعض الباحثين مجموعة الحصص التي تتناول موضوعا أو أكثر في شكل مميز يختلف عن الإلقاء العادي، غالبا ما يعالج حدثا سياسيا أو قضية اجتماعية كالبطالة، أزمة السكن، عالم الشغل الصحة كما أنه يمكن أن تشبه المجلات الأسبوعية التي تجمع بين الأخبار والريورتاج والتحقيقات الأسبوعية.

ويعرفها محمود فهمي البرامج هي تلك القائمة من حصص الراديو والتلفزيون لفترة المغطاة مع حجم الساعات والمواضيع.¹

التعريف الإجرائي:

البرنامج الإذاعي: هو حصة تخصصها الإذاعة لوقت معين لبث قضايا تتعلق بمختلف جوانب الحياة، وتهم المستمع حيث يعالج هذا البرنامج من إحدى أو كل أبعادها، باستخدام مؤثرات صوتية موسيقية حتى لا يمل المستمع.

3-تعريف الوعي:

لغة: يعني الفهم وسلامة الإدراك كما تشير كلمة الوعي إلى إدراك الإنسان لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشرا وهو أساس كل معرفة، وقالت العرب وعى فلان الشيء بمعنى: جمعه وحواه وقلبه وتدبره وحفظه.²

اصطلاحا: إدراك الفرد لنفسه وليئته المحيطة به وهو على درجات من الوضوح والتعقيد، والوعي بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد لنفسه ولوظائفه العقلية والجسمية وإدراكه لخصائص العالم الخارجي وأخير إدراكه لنفسه باعتباره عضوا في الجماعة.¹

¹ فضيل دليو، المرجع نفسه، ص 204.

² ابوجلال إسماعيل سلمان، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص 14.

التعريف الإجرائي للوعي:

هو عملية الجمع بين المكون الوجداني والمعرفي والمهاري، ليصبح لدى الشخص مهارات مجموعة من الاتجاهات والقيم والمعارف، يظهرها في مواقف مختلفة تعكس مستوى الوعي لديه.

4-تعريف التوعية المرورية:

تعرف التوعية المرورية على أنها "عملية منظمة ومدروسة تستهدف تغيير الاتجاهات وآراء وأفكار ومواقف الأفراد والجماعات وتمكينهم من التفاعل والتعامل بيقظة وفهم كامل".²

ويعرفها أديب محمد حضور، على أنها عبارة عن منظومة السياسات والخطط والبرامج الهادفة إلى إنتاج مضامين ورسائل تتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية، وتقوم بنشاطات وفعاليات مختلفة وتستخدم وسائل اتصالية مختلفة من أجل نشر هذه المضامين والرسائل التي تشكل خطابا مروريا توعويا متكاملا إلى مختلف الشرائح الاجتماعية ومختلف الجماهير المعنية بالمسألة المرورية.³

التعريف الإجرائي لتوعية المرورية:

هي معرفة ووعي الفرد بقوانين المرور وأسباب الحوادث وسلوكياته الإيجابية في القيادة من جهة والاتجاهات الإيجابية نحو القوانين المرورية ورجل المرور من جهة أخرى.

5-الإعلام المحلي:

يعرف "طارق أحمد السيد" الإعلام المحلي بأنه "نوع من الإعلام محدود النطاق يختص بالاهتمام بمنطقة معينة يمثل مجتمعا محليا ويمثل انعكاسا واقعيا لثقافة ذلك المجتمع المحلي مستهدفا خدمة احتياجات سكانه".⁴

التعريف الإجرائي: هي جهة إعلامية تقوم بإنتاج مواد إعلامية، في رقعة جغرافية محدودة ومعينة.

¹ ابوجلال إسماعيل سلمان، مرجع سابق، ص 15.

² عبير تباني، الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، مرجع سابق، ص 13.

³ أديب محمد حضور، حملات التوعية المرورية العربية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 2007، ص 13.

⁴ طارق أحمد السيد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، ط1، مصر، 2004، ص 80.

6- تعريف الإعلام الجوّاري:

لغة: من الفعل جاور، يجاور، مجاورة، أو تجاورا، نقول جاور بمعنى ساكن ولاصقة من المسكن وأعطاه ذمة يكون بها جاره، وجاور المسجد أي اعتكف فيه، ويقال جاور المدينة أو مكة وجاور بها¹.

أما حاليا فيستخدم المصطلح أيضا للإشارة إلى العلاقة الخاصة (اللغوية، الدينية الإيديولوجية التجارية...) التي تشعر بها وتعيشها، فالأفراد يطلقون على ما هو قريب منهم أحكاما قيمة تميز بين ما هو مهم بالنسبة لهم وما هو غير مهم، ولذلك فنتصور الجوّاري أو القريبة هو تصور تنظيمي يحيل إلى صلات اجتماعية وعلائقية، ولذلك لا يمكن النظر إلى الجوّاري من الزاوية واحدة، فالجوار لا يعني بالضرورة الشعور بالقرب ولكي يتحول القرب الجسدي أو الزمان إلى قرب محسوس يجب أن يستكمل بعلاقة أخرى (أسرية، دينية، تنظيمية، مؤسساتية، ثقافية)².

اصطلاحا:

هي وحدة إقليمية صغيرة تمثل عادة جزءا فرعيا من مجتمع محلي أكبر منها، ويسودها إحساس بالوحدة أو بالكيان المحلي، وتتميز بالاتصالات في جماعة محلية بأنها مباشرة وأولية ووثيقة مستمرة نسبيا.

هي جماعة غير رسمية توجد داخل منطقة محدودة، التي تنشأ بينها علاقة صداقة.³

ر/الدراسات السابقة

الدراسات الجزائرية:

1- حملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية، تباني عبير رسالة لنيل شهادة

الماجستير تمحورت إشكالية الدراسة حول تقييم حملات التوعية المرورية الإذاعية في

الجزائر من خلال إذاعة سطيف الجهوية ومعرفة مدى فعاليتها مستعملا المنهج المسحي،

أما الأدوات التي استعملتها في دراستها تمثلت في الملاحظة واستمارة الاستبيان مستخدمة

¹ شهاب الدين أبو عصر، القاموس الوافي، د.ط، دار الفكر، بيروت، 2003، ص 350.

² حسين شفيق، الصحافة المتخصصة، دار الفكر، ط1، الأردن، 2009، ص 125.

³ ابن المنظور، لسان العرب، دار الفكر، لبنان، مجلد 11، 1997، ص 153.

العينة القصدية بلغت 100 مفردة (سائق) حيث اندرج ضمن هذه الدراسة، التساؤلات التالية:

- ما مدى تعرض جمهور السائقين للفواصل الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية المقدمة من طرف إذاعة سطيف الجهوية؟
- ما مدى آراء جمهور السائقين في محتوى هذه الفواصل الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية؟
- ما مدى تذكر جمهور السائقين لهذه الفواصل الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية ومضامينها؟
- هل استطاعت هذه الفواصل (كمتغير مستقل) التأثير على المستوى السلوكي لجمهور السائقين بولاية سطيف؟.
- ما هو الدور الذي يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية من وجهة نظر جمهور السائقين بولاية سطيف؟.

توصلت إلى نتائج أهمها:

- أغلبية السائقين يستمعون يستمتعون إلى الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية.
- اعتبار الفترة الصباحية من أكثر الفترات ملائمة لبث الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية.
- السائقين يفضلون بالدرجة الأولى أن تقدم هذه الفواصل الإعلامية بالعامية (اللهجة المحلية).¹

● تعقيب:

تشترك دراستنا مع دراسة عبير تباري في اهتمامنا بموضوع التوعية المرورية في الإذاعة، حيث كان الاختلاف في المنهج فاعتمدت عبير تباري على المنهج المسحي باختيارها عينة قصديه استفدت من هذه الدراسة باطلاع على الدارسات السابقة سيما العربية منها.

¹تباري عبير، لحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، 2011/2012.

2- إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، لعيسى بوكر موش، اعتمد في دراسته على المنهج الوصفي مستعملا المقابلة والملاحظة كأدوات بحث لدراسته.

حيث اختيار العينة بشكل قصدي وهي جملة المشاهدين للإعلانات من أحياء متباينة قوامها 300 مفردة فيما تمثلت إشكالية الدراسة: كيف يشق المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق جهوده الاقتصادية في إدارته للأمن المروري بولاية غرداية؟

متفرعة إلى التساؤلات التالية:

- هل يعتمد المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق على إستراتيجية اتصالية واضحة قائمة على التنسيق المشترك بين كل الأطراف المعنية بالسلامة المرورية؟
- أين تكمن فاعلية الحملات الإعلامية التي يقوم بها المركز الوطني للوقاية في الجزائر؟
- كيف يتم التصميم والتخطيط للإستراتيجية الاتصالية لنجاحها؟
- ما هي أطراف التوعية المرورية بولاية غرداية؟
- كيف ساهمت الإذاعة المحلية لولاية غرداية في تفعيل هذه الإستراتيجية؟
- هل كانت الإستراتيجية للمركز الوطني للوقاية ناجحة في ضبط الأمن المروري بولاية غرداية؟¹

وتوصل إلى النتائج التالية:

- غياب تفعيل حقيقي لقانون المرور الساري وقت قانون 2011 إذا لم يتم بالردع اللازم لأصحاب المخالفات المرورية الناتجة عن عدم احترام قانون المرور.
- تزامن تفعيل القانون الجديد بإطلاق الحملة السنوية التوعوية التي أطلقتها الإذاعة الوطنية تحت إشراف المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق.
- لم يدم الحال طويلا على انقضاء عام 2010 التي شهدت انطلاق التوعية المرورية وتطبيق القانون الردعي الصارم باتحاد جملة من التدابير، أدت إلى انخفاض عدد حوادث المرور.

¹عيسى بوكر موش، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2012/2013.

- يلاحظ من خلال النقاط الثلاث السالفة الذكر أنه بالرغم من تراجع العمل بالقانون الردعي مرة واحدة، إلا أن حوادث المرور لم تشهد ارتفاعا مرة واحدة أي أنها عادت للتنامي تدريجيا بعد سنة 2011 مما يشير إلى أن السنة التوعوية كان لها أثر واضح في التقليل من حوادث المرور وأن العمل التحسيس والتوعية المستمر كفيل بأن يحد من هذه الظاهرة على المدى الطويل، فالردع نتائجه فعالة على المدى القصير، لكن التوعية تظهر آثارها على المدى البعيد.

● تعقيب: تشترك دراستنا مع دراسة عيسى بوكري موش في اهتمامنا بموضوع التوعية المرورية بولاية غرداية، لكن الاختلاف كان في معالجته لاستراتيجيات الاتصال في الحملات الإعلامية معتمدا على المنهج الوصفي، فحين دراستنا عاجلت تحليل مضمون برنامج سلامتك بإذاعة الجزائر من غرداية معتمدين على المنهج الوصفي التحليلي.

الدراسات العربية:

1- فعاليات الحملات المرورية التوعوية، دراسة ميدانية بمدينة الرياض من إعداد المقدم الدكتور علي بن ضبيان الرشيد بالرياض، حيث تمحورت إشكالية الدراسة في محاولة معرفة مدى فعاليات الحملات المرورية التوعوية وذلك في إطار سعي الأجهزة الأمنية ممثلة بالأمن العام إلى زيادة الاهتمام بين 1423-1426. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وأجريت الدراسة على عينة 305 مفردة من الجمهور المستهدف للحملة التوعوية المرورية وأهدافها وأنواعها، حيث عرض إجراءات دراسته من خلال جداول وإحصائيات تم عرض نتائج وتحليلها، حيث اندرج ضمن هذه الدراسة التساؤلات التالية:

ما هي العوامل الأكثر تأثيرا في الحملات المرورية التوعوية على أفراد الدراسة؟

ما هي المعطيات الأكثر تأثيرا في معطيات الحملات المرورية الميدانية الضبطية على أفراد الدراسة؟

توصلت لنتائج أهمها:

- اتضح من خلال دراسته أن غالبية العظمى من أفراد دراسته يرون أن الحملة التوعوية مفيدة جدا أي أنهم يرون ضرورة استمرار الحملات التوعوية ... الفائدة المرجوة منها.

- ضرورة الاهتمام بالجانب المعرفي عند الإعداد الرسائل الاتصالية خصوصا ما تعلق منها بالأنظمة المرورية، حيث اتضح أن الحملة التوعوية المدروسة لم تعطي هذا الجانب حقه من البروز الإعلامي.¹

- وجود فروق في استجابات أفراد العينة حسب متغير العمر حيث وصلت الدراسة إلى مستوى الإدراك المحور التوعوية المرورية لدى من هم في فئة عمرية 45-55 سنة هو الأعلى بينما مستوى الإدراك هو أدنى لمن هم في الفئات العمرية الأقل من 45 سنة.

- يرى معظم أفراد الدراسة ضرورة استمرار الحملات المرورية الميدانية.

* تعقيب: تشترك هذه الدراسة مع دراستنا في اهتمامها بموضوع التوعية المرورية، لكن الاختلاف يكمن في مجتمع البحث حيث تناول الدكتور علي بن الضبيان الرشيد الجمهور المستهدف للحملات التوعوية المرورية.

-استفدت من هذه الدراسات بالتعرف على المراجع الخاصة بالتوعية المرورية التي اعتمدنا عليها في إعداد مذكرتنا.

- 2 عبد الله عبد المؤمن التميمي، الإذاعات المحلية ودورها في تعزيز الهوية الوطنية، دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الإماراتية، كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية، جامعة عجمان، دراسة وصفية، تمحورت إشكالية الدراسة حول: ما هو الدور الذي تلعبه الإذاعات المحلية في تعزيز الهوية الوطنية لدى جمهور الشباب الجامعي؟

وقدا قام الباحث بطرح التساؤلات التالية:

ما هو الدور الذي تلعبه الإذاعات المحلية في تعزيز الهوية الوطنية؟

ما هي أشكال البرامج التي تتضمن محتويات تعزيز الهوية الوطنية؟

ما هي دوافع استماع الشباب للبرامج الوطنية؟

¹علي بن ضبيان الرشيد، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية: فعاليات الحملات المرورية التوعوية، جامعة نايف لدراسات الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 2006.

ما هي أهم التحديات التي تواجه الهوية الوطنية في الإمارات؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات لجأ الباحث إلى عملية المسح الاجتماعي من خلال استخدام عينة عشوائية كان أفرادها 100 فرا وتم اختيارهم بطريقة قصديه منهم 50 فردا من جامعة عجمان و50 فردا من جامعات الشارقة، وأستعمل أداة الاستبيان.

توصل الباحث إلى نتائج أهمها:

- أن جميع عينة الدراسة تستمع إلى الإذاعة ولكن بنسب مختلفة 53% يستمعون بشكل دائم، وفي ذلك إشارة إلى إن الإذاعة لا تزال تحظى بنسبة استماع عالية.

- حصول كل من (الإذاعة الشارقة- نور دبي) على أعلى نسبة استماع بين الإذاعات الأخرى ويرجع ذلك إلى نوع البرامج التي تبث من خلال هذه الإذاعات.

- تؤكد الدراسة أن نسبة كبيرة من الجمهور لا يزال يرى أن هناك قصور من قبل الإذاعة في تناول القضايا الوطنية.

- الفترة الصباحية هي أكثر الفترات التي يتعرض الجمهور للاستماع للإذاعة.

- يرى 43% من أفراد العينة أن برامج الهوية الوطنية التي تعرضها الإذاعات المحلية لا تزال غير كافية من اجل ترسيخ الهوية الوطنية.¹

* **تعقيب:** تشترك دراستنا مع هذه الدراسة في اهتمامنا بالإذاعة المحلية، ولكن كان الاختلاف في الموضوع المعالج حيث تطرقت دراسة عبد الله عبد المؤمن التميمي إلى دور الإذاعة المحلية في تعزيز الهوية الوطنية، بينما دراستنا عالجت التوعية المرورية في الإعلام المحلي، وأعتمد على المسح في دراسته بالعينة العشوائية.

ز/ المقاربة النظرية:

¹ عبد الله عبد المؤمن ميهوب التميمي، الإذاعات المحلية ودورها في تعزيز الهوية الوطنية، دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الإماراتية، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، المجلد الأول، العدد 4، دار الؤسم لنشر والتوزيع، الجزائر،

1/ النظرية التنموية:

نظرا لاختلاف ظروف العالم النامي، وبخاصة الدول التي ظهرت للوجود في منتصف القرن العشرين، والتي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لابد لهذه الدول من النموذج أو النظرية أو الأوضاع القائمة المجتمعات النامية، وتتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية:

- إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.

- إن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.

- يجب أن تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في المحتوى ما تقدمه.

- إن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار معلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا.

- إن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.

- إن لدولة الحق في المراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.¹

يتم وظيفة الإعلام التنموية من خلال الإعلانات والبرامج الإرشادية والتوعية، وكذا الوظيفة التسويقية، وعليه تعتمد جميع الدول خاصة المتخلفة منها، إلى تطوير نظامها الخاصة بالاتصال ووضع استراتيجيات محددة لها لتحكم في اقتصادها وتنميتها، فقد أصبح الاتصال عنصرا تنمويا بل قوة اقتصادية في حد ذاته.

فالدول النامية التي تهتم بنظام الاتصال والإعلام تعتمد على إمكانيات وسائلها دعم فلسفتها بتوعية الجمهور إرشادا وتوضيحا وتفسيرا وتوجيها.....²

¹ عبد الرزاق الدليمي، مدخل لوسائل الإعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012، ص 122.

² فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص 18.

تعقيب:

إن الدول النامية تعتمد على وسائل الإعلام، من أجل الإعلام والتوعية والإرشاد، وعليه فإن الإذاعة المحلية كجزء من وسائل الإعلام تسعى جاهدة من أجل نشر التوعية المرورية من خلال برامجها التوعوية منها برنامج لسلامتك، من أجل خلق مجتمع واعي يفقه في قوانين المرور لتقليل من حوادث المرور.

الفصل الأول: الإذاعة كوسيلة إعلامية

المبحث الأول: نشأة الإذاعة

المطلب الأول: نشأة الإذاعة وتطورها

المطلب الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر

المطلب الثالث: خصائص ومميزات الإذاعة المحلية

المبحث الثاني: أساليب واستراتيجيات الاتصال الإقناعي في الإذاعة

المطلب الأول: أهمية الاتصال الإقناعي في الإذاعة

المطلب الثاني: استراتيجيات الاتصال الإقناعي

المطلب الثالث: الأساليب والاستعمالات الموجودة في الإذاعة

مقدمة الفصل:

تعتبر الإذاعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية، لما تقوم به من دور فعال يساهم في تنمية المجتمع ولما لها من خصائص تميزها عن غيرها من الوسائل الأخرى، كونها تخاطب كافة شرائح المجتمع من خلال البرامج الإذاعية التثقيفية وتوعية المجتمع. حيث تطرقنا في هذا الفصل: المبحث الأول شمل نشأة الإذاعة أما المبحث الثاني فقد تطرقنا فيه أساليب واستراتيجيات الاتصال الإقناعي في الإذاعة.

المبحث الأول: نشأة الإذاعة

المطلب الأول: نشأة الإذاعة تطورها

يعد الاتصال عملية لها ماض طويل وتاريخ قصير، فماضيها يمتد جذوره إلى ظهور الإنسان، وهذا ليكون بمقدور كل إنسان التقاط صوت إنسان آخر مهما بعدت المسافة التي تفصل بينهما، وأما التاريخ القصير فيمتد من الدراسات الأكاديمية لهذه العملية، وهذا لأهمية الاتصال في حياة البشر فالنشأة الأولى للإذاعة، كان في بداية القرن 19م بالتحديد سنة 1906¹، حين نجح عالم الفيزياء الإيطالي غويلمو ماركوني في نقل أول إشارة صوتية، ثم اتبع ذلك بإرسال إشارة لاسلكية عبر الهاتف سنة 1925²، عبر المحيط الأطلسي من مقاطعة كون وول جنوب غرب إنجلترا إلى جزيرة نيوفاوند لاند، بالقرب من الساحل الشرقي لكندا في أمريكا الشمالية³. واستطاع أن يحول الرسائل التي كانت تنتقل عن طريق الإشارة أو المورس إلى صوت⁴، حيث أدت الحرب العالمية الأولى إلى ظهور حاجات عسكرية ملحة لتحسين أنظمة الراديو، وكان لها الأثر الكبير في تطوير هذا الجهاز وذلك من خلال السيطرة، المركزية، والأمر بخلق جهود تعاونية في مجال التقدم التقني الذي كان سيستغرق وقتاً أطول في ظروف السلم⁵.

قبل انتهاء الحرب العالمية الأولى طور الرواد من هواة الراديو عبر مسافات كبيرة ونجحوا في استخدام الموجات القصيرة في تحقيق اتصال فعال عبر الحدود الوطنية⁶.

بعد ثورة الطباعة وسيطرة وسائلها لمدة طويلة بدأت ثورة الإلكترونيات نتيجة أبحاث مكثفة ومستمرة في حقل الكهرباء والمغناطيس، وكان الراديو أحد ثمار تراكم هذه المجهودات العلمية والنظرية

¹ خليفة بن قارة، الإذاعة كما رأيتها وأراها، منشورات سائحي، الجزائر، ط1، 1434هـ / 2013م، ص26.

² فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، دار أقطاب الفكر، قسنطينة، 2007م، ص110.

³ محمد مرعي، الإذاعات العربية الموجهة باللغات الأجنبية ومخاطبة الرأي العام، اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس 1426هـ/2005م، ص12.

⁴ خليفة بن قارة، الإذاعة كما رأيتها وأراها، مرجع سابق، ص26.

⁵ ميلفينديلفر، ساندر بول روكيتش، نظريات وسائل الاتصال، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص150.

⁶ جهان أحمد رشى، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، 1686م، ص6.

والتطبيقية، لذلك لا يمكن نسبة اختراع لأحد بعينه رغم ادعاء بعض المؤرخين بنسبة الاختراع لأحد مواطنيهم كل حسب جنسيته فالموسوعة الألمانية لـ "ماركوني" والبريطانية لـ "لودج"¹.

بدأت الإذاعة خطواتها الأولى حينما مدّ أول خط على المحيط الأطلسي عام 1858م، وأقيمت بعدها شبكة من الكابلات تحت الماء لربط العالم الغربي بموارده الاقتصادية الخارجية، وقد سجل التاريخ أن ذلك الاختراع هو أول رسالة كهرومغناطيسية على الأسلاك العائمة، مما جعله إشارة البدء لانطلاق الثورة التكنولوجية في عالم الاتصالات².

على العموم يمكن القول أن رحلة ظهور الإذاعة المسموعة بدأت عام 1860م مع تنبؤ العالم الرياضي الاسكتلندي ماكسويل بوجود موجات كهرومغناطيسية وفي عام 1887م أثبتت الأبحاث والتجارب المخبرية للفيزيائي الألماني (هرتز) صاحب نظرية ماكسويل لتفسح المجال أمام المخترعين وعلى رأسهم التقني الإيطالي (ماركوني) الذي تمكن فعلا من إرسال واستقبال إشارات إذاعية ومن إيطاليا 1895م، ثم اتبع ذلك بإرسال أول إشارة لاسلكية عبر المانش 1899م، وعبر المحيط الأطلسي عام 1900م، وفي الوقت نفسه تقريبا 1895م ودون التنسيق مع ماركوني تمكن المهندس رولي (بوبوف) من تركيب جهاز مستقبل للموجات الكهرومغناطيسية (المهترزية) ليجري بعد ذلك عدة تجارب إرسال تلغرافي³، ويعد ماركو ني المكتشف الحقيقي للإذاعة (الراديو) عام 1901م، حيث استخدم آنذاك كوسيلة من وسائل الاتصال بين القارات (المنارات) الواقعة على الشاطئ الشمالي لايرلندا لمعرفة السفن القادمة⁴.

كان سنة 1920م موعدا هاما في تاريخ الإذاعة، حيث ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو وأول برامج يومية مذاعة من محطة (ديترويت نيوز) في الولايات المتحدة الأمريكية وكذا أول حملة انتخابية إعلامية عن طريق محطة (K.D.K.A) الأمريكية ولصالح مرشح جمهوري بمدينة (بتسبورغ) تبعتها في العامل الموالي أول محطة إذاعية تجارية (W.B.Z) في (ماساشوستس)، ثم تولت محطات الإرسال

¹ فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، مرجع سابق، ص 25.

² خليفة بن قارة، الإذاعة كما رأيتها وأراها، مرجع سابق، ص 25.

³ فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، مرجع سابق، ص 110.

⁴ بدر أحمد كريم، دور المذيع في تغيير العادات والقيم في المجتمع السعودي، دراسة ميدانية في قرية خليص، رسالة ماجستير قسم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، 1359 هـ، ص 38.

وتضاعف عددها حتى بلغ عام 1925م، 578 محطة وفاق عدد أجهزة الاستقبال ثلاثة ملايين جهاز ليصل عام 1929م عشر ملايين جهاز استقبال، وهكذا انتقل الراديو من الاستعمال المهني باعتباره هاتف لاسلكيا إلى الاستعمال الجماهيري في الترفيه وفي الدعاية السياسية محليا ودوليا¹.

بناء على ما سبق ذكره كانت الإذاعة بالنسبة لدول المحور منبرا دعائيا قويا يدعو إلى حياة أفضل في أوروبا جديدة حيث كانت إذاعة الحلفاء تكتفي بتقديم بأرقام أمل للشعوب الأوروبية المحتلة².

وبعد الحرب العالمية الثانية عمت المحطات الإذاعية العديد من بلدان العالم، ومنها العالم العربي الذي عرفها في فترات مختلفة وفي ظروف متباينة. وذلك بدأ من المبادرات الفردية لبعض المهندسين العرب مروراً بالقوى الاستعمارية المحتلة التي أوجدتها أساساً لخدمة وجودها، وانتهاء بالظهور العادي في فترات الاستقلال.

وتعتبر الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينيات عن طريق المبادرات الفردية لبعض المستوطنين الفرنسيين (باللغة الفرنسية) وبعض المصريين على التوالي ظهورها تحت إشارات مختلف الحكومات تدريجياً في باقي الأقطار العربية حتى عمتها سنة 1970م، وكانت الإذاعة في الوطن العربي منذ نشأتها ولمدة طويلة إلى حد ذيوع التلفزيون والهوائيات المقعرة أهم أدوات مخاطبة الجماهير الأساسية على الأحداث المحلية والدولية وذلك بسبب انتشار الأمية مما جعل مجتمعاتنا يغلب عليها طابع الثقافة السمعية.

المطلب الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر

أولاً: الإذاعة في الجزائر

الإذاعة الجزائرية في الفترة الاستعمارية

إن إلقاء نظرة على التجربة الإعلامية قبل، اندلاع ثورة نوفمبر 1954م، تؤكد لنا وظيفة الإعلام الوطني كان يعكس في أحلك الظروف مسيرات الشعب الجزائري ويعبر عن صموده رغم محاولات الإبادة والاستئصال والهيمنة الاستعمارية المطلقة فقط بأصل الإعلام الجزائري بعد أول نوفمبر

¹ فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، مرجع سابق، ص 111.

² خليفة بن قارة، الإذاعة كما رأيتها وأراها، مرجع سابق، ص 29.

1954م قفزة نوعية إذ واكب الثورة المسلحة وساهم في دعم التحام الشعب بجهة التحرير الوطني وكذا في تصوير بطولات جيش التحرير الوطني منذ أوت 1955م وبذلك استطاع الإعلام الوطني بوسائله المتواضعة أن ينمي إلى حد بعيد الروح الوطنية وهذا ما يفسر إدراج الاستعمار الفرنسي للإعلام ضمن مخططه الذي يهدف من خلال كل الحركة الفكرية والقيم الثقافية للمجتمع الجزائري. فبعد إعلان الحكومة المؤقتة في سبتمبر سنة 1958م أصبح هناك وزارة للإعلام سميت بوزارة الأخبار كان يرأسها "محمد يزيد"⁽¹⁾ أثناء الثورة وقد أصبحت هذه الوزارة مسؤولة عن النشاط الإعلامي للثورة وقد أصبحت هذه الوزارة مسؤولة عن النشاط الإعلامي للثورة، من إصدار النشرات السياسية وعقد المؤتمرات الصحفية للرد على الدعابات الفرنسية، بالإضافة إلى إشرافها على أجهزة الإعلام الأخرى وهي مكاتب الإعلام الخارجي وجريدة المجاهد والإذاعة ولجان الدعاية الداخلية⁽²⁾ كما قامت الوزارة بإنشاء مكتبا للوثائق والمعلومات يتولى جمع كل ما يكتب عن القضية الجزائرية في الصحافة العالمية، ويقوم بإبلاغ وزير الأخبار أثناء تنقلاته المختلفة بملخص عما كتبه الصحافة العالمية عن القضية كما تقرر في مؤتمر الصومام سنة 1956م إنشاء لجان للدعاية على مستوى الولاية والمنطقة والناحية وكانت هذه اللجان تقوم بعقد اجتماعات أسبوعية للجنود والشعب كما كانت مكلفة بإصدار نشرة أسبوعية توزع داخل الوطن خاصة المدن، أما بالنسبة لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية، في البداية على إذاعات الدول العربية لإيصال صوتها إلى العالم الخارجي، كانت إذاعتا القاهرة وتونس أولى الإذاعات العربية، التي خصصت برامج محددة في فترات ثانية لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية وهي:

أ) إذاعة القاهرة:

في نهاية 1955م والتي خصصت ثلاثة برامج أسبوعية للجزائر وخصصت لكل برنامج مدة عشر دقائق (10د) وهذا البرنامج: جبهة التحرير الوطني تخاطبكم من القاهرة، والذي أصبح فيما بعد، صوت الجمهورية الجزائرية بعد إعلان الحكومة المؤقتة وكان يذاع باللغة الفرنسية، من البرنامج التالي برنامج جزائري ويخاطب الفرنسيين كان يذاع باللغة الفرنسية في البرامج الموجهة.

¹ - عواطف عبد الرحمان، الصحافة العربية في الجزائر دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية 1954-1962م، المؤسسة الوطنية

للكتاب، الجزائر، 1985 ص37.

² - عواطف عبد الرحمان، مرجع سابق ص38.

(ب) الإذاعة الجزائرية:

فقد بدأت في تونس سنة 1956م كانت عبارة عن برنامج تونسي بعنوان "هنا صوت الجزائر" المجاهدة الشقيقة، وكان يذاع ثلاث مرات في الأسبوع ومدته ربع ساعة وكان يشمل أخبارا عسكرية وتعليقا سياسيا قصيرا، وكان التعليق السياسي يبدأ وينتهي بالنشيد القومي الجزائري قسم الثوار وقد ظلت هذه البرامج تذاع حتى بعد إنشاء الإذاعة السرية، في قلب الجزائر عام 1957م⁽¹⁾ خاصة وأن هذه الإذاعات لم تكن تصل إلى الشعب الجزائري في الداخل ومن هنا برزت الحاجة إلى إنشاء هذه الإذاعة، وقد تقرر ذلك في مؤتمر الصومام في أغسطس 1956م ولكنها لم تبدأ نشاطها الفعلي، إلا في أوائل 1957م وكانت هذه الإذاعة عبارة عن سيارة كبيرة تحمل المعدات الإذاعية وتنتقل في الجبال والولايات⁽²⁾، ويعمل بها حوالي عشرة مناضلين لم يكن لهم سابق خبرة بالعمل الإذاعي وكان الإرسال يستمر لمدة ساعتين في المساء ثم تعيد نفس البرنامج في اليوم التالي. وكانت تخصص يومين في الأسبوع لتوجيه إذاعات خاصة باللغة الفرنسية للعمال الجزائريين في فرنسا تبدأ برنامجهما "هنا إذاعة الجزائر الحرة المكافحة" أو "صوت جبهة التحرير الوطني يخاطبكم من قلب الجزائر".

ونظرا للدور الخطير الذي كانت تقوم به الإذاعة الجزائرية آنذاك⁽³⁾ فإن الاستعمار قد تفتن لهذا الدور مما جعله يعمل على إفسادها وتخريبها، حتى تصبح جهازا معطلا مشلولاً عند انتقالها إلى أيدي جزائرية، وبعد أن خلق أزمة مفتعلة انسحب بكل خبرائها وفنييه من الإذاعة كان في اعتقاد هؤلاء أن انسحابهم سيؤدي إلى توقف الإذاعة الجزائرية، لكن حدث العكس فلقد فوجئ بأن الإذاعة الجزائرية التي أصبحت تسيّر بأيدي جزائرية صرفة لم تستمر في العمل فقط بل زادت ساعات البث في الأيام التالية، لخروج الفرنسيين فقد أدخلت عليها تحسينات سريعة، إن ما تسميه الصحافة الفرنسية "بقضية الإذاعة" يلقي ضوءا على النظرة الاستعمارية التي يتشبث بها الفرنسيين الذين لا ينظرون إلى التعاون بين الجزائر وفرنسا على أنه تعاون "حر متساوي وإنما ينظرون إليه على أنه نوع من السيطرة الجديدة

¹ - نفس المرجع، ص 38.

² - عواطف عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 39.

³ - خيرة بغدادي، برامج الإذاعة الجزائرية وعلاقتها بالواقع الاجتماعي دراسة مقارنة بين القناة الأولى والثالثة، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2003، ص 45.

المقنعة، لقد أرادوا بانسحابهم من الإذاعة أن يعطلوها وراحت الصحافة الفرنسية تكتب في شماتة " أن إذاعتهم ستوقف ولن يستطيعوا تسييرها"⁽¹⁾.

وحسب إدلاء رئيس ومدير الإذاعة والتلفزيون الجزائري "عيسى مسعودي" آنذاك فإن الفرنسيين، لم يكن في نيتهم التعاون معنا بل بلغت الاستفزات أقصى مداها فكانوا يمزقون بلاغات وزارة الأخبار ويوجهون الشتائم إلى المحررين الجزائريين، ولكن رغم ذلك لم يؤثر انسحاب الفنيين الفرنسيين، على سير أجهزة الإذاعة والتلفزيون وقد حققت الإذاعة الجزائرية لأول مرة خطوة كبيرة حيث استمر الإرسال 48 ساعة بدون انقطاع بمناسبة احتفالات أول نوفمبر⁽²⁾.

ب) الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال:

لقد استعادت الإذاعة والتلفزيون الجزائري، سيادتها في 30 أكتوبر عام 1962م⁽³⁾ حيث بدأ الهيكل البشري والجزائري يبرز كفاءاته التقنية والإدارية رغم قلة الخبرة العلمية، إلا أن الغيرة الوطنية والتفاني في العمل كان شعارا إنتاجها الإذاعي إلى غاية السبعينيات وقد بدأ اهتمام السلطات بتوسيع شبكة الراديو بعد سنة 1966م وكانت الإذاعة الجزائرية لا تسمع قبل هذه السنة إلا بصفة ضعيفة على الموجة المتوسطة، في شمال البلاد فقط فانصب الاهتمام أولا بتوسيع شبكة الراديو فأنشئت في سنة 1966م محطتان جديدتان للإرسال الأولى "بعين البيضاء" قرب ولاية "قسنطينة" والثانية قرب مدينة "وهران" وكانت ترسلان على الموجة المتوسطة بقوة 500 كيلو هرتز فأصبح الراديو يسمع من جميع مناطق شمال البلاد بصفة مرضية.

وفي سنة 1970م أنشأت محطة على الموجة الطويلة قوتها 1000 كيلو هرتز ومحطة أخرى أقوى "ببوشاوي" على الموجة القصيرة، المجهزة بأجهزة الإرسال ثم أنشأت راداران جامعان للراديو والتلفزيون "بقسنطينة" و "وهران"⁽⁴⁾ وهذه الجهود جعلت الإذاعة تسمع في جميع التراب الوطني، هذا إلى جانب انتشار استعمال أجهزة الاستقبال وجعلها في متناول جميع الناس فأقامت الدولة سياسة مركزة أولا على استيراد هذه الأجهزة مع تحديد سعرها ففي سنة 1968م كان يوجد بالجزائر حوالي 1300.000 جهاز راديو وفي سنة 1971م مليونان جهاز للراديو وحوالي 200.000 جهاز للتلغراف وقد كانت

¹ - عواطف عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 40.

² - خيرة بغدادي، مرجع سابق، ص 46.

³ - عواطف عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 40.

⁴ - خيرة بغدادي، برامج الإذاعة الجزائرية، مرجع سابق، ص 47.

ميزانية المصالح المختصة بالثقافة والإعلام ضعيفة بالنسبة للنشاطات الأخرى وبدأت تتحسن هذه الميزانية بعد سنة 1988م فكانت توزع على وسائل الإعلام بنسبة تفوق 50% لصالح الراديو والتلفزيون ففي سنة 1974م كانت إعانة الدولة للراديو تفوق 70% من مجموع الإعانات⁽¹⁾.

ثانيا: الإذاعة المحلية في الجزائر

بعد قرار جويلية 1986 المتعلق بإعادة هيكلة المؤسسات الوطنية بمثابة القرار الذي يؤكد على استقلال المؤسسة الوطنية للإذاعة، وبعد خطوة تحرر أضخم ثاني مؤسسة إعلامية في الجزائر، بحيث ترتب عنه "تعددية سياسية"²، أفضت إلى تشكيل الأحزاب السياسية وقوى المجتمع المدني، وبالتالي تعددية إعلامية، فأصبحت السلطة الجزائرية تنظر للمجتمع من منظور تعدد الأفكار والآراء، في المقابل فرض عليها إيجاد الطرق والوسائل التي تعبر بها كل فئة أو شريحة عن رأيها، وهذا ما أكدته دستور فيفري 1989 المقر بالتعددية الإعلامية.

فبمقتضى المرسوم رقم 150/86 تم وضع المؤسسة الوطنية الأولى للإذاعة الصوتية (ENRS) وأيضا المؤسسة الوطنية لتلفزيون (ENTV)، وكذا المؤسسة الوطنية لإنتاج السمعي البصري (ENPA)³.

بحيث تنص المادة الأولى من القانون على إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصبغة اجتماعية ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تسمى "مؤسسة الإذاعة الوطنية" أما المادة الثانية فتتص على وضع المؤسسة تحت وصاية وزير الإعلام، مع احتكارها للبلث الإذاعي في كافة التراب الوطني⁴.

ورغبة في فك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق الداخلية، من أجل التنمية المحلية، وضرورة حماية الثقافات، خصوصا مع زيادة "الغزو الثقافي" للجمهور المحلي، استدعي فتح قنوات اتصالية تعمل

¹ - خيرة بغدادي، مرجع سابق، ص 47.

² عبد الوهاب الكيالي وآخرون، الموسوعة السياسية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1990، ص 768. 138.

³ بن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعات المحلية ودورها في تحديد توجهات الرأي العام، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2017/2016، ص 51.50.

⁴ نور الدين توتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط 1، 2008، ص 127.

على ترسيخ القيم الثقافية المحلية الأمر الذي دفع بالقطاع السمعي إلى إقامة شبكات إعلامية متعددة تمثلت في إقامة محطات إذاعية محلية في عدة ولايات في القطر الجزائري، إلى أن أصبحت تغطي اليوم كافة التراب الوطني فيما كان المواطن في المناطق النائية يعاني من التهميش، فصدر قانون الإعلام سنة 1990، الذي أكد حق المواطن في الإعلام، مما فتح المجال لإنشاء إذاعات محلية تلبي احتياجات الفرد المحلي¹.

اختلفت التواريخ نشأة الإذاعات المحلية في الجزائر وهناك من حاولت ربطها بإذاعات الاحتلال الفرنسي للجزائر "1924-1962"، وهناك من ربط ظهورها بالإذاعة السرية للثورة الجزائرية "1956-1962"، وهناك من يربطها بالبث الجهوية الذي كان مع ميلاد برنامج "مغرب الشعوب" سنة 1975 ومنه من ذهب إلى أن ظهور أول إذاعة محلية سنة 1990 بإنشاء إذاعة "التكوين المتواصل" و"إذاعة القرآن الكريم" في 1991، وإذاعة البهجة سنة 1992.

وهناك من يعيد الفضل بظهورها إلى الكاتب الروائي المرحوم "الطاهر وطار" حين تسلم إدارة الإذاعة الوطنية.

وقد اجتمع الباحثين على أن سنة 1991 هو بداية ظهور الإعلام المحلي المسموع في الجزائر بإنشاء الإذاعات التالية:

- ❖ إذاعة الساورة "بشار" 1991/04/20 : تغطي ادرار وتندوف وبشار وكذلك النعامة.
- ❖ إذاعة متيجة "الجزائر" 1991/05/08: وتغطي كل من العاصمة، بلدية، بومرداس وتيبازة.
- ❖ إذاعات الواحات "ورقلة": 1991/05/09 تغطي حاسي مسعود، تقرت، ايليزي، الوادي، المنيعه، عين أمناس وجنوب غرداية
- ❖ إذاعة السهوب "الاغواط" تغطي أجزاء من البيض، ورقلة، الوادي، بسكرة، تيارت.

وعلى هذا الأساس نستطيع أن نقول أن الإذاعات الجزائرية بدأت سنة 1975، كإذاعات إقليمية بحيث كانت الجزائر مقسمة إلى أربعة أقاليم وكل إقليم مقسم على مجموعة من الولايات، وتغطي الإذاعة هذا الإقليم والولايات التي تنشأ فيها الإذاعة المحلية تغطي فيها الولايات المجاورة لها، والتي لا

¹ زهير إحدادن، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 1989، ص108.

تملك الإذاعة المحلية مما أدى فيما بعد إلى التداخل في الموجات داخلا لولاية الواحدة بحيث يمكن التقاط أكثر من إذاعتين، وأدى إلى ضعف التقاط الإذاعات الوطنية ودفعت التعددية الإعلامية في مجال الصحافة سنة 1989 بالكثير من الخواص إلى التفكير في إنشاء إذاعات محلية¹.

وحتى يغلق المجال أمام التعددية السمعية البصرية رفضت الحكومة الاعتماد، وشجعت الإذاعة الوطنية الإذاعات المحلية دون أن توفر أي قانون لذلك.

وتم في سبتمبر 1993 إنشاء مديرية تنمية الإذاعات المحلية وقدم رئيس الحكومة في أكتوبر 1994 أول برنامج لإنشاء محطات إذاعية محلية واصفا الأولوية للمناطق الحدودية.

وعند القراءة متأنية لتطوير الإذاعات خلال السنوات 1991-2012 تبين أن العشرية الأولى من 1991 إلى 2001 عرفت ميلاد 21 إذاعة بالرغم أن هناك أعوام لم تنشأ فيها إذاعة واحدة بسبب العنف الذي كان يسود في الجزائر وخاصة السنوات 1993-1999.

وان العشرية الثانية من 2001 إلى 2012 عرفت ركود في بعض السنوات كانت، وارتفاعا في السنوات الأخرى، وهو ما يدل على غياب سياسة إعلامية تعني بالشأن الإذاعي المحلي ويبرز المنافسة بين الولايات²، والجدول التالي يمثل الإذاعات المحلية في الجزائر: موجود في الملاحق³.

المطلب الثالث: خصائص ومميزات الإذاعة المحلية

أ- خصائص الإذاعة المحلية:

تعتبر الإذاعة المحلية أحد روافد الإعلام المحلي، الذي ينبثق من بيئة معينة ومحدودة ويوجه إلى جماعات مرتبطة ببعضها البعض، وتتميز الإذاعة المحلية بخصائص وإمكانيات جعلتها من أهم وسائل الإعلام الجماهيرية، ناهيك عن الخصائص التي تتميز بها الإذاعة عموما، كسعة الانتشار

¹عبد العالي رزاقى وعبد الرحمان رشاد، دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع المحلي، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2012، ص44.

²نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص140.

³عبد النور قاسميه، دور الإعلام الجوّاري في التنمية المحلية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال المدية، الجزائر، 2011، ص25.

والسرعة في نقل الكلام من جهاز الإرسال إلى جهاز الاستقبال، كما أن موجات الإذاعة تستطيع أن تتخطى العقبات التي تمنع أكثر وسائل الاتصال الأخرى من القيام بوظائفها فالاتصال الإذاعي لا يحتاج إلى وسيط والرسالة الإعلامية تصل مباشرة من المذيع إلى المستمع¹، والإذاعة المحلية كوسيلة إعلامية لها خصائص تتمتع بها عن غيرها من الأنماط المحلية الأخرى نذكر منها:

- ❖ القدرة على تشكيل الوجدان النفسي للمستمعين، فالبرامج الصباحية تهيئ لليقظة والعمل والتفائل وبذلك توجد حوار إيقاعيا لاستقبال يوم جديد، وبرامج السهرة تتميز بالترفيه والإمتاع.
- ❖ الجمهور المستهدف لإذاعة المحلية هو جمهور مجتمع محلي، محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعة القومية والإذاعات الدولية².
- ❖ الإذاعة المحلية كوسيلة إعلام جماهيرية تستطيع أن تغير جذريا مفاهيم الزمان والمكان والجمهور والسرعة، فهي بسبب إمكانياتها وخصائصها التكنولوجية تستطيع الوصول إلى أماكن واسعة تستطيع أن تخاطب الجميع حتى الأميين منهم³.
- ❖ سرعة الانتشار حيث أن الاتصال الإذاعي المسموع لا يتطلب خصائص معينة لمستقبله مثل القراءة والكتابة كما في المطبوعات وارتفاع المستوى الاقتصادي.
- ❖ يتميز الراديو بما يقوم به من دور فعال في تحديد خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود.
- ❖ لا يحتاج سماع الراديو إلى جهد وتعب، كما هو الحال لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون⁴.
- ❖ يعتبر الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية من بين جميع وسائل الإعلام لذا يطلق عليه أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال الوسيلة العمياء ويخلق الصوت العنصر الوحيد الذي تتكوّن وتشكل منه اللوحة الإذاعية مسرحا خياليا للمستمع.

¹ نوال بومشطة، ترتيب الأولويات في أخبار الإذاعة المحلية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2014، ص 23.

² طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 180.

³ إسماعيل سليمان أبوجلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 141.

⁴ فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية، 2012، ص 122.

❖ يمكن للمستمع أن يستمع إلى الراديو في أي وقت وفي أي مكان ويتخطى الراديو حدود الزمان والمكان.

❖ كما يعتبر أيضا بأنه الوسيلة الوحيدة التي تناسب المستويات الثقافية المنخفضة خاصة الأميين، هي وسيلة الاتصال الوحيدة التي لا يمكن وقفها.¹

حيث تعتبر الإذاعة من الوسائل الحارة وفقا لتقسيم "ماكلوهان" للوسائل، لأن العناصر الإعلامية الإذاعية أقل تهيكلًا في بنيتها من العناصر الإعلامية التلفزيونية، مما يعطي مجالًا للتخييل والتصور والتفكير.

ومما سبق قوله والإشارة إليه، يمكننا أن نخرج بنتيجة هامة وهي: أن الراديو قد تربع على عرش وسائل الاتصال الجماهيري، باعتباره الوسيلة الأكثر تأثيرًا، والأكثر شعبية، والأكثر انتشارًا، لكن العديد من متغيرات العصر بدأت تواجهه وتهدد مكانته من الجذور، وكان من الممكن أن يختفي الراديو من حياتنا أمام ضغط متغيرات العصر التي خلقها ذلك التقدم التكنولوجي المذهل في مختلف المجالات.²

يعتبر الفن الإذاعي فنا وجدانيا عاطفيا وهي سمة تنبعت لها الحكومات في العديد من الدول لإثارة المشاعر الشعبية، خاصة أثناء الأزمات والحروب فتسعى لتعبئة الرأي العام بالأناشيد الوطنية والحماسية والنشرات الإخبارية المتلاحقة والتعليقات السياسية الساخنة. كما لا يحول سماع الراديو دون القيام المستمع بأنشطة مختلفة في الوقت ذاته، الإذاعة ليست تقارير عن أشياء حدثت في الماضي وإنما هي تقدم الأحداث فور وقوعها.

بالإضافة أن كلفتها المادية متدنية جدا إذا ما قورنت بغيرها من وسائل الإعلام الأخرى، لذلك نجدها الأكثر شعبية من بين وسائل الإعلام عند دخولك لمنزل أحد القرويين الفقراء فإنك قد لا ترى إلى أي شيء يمت للتكنولوجيا بصلة سوى المذياع أكثر ملائمة للمستمعين المترتبين والمحافظين بشكل عام لأن المستمع لا يشاهد الصور والحركات فهو يتعرض للصوت فقط.³ بالإضافة إلى كل هذا فإن

¹ ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 1982، ص 13.

² عبد المجيد شكري، الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم، نظرة مستقبلية للقرن الواحد والعشرون، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص 30.

³ صالح خليل الصقور، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012، ص ص 69، 70.

الإذاعة تحقق ميزة هامة للمعلنين وكتاب النصوص الإشهارية وهي فورية النص الإشهار، حيث يكون الوصول إلى المستمع في أي مكان وبأسرع وقت ويمكن تغيير النص لإشهار في الدقائق الأخيرة من توقيت الإذاعة مما يعاد في ترويج المواسم الربيعية مثل المعارض¹.

كذلك تعتبر الإذاعة وسيلة الاتصال الوحيدة التي لا تتمكن من استخدام العين، وإذن فهي وسيلة الاتصال الجماهيري الوحيدة التي يمكن لها أن تفيد الجمهور النشط، أي الذي يقوم بأي شكل من أشكال الحركة والفعل والنشاط، ولذلك تصبح الإذاعة رمزا لوسيلة الاتصال الجماهيري التي تنافس أية وسيلة أخرى تحاول اجتذاب انتباه الجمهور كما يصبح دور الإذاعة هو الرفيق الدائم².

ب- مميزات الإذاعة المحلية:

❖ ميزة الآنية: هذه الميزة في الإذاعة تجعلها الوسيلة الأولى لمتابعة الأحداث، لأن التداعيات الأمنية والحدث الأمني فيه قوة وجاذبية، وبفرض التشويق والترقب فإن الإذاعة لديها كل الإمكانيات لنقل الحدث.

❖ ميزة اللغة: تتحدث الإذاعة المحلية بلغة الجمهور المستهدف وتخطبه بها، وقد تظهر فيها أيضا لهجة سكان المنطقة المستهدفة³ وهذا لتوصيل الفكرة للجمهور المستهدف وفهمها سواء كان الجمهور أمي أو متعلم.

❖ ميزة الجمهور المستهدف: جمهور الإذاعة المحلية هو جمهور مجتمع محلي بعينه، محدود من حيث العدد مقارنة بجمهور الإذاعات القومية أو الإذاعات الدولية، فقد ذكرنا في تعريفنا للإذاعة المحلية أنها موجهة إلى جمهور محدد في منطقة جغرافية محددة أو منطقة مستهدفة.

❖ ميزة المضمون: مضمون المواد التي تقدمها الإذاعة المحلية نابع ومستمد من المجتمع المحلي بمكوناته وعاداته وتقاليده، حيث يسعى إلى تلبية ميول وأهواء أفراد هذا المجتمع، ويلبي حاجاتهم المختلفة، ويقرب أيضا من مشاكلهم.

¹ فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، مرجع سابق، ص 124.

² سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري في المجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996، ص 135.

³ طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، مرجع سابق، ص 305.

المبحث الثاني: أساليب واستراتيجيات الاتصال لإقناعي في الإذاعة

المطلب الأول: إستراتيجيات الاتصال الإقناعي

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

(أ) الإستراتيجية السيكوديناميكية:

إن الاتصال الإقناعي هو شكل من أشكال الاتصال التي بمقدور الفرد معرفة قوة أدائه ومدى وصوله إلى أهدافه، إذ ينطلق من التعديل الواقعي لسلوكه، باعتباره الهدف الذي يسعى إليه القائم بالاتصال.¹

إن هذه الإستراتيجية تنطلق من افتراض أساسي هام السلوك البشري مصدره داخلي، أي ينطلق من الاستعدادات النفسية للفرد إذ يوجب عن حالات معينة، فهو إما يكن ناتجا عن دافع داخلي في النفس البشرية وسعيا منها إلى إشباع حاجة معينة.

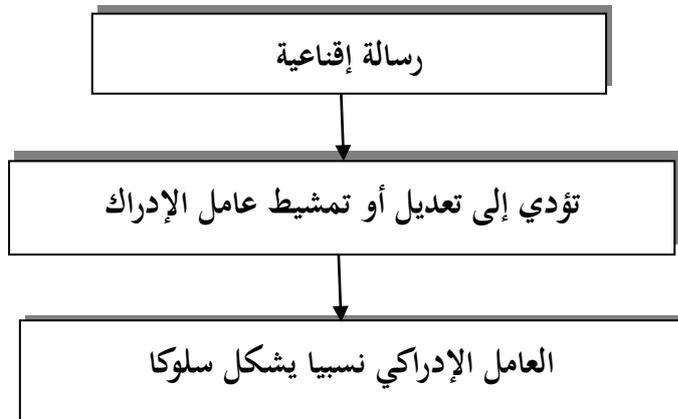
إذا تعتمد هذه النظرية على عامل النفسي المحرك لسلوكيات الأفراد إذ على المرسل أن ينتقل منه إذا أراد أن يحدث عملية الإقناع على المتلقي، أي أن استشارة الجوانب الانفعالية والعاطفية فيه وتوظيفها بالشكل الذي يمكن معه للفرد الممارس عليه من مسار أفكار المرسل أو على الأقل التجاوب معها إنجابيا، إذ على المرسل أن يدرك جيّدا هذه العناصر إما كعوامل مساعدة على الإقناع أو معوقاته،² وتمثل هذه النظرية من خلال المخطط التالي:³

¹ ميلفينديفلر وساندر بول روكتش، مرجع سبق ذكره، 1994، ص 377.

² عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته التطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 51.

³ سهير جاد، وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003، ص 32.

الإستراتيجية السيكو ديناميكية للاتصال الإقناعي



الشكل رقم: 01

إن هذه الخطة تندرج مكانها في مجال الإشهار إذ لا بد على المعلى بدراسة السوق، حيث يدرس تقنية الزبون ودوافعه، حاجاته، ومرتكزات اتخاذ القرار لديه، فهي مفتاح الوصول إليه وإقناعه بأن المنتج (س) هو المنتج الذي يلي رغباته النفسية.

أ) الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية:

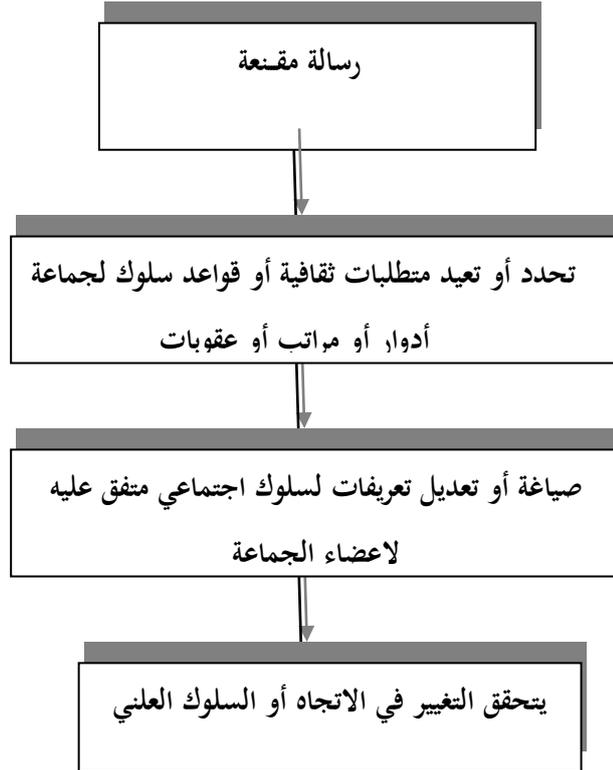
تنطلق هذه المقاربة من كونها أن ليست كل أفعال الإنسان صادرة عن قوة داخلية حيث يرى (ميلفنديلفر) و(سندرا روكيتش) أنه: "بينما تقوم الفرضيات الأساسية لعلم النفس على فكرة أن السلوك تتم السيطرة عليها من الداخل، فإن العلوم الاجتماعية الأخرى تفترض أن قدرا كبيرا من السلوك الإنساني تشكله قوى من خارج الفرد، ويؤكد علم دراسة المجتمعات البشرية على التأثير القوي لثقافة على السلوك، ويشير علماء الاقتصاد إلى تصرفات موضوعية غير شخصية لسياسات والاتجاهات النقدية..."¹

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

¹ سهير جاد، مرجع سابق، ص 42

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

الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية للاتصال الإقناعي



الشكل رقم : 02

إذا هنا على المرسل أن يرسم توقعات اجتماعية متضمنة في النظم الاجتماعية التي تشكل دوافع للأفراد في التفاعل مع جماعة معينة فالأسرة ومجموعة الرفاق وجماعة الانتماء والمدرسة إلى جانب المؤسسات الاجتماعية الأخرى تمارس نوع من الضغوطات التي تعمل على ضبط سلوكه وتوجيهه في الاتجاه الذي لا يتعارض مع ما يمتلكه وما يتلقاه من معلومات تتشكل في الأخير شخصيته.¹

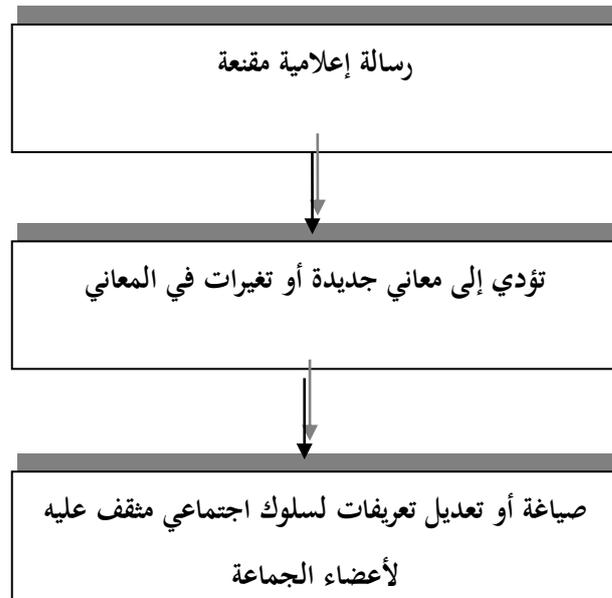
¹ عامر مصباح، مرجع سابق، ص 53

ج) إستراتيجية بناء المعاني:

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

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

إستراتيجية إنشاء المعاني:



الشكل رقم: 03

إذا فالمستشهد من الإقناع سواء كعملية أو إستراتيجية هو السلوك الذي نحاول إمّا تبنيه أو تعزيزه أو تغييره من خلال خطة معينة تفرضها طبيعة الموضوع المعالج والظرف الذي تتم فيه العملية فيما يصلح للموضوع قد لا يصلح الآخر.

المطلب الثاني: أهمية الاتصال الإقناعي في الإذاعة

إن جميع وسائل الإعلام لا تخلو عمليتها من الإقناع حيث يعتبر الاتصال الإقناعي، عملية تفاعلية بين المرسل والمتلقي في الإقناع يستهدف تأثير في الوجدان المتلقي وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه مما يحقق هدف القائم بالاتصال، وهذا لتقديم رسائل مخططة عمدا لاستنباط أشكال معينة من جانب جماهير المستمعين.¹

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

وقد أدى تطور أدوات التعبير من خلال وسائل الاتصال الجماهيري، من صحافة وإذاعة وتلفزيون إلى تحقيق الهيمنة على الجماهير وأصبح النفوذ اللغوي الإعلامي سلاحا حاسما في الإقناع بالأفكار المختلفة والترويج لها.

فالإذاعة لا تخلو موضوعاتها من أساليب الإقناع المختلفة، سواء تعلق الأمر بالمواد الصحية أو الاقتصادية كترشيد المستهلكين والمواضيع السياسية وغيرها، ولعل الحملات الإعلامية خير مثال على ذلك لأن رسائلها معدة خصيصا للإقناع، حيث أصبح التوفيق في اختيار اسم تجاري مناسب لكل سلعة له تأثير ملموس على انتشارها وتفضيلها على السلع المنافسة التي لا تختلف في واقع الأمر كثيرا أو قليلا عنها في مكوناتها الأساسية، وأصبح الإعلام يسعى إلى ربط السلعة بأفراد محبوبين أو وجه نشاط جذابة حتى يقدم الناس على شرائها.²

مهما كانت فكرة الإعلان فإنما يزيد فاعليتها هي أساليب الإقناع من طرف المذيع أو المقدم حيث يلعب دورا مهما في الإقناع كرفع الصوت، وانتقاء الألفاظ القادرة على الإثارة، والإمام بالشيء وهذا من خلال معرفة طبائع النفوس وعواطفها ويعلم ما يثير وما يرضي وما يغضب المجتمع.

¹ ميلفينديفلر وساندرا بول روكتش، مرجع سابق ن ص 376

² جيهان أحد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص 12.

المطلب الثالث: الأساليب الإقناعية في الإذاعة

الإذاعة والتلفزيون تقدمان كل يوم ساعات طويلة من الأخبار المنوعة والبرامج لتسعى من خلالها لكسب أكبر عدد من المستمعين والمشاهدين وذلك بتحقيق رغباتهم وهواياتهم وتطلعاتهم الثقافية وإشباع اهتمامهم الفكري وتحقيق ألوان من التسلية والإمتاع إلى جانب الإقناع.¹

وأساليب الإقناع في الإذاعة تأخذ اتجاهين، أحدهما يخص المذيع أو المقدم، والآخر يخص المواد المذاعة، حيث يلعب صوت المذيع دوراً مهماً في إقناع، كرفع الصوت عند الاستفهام والتعصب وانتقاء الألفاظ القادرة على إثارة مناظر حية بأكملها في ذهن المستمع.

كما من الأساسيات الإقناع في المواد الإذاعية علماً مقدماً بنفسية المستمعين الذين يوجه إليهم حديثه، والسبيل بذلك الإمام بالشيء من علم النفس الاجتماعي كما يتعرف على طبائع النفوس وعواطفها، ويعلم ما يثير المجتمع أو يهدئه، وما يرضيه أو يغضبه، واقتناع المذيع مما يقوله يعكس إقناع المستمع.

الإستimalات الإقناعية في الإذاعة:

الاستمالة: هي العملية التي تقوم بها التأثير على الآخرين عن طريق استخدام مختلف الأدلة والشواهد والأمثلة والبراهين والنوازع النفسية والميول والرغبات لتقبل ما نقدم من أفكار وآراء أو للقيام بعمل معين أو تكوين اتجاهات محددة.²

إن نجاح عملية الإقناع يجب أن تتم بشكل مخطط مدروس، فإن تم بصورة عشوائية فيمكن ضمان نجاحها بصورة كاملة ولو أنها نجحت بالمصادفة، ولكي يتم تحقيق الهدف المنشود للعملية الإقناعية توجد ثلاثة أنواع أساسية من الإستimalات هي:

1 - إستimalات عقلانية: وتعتمد على مخاطبة العقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتفنييد الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة وتستخدم في ذلك:

¹ عبد الله الغوشن، كيف تقنع الآخرين، دار العاصمة لنشر والتوزيع، الرياض، 1996، ص 62.

² محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 260.

- الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.
- تقديم أرقام وإحصائيات.
- بناء نتائج على المقدمات.
- تقديم وجهات النظر الأخرى.

1- الإستمالات العاطفية: تستهدف التأثير في وجدان المتلقي من انفعالاته وإثارة حاجته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال فهناك بعض الجماهير يمكن إقناعها من خلال التأثير العاطفي عليها، حيث يكون الأثر النفسي عاليًا وبالتالي يكون المتلقي أكثر تهيئًا وقبولًا بالأفكار التي تعرض عليه، ويعتبر التأثير العاطفي من الأكثر الإستمالات التي يمكن الاعتماد عليها في حالة المثقفين ثقافة عالية.¹

تعتمد الإستمالات العاطفية ما يلي:

استخدام الشعارات والرموز:

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

الرموز: فهي خلاصة التجارب الإنسانية، وهي أساس التفاهم بين الأفراد لأن لها مدلول عام ومتفق عليه، بين أفراد الجماعة، وكل حضارة رموزها العامة التي تأسس خلفية والإطار المرجعي لمدلولات التفكير، لدى كل فرد من أفراد الجماعة، وتتجلى في شكل المعتقدات الأساسية المطلقة، أما عن معنى هذه الرموز فهي تستقي من "الثقافة السائدة، والتراث الشعبي، والقيم الإنسانية، والتراث الديني"²

¹- عبد الله الغوشن، مرجع سابق، ص 68

² محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 262.

استخدام الأساليب اللغوية: مثل التشبيه الاستعارة، الكناية، وكل الأساليب التي شأنها تقريب وتحديد وجهة النظر القائم بالإقناع.¹

دلالات الألفاظ: تستخدم دلالات الألفاظ كأساليب لتحريف المعاني إن استخدام كلمة أو فعل أو صفة محملة بمشاعر معينة قد تكون سلبية تظفي نوعاً من الرفض على الاسم والفعل المصاحب لها مثل استخدام صفات أو أفعال.

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

ويرى الدكتور محمد يوسف أن دلالات الألفاظ هي من أساليب تحريف المعنى اعتماداً على الألفاظ المستخدمة، ويمكن تطبيق ذلك من خلال كلمة أو صفة أو فعل وتكون محملة بمشاعر معينة، قد تكون سلبية تظفي نوعاً من الرفض على الاسم أو الفعل المصاحب لها، وقد تكون إيجابية ويلاحظ أن بعض هذه الألفاظ في أصلها اللغوي محايد كلفظ ادعى إلا أن معايير الكم هو ما جرى العرف عليه في استخدام اللفظ، وهو ما يطلق عليه علماء اللغة الحقيقة المعرفية للفظ.²

استمالة التخويف:

يشير مصطلح إلى مضمون الرسالة التي يشير بها إلى نتائج الغير مرغوب التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي أو قبوله لتوصيات القائم بالاتصال، وسوف تنشط أمثال تلك الإستمالات درجة معينة من التوتر العاطفي، تزيد أو تقل وفق مضمون الرسالة، وكثيراً ما تلجأ وسائل الإعلام الجماهيرية إلى استخدام الرسائل التي تثير خوف المتلقي بهذا الشكل وكثيراً ما تخيف الناس من الأمراض الخبيثة حتى يسارعوا بعرض أنفسهم على الطبيب في الوقت المناسب.³

¹ نزيهة حانون، أساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، رسالة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، 2007-2008 ص39.

² يوسف محمد، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والإلكترونية، دار الكتاب الحديث، ط2، القاهرة، 2013، ص 574.

³ جهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص 465.

خلاصة الفصل:

إن أهم ما يمكن استنتاجه من هذا الفصل أن التطور الذي عرفته الإذاعة كوسيلة اتصال وإعلام، جعلها تصبح مؤسسة هامة في المجتمع لما تتميز به من خصائص ومميزات، فهي تخاطب الجمهور بشكل عام. فالإذاعة المحلية فهي تختلف في المضمون الإعلامي لأنها تعالج وتتطرق لقضايا منطقة محدودة الرقعة، أي أن نمط عيش المجتمع المحلي وثقافته تنفرد بها داخل المجتمع الكلي.

الفصل الثاني: حوادث المرور والتوعية للحد منها

المبحث الأول: حوادث المرور والتوعية المرورية

المطلب الأول: مفهوم حوادث المرور والتوعية المرورية

المطلب الثاني: أسباب حوادث المرور والآثار الناجمة عنها

المطلب الثالث: أهمية التوعية المرورية والهدف منها

المبحث الثاني: إحصائيات حوادث المرور والتدابير الوقائية للحد منها

المطلب الأول: إحصائيات حوادث المرور

المطلب الثاني: دور رخصة السياقة بالتنقيط في الحد من حوادث المرور

المطلب الثالث: التدابير الوقائية للحد من حوادث المرور.

مقدمة الفصل:

تعد حوادث المرور وما نتج عنها من خسائر بشرية ومادية من أهم المشكلات التي تواجه المجتمع، نظرا لحجم هذه الخسائر وتأثيرها السلبي، مازالت حوادث المرور في الجزائر خاصة ودول العالم عامة ونتائجها من الجرحى والوفيات وأثارها الاجتماعية والاقتصادية الهدامة على الأرواح والممتلكات من أهم ما يشغل بال العديد من المسؤولين والمواطنين على حد سواء، فلا يكاد يمر يوما إلا وتطلعنا الأخبار من إذاعة وصحف أو التلفزيون على حوادث المرور التي تحصد الأرواح إلى يومنا هذا، وقد فصلنا الفصل الثاني الذي هو بعنوان حوادث المرور والتوعية للحد منها إلى مبحثين المبحث الأول تطرقنا فيه حوادث المرور والتوعية المرورية، والمبحث الثاني والمبحث الثالث تطرقنا فيه إلى حوادث المرور والتدابير الوقائية للحد منها.

المبحث الأول: حوادث المرور والتوعية للحد منها

المطلب الأول: مفهوم حوادث المرور والتوعية المرورية

أولاً: مفهوم حوادث المرور:

يمكن تعريف الحادث المروري بأنه كل واقعة تنجم عنها وفاة أو إصابة أو خسارة في الممتلكات بدون قصد، وبسبب المركبات أو حملتها أثناء حركتها ويدخل ضمن ذلك حوادث الاحتراق أثناء حركة المركبة أو ما يحدث فيها أثناء سيرها مما ينتج عنه إزهاق في الأرواح أو إصابات في الأجسام وخسائر في الممتلكات، ويستثنى من ذلك الحوادث المعتمدة حيث تعد من الجرائم وكذلك ما يحدث فيها أثناء وقوعها في الأماكن المخصص لوقوعها.

ثانياً: مفهوم التوعية المرورية:

يعني بها تنمية قدرات الجمهور وشمول مهاراته في الاستعمال الأمثل لطريق سواء أثناء سيطرة المركبات كالأمثل إلى الإشارات واللوحات، والالتزام بأولويات المرور وترك مسافة الأمان، أو أثناء السير مترجلاً مثل المشي على الرصيف والتقيد بقواعد الطريق، أي التدريب على تطبيق ما تلقاه من معارف نظرية تطبيقاً سليماً أثناء استعمال الطريق.¹

التوعية المرورية تعني حالة اليقظة حيث تتمثل في مجموعة من الأنشطة العقلية تعكس درجة من درجات الانتباه والفهم التلقائي لمجموعة من الأفكار، ومعنية على الإدراك باختلاف درجاته للقضايا التي تحيط به.² كما لها عدة خصائص تتميز بها، نذكر على سبيل المثال:

الاستمرارية: استمرارية ثقافة المرور هي مرهونة باستمرار عملية التوعية المرورية.

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

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

² عبد الله الحامد الله خلف، دور أفلام التوعية في رفع مستوى الوعي المروري، رسالة ماجستير، مرجع سبق ذكره، ص 59.

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

الشمولية: فهي تشمل مختلف القيم المرورية وتستهدف الوصول إلى جميع الشرائح الاجتماعية.

التكامل: إن الاهتمام بخلق ثقافة التوعية المرورية يعني التأكيد على مختلف الأطوار المعنية بالسلامة المرورية الهندسية، البشرية، والقانونية والعمرانية، وهذا راجع لتكاملها في التوعية المرورية كما يتسع هذا التكامل ليشمل الاهتمام بمختلف جوانب المشكلة المرورية الاقتصادية والنفسية والاجتماعية.¹

المطلب الثاني: أسباب حوادث المرور والآثار الناجمة عنها

أولاً: أسباب حوادث المرور:

تتسم الأسباب الخاصة بحوادث المرور بالتعدد والتداخل، منها الأسباب الخارجية وهي تلك التي ترجع إلى الإنسان بصفة مباشرة، وربما لا يكون له أي علاقة أساساً، ومن الأسباب التي تتعلق بالإنسان مباشرة سواء كان سائق أو عابر طريق، وعموماً فإن أغلب المؤلفات والدراسات المرورية مثل دراسة ألكامدي سنة 1999، التير وزملائه، العتيبي، سنة 1997 ن حددت أسباب حوادث المرور إلى عناصر رئيسية هي:

أ) الأسباب المباشرة:

الإنسان، الطريق، المركبة وقد يكون سبب الحادث أحد العناصر الثلاثة أو تداخل واحد أو اثنين من العناصر التي تؤدي إلى وقوع الحادث أو تشترك العناصر الثلاثة في ذلك، وسوف يتم فيما يلي عرض دور كل عامل من العوامل السابقة في وقوع الحادث المروري

1/السائق: هو كل شخص يقود المركبة أو حيوان من حيوانات الجر أو التحميل أو الركوب.

¹ المكتب العربي للإعلام الأمني، دور وسائل الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث الطرقات، إعداد المكتب العربي، ص13

وقد عرفه بدران بأنه الشخص الذي يتولى تسيير المركبة وقيادتها والإمساك بمقود حيوان الجر. يعتبر سائق السيارة محور مشكلة المرور فما من حادث مروري يقع إلا وواحد من أطرفه سائق أو أكثر من سائقي السيارات، فحتى إذا كان الخلل في السيارة أو في الطريق أو خلل في تصرفات المشاة أو بعض السائقين على الطريق.¹

أنواع السائقين: قسم علماء النفس المروري السائقين إلى أربع مجموعات
المجموعة الأولى:

السائق العادي: وهو السائق الذي يتحاشى الوقوع في الحوادث، وتنقصه الخبرات الفنية في القيادة.

المجموعة الثانية: السائق الذي يعتقد أن القيادة إحدى الهويات التي يمكن عن طريقها إثبات وجوده.

المجموعة الثالثة: السائق فاقد الثقة المضطرب نفسياً.

المجموعة الرابعة: السائقين المعتدلون والذين يتصفون بالاستقامة في سلوكهم وتقديرهم للمسؤولية.²

2/ المركبة:

تعتبر المركبة عنصر من عناصر الأساسية المكونة للحوادث المروري والمركبات ليست على شكل واحد أو نوع واحد، وإنما هي مختلفة الأشكال والأحجام.

وقد عرف نظام المرور المركبة بأنها كل وسيلة نقل أو جر ذات عجلات، تسيير بقوة الآلة أو الكهرباء أو الحيوانات على الطريق، ويدخل هذا في المعنى السيارات والجرارات والمقطورات والقطارات والدراجات والعربات باستثناء تلك المعدة لسيير على الخطوط الحديدية.

¹عبد الله صالح المتحرش، خصائص الإجراءات الوقائية إزاء حوادث المرور المتعلقة بقيادة صغار السن في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية 2003 ص24.

²عبد الله ناصر المتحرش، مرجع سابق، ص25.

المركبة عنصر من العناصر المسببة لحوادث المرور: إن للمركبة دورا في وقوع نسبة من الحوادث المرورية، فقد يعزى وقوع الحادث المروري إلى وجود عيب أو خلل في المركبة، كما إن للمركبة دور في خطورة الحادث المروري المتمثلة في نوع الإصابات ودرجة خطورتها. فتجهيزات السلامة بالمركبة تعد من العناصر الأساسية والهامة لضمان السلامة المرورية من حيث الصلاحية والإجراء والفحوصات الدورية وتفقد التجهيزات الفنية من الأنوار والمكابح (الفرامل) ومقود القيادة، وحزام الأمان ومسند الرأس كذلك التقيد بالأحمال المسموح بها وزنا وحجما.

3/ المحيط (الطريق): الطريق عنصر من العناصر المكونة للحادث المروري أو التي هي سببا من أسبابه وللطريق عدة تعريفات منها ما يلي:

لقد عرفه نظام المرور بأنه كل سبيل مفتوح لسير وسائط النقل والجر والمشاة والحيوانات كما عرفه بهاء الدين بأنه كل مكان أعد لسير المركبات أو المشاة أو الحيوانات إذا تم تجهيزه بالتجهيزات اللازمة لخدمة هذه الحركة وتأمينها سواء كان الطريق جزءا من سطح الأرض أو باطنها أو كان مرتكز على سطح الأرض أو قاع البحار أو الأنهار أو يطفو على سطح الماء أو هو المسرح الذي تجري عليه الحركة اليومية لنقل الأشخاص أو البضائع تمثل الطرق بالنسبة لبلد ما بالشرائين لجسم الإنسان، كما أنه يتوقف على جودتها وحسن تخطيطها وإعدادها فعالية تنفيذ خطط الدولة في التحرك نحو أهداف التنمية.¹

ب) الأسباب غير مباشرة:

بعد تناولنا للأسباب المباشرة لوقوع حوادث المرور، نتطرق الآن إلى الأسباب غير مباشرة لحوادث المرور بالجزائر، والمتمثلة في: قلة فعالية التكوين والتدريب على السياقة: إن للمعينة الميدانية التي قامت بها مصالح المراكز المختصة، أثبتت أن طريقة التكوين والامتحانات وتتميز بنقائص كبيرة لها عواقب خطيرة على الأمن المروري، لما أثبتت عددا هائلا من السواق وحتى المحترفين منهم ينقصهم التكوين الكافي والتدريب اللازم لاكتساب المهارات والمعارف الضروريين التي تساعدهم على التحكم في سياقة المركبة.²

¹عبد الله ناصر المتحرش، مرجع سابق، ص 29.

²زكرياء عقاري، دراسة تحليلية لحوادث المرور في الجزائر في الفترة 1970-2010، مذكرة ماستر، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011، ص 46.

قلّة عمليات التوعية: بالنظر إلى أهمية العمليات التوعوية ودورها الفعال الإيجابي في تحقيق السلامة والأمن المروريين، غلا أننا نرى أنه من البديهي أن كل الإجراءات المتعلقة بالتوعية في هذا المجال لا يمكن أن تكون فعالة إلا إذا وضعت في إطار إستراتيجية مدروسة ومرفقة بإجراءات مكملّة في مجالات أخرى.

عدم تنصيب اللجان الولائية: تجدر الإشارة إلى أن النشاط كان ضعيفا وهذا لعدم تنصيب اللجان الولائية التي توكل لها مهمة التحضير للعمليات التوعوية، ودراسة مشاكل السلامة المرورية والتنسيق بين مختلف القطاعات العاملة في مجال السلامة المرورية على المستوى المحلي وبصفة عامة تطبيق وتنفيذ البرامج المسطرة على المستوى المركزي.¹

ومن خلال ما سبق ذكره عن مسببات الحوادث المرورية والتحليل المتعمق لهذه المسببات سواء كانت داخلية أو خارجية، نجد أن الإنسان يمثل العنصر الأساسي والوحيد المسبب لكافة الحوادث المرورية، والأكثر من ذلك أن بعض الأسباب التي تبدو بعيدة الصلة عن الإنسان قبل انفجار إطارات السيارات أو الخلل المفاجئ في الفرامل هي في حقيقتها نتيجة طبيعية لإهمال الإنسان الذي لم يحتاط ويتوقع حدوث مثل هذه الأمور، ويتجنبها بأعمال الصيانة الدائمة والمتابعة الدورية لحالات المركبة، ويتفاوت دور كل عنصر من عناصر الحادث المروري وأهميته النسبية باختلاف درجة النمو والتحضّر في المجتمعات المتخلفة.²

ثانيا: الآثار المترتبة عن حوادث المرور

تعتبر حوادث المرور واحدة من أهم المشكلات التي تستنزف الموارد المادية والمالية والطاقات البشرية التي تستهدف المجتمعات في أهم مقومات الحياة، وهو البشري باعتباره أهم الاستثمارات التي تعول عليها الاقتصاديات الحديثة لأنه القيمة الحقيقية المطلوبة للحفاظ عليها، إضافة إلى ما تحدثه من مشاكل اجتماعية ونفسية وخسائر مادية ضخمة حيث يذكر أن حوادث السير تقتل

¹ يزيد شهلي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، المراقبة التقنية للمركبات ودورها في تخفيض حوادث المرور بالجزائر، 2010-2011، ص18.

² عبد الله ناصر المتحرش، مرجع سابق، ص31.

سنويا أكثر من مليون شخص عبر العالم وتكلف نحو 50 مليون جريح وخسائر مادية بنحو 800 مليار دولار أمريكي حسب إحصائيات منظمة الصحة العالمية.¹

❖ الآثار الاجتماعية:

وهي تتمثل في الخسارة التي تنتج عن خسارة فرد بالنسبة لأسرته وذويه وأصدقائه، وأيضا خسارة المجتمع عندما يكون هذا الفرد منتجا وفعالا، فعندما يكون هذا الفرد عائلا لأسرته فإن خسارة هذه الأسرة تكون فادحة من جراء فقدان راعيها.

يعتبر نظام المرور من الأنظمة الاجتماعية فهو يهدف إلى تسهيل حركة السير وتسهيل حياة الناس وتنقلاتهم، وربط أجزاء المجتمع ببعضها البعض 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 الثروات المجتمعية والمادية والبشرية.

فالآثار الاجتماعية لحوادث المرور تشكل مشكلة اجتماعية لكونها تتجاوز نطاق الفرد الواحد لتصل بنطاق المجتمع عامة فمثلا في ثقافة وفي التزام الأفراد بإتباع النظام والمحافظة على قواعد المرور.²

❖ آثاره على المجتمع: تشكل حوادث المرور جانبا سلبا في المجتمع فهي تعد على المستوى

الأضرار بالإمكانات البشرية عملا 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.³

¹ رحيمة حوالف، التكاليف الاقتصادية والاجتماعية لحوادث المرور بالجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر قايد تلمسان الجزائر، مجلة الباحث عدد11، 2012، ص106.

² محمد موسى محمد مرسي، الوعي لدى الأطفال (المجلة العربية لدراسات الأمنية والتدريس) المجلد 19، العدد 38 جامعة

نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، رجب 1435، ص ص 307 و30

³ أديب محمد حضور، حملات التوعية المرورية العربية، مرجع سبق ذكره، ص54

❖ **آثاره على الأسرة:** تعتبر الأسرة من المؤسسات الاجتماعية التي تؤدي دورا مهما في إطار بناء المجتمع، ووظائفه من خلال تماسكها وأدائها لوظائفها و قيامها بدورها، وإن حوادث المرور تشكل تهديدا لهذا الدور نظرا لما تمثله من عوامل تهدد أحد أفرادها بالموت أو الإصابة أو الإعاقة أو العجز والتي يصبح من خلالها عاجزا عن قيام بدوره وتلبية احتياجات أسرته وبالتالي تشكل عبئا على ميزانية الأسرة وخلالها في بناءها ووظائفها مع من ما يرتبط بذلك من خلل في تلبية احتياجات الأسرة.¹

❖ **الآثار النفسية:** إن ما يسببه الحادث المروري من صدمات نفسية لمرتكي الحادث أو أسرهم أو أقاربهم في حالة الوفاة أو الإعاقة، إنما هو أمرهم خاصة وأن ما يحدث بعد الحادث المروري من آثار نفسية يؤثر مباشرة سلبا على المجتمع، وبالتالي لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نغفل على 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 المعاقين منهم).

❖ **الآثار الاقتصادية:** تعاني أسرة المصاب أو التي يتوفى عائلتها، حيث تفقد موردها الاقتصادي وتضرب أحوالها المادية وكذلك الأسرة التي يصاب عائلها، ويستمر تحت العلاج لفترة طويلة أو تكون هناك إعاقة تحتاج إلى مصاريف علاج مع الانقطاع عن العمل.²

الحقيقة أن مشكل حوادث المرور لها بعد اقتصادي، فقد أثبتت الدراسات والبحوث أن الخسائر المالية الناتجة عن الحوادث المرورية، تقدر بمبالغ مالية كبيرة، حيث يقدر معمل الأبحاث الطرق في بريطانيا أن حوادث المرور تتلف ما يزيد عن نسبة 1% من مجمل الإنتاج الوطني لعدد كبير من الدول خاصة الدول النامية، وهذه نسبة عالية إذا ما قورنت بالوضع الاقتصادي المنخفض لهذه

¹ محمد موسى، مرجع سبق ذكره، ص 308.

² راضي عبد المعطي السيد، الآثار الاقتصادية لحوادث المرور، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 2008، ص 138

الدول، فالأمر يتطلب استرداد البديل لسيارات التالفة وقطع الغيار والمستلزمات الطبية التي تستورد بالعملة الصعبة من الخارج وبالتالي فهي تنهك الاقتصاد الوطني لهذه الدول.¹

المطلب الثالث: أهمية التوعية المرورية والهدف منها :

أولاً: أهمية التوعية المرورية

تتجسد أهمية التوعية المرورية وضرورتها في المرحلة المبكرة في حياة الإنسان "مرحلة الطفولة" فالأطفال في المدارس هم الأكثر استخداماً للطريق والأكثر تعرضاً للحوادث المرورية القاتلة، وهي تؤدي بحياتهم وتسبب لهم إعاقات دائمة بسبب جهلهم وعدم معرفتهم بأبسط قواعد المرور، فالطفل عموماً لديه قدرة كبيرة على الاستيعاب والإدراك، وكلما تلقى قدراً من المعلومات كانت الأكثر رسوخاً وثيقاً وشكلت بالنسبة له سلوكاً دام معه طوال حياته، وهذا يؤكد ضرورة وأهمية التوعية المرورية وإعطائها حيزاً مهماً وقدرًا كبيراً من المناهج الدراسية.²

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

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

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

تساعد الإذاعة على انتشار الرسائل الإعلامية نتيجة قدرتها على مخاطبة جميع الفئات بما يتفق مع ثقافتهم واهتماماتهم فضلاً عن القدرة الإيحائية والخدمة العامة لإشباع حاجات المتعلم، تساعد

¹ المرجع نفسه ص 133

² إسماعيل سليمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، مرجع سابق، ص 114.

إعلام الجماهير (مشاة، ركاب، سائقين) بالقوانين والأنظمة والتعليمات الخاصة بالمرور،¹ كذلك تكمن أهمية التوعية المرورية في تهذيب المفاهيم التي اعتاد عليها الأفراد في مجتمعنا، بحيث تكون نظرتهم بالتقيد بأنظمة المرور وآدابه، ليس على أساس الخوف من العقاب، وإنما الانصياع الذاتي لها لمخالفتها من مخاطر على حياتهم أولاً، لأنها تجاخي السلوك القويم والأخلاق الفاضلة ثانياً، وهي ذات علاقة بمطامحنا للمستقبل لأن يكون المواطنين متعاونين مؤمنين بأهمية تعليمات المرور والأسس التي يقوم عليها الوعي المروري، التي تساعد على نشر أنظمة وتعليمات المرور حتى يصبح العمل شكل تكاملي ما بين الجمهور المستهدف والأجهزة المعنية لتحقيق الهدف المنشود وهو السلامة المرورية لكل مستخدمي الطريق، وتحقيق السلامة المرورية بين أفراد المجتمع، فهي ليست مسؤولية رجال المرور فقط، بل هي مسؤولية جماعية يؤدي رجال المرور فيها وظيفته مشكوراً ولا بد أن يتعاون أفراد المجتمع الحضاري جميعاً ولا يكفي في هذا الصدد بكفاءة من يقود عجلة القيادة فحسب بل لابد من توفر ثقافة عالية، ودراية ومعرفة بوسائل السلامة المرورية بالمحافظة على أرواح ودماء الإخوة المارين والسائقين.²

ثانياً: الهدف من التوعية المرورية

تهدف التوعية المرورية إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية 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 وأهداف وظواهر وتطورات والمشاكل المرورية، وإن من شأن هذه المعلومات أن تتيح للمعني بالمسألة المرورية أن يكون على إطلاع معرفي بوقائع الحياة المرورية لدى الأفراد والمجتمع.

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

¹ أحمد مطهر عقبات، ندوة علمية واقع الحملات التوعوية، دور وسائل الإعلام في نشر التوعية المرورية، جامعة نايف للعلوم

الأمنية، الرياض، 2007، ص 19

² عبد الله الحامد عبد الله الخلف، مرجع سابق، ص 59.

تكوين نسق فكري مروري لدى الفرد والمجتمع فيما يتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية، إن الاقتصار على تقديم المعلومات قد تمكن الفرد من الدراية بما يحدث، 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 وشرحها وتحليلها وإيضاح معانيها ووضعها في السياق العام الذي أنتجها.

ويجب أن يكون واضحاً أن عمليات التفسير والشرح والإيضاح لا تعني إطلاقاً شكلاً ومضموناً وأسلوب التلقين والتعليم والوعظ، بل تعني القراءة المعمقة لهذه الوقائع والتحليل الموضوعي والتفسير العلمي لها، وأن يتم ذلك بأسلوب منطقي مقنع يخدم خصوصية الموضوع.

ولا تهدف التوعية المرورية إلى تقديم عمل إعلامي أو دعائي أو العلاقات العامة، يريد أن يؤثر بسرعة ولفترة قصيرة بل تهدف إلى تقديم عمل إعلامي يقوم على المعرفة والفكر ويخاطب أساس الذهن ويستخدم الإستمالات الذهنية والعاطفية وذلك من أجل أن يشكل أساس التوعية المرورية لها صفة الثبات والاستمرارية.¹

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

فمن الثبات علمياً أن الاتجاهات مكتسبة وقابلة لتغيير ولها صلة وثيقة بالسلوك، لذلك فعلى التوعية المرورية أن تنطلق من هذه الحقائق العلمية لتعرف كيف تقدم المعلومات والأفكار التي نستطيع زرع اتجاهات جديدة أو تغيير اتجاهات قديمة أو تعديلها وهذا يتطلب دراسة علمية لتوعية الاتجاهات وطبيعتها لمعرفة ما إذا كانت هذه الاتجاهات فردية أو عامة، مرتبطة بقيم الجماعة أو قيم الذات وصورة الفرد عن نفسه أو الاتجاهات وظيفية مرتبطة لمصالح والمنافع.....

- تكوين نسق قيمي سلوكي مروري لدى الفرد والمجتمع يتضمن منظومة من القيم المرورية التي تساهم في تحصين الفرد والمجتمع من الإقدام على سلوك مروري خاطئ ومضر بالفرد والمجتمع

¹أديب محمد حضور ، حملات التوعية المرورية العربية ، مرجع سابق، ص15

ويدفعه للإسهام الفاعل في تحقيق السلامة المرورية، لذلك يجب أن تسعى التوعية المرورية لتكوين نسق قيمي مروري يتضمن:

- القيم الإنسانية: التي تدفع للحفاظ على حياة الإنسان وحمائته من أخطار حوادث المرور.
- القيم الوطنية: التي تدفع للحفاظ على الثروة الوطنية البشرية والمادية وتخليص الوطن من الآثار الاقتصادية لحوادث المرور.
- القيم الاجتماعية: التي تدفع للحفاظ 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 الخاطئة.

تكوين نسق سلوكي مروري تمثل في معرفة الفرد وفكره واتجاهاته وقيمه، صحيح أن هدف التوعية المرورية هو إيجاد مواطن مطلع ومدرك للمسألة المرورية وأفكاره وقيمه واتجاهات سليمة، ولكن الهدف الإستراتيجية التوعية المرورية هو إقناع الفرد أن يترجم معرفته المرورية وأفكاره وقيمه واتجاهاته المرورية إلى سلوك مروري سليم، ولهذا فمن الضروري إيجاد آليات والأشكال الإدارية والتنظيمية والاجتماعية المناسبة والكفيلة بأن تدفع الفرد ليترجم معارفه وأفكاره وقيمه المرورية في تحقيق السلوك ضروري السليم، ليس على العقوبة والغرامة بل على القناعة الذاتية والالتزام الطوعي¹.

¹أديب محمد حضور، حملات التوعية المرورية العربية، مرجع سابق، ص25

المبحث الثاني: إحصائيات حوادث المرور والتدابير الوقائية للحد منها

المطلب الأول: إحصائيات حوادث المرور

أ) حوادث المرور في الوطن العربي:

تشير المعطيات الإحصائية التي ذكرها الأمين العام للمجلس وزراء الداخلية العرب (محمد علي كومان 2009/05/02) إلى أن الحوادث المرورية المميتة في العالم العربي تؤدي إلى مقتل نحو ستة وعشرين ألف قتيل ونحو ربع مليون مصاب وهذه المعطيات الإحصائية هي ما أعلنه مجلس وزراء الداخلية العرب في مناسبة الأسبوع العربي للوقاية من حوادث المرور 2009/10/04، وهذه الحوادث المرورية تكلف المجتمعات العربية نحو ستين مليار دولار، هذا زيادة التكاليف الوخيمة الأخرى في المجال الاجتماعي والنفسي والاقتصادي، التي تخلفها الحوادث المرورية في المجتمعات العربية وذكر الأمين العام لمجلس وزراء الداخلية العرب أن العامل البشري يعد العامل الرئيسي وراء حوادث المرور لدى السائق العربي بصورة عامة وتشكل حوادث المرور في العالم العربي إحدى أكبر المعضلات الاجتماعية التي تعيشها المجتمعات ويكفي أن نذكر أن حوادث المرور في المجتمعات العربية ويكفي أن نذكر أن حوادث المرور في المجتمعات العربية تشكل السبب الثالث للوفيات، ويشير في إطار السعودي (عبد الرحمن الهيجان) إلى أن هذه المعضلة هي انعكاس لسلوك أي مجتمع، وهو ما يعني أن الحوادث المرورية من حيث فداحتها وارتفاع معدلاتها في المجتمعات العربية في واقع الأمر انعكاس لسلوك أفراد المجتمع نفسه حيث تمثل الالتزام عن عدمه بقواعد المرور، والالتزام¹ من عدمه بالنظام والقانون ككل.²

ب) حوادث المرور بالجزائر:

الجزائر مثلها مثل باقي المجتمعات العربية، تعاني بشدة من الحوادث المرورية، وهذا مع العلم أن الجزائر بها أكبر عدد من المركبات في كل القارة الإفريقية (أكثر من خمسة ملايين مركبة). بعد

¹ أديب محمد حضور، مرجع سابق ص 5-6

² د، أحسن مبارك طوالب، الندوة العلمية لتجارب العربية و الدولية في تنظيم المرور، ورقة مقدمة إلى سبل وسائل الوقاية من حوادث 2009/6/3-1، ص 5-6

جمهورية جنوب إفريقيا، وربما أيضا لديها أكبر عدد من المركبات في العالم العربي (تنافسها في ذلك المملكة العربية السعودية).

الجزائر بصفة عامة من بين قائمة الدول الأولى في عدد حوادث المرور في العالم العربي وفي العالم كله. حيث يؤكد مدير الأمن والدراسة بالمركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق أن حوادث المرور تكلف الخزينة العمومية أكثر من 200 مليار دينار سنويا، هذا على الصعيد المادي أما الصعيد البشري فيما يسمى بإرهاب الطرقات يخلف 13 قتيلا و178 جريح يوميا وحوالي 41224 حادث مرور سنويا، ويعتبر هذه الأرقام الحصيلة الأثقل من نوعها تجعل الجزائر في مقدمة الدول العربية.¹

ج) حوادث المرور بغرداية: يوجد الجدول في الملاحق يبين إحصائيات حوادث المرور، بولاية غرداية خلال السداسي الثاني لسنة 2018 والسداسي الأول من 2019 من طرف خلية الدرك الوطني بولاية غرداية.

المطلب الثاني: دور رخصة السياقة بالتنقيط في الحد من حوادث المرور :

أصبح استخدام خطط نقص النقاط وسيلة شعبية متزايدة لربط سلوك مستخدمي الطريق بشدة العقوبة، هذه المخططات تنطوي على تخصيص نقاط لأنواع مختلفة من المخالفات المرورية أي عندما يجمع السائق مجموعة (مزيد) من النقاط في غضون مدة معينة أقل من الحد الأقصى المسموح به يتم تعليق تلقائيا لرخصة السياقة وهو ما يسمح للمستخدمين بإجراء عدد معين من الأخطاء المحتسبة قبل تسليط العقوبات أكثر جدية كوسيلة لتمييز بين مستخدمي الطريق، وكوسيلة لتوفير تهذيب رادع قانوني لهم عند استمرار الانتهاكات، وقد حدد له ثلاث أنواع رئيسية من مجموعات مستخدمي الطريق، وتأثير هذه المخططات على سلوك القيادة لكل مجموعة:

¹ مجلة وزارة النقل ، المركز الوطني للوقاية عبر الطرق، مرجع سابق، ص05

المجموعة الأولى:

التي تلتزم بقواعد المرور مع تلقي الأخطاء بالمخالفة المرورية كجريمة نادرة الحدوث، نظام التنقيط فيها يكون عاملا مؤثرا للحفاظ على سجل القيادة الجديد، ولكنه لا يوفر سوى الحد الأدنى من مستوى الردع وليس له أي تأثير على سلوك القيادة إلا ردود فعل إيجابية.¹

المجموعة الثانية :

التي تلتزم عادة بقوانين المرور ولكن ترتكب في بعض الأحيان شكلا من أشكال المخالفات المرورية البسيطة، أثر المخطط فيها يوفر الحوافز اللازمة لتعديل سلوك القيادة من أجل تجنب الحصول على نقاط إضافية، وفرصة لتجنب خطر تلقي عقوبات قاسية.

المجموعة الثالثة:

التي تنتهك قواعد مرور باستمرار، وهي الأكثر تضررا من نظام النقاط، وتعّدّل سلوكها فقط عندما يتراكم ما يكفي من نقاط بحيث احتمال تعليق الرخصة يصبح حقيقيا.

مخططات نقص النقاط تظهر فقط لتكون رادعة عندما يتراكم لدى السائق ما يكفي من النقاط لتعليق الرخصة، وبالتالي يصبح التهديد واقعا، وقد قيل أن النظام يمكن إن يعزز في الواقع السلوك المنحرف من خلال نقل الرسالة إلى مستخدمي الطرق بأن هناك حد معين في مدة زمنية معينة مسبقا لتعليق رخصة السياقة، كما أن تعديل سلوك القيادة في واقع الأمر ظرفي ولا يتعدى أن يكون لغرض تجنب مزيد من العقوبات الأشد في الجزائر قررت وزارة النقل تطبيق العمل مرحليا برخصة السياقة بالتنقيط نهاية 2013، بعد تأخر الوثائق اللازمة التي تتكلف بها وزارة الداخلية، وقد أفادت في 2013 خلال اليوم التقييمي للسلامة بمقر إدارته الوزارية البدا بالعمل على رخصة القيادة بالتنقيط نهاية السنة، وأضاف بأن رخصة السياقة بالتنقيط لن تكون بنفس الطريقة التي يتم العمل بها في أوروبا.

¹رحال غربي محمد الهادي، الملتقى الوطني الأول حول حوادث المرور بين مستعملي الطريق والتنظيم المروري يومي 24/25 أبريل 2013، مخبر سيكولوجية مستعملي الطريق، جامعة الحاج لخضر باتنة، ص334.

بل تكون بيداغوجية حتى لا تقبل بالرفض من قبل السائقين وأشار بأن التعامل بقانون المرور وغيرها من تعليمات الردع لا يمكن تكون وحدها كافية بتفعيل القوانين، وقال وبطالبي 2013 أنه يجب أن يكون هناك قوانين واضحة وشاملة تحدد المخالفات بدقة ويجب أن يطبق بصرامة لتقليل من حوادث المرور التي تقتف في الجزائر أزيد من 4500 شخص بسبب التراخي في الردع وتطبيق القوانين بحذافيرها من طرف مصلحة الأمن.¹

ويؤكد ذلك في قانون المرور المادة -352-

1- فيما يلي الإجراءات التي يمكن لسلطة الترخيص اتخاذها بحق قائد المركبة الذي سجل ضده ستة نقاط فأكثر:

أ) دورة قيادة مانعة، ب) فحص قيادي نظري، ج) فحص قيادي عملي، د) فحص اللياقة الطبية، هـ) سحب رخصة القيادة نهائيا أو لمدة معينة.

2- صاحب رخصة القيادة الذي سجل هذه فترة سنتين ما يزيد عن (06) نقاط ليس أكثر من (10)، يستدعي لحضور دورة قيادة مانعة وعليه النجاح في الامتحان النهائي لها.

3- صاحب رخصة القيادة الذي سجل ضده في فترة سنتين (11) نقطة وليس أكثر من 14 نقطة، تسحب رخصة قيادته 60 يوم وتعاد له الرخصة إلا بعد حضوره دورة قيادة مانعة.

4- صاحب الرخصة الذي سجل ضده في فترة سنتين (15) نقطة وليس أكثر من (20) نقطة تسحب رخصة قيادته لمدة أربعة أشهر ولا تعاد إليه إلا بعد اجتيازه فحص قيادة عملي.

5- صاحب رخصة القيادة الذي سجل ضده في فترة سنتين (20) نقطة تسحب رخصة قيادته لمدة ستة أشهر ولا تعاد إليه إلا بعد اجتيازه فحص قيادة نظري، وفحص قيادة عملي.

6- يجوز لسلطة الترخيص أن تفرض إجراءات (تزيد أو تقل عن إجراءات الواردة في هذه المادة) إذا رأت في تصرفات السائق ما يتطلب ذلك.

¹رحال غربي محمد الهادي، مرجع سابق، ص334

7- كل قائد مركبة تسبب أو اشترك في حادث مرور نتج عنه وفاة شخص عليه أن يجتاز فحص طبي بالكيفية التي تقررها سلطة الترخيص إضافة إلى الإجراءات الأخرى التي تقررها بموجب أحكام هذه المادة .

المطلب الثالث: التدابير الوقائية للحد من حوادث المرور

أ) دور الأسرة في غرس الثقافة المرورية لدى الطفل:

أصبحت حوادث المرور في الجزائر تشكل مشكلة وطنية، واجتماعية جوهرية مثلها كمثل أي مشكلة أخرى تواجه المجتمع الجزائري، ولكن هذه المشاكل بالذات تفاقمت وازدادت انتشارا خصوصا السنوات الأخيرة، حتى أصبحت هي المشكلة الأولى التي تهدد كافة أفراد المجتمع، ومختلف فئاته العمرية.

وتعتبر الأسرة من ابرز مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تساعد في الحد من انتشار الحوادث المرورية وذلك من خلال الإسهام في عملية التربية والتعليم والتثقيف وتكوين الشخصية لدى الطفل وتنميتها، فدور الأسرة لا يقتصر على الوظيفة البيولوجية فقط، بل يجب أن يمتد ليشمل الجانب الاجتماعي أيضا، فتبدأ بتعليم الطفل أمور بسيطة خاصة بالسلوك اليومي وفي نفس الوقت يقوم بغرس مجموعة من المعايير والقيم الأخلاقية والتربوية، كالتربية المرورية، فأصبح من اللازم أن يتعلم الفرد كيفية استغلاله للطرق استغلالا عقلانيا وأن يتم تكوين القيم، والمهارات والاتجاهات والمدرجات اللازمة ليصبح هذا السلوك جزءا من الثقافة المرورية الشاملة وهذا ما يسمى باكتساب ثقافة مرورية منها يتعلم الطفل كيفية الانضباط، والالتزام بقواعد السير والمرور، واحترام القوانين ليصبح هذا السلوك لدى قائدي السيارات في عالم الغد، فالأسرة باعتبارها الخلية الأساسية داخل المجتمع، فإنه يتم عليها إذا المسؤولية في نشر الثقافة المرورية بين أبنائها، وذلك لقدرتها على التأثير والتغيير في سلوك الأبناء الداخلي والخارجي.¹

¹ رجال غربي محمد الهادي، مرجع سابق، ص 242

ب) دور الإذاعة في التوعية من مخاطر حوادث المرور:

بما أن العنصر البشري غالبا ما يتسبب في وقوع الحوادث المرورية، فهو يحتاج إلى التوجيه والتوعية دائما لتحكم في سلوكياته أثناء القيادة بالتبصير إلى الأمور المساعدة في تجنب الحوادث وبما أن وسائل الإعلام تقوم بدور التوعية بناء على ما تملكه من خصائص ومميزات، ودخولا في بعض تفاصيل مجالات الدور الإعلامي في نشر التوعية المرورية مع كل وسيلة إعلامية على حدا، فالإذاعة تعتبر من أهم الوسائل التي ساهمت في نشر التوعية هي المدرسة التي وجد فيها الأميون المعرفة والمعلومة.¹

وتظهر أهمية القيام بحملات التوعية المرورية من منظور وظائف وسائل الإعلام لفائدتها في الإخبار والإعلام والإرشاد والتعليم، وإبراز دور الحملات المرورية وجب استنطاق الواقع الذي يوحى بغياب التثقيف اللازم لسائقين والراجلين على حد سواء، ومدى تدني المستوى تعرض المجتمع للمعلومات المتعلقة بآداب وقواعد المرور، ولذلك وجب إعمال الحملات التوعوية في إطار الإستراتيجية طويلة المدى تهدف ليس فقط للتحسيس بخطورة بعض الوضعيات الغير آمنة في السياقة، بل وبالأساليب الكفيلة على تربية وحس وأدب مروري لدى الناشئة، فضلا عن الممارسين للسياقة، إضافة إلى التوعية بالقوانين وفائدة إبرازها لمدى قوة الزجر، حتى يتشكل

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

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

¹ عبد الرحمان العسيري، العمل الإعلامي الأمني المشكلات والحلول، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، 2002،

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

الجمهور في الإذاعة يعتمد على حاسة واحدة ولكي نحتفظ حتى نهاية البرنامج لابد من الاهتمام بعامل الصوت وقوته ونبراته وتعبيراته ومزجه بالموسيقى وغيرها، المؤثرات الصوتية والغنيات التي تضفي على الرسالة عمل الجذب والتشويق.

إن دور الإذاعة في مجال التوعية هو التشجيع على القيام بإنشاء جمعيات ومؤسسات تتعلق بالوقاية والتوعية من خلال حوادث المرور، يدخل في هذا المضمون تبصير أفراد المجتمع للوقاية من الحوادث التي تقع جراء الإهمال واللامبالاة، كما أن توجيه أفراد المجتمع لاحترام القوانين واللوائح والانضباط الاجتماعي والالتزام بالقيم الأخلاقية والمبادئ والتقاليد، يمكنه أن يسهم في منع أو التقليل من حوادث المرور.¹

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

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

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

¹فتح الله محجوب محمد، ندوة علمية أساليب ووسائل الحد من حوادث المرور، الرياض، 1997، ص155

فالرسالة التي تبث عبر الإذاعة لا تخرج عن كونها مضمون يتخذ أكثر من شكل، فالفكرة الواحدة لها هذا العرض الإعلامي تفاعلا مع الجمهور مما يمكنهم من التعاطف الايجابي مع القضية والتداول بشأن المشرع الذي اصدر هذا القانون.¹

التنسيق مع وسائل الإعلام لتنمية الوعي المروري والتأكيد على احترام القانون لتحقيق السلام العامة والاستفادة في هذا الشأن من الخطة الإعلامية العربية النموذجية للحد من هذه الظاهرة.

إصدار كتيبات ونشرات وأفلام وغير ذلك من المواد الإعلامية في مجال التوعية المرورية وإنشاء مواقع للثقافة المرورية على شبكة الانترنت.²

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

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

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

إن الفاعلية الإذاعية التوعوية تتوافق على عدة عوامل ومختلفة ويبقى الهدف الأساسي هو تعديل أو التغيير سلوك الجمهور المستهدف، ويرتبط نجاح الدور التوعوية بمدى تعرض واستيعاب الجمهور لمضامين البرامج التحسيسية عبر الإذاعات المحلية والقائمين على الرسالة المقدمة والإرشادات التوعوية والدور الفعال في التأثير على سلوك الأفراد، والبرامج والإرشادات التوعوية المرورية تختلف

¹احسن مبارك طالب، سبل الوقاية حوادث المرور، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2010، صص 27 و28

²محسن بن عيسى، السلامة المرورية، الدار المتوسطة لنشر، تونس، 2010، صص 83

هي الأخرى عن الحملات الإعلامية الأخرى، فهي تسعى بدورها في الحد من حوادث المرور ومدى قدرتها على نشر الوعي المروري.

يمكن أن تكون في شكل نشرة إخبارية أو تحقيق إذاعي أو برامج حدث إذاعي مباشر.¹

ج) دور المؤسسات الاجتماعية في الحد من حوادث المرور:

تدابير المؤسسات الاجتماعية هي تدابير تنفيذية، الوقاية التي تقوم بها المؤسسات والمصالح التابعة لها ذات العلاقة بالشأن المروري وتنظيم وتخطيط الحركة المرورية في النسيج الحضري وخارج النسيج الحضري، والتي تتعلق أساسا (وليس حصريا)، بتخطيط وتنفيذ الشوارع والطرق والممرات والجسور (لكل من المركبات، والمشاة) والأنفاق والتحويلات والدوائر المرورية وخلافه، أو إعادة تنظيمها وتخطيطها حسب الحاجة وحسب الضرورة، وحسب التطورات العلمية والتكنولوجية، وكذلك التخطيط وتنفيذ إنارة الطرق والممرات والشوارع ومشابه ذلك، ووضع العلامات المرورية مع ضرورة اعتماد المعايير المحلية والدولية في هذا الشأن واعتماد متطلبات السلامة والوقاية المرورية في المناهج التربوية، وتطبيق بعض المناهج الوقائية (الاحترافية)، من خلال فترة إلى أخرى على تلاميذ المدارس، والمؤسسات التربوية في مجال اعتماد تدابير الوقاية المرورية في المناهج التربوية، كما يشمل أيضا، منشط المؤسسات الاجتماعية الأخرى، والنوادي الثقافية، الأندية الرياضية، الأندية الشبابية، منظمات المجتمع المدني، وما تقوم به من حملات احترافية هادفة في مجال البرامج الوقائية المعدة خصيصا للتوعية في الحوادث المرورية، وذلك بالشراكة مع الأجهزة المرورية، والمختصين بالاعتماد على الخبرات المحلية أو الدولية.²

¹ طارق سيد أحمد الخلفي، فن كتابة الإذاعة والتلفزيون، دار المعرفة الجامعية، ط1، القاهرة، 2008، ص83

² أحسن مبارك، مرجع سابق، ص30.

خلاصة الفصل :

مشكلة حوادث المرور هي مشكلة سلوك إنساني، ومن الأجدر وضع خطط واستراتيجيات فعّالة ومدروسة هذا من أجل التقليل من هذه الكارثة، التي هي في تزايد مستمر، فالإذاعة لها دور مهم في تطبيق هذه الإستراتيجيات والخطط، وعليه لا بد من نشر الوعي المروري في أوساط المجتمعات على اختلاف مستوياتهم الثقافية طالما توجد فيه حركة سير المركبات.

الفصل الميداني

الفصل الثالث: الإطار الميداني

1- تقديم إذاعة غرداية

الموقع:

تقع إذاعة غرداية داخل مقر ولاية غرداية وتتربع على مساحة 273.90 م².

التأسيس:

❖ بداية البث: بدأ البث التجريبي يوم: 24 فبراير 2001 بمعدل 08 ساعات يوميا.

❖ التدهشين الرسمي: تعد إذاعة غرداية أول إذاعة محلية يدهشها رئيس الجمهورية، وحدث

ذلك يوم: 07 جوان 2001 من قبل فخامة الرئيس: عبد العزيز بوتفليقة وتم تمديد البث

إلى 12 ساعة يوميا في 17 جوان 2006. ليصل إلى 18 ساعة بث منذ 15 جوان

2007.

التأطير البشري:

يؤطر إذاعة غرداية بالإضافة إلى المدير: 33 إطاراً وعمالاً يتوزعون على الأقسام التالية:

- الإدارة

- 12 موظفا.

- الإنتاج: 09 مخرجاً ومنشطاً.

- الأخبار: 06 صحفيين.

- المصالح التقنية: 06 تقنيين.

ويتعاون مع الإذاعة 05 و05 مراسلين: يتابعون مختلف الأحداث والأنشطة عبر مختلف دوائر

الولاية: المنبعة-القرارة-بريان- زلفانة- متليلي.

رقعة البث ومجال التغطية:

تبث إذاعة غرداية على الموجات التالية:

الموجات العاملة لالتقاط إذاعة الجزائر من غرداية

❖ غرداية وما جاورها: جهاز إرسال: 10KW.

طول الموجة: 343 م.

الذبذبة: AM-KHZ873.

❖ المنيعه والقرارة : جهاز إرسال: 10W.

طول الموجة: 03 م.

الذبذبة: 97.6FM-MHZ.

* بريان: جهاز إرسال: 100W

طول الموجة: 03 م.

الذبذبة: 89 FM-MHZ

* حاسي لفحل : جهاز إرسال: 100W

طول الموجة: 03 م.

الذبذبة: 98 FM-MHZ

* زلفانة : جهاز إرسال: 100W

طول الموجة: 03 م.

الذبذبة: 98 FM-MHZ

* المنصورة: جهاز إرسال: 100W

طول الموجة: 03 م.

الذبذبة: 98.8 FM-MHZ.

❖ عبر الساتل: القمر الصناعي: NSS7.

زاوية الميل: 22 غربا.

الموجة: 12735MHZ أفقيا.

الترميز : 18085

❖ عبر الساتل: القمر الصناعي: AB3.

زاوية الميل: 05 غربا.

الموجة: 11065MHZ أفقيا.

الترميز : 1790

الوسائل:

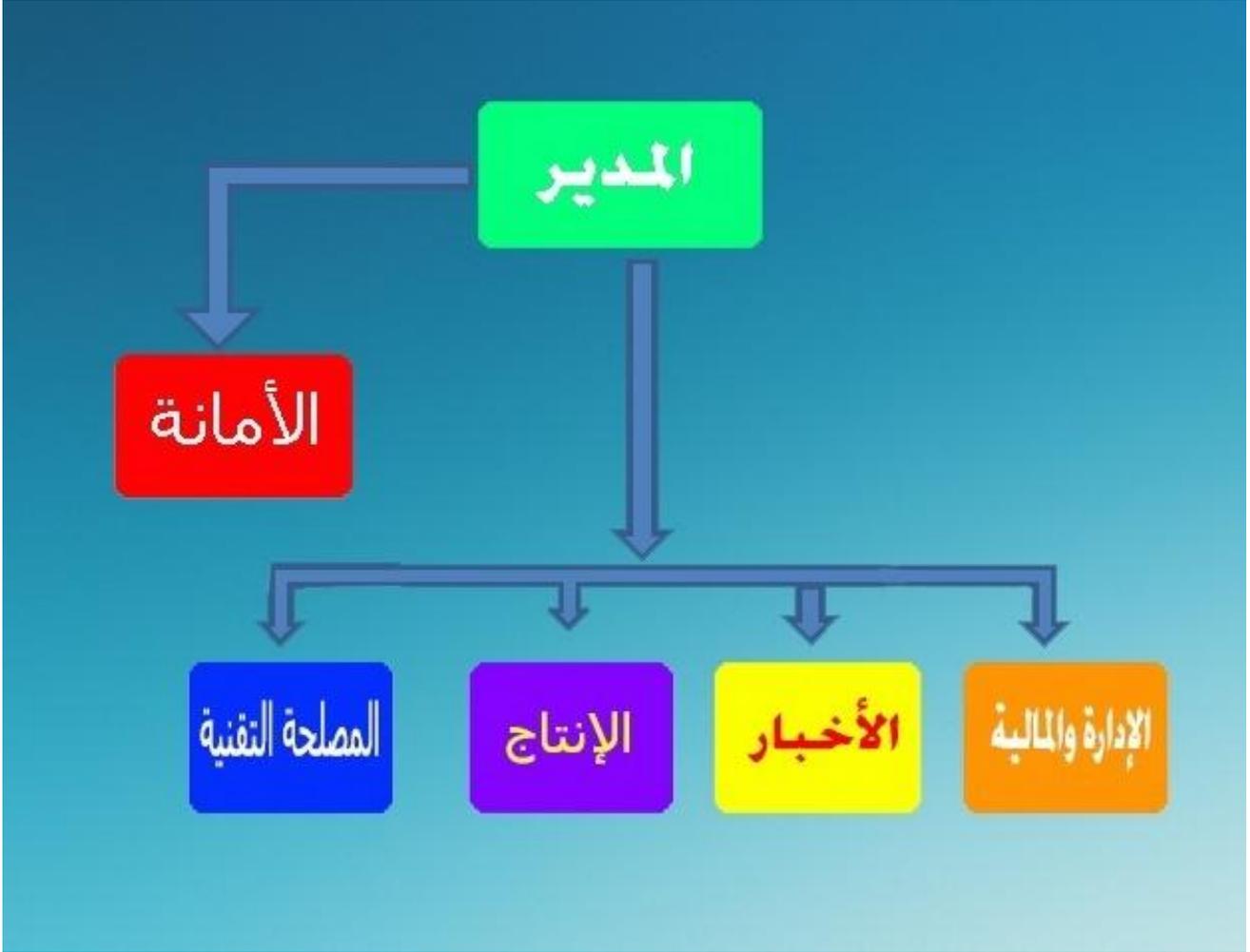
تتوفر إذاعة غرداية الجهوية على ثلاث استوديوهات:

1. أستوديو الإرسال:- لوحة تحكم رقمية تحمل 18 مدخلا إضافة إلى 02 مسجل ضوئي (Magnéto-optique)- وقارئ للأقراص وقارئ للأشرطة و03 قارئ للأسطوانات، وCDM وجهاز إعلام آلي.
2. أستوديو الإنتاج: لوحة تحكم رقمية تحمل 24 مدخلا، و02 مسجل ضوئي وقارئ للأقراص وقارئ للأشرطة و02 قارئ الأسطوانات، إضافة إلى المتحكم في المؤثرات الصوتية وجهاز إعلام آلي.
3. أستوديو المزج والتركيب: لوحة تحكم رقمية تحمل 12 مدخلا، إضافة إلى قارئ الأقراص والأشرطة ومسجل ضوئي و02 قارئ الأسطوانات.
4. شبكة داخلية للانترنت وأخرى موازية للاتصال بين المصالح التقنية
5. استفادات الإذاعة في من تجهيزات رقمية حديثة بعد التعامل مع برنامج نيتيا NETIA.

مكتبة الأغاني:

تحتوي على أكثر من ألف عنوان متنوعة بين مختلف الطبوع الغنائية إضافة إلى بعض العناوين من الكتب المتنوعة والمجلات المتخصصة.

الهيكل التنظيمي لإذاعة غرداية¹:



الشكل رقم: 4

2- تقديم برنامج لسلامتك:

لسلامتك هو ركن صباحي، ذو طابع حسيسي توعوي، يث على أثير إذاعة الجزائر من غرداية المحلية، منذ بداية البث الإذاعي إلى يومنا هذا، مدة بث هذا الركن لا يتجاوز الخمس دقائق، من تقديم منصف بن عطا الله مستشار في السلامة المرورية، ومكلفين من الدرك الوطني المختصين في أمن الطرقات لولاية غرداية وكذا مصالح الشرطة ومدير مدرسة تعليم السياقة.

¹ عن إذاعة بغرداية

هذا الركن الصباحي ييـث تقريبا يوميا قبل موجز الثامنة صباحا، أي على الساعة 07:55 صباحا، يعتمد على تكرار الـومضات التحسيسية كي ترسخ في اللاوعي لدى المتلقي، وهذا التكرار يكون بتكرار الحلقة في الأسبوع وليس تكرار البرنامج في اليوم.¹

الجدول الأول: يمثل عينة الحلقات التي تم انتقائها لتحليل من برنامج لسلامتك:

| عدد الحصص | عنوان الحلقة | تاريخ بث الحلقة | توقيت الحلقة |
|-----------|--------------------------------|-----------------|--------------|
| 01 | حصيلة حوادث المرور 2017 | 2018/01/07 | د 4 |
| 02 | السياسة في الشتاء | 2018/01/14 | د2 |
| 03 | طريقي | 2018/01/21 | د3 |
| 04 | السياسة في الليل | 2018/02/04 | د2 |
| 05 | السرعة المميتة | 2018/02/11 | د3 |
| 06 | الأجهزة الأمنية في المركبة | 2018/02/18 | د1 |
| 07 | التعب أثناء السياسة | 2018/03/04 | د2 |
| 08 | انفشاش العجلات | 2018/03/11 | د2 |
| 09 | السياسة الدفاعية 1 | 2018/03/18 | د1 |
| 10 | السياسة الدفاعية 2 | 2018/04/01 | د2 |
| 11 | الانتباه للأطفال | 2018/04/08 | د2 |
| 12 | استعمال المكيف | 2018/04/22 | د2 |
| 13 | الركن العشوائي | 2018/05/06 | د2 |
| 14 | الحمولة الزائدة | 2018/05/13 | د2 |
| 15 | نصائح رمضان | 2018/05/20 | د2 |
| 16 | الساعة البيولوجية في رمضان | 2018/06/03 | د2 |
| 17 | السياسة الاقتصادية | 2018/06/10 | د2 |
| 18 | أنواع الإطارات | 2018/06/24 | د2 |
| 19 | السلامة المرورية 1 | 2018/07/08 | د4 |
| 20 | السلامة المرورية 2 | 2018/07/15 | د5 |
| 21 | إطارات الألمنيوم | 2018/07/29 | د1 |
| 22 | إرشادات لسائقي الدرجات النارية | 2018/08/05 | د3 |

¹ مقابلة مع كريمة سلامات، صحفية بإذاعة الجزائر من غرداية، مكلفة بقسم الإنتاج، يوم: 2019/02/13

الفصل الميداني

| | | | |
|------|------------|------------------------------|----|
| د2 | 2018/08/19 | الاحترام بين السائق والراجل | 23 |
| د3 | 2018/09/02 | السياقة الشتوية | 24 |
| د3 | 2018/09/16 | احترام الجيران | 25 |
| د1 | 2018/10/07 | استعمال مكابح والمقابض | 26 |
| د2 | 2018/10/21 | الحافلات والمسافرين | 27 |
| د3 | 2018/11/04 | الانتباه للأطفال | 28 |
| د2 | 2018/11/18 | الإطارات والعجلات | 29 |
| د2 | 2018/11/25 | السياقة في الليل 2 | 30 |
| د2 | 2018/12/02 | الوزن الزائد | 31 |
| د4 | 2018/12/16 | انفجار العجلات | 32 |
| د4 | 2018/12/23 | حالات سحب رخصة السياقة | 33 |
| د14 | 2019/01/13 | جديد قوانين السلامة المرورية | 34 |
| د5 | 2019/01/20 | حالات سحب رخصة السياقة 2 | 35 |
| د2 | 2019/01/27 | صيانة العجلات | 36 |
| د3 | 2019/02/03 | سير غاز | 37 |
| د4 | 2019/02/10 | حالة الطرق | 38 |
| د2 | 2019/02/17 | تناول الأدوية | 39 |
| د2 | 2019/02/24 | سير غاز 2 | 40 |
| د1 | 2019/03/03 | السياقة الدفاعية 3 | 41 |
| د4 | 2019/03/17 | السلامة المرورية | 42 |
| د2 | 2019/03/24 | صيانة العجلات 2 | 43 |
| د2 | 2019/03/31 | السياقة الدفاعية 4 | 44 |
| د120 | المجموع: | | |

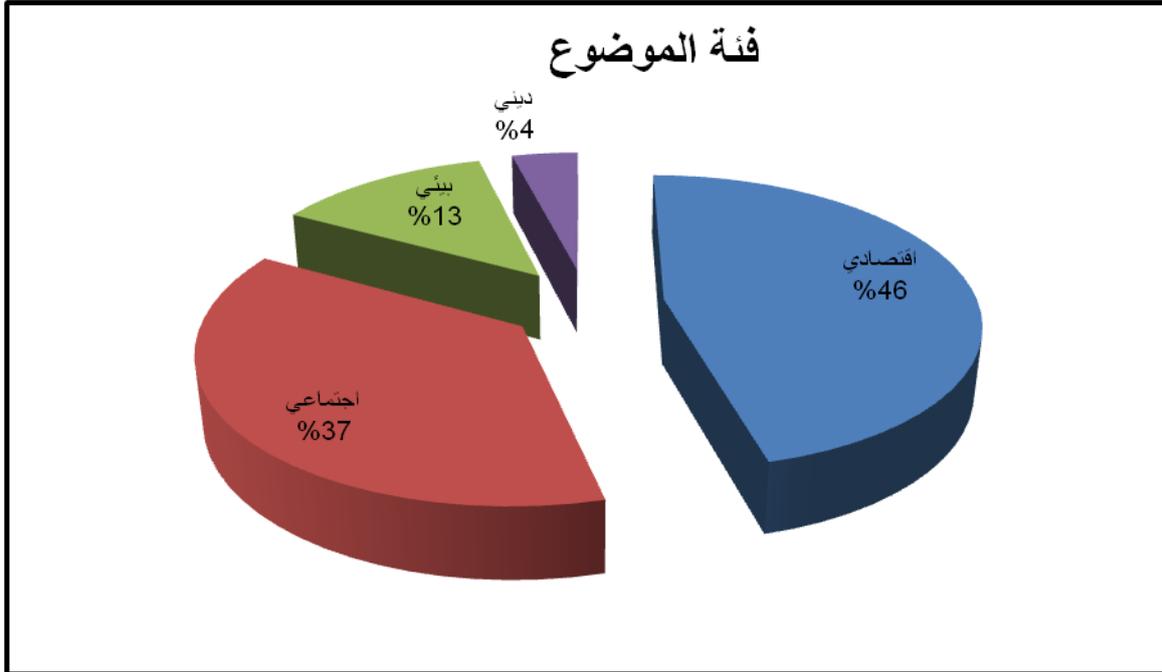
يتضمن الجدول رقم: 1 المرفق أعلاه عينة حصص التي تم انتقاؤها وفق العينة القصدية والمقدرة ب 44 حصة.

3- التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون (ماذا قيل؟):

1- فئة الموضوع:

الجدول رقم 02:

| النسبة المئوية | التكرار | فئة الموضوع |
|----------------|---------|-------------|
| %46 | 42 | اقتصادي |
| %37 | 34 | اجتماعي |
| %13 | 12 | بيئي |
| %04 | 04 | ديني |
| %100 | 92 | المجموع |



الشكل رقم 5:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة المواضيع الاقتصادية بلغت 46% بتكرار 42، ونسبة المواضيع الاجتماعية بلغت 37% بتكرار قدر ب34، أما نسبة المواضيع البيئية فبلغت 13% بتكرار 12 مرة، وفي الأخير المواضيع الدينية بلغت 04% بنسبة 4 مرات.

التحليل الكيفي:

نستنتج من الجدول أعلاه أن نسبة المواضيع الاقتصادية كانت بنسبة كبيرة، حيث أن المقدم ركز على مجمل الخسائر التي قد تمس المركبة، وقام بإعطاء معلومات في كيفية المحافظة على عجلات السيارة وحماية محرك المركبات من التلف، وكذا الاستعمال الجيد للوقود، واستعمال المبرد كنصيحته بعدم استعمال المكيف الهوائي و(المركبة) متوقفة عن السير حيث يؤدي هذا إلى تلف المحرك.

● تعاني أسرة المصاب أو التي توفي عائلها حيث تفقد موردها الاقتصادي وتضطرب أحوالها المادية، وكذلك الأسرة التي يصاب عائلها، ويستمر تحت العلاج لفترة طويلة، أو تكون هناك إعاقة تحتاج إلى مصاريف علاج مع الانقطاع عن العمل.

الحقيقة أن مشكل حوادث المرور لها بعد اقتصادي، فقد أثبتت الدراسات والبحوث حسب (راضي عبد المعطي السيد: الآثار الاقتصادية لحوادث المرور، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية مركز الدراسات والبحوث) أن الخسائر المالية الناجمة عن الحوادث المرورية تقدر بمبالغ مالية كبيرة. أما في المواضيع الاجتماعية فقط حث على السلوكيات الحسنة التي يجب على سائق المركبة التحلي بها، واحترام الراجلين فهذا يؤدي إلى نظام سير محكم بين السائقين والراجلين وكذا الاحترام بين السائقين والسائقين، وأوصى باحترام قوانين المرور فهذا يؤدي إلى ضبط المجتمع.

● 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 الثروات المجتمع المادية والبشرية.

• تكوين نسق ثقافي، قيمي، سلوكي مروري لدى الفرد والمجتمع يتضمن منظومة من القيم المرورية التي تساهم في تحسين الفرد والمجتمع من الإقدام على سلوك مروري خاطئ ومضر بالفرد والمجتمع ويدفعه للإسهام الفاعل من تحقيق السلامة المرورية.

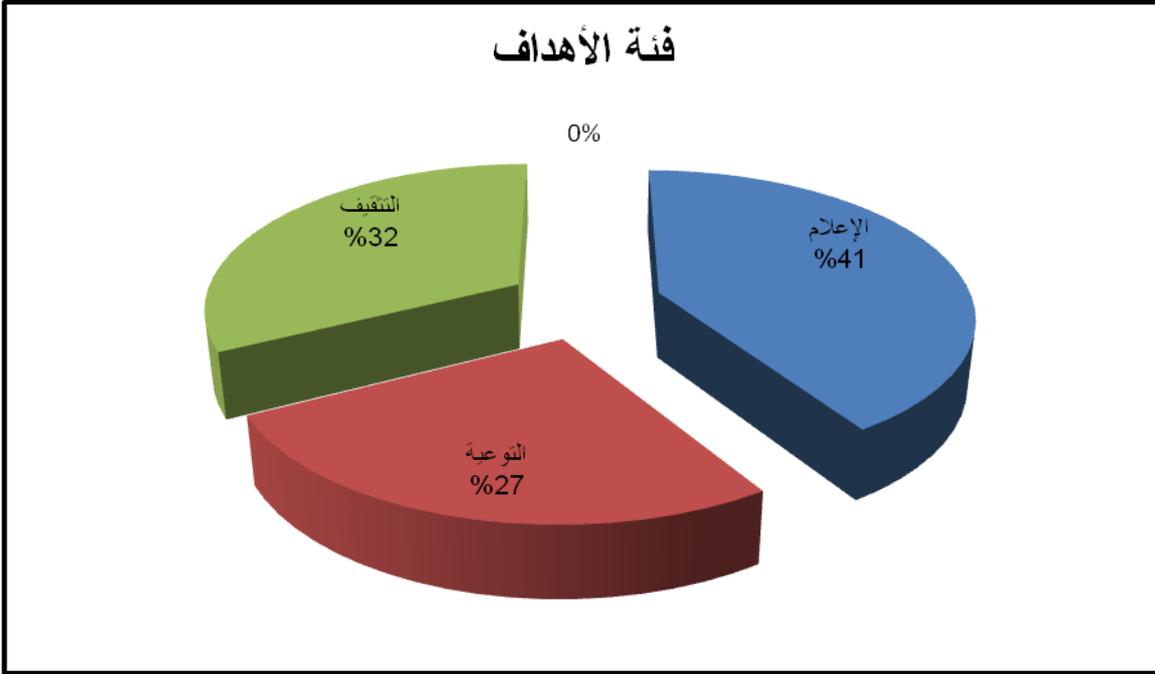
أما عن البيئة فقد أوصى باستعمال الحسن للمركبات حتى لا تتسبب فبث لوث الهواء، وكذا حوادث السير التي تؤدي إلى الحرائق فهي بدورها تضر البيئة.

وأخيرا تحتل المواضيع الدينية المرتبة الأخيرة بنسبة ضئيلة، ذلك بالاستدلال بآيات من الذكر الحكيم كقوله تعالى: ﴿ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ ﴾ البقرة 195، وكذا الأحاديث النبوية وتوصيات الرسول عليه الصلاة والسلام بعدم إزعاج المواطنين كتحذيره من الوقوف أمام المسجد مثلا وتعطيل حركة المصلين. لكن مما يعاب في هذا البرنامج عدم استناده المواضيع الدينية بقوة بالرغم من أنه يخاطب في مجتمع مسلم ومحافظ.

2- فئة الأهداف:

جدول رقم 03:

| الأهداف | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| الإعلام | 159 | 40,87% |
| التوعية | 103 | 26,48% |
| التثقيف | 127 | 32,46% |
| المجموع | 389 | 100% |



الشكل رقم 6:

في الجدول رقم تبين أن تكرار فئة الأهداف بلغت بنسبة 100% بتكرار 389 مرة، ضمت ثلاثة أقسام قسم الإعلام الذي احتل الصدارة قدرت نسبتها 40,87% بعدد التكرارات التي بلغت 159 مرة تم يليه القسم الثاني التوعوية بنسبة 32,46% بلغ عدد تكراراتها 127 مرة أي ليأتي قسم التثقيف في المركز الأخير بتكرار قدره بنسبة 26,48% 103 مرة.

التحليل الكيفي:

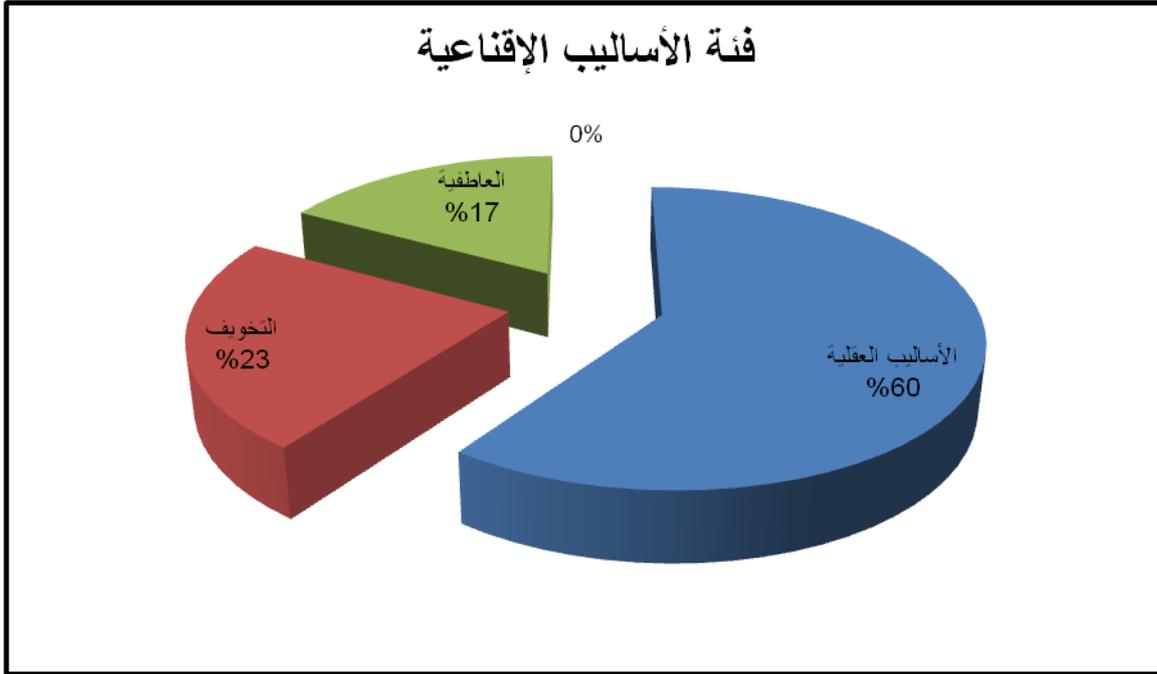
من هنا نستنتج أن نقول أن نسب فئة نسب فئة الأهداف جاءت متقاربة إلى حد ما إذ كان لوظيفة الإعلام النسبة الأكبر، بما أن الإذاعة وظيفتها الأولى والأساسية هي الإعلام، وتمثلت ذلك في ذكر إحصائيات حوادث المرور، والإعلان عن القوانين الجديدة ليكون الجمهور مطلع عليها وعلى دراية بها، لتليها وظيفة التوعية باعتبار أن هذا البرنامج هدفه الأساسي هو التوعية والتحسس وباعتبار أن جوهر الحصة والجزء الأهم منها هو توعية، وذلك بتقديم النصائح والإرشادات المرورية، والتحسس من مخاطر حوادث المرور لخلق مجتمع واعي، وفي الأخير يأتي التثقيف حيث تمثل ذلك في شرح القوانين المرورية

للمستمعين والتركيز على سائقي المركبات، ليكونوا على دراية بها، والعقوبات التي تنجم عن المخالفات القانونية وشرحها قصد تثقيف السائقين حتى لا يرتكبونها.

3- فئة الأساليب الإقناعية المستعملة:

الجدول رقم 4:

| النسبة المئوية | التكرار | فئة الأساليب الإقناعية |
|----------------|---------|------------------------|
| 60% | 117 | الأساليب العقلية |
| 23% | 44 | أسلوب التخويف |
| 17% | 33 | الأساليب العاطفية |
| 100% | 194 | المجموع |



الشكل رقم 7:

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الأساليب العقلية بلغ تكرارها 117 مرة بنسبة قدرت ب 60% ثم تليها الأساليب (التخويف) بلغت 44 مرة بنسبة قدرت 23%، وفي الأخير تأتي الأساليب العاطفية مقدرة ب 33 مرة وقد احتلت نسبة 17%.

التحليل الكيفي:

نستنتج أن فئة الأساليب لعقلية كانت تحتل الصدارة، وهذا يدل على أن البرنامج يعتمد على مخاطبة عقل المتلقي لتأثير فيه ويظهر ذلك في تقديم إحصائيات حوادث المرور والضحايا، وتقديم قوانين المرور وشرحها للمستمعين وتقديم حالات المخالفات والعقوبات التي تترتب عنها.

فإن الأساليب العقلية تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية، وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها في إظهار جوانب مختلفة الاستشهاد بمعلومات وأحداث واقعية، تقديم أرقام وإحصائيات بناء نتائج على مقدمات، تقديم وجهات نظر أخرى. كقول المقدم "احترام قواعد المرور حيث حددت سرعة حركة المرور حسب المادة 24 من المرسوم التنفيذي 381/04 المؤرخ في 21 نوفمبر 2004، الذي يحدد قواعد السرعة القصوى لاسيما حين يكون الطريق مبلل ب100 كلم في الطرق السريعة، 80 كلم في خارج التجمعات، 40 كلم داخل التجمعات السكنية.

ثم أسلوب التخويف في المرتبة الثانية، وذلك في الإشارة إلى الموت أو الإعاقات والعاهات المستديمة المتسببة فيها حوادث المرور، كأن يحمله مسؤولية لانتباه الأطفال، أثناء التزجل من السيارة وتركهم لوحدهم داخل المركبة، وأيضاً في قوله "نتمنى أن لا تبكي أي عائلة على ابنها"، وقوله " السرعة تقتل".

فمصطلح التخويف يشير إلى مضمون الرسالة التي تشير بها النتائج الغير مرغوب بها والتي تترتب على عدم اعتناق المتلقي أو قبوله لتوصيات القائم بالاتصال (المذيع)، وسوف تنشط أمثلة تلك الأساليب درجة معينة من التوتر العاطفي، وتزيد أو تقل وفق مضمون الرسالة، وكثيراً ما يلجأ وسائل الاتصال الجماهيرية إلى استخدام الرسائل التي تثير خوف المتلقي.¹

¹ نزيهة حانون، مرجع سابق، ص 39

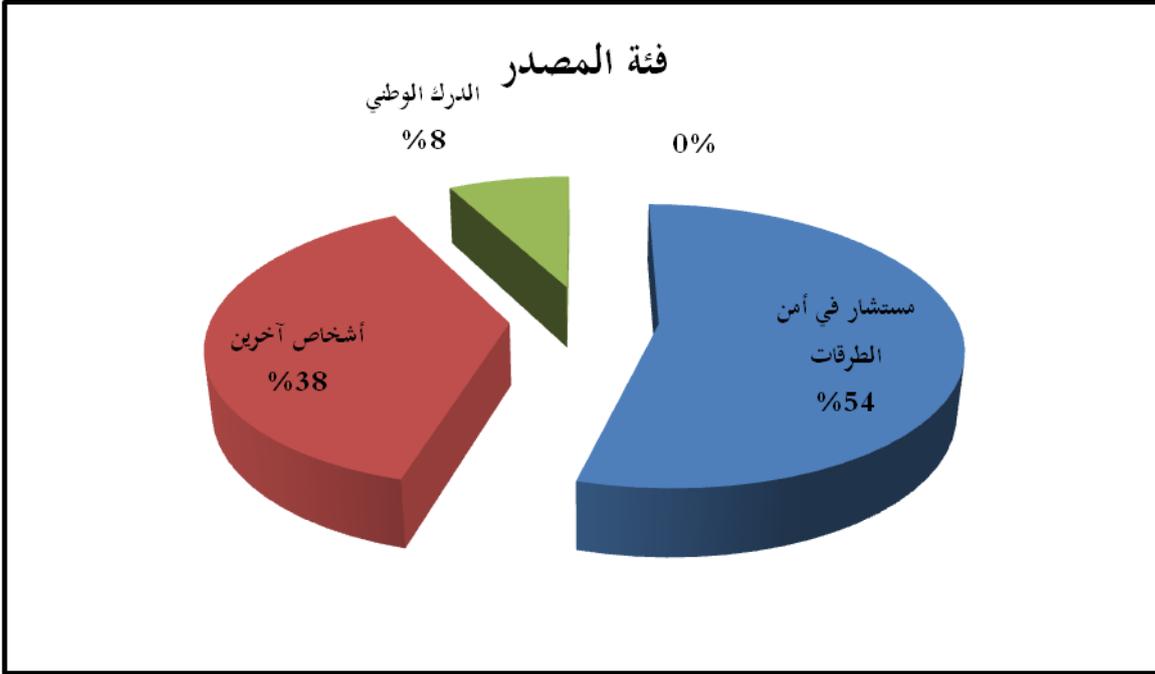
ثم في الأخير أسلوب العاطفة وذلك بمخاطبة مشاعر وإثارة وجدان المستمع من خلال توظيف مصطلحات تؤثر في الحاجات النفسية لديه، فيعتمد أسلوب العاطفة على مخاطبة حواس المتلقي بما يحقق أهداف المذيع فهناك بعض الجماهير يمكن إقناعها من خلال التأثير العاطفي عليها، حيث يكون الأثر النفسي عاليًا وبالتالي المتلقي يكون أكثر تهيئًا وتعتمد على استعمال الشعارات والرموز،¹ كقول مقدم البرنامج "ما أجمل كلمة السلامة، تخرج من منزلك سالم وترجع سالم" وقوله "أخي السائق العزيز أنت مسئول عن السلامة المرورية"

4- فئة المصدر:

الجدول رقم 5:

| النسبة المئوية | التكرار | فئة المصدر |
|----------------|---------|-----------------------|
| 56% | 112 | مستشار في أمن الطرقات |
| 39% | 85 | أشخاص آخريين |
| 8% | 19 | الدرك الوطني |
| 100% | 212 | المجموع |

¹ عبد الغوشن، مرجع سابق، ص 68



الشكل رقم 8:

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المستشار في أمن الطرقات في فئة المصدر، بلغت 56% بتكرار قدر ب 112، أما أشخاص آخريين (الشرطة ومدير مدرسة تعليم السياقة) فقد بلغ نسبة 39% بتكرار قدر 85، والدرك الوطني فقد بلغت نسبته 8% بتكرار قدر 19.

التحليل الكيفي:

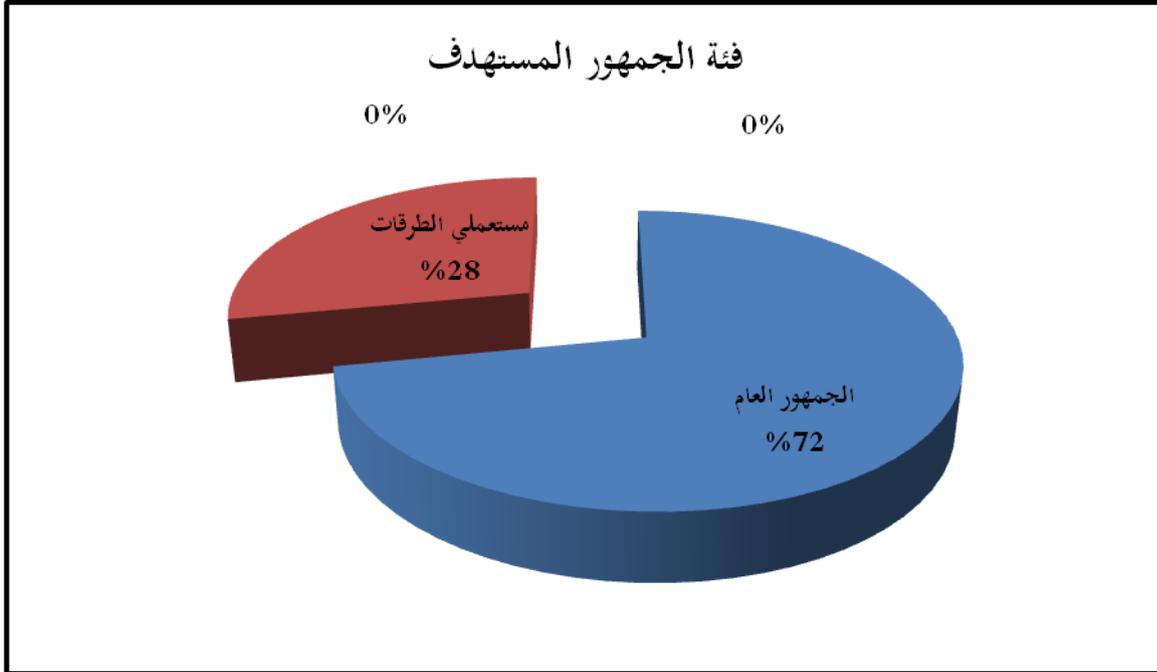
نستنتج من الجدول أعلاه أن المصادر المعتمدة في البرنامج، بنسبة كبيرة هي المستشار في أمن الطرقات حيث أنه كان يقدم أمثلة من الواقع حتى يدلل رسالته التي يريد أن يشرحها للمستمع، وهذا يساعد في تقبل كافة شرائح المجتمع من أدلة الواقعية والعمل بها، وكان للأشخاص الآخريين أهمية كبيرة في فئة المصدر حيث اعتمد الأشخاص الآخريين والمثلة في السائقين من أجل تقديم رسالته الإعلامية وترسيخه في ذهن المستمع للعمل فقد كان لفئة الآخريين أهمية كبير في مصدر المعلومات.

وكان لدرك الوطني أهمية حيث أنه كل مرة يقوم المكلف بالاتصال في خلية الدرك الوطني بغرداية بتقديم هذا الركن الصباحي وكان يقدم ويدي بالمخلفات المرورية وما يترتب عنها من عقوبات، هنا الدرك الوطني يعتبر مصدر مهم بحيث يقرب المواطنين من الجهاز الأمني ويعتبر مصدر مهم لأنه هو من يطبق العقوبات على المخالفين.

5- فئة الجمهور المستهدف:

الجدول رقم 6:

| النسبة المئوية | التكرار | الجمهور المستهدف |
|----------------|---------|------------------|
| 30% | 94 | الجمهور العام |
| 70% | 218 | مستعملي الطرقات |
| 100% | 312 | المجموع |



الشكل رقم 9:

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة الجمهور العام في فئة الجمهور المستهدف بلغت 30%، بتكرار قدر 94، ونسبة جمهور مستعملي الطرقات بلغت 70% بتكرار قدر 218.

التحليل الكيفي:

نستنتج من الجدول أعلاه أن مستعملي الطرقات أو السائقين، هم من كان مقدم البرنامج يركز عليهم بصفة رسمية، فالرسائل الإعلامية كانت توجه إلى هذه الشريحة بنسبة كبيرة، لأن السائق المركبة هو محور حوادث المرور، فما من حادث يقع ويكون أحد أطرافه سائق أو أكثر من سائقي السيارات، وقد أكدت (دراسة بظريف حمو، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بسلوك المخاطرة لدى السائقين)، أن السائق الجزائري سريع الانفعال على العموم بالرغم من الالتزام الذي تبديه نسبة كبيرة من السائقين.

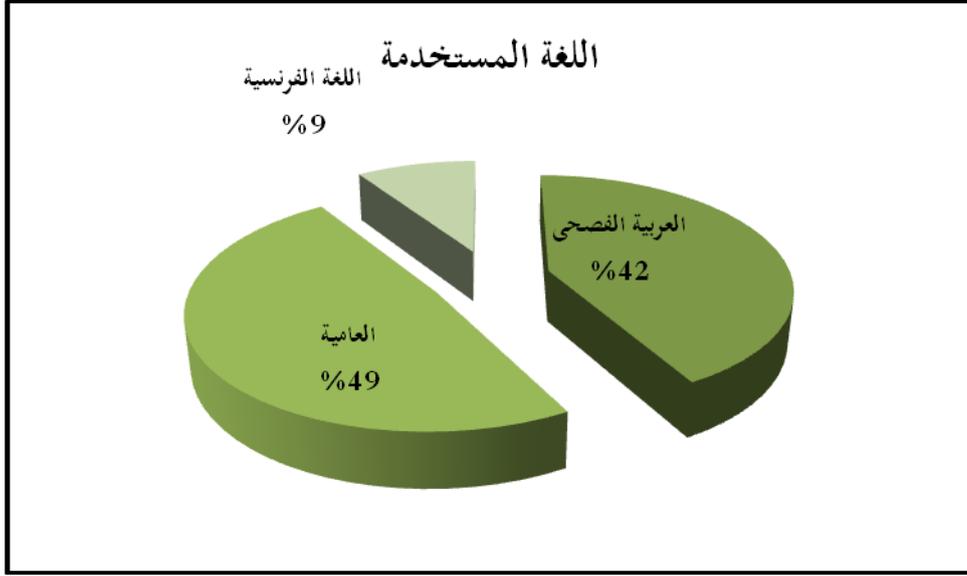
ثم يأتي الجمهور العام في المرتبة الثانية بحيث أنه كان يخاطب عامة الناس كقوله " صباح الخير لكل مستمعي ومنتبعي إذاعة الجزائر من غرداية" منهم الراجلين والقابض في الحافلات حيث كان يقدم لهم النصائح والإرشادات وكيفية احترام السائقين واحترام قانون المرور وكذا الاحترام بين القابض و لركاب في الحافلات.

تحليل فئات الشكل: (كيف قيل)

1- اللغة المستخدمة:

جدول رقم 7:

| النسبة المئوية | التكرار | اللغة المستخدمة |
|----------------|---------|--------------------------|
| 41,97% | 251 | العربية الفصحى |
| 48,66% | 291 | اللغة العامية (الدارجة) |
| 09,36% | 56 | اللغة الأجنبية (فرنسية) |
| 100% | 598 | المجموع |



الشكل رقم 10:

تبين لنا من الجدول السابق أن نسبة فئة اللغة العامية بلغت بنسبة 48,66% بتكرار قدر 291، ثم تأتي اللغة العربية الفصحى بنسبة 41,97% بتكرار قدر ب 251 مرة، وفي الأخير تحتل اللغة الأجنبية والمثثلة في اللغة الفرنسية بنسبة 09,36% مكررة 56 مرة.

التحليل الكيفي:

نستنتج مما سبق أن اللغة الأكثر استخداما في البرنامج لسلامتك هي اللغة العامية و المثثلة في الدارجة كانت قد حضرت بأعلى نسبة مقارنة ببقية اللغات، هذا كون البرنامج يستهدف عامية الناس منهم سائقي الأجرة والمركبات باختلاف مستوياتهم وعليه فتكون اللغة مفهومة لعامية الناس بحيث تصل المعلومة بسهولة، ثم تأتي اللغة العربية الفصحى بعدها مباشرة بفرق بسيط جدًا هذا باعتبارها اللغة الرسمية الأولى لوسائل الإعلام الجزائرية والإعلام الإذاعي خاصة، حيث تساعد فيشرح قوانين المرور وهي لغة اللوائح والقوانين، أما اللغة الأجنبية والمثثلة في اللغة الفرنسية تحتل المرتبة الأخيرة حيث وظفت هذه اللغة في استعمال بعض الكلمات الخاصة بأجزاء محركات المركبات.

2- فئة القوالب الفنية:

الجدول رقم 8:

| النسبة المئوية | التكرار | القوالب الفنية |
|----------------|---------|----------------|
| 11% | 05 | بث مباشر |
| 80% | 35 | تسجيل صوتي |
| 9% | 04 | مكالمة هاتفية |
| 100% | 44 | المجموع |



الشكل رقم 11:

تبين لنا من الجدول السابق، أن نسبة التسجيل الصوتي بلغت 80% بتكرار 35، ونسبة المباشر بلغت 11% بتكرار 05، والمكالمة الهاتفية 9% بتكرار 4 مرات.

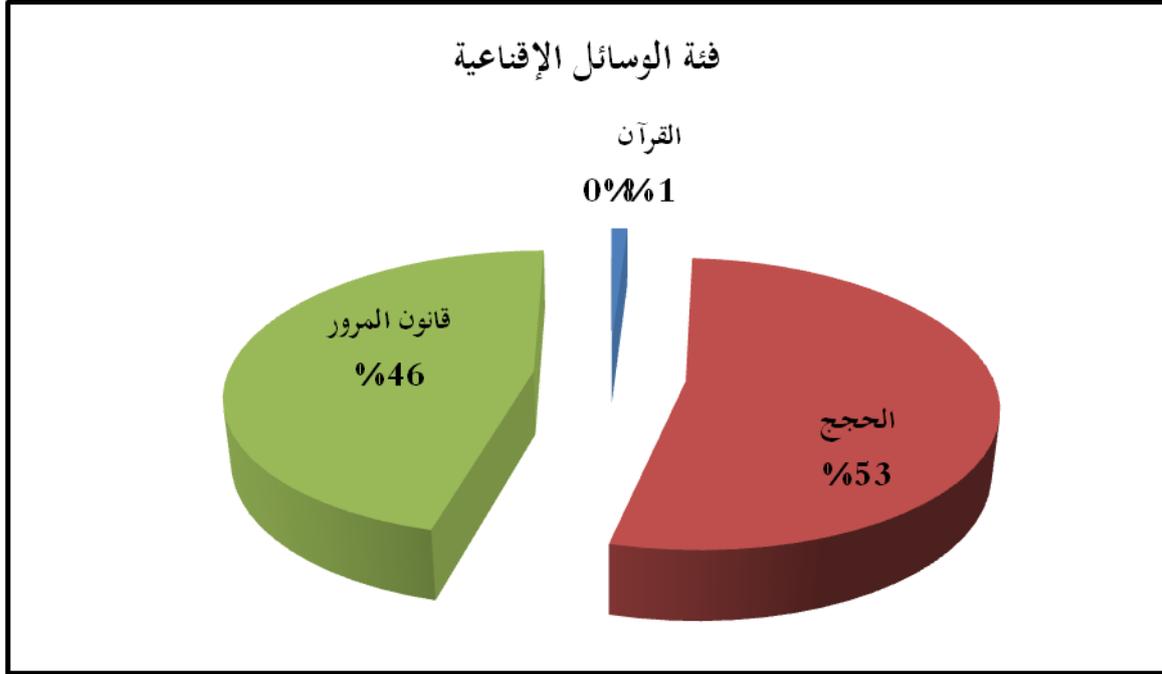
التحليل الكيفي:

نستنتج مما سبق أن التسجيل الصوتي كان بنسبة كبيرة، كون القائمين على البرنامج ليس لهم تكوين في الصحافة، فهم إما المستشار في السلامة المرورية أو خلية الاتصال بالدرك الوطني، ولطبيعة انشغالهم كانوا يسجلون الحلقات ثم يتم بثها، في حين كان البث المباشر والمكلمات الهاتفية قليلة وناذرة، فكان البث المباشر حسب تواجدهم في مقر الإذاعة حسب ظروفهم، وتقوم مكلفة بقسم الإنتاج بالاتصال الهاتفي بمعد البرنامج، لانتقاء المادة الإعلامية.

3- فئة الوسائل الإبرازية:

الجدول رقم 9:

| النسبة المئوية | التكرار | فئة الوسائل الإبرازية |
|----------------|---------|-----------------------|
| 1% | 2 | القرآن |
| 53% | 98 | الحجج |
| 46% | 85 | قانون المرور |
| 100% | 185 | المجموع |



الشكل رقم 12:

تبين لنا من الجدول السابق أن نسبة الحجج في الأساليب الإقناعية بلغت 53% بتكرار 98 مرة، وأن نسبة قانون المرور بلغت 46% بتكرار قدر بـ 85 مرة، والقرآن بلغت نسبته 1% بتكرار قدر 2 مرات.

التحليل الكيفي:

نستنتج مما سبق أن مقدم البرنامج اعتمد على الحجج بشكل كبير في فئة الوسائل الإقناعية، حيث أنه يستطيع إقناع المتلقي بإعطائه حجج واقعية لتسهيل إيصال الرسالة بمخاطبة عقله، كما اعتمد أيضا على قانون المرور بشرح قوانين المرور كقانون رقم 01 14 المتعلق بتنظيم حركة المرور عبر الطرق وسلامتها وأمنها، حيث يشرح المكلف بخلية الإعلام بالدرك الوطني بشرح قوانين المرور للمستمعين، وما يترتب عن المخالفات التي يقوم بها السائقين من عقوبات في حقهم، في حين اعتمد على القرآن الكريم بنسبة ضئيلة كقوله تعالى: ﴿وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ﴾ 195 البقرة.

4- التحليل الكمي والكيفي لتحليل فئات المضمون وفئات الشكل

الجدول رقم: 10 :تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الموضوع واللغة المستعملة

| المجموع العام | الفرنسية | | الدارجة | | العربية | | اللغة |
|---------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| المجموع % | | | | | | | فئة الموضوع |
| %46 | %54 | 7 | %52 | 25 | %32 | 10 | اقتصادي |
| %36 | %31 | 4 | %38 | 18 | %39 | 12 | اجتماعي |
| %14 | %15 | 02 | %10 | 05 | %16 | 05 | بيئي |
| %04 | %0 | 0 | 00 | 0 | %13 | 04 | ديني |
| %100 | %100 | 13 | %100 | 48 | %100 | 31 | المجموع |

نلاحظ من الجدول في الأعلى الذي يمثل تحليل فئة الموضوع مع اللغة المستخدمة، أن نسبة المواضيع الاقتصادية بلغت %46 في اللغة العربية الفصحى بتكرار قدرت ب 10 مرات في الفصحى، 25 مرة الدارجة و7مرات بالفرنسية، أما في المواضيع الاجتماعية فقد بلغت نسبتها %36، بتكرار 12 مرة في اللغة العربية، 18 للدارجة و4 مرات للغة الفرنسية، أما بالنسبة للمواضيع البيئية فقد بلغت نسبتها %14، بتكرار قدر ب 05 مرات بالفصحى و05 مرات الدارجة، ومرتين باللغة الفرنسية، وبلغت نسبة المواضيع الدينية نسبة %04 بتكرار قدر ب 04 مرات باللغة الفصحى، ولاشياء بالنسبة للغة الدارجة والفرنسية.

نستنتج من الجدول أن المواضيع الاقتصادية كانت هي الأعلى بالنسبة في المواضيع المستعملة في اللغة وكانت اللغة الدارجة الأكثر توظيفاً، طبعاً هذا راجع للجمهور المستهدف واستعمال الألفاظ الخاصة بالسيارات ومحركاتها حتى يسهل على المتلقي فهم الرسالة التي يوجهها المذيع لهم، بينما أن المواضيع الاجتماعية فقد وظفت فيها اللغة الدارجة بنسبة كبيرة وذلك راجع لطبيعة المجتمع المحلي حيث يكون مخاطبته بلغته المحلية أفضل. بينما في مواضيع البيئة فكانت اللغة

الفصحى هي الطاغية وذلك لتوظيف الشعارات فهي غالبا ما تكون باللغة العربية الفصحى، بينما القرآن الكريم كانت اللغة العربية الفصحى هي الأساس وهذا راجع للغة القرآن وهي الفصحى.

الجدول رقم: 11: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الأهداف واللغة المستعملة

| المجموع العام | الفرنسية | | الدارجة | | العربية | | اللغة |
|---------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | الأهداف |
| المجموع % | | | | | | | |
| 42 | 50 | 03 | %42 | 35 | %35 | 19 | الإعلام |
| 35 | 33 | 02 | %35 | 29 | %38 | 21 | التوعية |
| 23 | 17 | 01 | %24 | 20 | %27 | 15 | التثقيف |
| %100 | %100 | 06 | %100 | 84 | %100 | 55 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة الإعلام بلغت %42 بتكرار قدر بـ 19 مرة للغة العربية، و35 لدارجة، و03 مرات للفرنسية، أما التوعية فقد بلغت نسبتها %35 بتكرار قدر بـ 21 للغة العربية، 29 للدارجة، 02 للغة الفرنسية، في حين بلغت نسبة التثقيف %23 بتكرار قدر بـ: 15 مرة للغة الفصحى 20 للدارجة و 01 للغة الفرنسية.

نستنتج أن الإعلام احتل الصدارة مستعملا اللغة العربية الفصحى والدارجة بنسب مقارنة وذلك راجع للغة الإعلام وهي الفصحى وكذا القوانين التي هي مقننة باللغة الفصحى والدارجة هي لغة الجمهور المستهدف المحلي بشرحها له باللغة الدارجة، ثم تأتي التوعية مستعملة اللغة العربية الفصحى والدارجة بشكل متقارب أيضا وحتى التثقيف جاءت النسب بين اللغة العربية والدارجة متقاربة بينما أن اللغة الفرنسية كانت بنسبة ضئيلة جدا وهذا لأن طبيعة الجمهور المستهدف لا تماشى مع طبيعة اللغة الفرنسية باعتبارها لغة أجنبية.

الجدول رقم: 12: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الأساليب الإقناعية واللغة المستعملة

| المجموع العام | الفرنسية | | الدارجة | | العربية | | اللغة |
|---------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| المجموع % | | | | | | | الأساليب العقلية |
| %59 | %54 | 07 | %60 | 75 | %64 | 35 | العقلية |
| %29 | %46 | 06 | %22 | 28 | %18 | 10 | تخويف |
| %12 | 00 | 00 | %18 | 23 | %18 | 10 | العاطفية |
| 100 | 100 | 13 | 100 | 126 | 100 | 55 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة الأساليب العقلية بلغت 59% بتكرار قدر ب 35 مرة للغة العربية الفصحى بتكرار قدر ب 35 للغة العربية، و 75 للدارجة و 07 مرات للفرنسية، أما أسلوب التخويف فقد بلغت نسبته 29% بتكرار 10 مرات للغة العربية، 28 للدارجة 06 مرات، أما الأساليب العاطفية فقد بلغت نسبتها 12% بتكرار قدر ب 10 مرات للغة العربية و 23 لدارجة و 00 للفرنسية.

نستنتج أنه كان يعتمد على اللغة العربية الفصحى والدارجة بشكل متقارب في الأساليب العقلية وذلك راجع إلى استعمال الحجج والبراهين تتطلب توظيف اللغة الفصحى استخدام لغة الأرقام في القوانين والدراسة باستعماله حجج من الواقع المحلي المعاش ليقنع بها المستمع، في حين يأتي التخويف بنسب متقاربة أيضا بين اللغة الفصحى والدارجة وهذا باستعمال إحصائيات حوادث المرور، واستناده لأمثلة من الواقع المحلي كالإعاقة والعاهات التي تسبب بها حوادث المرور، إلا أن الأساليب العاطفية كانت بنسبة قليلة وتوظيف اللغة الفصحى والدارجة بشكل متقارب.

الجدول رقم: 13 تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الأساليب الإقناعية واللغة المستعملة

| المجموع العام | الفرنسية | | الدارجة | | العربية | | اللغة المصدر |
|---------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| المجموع % | | | | | | | |
| %49 | %54 | 07 | %58 | 85 | %36 | 20 | مستشار أمن الطرق |
| %38 | %38 | 05 | %41 | 60 | %36 | 20 | أشخاص آخريين |
| %13 | %08 | 01 | %1 | 02 | %29 | 16 | الدرك الوطني |
| 100 | 100 | 13 | 100 | 147 | 100 | 56 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة مستشار أمن الطرق لفئة المصادر بلغت %49 بتكرار قدر ب 20 مرة للغة العربية الفصحى و 85 بالنسبة لدارجة و الفرنسية 7 مرات، أما الأشخاص الآخريين(الشرطة ومدير مدرسة السياقة) فقد بلغت نسبته %38 بتكرار قدر ب 20 للغة العربية الفصحى و 60 للدارجة واللغة أما الفرنسية 05، أما الدرك الوطني بلغت نسبته %13 بتكرار قدر ب 16 للغة العربية الفصحى، 02 للدارجة و 01 بالفرنسية.

نستنتج أن مستشار أمن الطرق في فئة المصدر يركز على الدارجة وهذا راجع لطبيعة الجمهور بحيث أنه يمكن إيصال الرسالة بشكل أسهل وواضح للجمهور المحلي، أما الأشخاص الآخريين فقد تقاربت النسب بين اللغة العربية الفصحى و لدارجة والفرنسية بسبة قليلة، أما الدرك الوطني فقد كان يوظف اللغة العربية بشكل جلي وواضح قل ما يستعمل الدارجة في مداخلته في البرنامج وهذا راجع لطبيعة عملهم كهيئات رسمية.

الجدول رقم: 14 :تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الجمهور المستهدف واللغة

المستعملة

| المجموع العام | الفرنسية | | الدارجة | | العربية | | اللغة الجمهور المستهدف |
|---------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %23 | %23 | 06 | %34 | 83 | %11 | 05 | العام |
| %77 | %77 | 20 | %66 | 158 | %89 | 40 | مستعملي الطرقات |
| 100 | 100 | 26 | 100 | 241 | 100 | 45 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة الجمهور العام بلغت 23% بتكرار قدر ب 05 مرات للغة العربية و 83 مرة لدارجة والفرنسية ب 6 مرات، أما مستعملي الطرقات فقد بلغت نسبتها 77% بتكرار قدر 40 مرة للغة العربية و 158 مرة لدارجة و 20 مرة للغة الفرنسية.

نستنتج مما سبق أن نسبة مستعملي الطرقات كانت هي الأعلى وهذا راجع إلى طبيعة البرنامج بحيث أنه يستهدف السائقين وكانت النتائج متقاربة بين اللغة العربية الفصحى والدارجة ويرجع هذا لطبيعة الإذاعة كوسيلة إعلامية تستعمل اللغة الفصحى بصفة رسمية وكذا طبيعة المجتمع الذي توجه إليه الرسائل، أما الجمهور العام فكانت ضئيلة لأنه يركز على فئة السائقين بصفة كبيرة.

الجدول رقم: 15 :تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الموضوع والقوالب الفنية

| المجموع % | مكالمة هاتفية | تسجيل | | | بث مباشر | | القوالب الفنية |
|-----------|---------------|---------|--------|---------|----------|---------|-------------------|
| | | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %26 | %28 | 02 | %26 | 14 | %25 | 1 | اقتصادي |
| %42 | %28 | 02 | %52 | 30 | %50 | 2 | اجتماعي |
| %28 | %46 | 03 | %15 | 09 | %25 | 1 | بيئي |
| %04 | %00 | 00 | %07 | 04 | %00 | 0 | ديني |
| 100 | %100 | 07 | %100 | 57 | %100 | 04 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسب المواضيع الاقتصادية في القوالب المستعملة بلغت 26% بتكرار قدر ب 1 مرة واحدة بالنسبة للبث المباشر و 14 لتسجيل الصوتي مرتين للمكالمات الهاتفية. أما نسبة 42% المواضيع الاجتماعية بتكرار قدر ب 2 مرات للبث المباشر و 14 مرة لتسجيل الصوتي و 02 للمكالمات الهاتفية، أما المواضيع البيئية 28% بتكرار قدر ب 1 بث مباشر و 09 مرات لتسجيل 03 مرات للمكالمات الهاتفية، أما الدينية فقد بلغت نسبتها 04% بتكرار قدر ب 0 بث مباشر و 04 مرات تسجيل صوتي و 0 مكالمات هاتفية.

نستنج من الجدول أعلاه أن المواضيع الاجتماعية هي الأعلى بتوظيف البث المباشر والتسجيل الصوتي بنسب متقاربة أما المكالمات الهاتفية فكانت بنسبة قليلة، في حين تأتي المواضيع البيئية موظفة المكالمات الهاتفية بنسبة عالية ثم تأتي المواضيع الاقتصادية مستعملة التسجيل الصوتي والمكالمات الهاتفية وكذا البث المباشر بنسب متقاربة جدا والمواضيع الدينية كان التسجيل الصوتي هو الطاغي في هذه الفئة.

- يرجع استعمال القوالب الفنية بالنسبة للمواضيع إلى طبيعة عمل المقدم للبرنامج وعلى حسب تواجده في إذاعة غرداية.

الجدول رقم: 16: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الموضوع والقوالب الفنية

| القوالب الفنية الأهداف | بث مباشر | | تسجيل | | مكالمة هاتفية | المجموع % |
|------------------------|----------|--------|---------|--------|---------------|-----------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | | |
| إعلام | 29 | 34% | 120 | 41% | 91% | 55% |
| التوعوية | 30 | 35% | 73 | 25% | 00% | 20% |
| التثقيف | 27 | 31% | 99 | 34% | 09% | 25% |
| المجموع | 86 | 100% | 292 | 100% | 100% | 100 |

من الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الأهداف الإعلامية بالنسبة للقوالب المستعملة بلغت 55% بتكرار بلغ 29 للبث المباشر، و 120 لتسجيل الصوتي أما المكالمات الهاتفية بلغ تكرارها 10 مرات.

أما التوعية فقد بلغت نسبتها 20% بتكرار قدر ب 30 مرة بالنسبة للبث المباشر و 73 مرة لتسجيل الصوتي و 00 للمكالمات الهاتفية، والتثقيف بلغت نسبتها 25% بتكرار قدر ب 27 مرة للبث المباشر و 99 مرة لتسجيل مرة واحدة للمكالمات الهاتفية.

نستنتج أن في الأهداف في الإعلام كانت له النسبة الأعلى في القوالب الفنية حيث كان التركيز على المكالمات الهاتفية التسجيل الصوتي، في حين أن التثقيف فكانت النسب متقاربة بين البث المباشر والتسجيل الصوتي. وفي التوعية كذلك كانت النسب متقاربة بين التسجيل الصوتي البث المباشر، هذا يدل على أن الإعلام هي أهم فئة من فئات الأهداف في القوالب الفنية.

الجدول رقم: 17: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الموضوع والقوالب الفنية

| المجموع % | مكالمة هاتفية | تسجيل | | | بث مباشر | | القوالب الفنية |
|-----------|---------------|--------|---------|--------|----------|--------|----------------|
| | | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار |
| 60% | 59% | 10 | 61% | 80 | 60% | 27 | العقلية |
| 24% | 29% | 05 | 22% | 29 | 22% | 10 | التخويف |
| 16% | 12% | 02 | 17% | 23 | 18% | 08 | العاطفية |
| 100 | 100% | 17 | 100% | 132 | 100% | 45 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن فئة الأساليب العقلية في القوالب الفنية بلغت نسبتها 60% بتكرار قدر ب 27 مرة عقلية و 80 مرة تسجيل صوتي 10 مرات مكالمات هاتفية، في حين بلغت نسبة تكرار التخويف 24% بتكرار قدر ب 10 مرات بث مباشر و 29 مرة تسجيل 05 مرات في المكالمات الهاتفية.

نستنتج أن الأساليب العقلية هي كانت بنسبة عالية وكانت متقاربة بين البث المباشر والتسجيل الصوتي وهذا راجع لأهمية الأساليب العقلية في إقناع السائقين، في حين تأتي أسلوب التخويف والعاطفة متقاربين، وحتى القوالب الفنية المستعملة فيها كانت متقاربة.

الجدول رقم: 18: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الموضوع والقوالب الفنية

| المجموع % | مكالمة هاتفية | تسجيل | | | بث مباشر | | القوالب الفنية |
|-----------|---------------|--------|---------|--------|----------|--------|----------------|
| | | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار |
| 62% | 100% | 11 | 53% | 89 | 32% | 12 | مستشار الأمن |
| 74% | 00 | 00 | 37% | 62 | 62% | 23 | أشخاص آخرين |
| 05% | 00 | 00 | 10% | 17 | 05% | 02 | درك وطني |
| 100 | 100% | 11 | 100% | 168 | 100% | 37 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة مستشار الأمن بلغت 62% مع فئة القوالب الفنية، بتكرار قدر 12 مرة في البث المباشر، 89 في التسجيل و 11 مرة في المكالمات الهاتفية، أما في الآخرين فقد بلغت النسبة 74% بتكرار قدر ب23 في البث المباشر، و 62 لتسجيل و00 للمكالمات الهاتفية، في حين بلغت نسبة الدرك الوطني 05% بتكرار قدر ب02 بالنسبة للبث المباشر و17 لتسجيل و00 للمكالمات الهاتفية.

مما سبق نستنتج أن فئة الآخرين والمكونة من الشرطة ومدير مدرسة السياقة، اعتمدوا على البث المباشر، وهذا راجع لطبيعة تواجدهم في الولاية عكس مستشار الأمن غير الطرقات كان يعتمد على التسجيل الصوتي بنسبة عالية وهذا يعود لأنه ليس مذيع بإذاعة غرداية فهو يعتمد في تقديم حصصه على التسجيلات الصوتية، ولدرك الوطني مداخلات قليلة التسجيل الصوتي هو الطاعي في القوالب الفنية المستعملة.

الجدول رقم: 19: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الجمهور المستهدف و القوالب الفنية:

| الجمهور المستهدف | بث مباشر | | تسجيل | | مكالمة هاتفية | | المجموع % |
|------------------|----------|--------|---------|--------|---------------|--------|-----------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | |
| الجمهور العام | 20 | %51 | 72 | %27 | 02 | %29 | %36 |
| مستعملي الطرقات | 19 | %49 | 194 | %73 | 05 | %71 | %64 |
| المجموع | 39 | %100 | 266 | %100 | 07 | %100 | %100 |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن مستعملي الطرقات في فئة القوالب الفنية بلغت %64 بتكرار قدر ب 19 في البث المباشر ن و 194 في التسجيل الصوتي 05 مرات للمكالمات، في حين الجمهور العام بلغت نسبته %36 بتكرار قدر ب 20 في البث المباشر 72 في التسجيل الصوتي ومرتين في المكالمات الهاتفية.

نستنتج أن نسبة مستعملي الطرقات عالية واحتلت التسجيلات الصوتية الصادرة فيها، كما اعتمد كذلك على البث المباشر في حين الجمهور العام يأتي بعدها ب نسبة متقاربة بين البث المباشر والتسجيل الصوتي، يرجع هذا إلى أهمية السائقين بالنسبة للبرنامج حيث ركز عليهم في التسجيل الصوتي والبث المباشر.

الجدول رقم: 20: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الموضوع و الوسائل الإقناعية:

| الموضوع | القرآن | | الحجج | | قانون المرور | | المجموع العام |
|----------|---------|--------|---------|--------|--------------|--------|---------------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | |
| %المجموع | | | | | | | |

الفصل الميداني

| | | | | | | | |
|------|------|----|------|----|------|----|---------|
| 19% | 00 | 00 | 56 | 55 | 00 | 00 | اقتصادي |
| 40% | 100 | 85 | 21 | 20 | 00 | 00 | اجتماعي |
| 8% | 00 | 00 | 23 | 23 | 00 | 00 | بيئي |
| 33% | 00 | 00 | 00 | 00 | %100 | 02 | ديني |
| %100 | %100 | 85 | %100 | 98 | %100 | 02 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة المواضيع الاجتماعية في الوسائل الإقناعية بلغت 40% بتكرار قدر ب 00 في القرآن و 20 مرة الحجج و 85 في قانون المرور، في حين بلغت، أما المواضيع الدينية فقد بلغت نسبتها 33% بتكرار قدر ب مرتين في القرآن، في حين بلغت نسبة المواضيع الاقتصادية بلغت 19% بتكرار قدر ب 00 في القرآن، 00 في القانون و 55 مرة في الحجج.

نستنتج أن في المواضيع الاجتماعية اعتمد على قانون المرور لأنه والعامل الأساسي الذي يضبط المجتمع، في حين أن المواضيع الدينية اعتمدت على القرآن الكريم طبعاً لأنه هو كتاب الله المقدس وهو أصل التشريعات، وفي الاقتصادي اعتمدوا على الحجج لإقناع السائقين بضرورة المراقبة التقنية لسيارات وضرورة تسديد فاتورة قسيمة السيارات وضرورة الاقتصاد باستعمال الغاز بدل الوقود، وفي البيئة اعتمدوا على الحجج كذلك في إقناع السائقين بالحفاظ على البيئة من خلال استبدال الوقود بغاز طبيعي الصديق للبيئة

الجدول رقم: 21: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الأهداف و الوسائل الإقناعية:

| المجموع العام | قانون المرور | | الحجج | | القرآن | | الوسائل الإبرازية |
|---------------|--------------|---------|--------|---------|--------|---------|-------------------|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | الأهداف |
| 32 | 70 | 60 | 25 | 25 | 00 | 00 | الإعلام |
| 53 | 18 | 15 | 41 | 40 | 100 | 02 | التثقيف |

الفصل الميداني

| | | | | | | | |
|------|------|----|------|----|------|----|---------|
| 15 | 12 | 10 | 34 | 33 | 00 | 00 | التوعية |
| %100 | %100 | 85 | %100 | 98 | %100 | 02 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة الإعلام في الوسائل الإقناعية بلغت 32% بتكرار قدر ب 00 في القرآن الكريم و 25 مرة في الحجج و 60 مرة في قانون المرور، في حين بلغت نسبة التثقيف 53% بتكرار قدر مرتين في القرآن الكريم و 40 مرة في الحجج و 15 مرة في قانون المرور، وفي التوعية بلغت نسبة 15% التكرار في القرآن الكريم 00 و 33 مرة في الحجج 10 مرات في قانون المرور.

نستنتج أن كانت نسبة التثقيف عالية في الوسائل الإقناعية مدعما ذلك بالقرآن والحجج وتوظيف قانون المرور أما الإعلام في الوسائل الإقناعية فقد كان يعتمد على قانون المرور بشرحه وذكر القوانين الجديدة في قانون المرور وطرحها لسائقين بينما التوعية كانت بسبة ضئيلة معتمدا على الحجج كوسيلة إقناعية.

الجدول رقم: 22: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الأساليب الإقناعية و الوسائل الإقناعية

| المجموع العام | قانون المرور | | الحجج | | القرآن | | الوسائل الإبرازية الأساليب الإقناعية |
|---------------|--------------|---------|--------|---------|--------|---------|---|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %66 | %41 | 35 | 56 | 55 | 100 | 02 | الأساليب العقلية |
| 30% | 59 | 50 | 31 | 30 | 00 | 00 | التخويف |
| %04 | 00 | 00 | %13 | 13 | 00 | 00 | العاطفة |
| %100 | %100 | 85 | %100 | 98 | %100 | 02 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة الأساليب العقلية في الوسائل الإقناعية بلغت 66%، بتكرار قدر 02 مرة القرآن و 55 مرة في الحجج و 35 مرة في قانون المرور في حين أسلوب التخويف، أما في قانون المرور فقد بلغت النسبة 30% بتكرار قدر ب00 في القرآن الكريم و 30 مرة في الحجج و 50 مرة في قانون المرور. في حين بلغت نسبة العاطفة 04% بتكرار قدر ب 00 في القرآن وقانون المرور و 13 مرة في الحجج.

نستنتج أن الأساليب العقلية نسبة الأساليب العقلية كانت النسبة الأكبر في الوسائل الإقناعية حيث اعتمد المذيع في ذلك في توظيف القرآن الكريم من أجل التدبير والحجج لإقناع المستمع كما أنه وظف قانون المرور ليؤكد على السائقين احترامهم لقانون المرور لعدم الوقوع في المخالفات. في حين وظف أسلوب التخويف في الوسائل الإقناعية باعتماده على الحجج وقانون المرور بشرح العقوبات الناجمة عند ارتكاب المخالفات لتخويف السائق، في حين أنه لم يستعمل أسلوب العاطفة في الوسائل الإقناعية بشكل كبير.

الجدول رقم: 23: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة المصدر و الوسائل الإقناعية

| المجموع العام | قانون المرور | | الحجج | | القرآن | | الوسائل الإبرازية |
|---------------|--------------|---------|--------|---------|--------|---------|-------------------|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | المصدر |
| 66% | 29% | 25 | 69 | 68 | 100 | 02 | مستشار أمن الطرق |
| 09% | 24% | 20 | 02 | 02 | 00 | 00 | آخريين |
| 25% | 47% | 40 | 29 | 28 | 00 | 00 | درك وطني |
| 100% | 100% | 85 | 100% | 98 | 100% | 02 | المجموع |

نلاحظ أن نسبة مستشار أمن الطرق بلغت 66% بتكرار قدر ب 02 القرآن، 68 للحجج و 25 لقانون المرور، في حين بلغت الدرك الوطني نسبة 25% بتكرار قدر ب 00 للقرآن و 28

مرة للحجج و 40 مرة لقانون المرور، بينما فئة الآخرين جاءت بنسبة 09% بتكرار قدر ب 00 في القرآن ومرتين في الحجج و 20 مرة في قانون المرور.

نستنتج أن مستشار أمن الطرقات ركز الحجج في إقناعه للمستمعين طبعاً هذا راجع لمجال عمله في الميدان بتقديم حجج واقعية وشرحها وإقناع السائقين بها، بينما الدرك اعتمد على القوانين والمتمثلة في قانون المرور بصفته رجل قانون، أما فئة الآخرين فاعتمدوا على القوانين لأن هذه الفئة يندرج ضمنها رجال الشرطة ومديري مدارس تعليم السياقة فهم يركزون على قانون المرور كمصدر أساسي في البرنامج.

جدول رقم: 24: تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة المصدر والجمهور المستهدف

| المجموع العام | قانون المرور | | الحجج | | القرآن | | الوسائل الإبرازية الجمهور المستهدف |
|---------------|--------------|---------|--------|---------|--------|---------|---------------------------------------|
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| المجموع %08 | 00 | 00 | %23 | 23 | 00 | 00 | الجمهور العام |
| %92 | 100 | 85 | %77 | 75 | 100 | 02 | مستعملي الطرقات |
| %100 | %100 | 85 | %100 | 98 | %100 | 02 | المجموع |

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة الجمهور العام في الوسائل الإقناعية المستعملة بلغت 08% بتكرار قدر لاشيء بالنسبة للقرآن، و 24 مرة بالنسبة للحجج و 00 لقانون المرور.

أما بالنسبة لمستعملي الطرقات فقد بلغت النسبة 92% بتكرار قدر ب مرتين في القرآن و 75 مرة في الحجج، و 85 مرة في قانون المرور.

نستنتج مما سبق أن في الوسائل الإقناعية ركز المذيع على مستعملي الطرقات بصفة واضحة وجلية وهذا راجع على أنهم هم المسؤولون بالدرجة الأولى على السلامة المرورية فقد استعمل معهم

الوسائل الإقناعية لإقناعهم على التقليل من السرعة وأستدل بالقرآن الكريم لتثبيت كلامه، كما أنه ركز عليهم بصفة دائمة عند قانون المرور وهذا راجع لأي يستعينوا به ويطبقوه في حياتهم اليومية.

● أجرينا مقابلة مع عينة على من سائقتين سيارات الأجرة بمدينة غرداية تمثلت في 12 سائق وكانت إجاباتهم متقاربة وهي كالآتي:

س: هل تستمع إلى إذاعة الجزائر من غرداية؟

ج: نعم أكيد أستمع

س- هل تستمع إلى الركن الصباحي لسلامتك بانتظام؟

ج: أحيانا، أتصادف معه ومرات لا.

س- هل اللغة المستعملة في البرنامج تناسبكم؟

ج: أكيد فهو أغلب الأحيان باللغة العامية

س هل توقيت بث البرنامج مناسب؟

ج: لا، التوقيت لا يناسبني

س ما الذي أضافه لك برنامج لسلامتك في مجال مهنتك؟

ج: أفادني بالنسبة لتطبيقات الجديدة، وشرح المخالفات المرورية، المشاكل التي تحدث لنا أثناء السياقة وكيفية التعامل معها.

س: هل لك وتعرضت لموقف وأفادتك النصائح التي يقدمها لك برنامج لسلامتك؟

ج: نعم أكيد.

نستنج من المقابلة أن للإذاعة أهمية في نشر الوعي المروري من خلال برنامج

لسلامتك، في الإرشادات والنصائح التي يقدمها، لكن توقيت البرنامج لا يناسب

بعض السائقين وهذا راجع لبطه مرة واحدة في اليوم، فتكرار مثل هذه الومضات التحسيسية مهم جدًا بالنسبة للمستمعين حتى ترسخ هذه النصائح والإرشادات في اللاوعي عند جمهور السائقين الذين هم المستهدفون بالدرجة الأولى في مثل هذا البرامج التحسيني

5-التحقق من الفرضيات:

الفرضية الأولى:

أثبتت الدراسة صحة الفرضية "يعتمد برنامج لسلامتك على الأساليب العقلية في إقناع الجمهور" ومؤشرات ذلك ما جاء في الجدول(04)رقم على تأكيد الفرضية بنسبة 60%.

الفرضية الثانية:

أثبتت الدراسة صحة الفرضية "مستشار أمن الطرقات هو المصدر المعتمد في برنامج لسلامتك ومؤشرات ذلك ما جاء في الجدول رقم(05) على تأكيد الفرضية بنسبة 56%.

الفرضية الثالثة:

أثبتت الدراسة صحة الفرضية "يستهدف برنامج لسلامتك مستعملي الطرقات. ومؤشرات ذلك ما جاء في الجدول رقم(06) على تأكيد الفرضية بنسبة 70%.

الفرضية الرابعة:

أثبتت الدراسة صحة الفرضية "التسجيل الصوتي هو القالب الفني المعتمد عليه في برنامج لسلامتك ومؤشرات ذلك ما جاء في الجدول رقم (08) على تأكيد الفرضية بنسبة 80%.

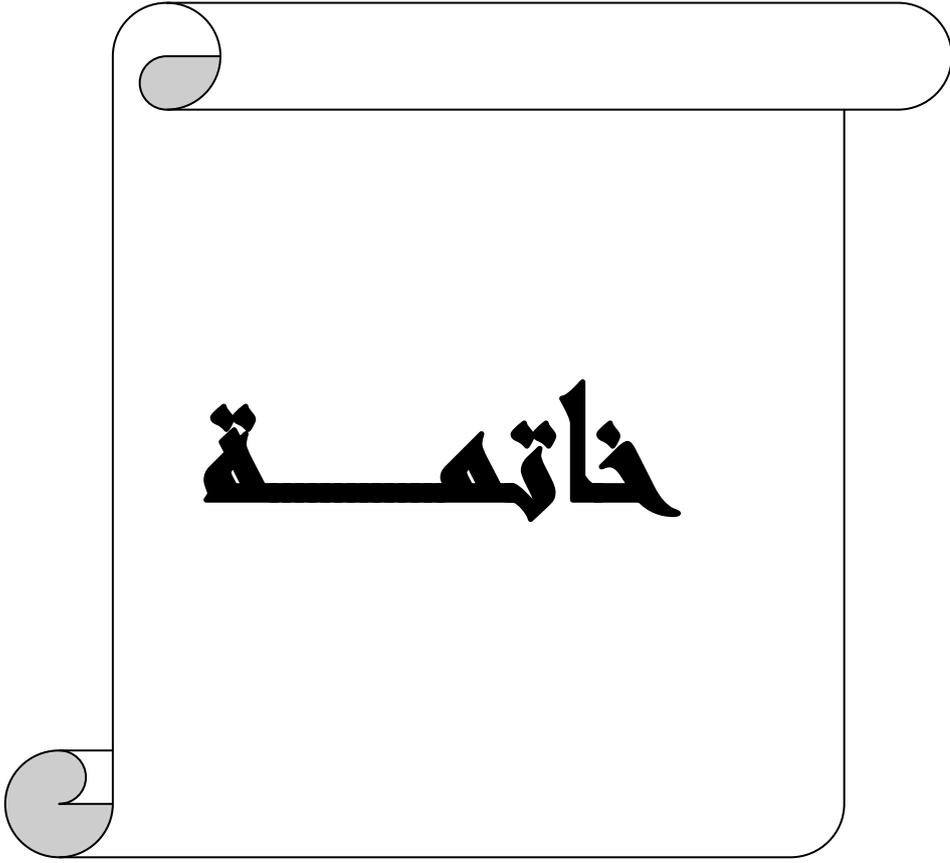
6 - النتائج العامة:

- من خلال دراستنا التي تمحورت حول مضمون برنامج لسلامتك توصلنا إلى النتائج التالية:
- يولي برنامج لسلامتك في إذاعة الجزائر من غرداية، أهمية كبيرة للمواضيع الاقتصادية حيث بلغت نسبة 46% ، وتقاربت مع المواضيع الاجتماعية عكس الدينية.
 - يعمل برنامج لسلامتك إلى الإعلام بنسبة بلغت 82,40% لأن الإذاعة وظيفتها الأولى الإعلام.
 - يعتمد برنامج لسلامتك على الأساليب العقلية بنسبة 60%، وهذا راجع لمخاطبة عقل المتلقي لتأثير عليه.
 - يستدل برنامج لسلامتك في طياته على مستشار أمن الطرقات بنسبة 56% حتى يبسط على المستمع محتوى الرسالة.
 - يستهدف برنامج لسلامتك مستعملي الطرقات نسبة 70% وهذا لأهم الأولى بهذه الإرشادات والنصائح.
 - اللغة العامية (الدارجة) تحتل الصدارة بنسبة 48,66% لأنها تسهل على المستمع فهم البرامج.

- يعتمد برنامج لسلامتك على التسجيل الصوتي 80% لطبيعة عمل القائمين على البرنامج.

- يستعمل المحجج في الوسائل الإقناعية بنسبة كبيرة لإقناع المستمعين.

- - توقيت البرنامج غير مناسب بالنسبة لبعض السائقين.



خاتمة:

للإذاعة والإذاعات المحلية خاصية وظيفية اجتماعية هامة في المجتمعات، فلها الفضل الكبير في بناءه وتنميته حيث كانت ولا تزال الإذاعة تسعى جاهدة في المضي قدما حول خدمة الرسائل الإعلامية بنزاهة ومصداقية، كما تسعى جاهدة لتطوير برامجها التي من شأنها خدمة المجتمع، حيث استطاعت هذه البرامج أن تكون بمثابة المنبر والملاذ الآمن والوحيد، من خلال الإرشادات والنصائح ومجموعة المعارف التي تقدمها هذه الوسيلة كونها تؤثر في سلوكيات السائقين وتسمى لتطويرها للتقليل من حوادث المرور، وهذا ما تجلّى في دراستنا والمتمثلة في " مساهمة الإعلام المحلي في التوعية المرورية " دراسة تحليلية لبرنامج " لسلامتك " بإذاعة الجزائر من غرداية من خلال تحليل مضمون حلقتين من كل شهر لمدة سنة وبعد الإجراءات التحليلية توصلنا إلى النتائج المتمثلة فيما يلي :

- إن برنامج لسلامتك عالج المواضيع: الاقتصادية والاجتماعية والدينية والبيئية.
- سعى برنامج لسلامتك إلى التثقيف والإعلام والتوعية من خلال شرح قوانين المرور ونشر التوعية المرورية.
- ركز برنامج لسلامتك على الأساليب الإقناعية المنطقية، بذكر الأرقام والإحصائيات حوادث المرور بغرض التأثير على المستمع وإقناعه إلى التغيير للأفضل.
- استهدف برنامج لسلامتك جمهور مستعملي الطرقات، لتقديم النصائح والإرشادات المرورية.
- اعتمد برنامجا لسلامتك على أمن الطرقات والدرك الوطني كمصادر أساسية في البرنامج.
- اللغة الدارجة هي اللغة التي طغت في البرنامج وهذا راجع إلى طبيعة الجمهور المستهدف.

- اعتمد برنامج لسلامتك على التسجيل الصوتي، في القوالب الفنية المعتمدة في لبرنامج وذلك لطبيعة عمل القائمين عليه كالدرك الوطني ومستشار أمن الطرقات.
 - استعمل البرنامج عدة وسائل إقناعية مثل القرآن الكريم والحجج وقانون المرور.
- يساهم برنامج لسلامتك بنسبة قليلة في التوعية المرورية وهذا راجع لعدم تكرار هذه الومضة الإعلامية أكثر من مرة في اليوم، فقد تكون لها أهمية كبيرة وكبيرة جدًا في نشر الوعي المروري.

قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

القرآن الكريم

1-الكتب:

- 1- بن الضبيان علي الرشيدى، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، فعاليات الحملات المرورية التوعوية، جامعة نايف للدراسات الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض 2006.
- 10- رشى جيهان أحمد، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
- 11- بدوي هناء حافظ، وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية والمجتمعات النامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001.
- 12- جاد سهير، وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003.
- 13- مصباح عامر، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته التطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 14- جابر سامية محمد، الاتصال الجماهيري في المجتمع الحديث النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996.
- 15- احدادن زهير، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، عمان، الأردن، 2012.
- 16- عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، مصر ط4، 2000.
- 17- تواتي نور الدين، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2008.

- 18- رياسي أحمد جمعة، إعداد المعلمين في سلطنة عمان تحديات العولمة والتربية السياسية، عالم الكتب الحديث، ط1، الأردن، 2009.
- 19- شكري عبد المجيد، الإذاعة المدرسية في دور تكنولوجيا التعليم نظرة مستقبلية للقرن الواحد والعشرين، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
- 2- العسيري عبد الرحمان، العمل الإعلامي الأمني المشكلات والحلول، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2002.
- 20- الحلواني ماجي، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 1982.
- 21- شعبان فؤاد، صبيطي عبيدة، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، دار الخلدونية، الجزائر، 2012.
- 22- الصديقي محمد الفاتح حافظ، وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية والمجتمعات النامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001.
- 23- الشاوي طارق، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 24- رشي جيهان أحمد، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986.
- 25- ميلفين ديلفر، ساندرابول روكيتش، نظريات وسائل الاتصال، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994.
- 26- مرعي محمد، الإذاعات العربية الموجهة باللغة الأجنبية ومخاطبة الرأي العام، اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2005.
- 27- ديلو فضيل، تاريخ وسائل الاتصال، دار أقطاب الفكر، قسنطينة، 2007.
- 28- بن قارة خليفة، الإذاعة كما رأيتها وأراها، منشورات سائحي، ط1، الجزائر، 2013.
- 29- دليمي عبد الرزاق، مدخل لوسائل الإعلام الجديد، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012.

- 3- عبد الرحمان عواطف، الصحافة العربية في الجزائر دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية 1954-1962، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
- 30- السيد طارق أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، ط1، مصر، 2004.
- 31- شفيق حسين، الصحافة المتخصصة، دار الفكر، ط1، الأردن، 2009.
- 32- سلمان أبو جلال اسماعيل، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011.
- 33- حجاب محمد منير، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
- 34- عبد الحميد محمد، تحليلا المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق لنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2007.
- 35- ديلو فضيل، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة بن عكنون، الجزائر، 1998.
- 36- شرف عبد العزيز، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989.
- 37- نجم طه عبد العاطي، مناهج البحث الإعلامي، جامعة الإسكندرية، ط1، 2015.
- 38- عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل لنشر، عمان ط2، 1999.
- 39- إسماعيل محمود حسين، مناهج البحث العلمي، ط1 ن دار الفكر العربي، القاهرة
- 4- بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4،
- 40- تمار يوسف، تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، دار طاكسيج توم لدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007.

41- حضور أديب محمد، حملات التوعية المرورية العربية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 2007.

42- طالي الهاشمي بن بوزيد، حملات التوعية المرورية، قسم البحوث والدراسات في جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2006.

43- المتحرش عبد الله، خصائص الإجراءات الوقائية إزاء حوادث المرور المتعلقة بقيادة صغار السن في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير أكاديمية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2003.

44- وزاني عبد العالي ورشاد عبد الرحمان، دور الإذاعات المحلية والإقليمية في التوعية لقضايا ومشكلات المجتمع المحلي، سلسلة البحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2012.

45- إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال، دار العالمية لنشر والتوزيع ط1، الكويت، 2003

5- صقر نبيل، حوادث المرور نصا وفقها وتطبيقا (قرارات المحكمة العليا حول حوادث المرور)، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر 2009.

6- الخلفي طارق سيد أحمد، فن الكتابة في الإذاعة والتلفزيون، دار المعرفة الجامعية، ط1، القاهرة، 2008.

7- بن عيسى محسن، السلامة المرورية، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2010.

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

9- الغوشن عبد الله، كيف تقنع الآخرين، دار العاصمة للنشر والتوزيع، الرياض، 1996.

2-الدراسات والرسائل الجامعية :

1- شهيري فايز عبد الله، دور المدرسة في نشر الوعي، رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الأمنية، السعودية، 2006.

2- شهيلي يزيد، المراقبة التقنية للمركبات ودورها في تخفيض حوادث المرور بالجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، 2010-2011.

3- عقاري زكرياء، دراسة تحليلية لحوادث المرور في الجزائر في الفترة 1970-2010، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011.

4- حانون نزيهة، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2007-2008..

5- بومشظة نوال، ترتيب الأولويات في أخبار الإذاعة المحلية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2014.

6- قاسمية عبد النور، دور الإعلام الجوّاري في التنمية المحلية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، المدية، الجزائر، 2011.

7- بغدادي خيرة، برامج الإذاعة الجزائرية وعلاقتها بالواقع الاجتماعي، دراسة مقارنة بين القناة الأولى والثالثة، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003.

8- بن عزة فاطمة الزهراء، الإذاعات المحلية ودورها في تحديد وجهات الرأي العام، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2017.

9- بداني فؤاد، سيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران 2، 2016.

10- كريم بدر أحمد، دور المذيع في تغيير العادات والقيم في المجتمع السعودي، دراسة ميدانية في قرية خلبص، رسالة ماجستير، قسم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، 1359هـ.

11- بوكرموش عيسى، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2012.

12- خياط مبروك، البرامج التلفزيونية ونقد الواقع الاجتماعي، دراسة تحليلية لبرنامج خواطر 11، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة غرداية، 2016-2017.

13-تباني عبير، الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، 2012.

3-المجلات:

1- التميمي عبد الله عبد المؤمن، الإذاعات المحلية ودورها في تعزيز الهوية الوطنية، دراسة ميدانية على طلاب جامعة الإمارات، مجلة الدراسات العلمية القيمة المعاصرة، مجلد1، العدد4، دار الومس للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.

2- مجلة وزارة النقل، المركز الوطني للوقاية عبر الطرقات، دراسة إحصائية لحوادث المرور في الجزائر خلال سنة 2009.

3- حوالم رحيمة، التكاليف الاقتصادية والاجتماعية لحوادث المرور بالجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر قايد تلمسان، مجلة الباحث، الجزائر، عدد11، 2012.

4- مرسي محمد موسى محمد، الوعي لدى الأطفال، المجلة العربية لدراسات الأمنية والتدريس، المجلد19، العدد38، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، رجب 1435.

5- السيد راضي عبد المعطي، الآثار الاقتصادية لحوادث المرور، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 2008.

6- المكتب العربي للإعلام الأمني، دور وسائل الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث الطرقات، إعداد المكتب العربي.

القواميس:

1- بدوي أحمد زكي، معجم المصطلحات للعلوم الاجتماعية، مكتب بيروت، لبنان.

2- أبو عصر شهاب الدين، القاموس الوافي، دار الفكر، دط، بيروت، 2003.

3- الكيلاني عبد الوهاب وآخرون، الموسوعة السياسية والاقتصادية، المؤسسة العربية لدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1990.

4- ابن المنظور لسان العرب، دار الفكر، المجلد 11، لبنان، 1997.

- الندوات:

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

الملاحق

الملحق: 1

أسئلة المقابلة مع المكلفة بقسم الإنتاج بإذاعة غرداية:

- 1- منذ متى بدأ بث الأثير الإذاعي بغرداية؟
- 2- كم عدد الصحفيين العاملين بالإذاعة؟
- 3- منذ متى انطلق بث برنامج لسلامتك؟
- 4- ما هي المصادر التي تعتمدون عليها في الحصول على المعلومات لتقديم البرنامج؟
- 5- من هم القائمون بتقديم برنامج لسلامتك؟
- 6- ما هي مدة بث هذا البرنامج؟
- 7- كم من مرة في الأسبوع يبث هذا البرنامج؟
- 8- ما هي الأهداف التي تسعى إليها من خلال برنامج لسلامتك؟

ملحق 2 يمثل الإذاعات المحلية في الجزائر

| تاريخ انشائها | الإذاعة الجهوية |
|---------------|-----------------|
| 1991/04/20 | بشار الساورة |
| 1991/06/08 | العاصمة متيجة |
| 1991/06/09 | ورقلة الواحات |
| 1991/11/05 | الأغواط السهوب |
| 1992/04/16 | تمنراست الأهقار |
| 1992/10/07 | تلمسان العالية |
| 1992/10/10 | سطيف الهضاب |
| 1994/12/29 | باتنة الاوراس |
| 1995/01/26 | وهران الباهية |

| | |
|------------|-----------------|
| 1995/02/05 | قسطنطينة سيرتا |
| 1995/04/04 | تبسة |
| 1995/06/04 | أدرار توات |
| 1995/09/20 | بجاية الصومام |
| 1996/11/20 | واد سوف |
| 1997/01/13 | عناية |
| 1997/01/27 | ايليزي الطاسيلي |
| 1998/10/25 | تيارت |
| 1999/05/12 | تندوف |
| 1999/05/25 | نعامة |
| 1999/06/14 | بسكرة الزيبان |
| 2001/02/24 | غرداية ميزاب |
| 2003/08/27 | معسكر بني شقران |
| 2003/09/08 | البيض |
| 2003/10/10 | مسيلة الحضنة |
| 2003/11/15 | سكيكدة |
| 2004/01/26 | الشلف |
| 2004/02/11 | مستغانم الظهرة |
| 2004/02/11 | سيدي بلعباس |
| 2005/02/23 | سوق اهراس |
| 2006/07/05 | غيليزان |
| 2008/02/24 | سعيدة |
| 2008/05/19 | أم البواقي |
| 2008/05/26 | عين تيموشنت |

| | |
|------------|----------------|
| 2008/04/06 | تسميلت |
| 2008/04/23 | برج بوعريريج |
| 2008/05/01 | عين الدفلة |
| 2008/11/01 | جيجل |
| 2008/12/27 | قالمة |
| 2009/09/09 | الجلفة |
| 2010/03/23 | المدية التيطري |

ملحق 3: الجدول يبين إحصائيات حوادث المرور وأسبابها خلال السداسي الثاني لسنة 2018 والثلاثي الأول لسنة 2019:

| الأشهر | عدد الحوادث | مमित | جسماني | مادي | عدد القتلى | عدد الجرحى |
|---------|-------------|------|--------|------|------------|------------|
| جويلية | 10 | 04 | 06 | 00 | 08 | 25 |
| أوت | 08 | 03 | 05 | 00 | 06 | 10 |
| سبتمبر | 08 | 01 | 07 | 00 | 01 | 17 |
| أكتوبر | 06 | 02 | 04 | 00 | 02 | 08 |
| نوفمبر | 05 | 01 | 03 | 01 | 01 | 22 |
| ديسمبر | 05 | 02 | 03 | 00 | 03 | 07 |
| المجموع | 42 | 13 | 28 | 01 | 21 | 89 |

ملحق 04 الجدول: الأسباب الرئيسية الخاصة بحوادث المرور لسداسي الثاني 2018:

| | |
|----|-----------------------------------|
| 34 | الأسباب المتعلقة بالسواق |
| 04 | الأسباب المتعلقة بالمركبات |
| 02 | الأسباب المتعلقة بالمارة |
| 02 | الأسباب المتعلقة بالطرقات والمحيط |
| 42 | المجموع |

ملحق 05: يوضح إحصائيات حوادث المرور وأسبابها الخاصة بالثلاثي الأول لسنة 2019:

| الأشهر | عدد الحوادث | مमित | جسماني | مادي | عدد القتلى | عدد الجرحى |
|---------|-------------|------|--------|------|------------|------------|
| جانفي | 03 | 00 | 02 | 01 | 00 | 03 |
| فيفري | 02 | 01 | 01 | 00 | 01 | 03 |
| مارس | 06 | 04 | 01 | 01 | 10 | 08 |
| المجموع | 11 | 05 | 04 | 02 | 11 | 08 |

ملحق 06: يوضح لنا الأسباب الرئيسية الخاصة بحوادث المرور للثلاثي الأول لسنة 2019:

| | |
|----|----------------------------|
| 08 | الأسباب المتعلقة بالسواق |
| 03 | الأسباب المتعلقة بالمركبات |
| 11 | المجموع |

الملحق رقم 07: استمارة تحليل المحتوى



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة غرداية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

الموضوع: تحكيم استمارة تحليل المحتوى

استمارة مذكرة لنيل شهادة ماستر من إعداد الطالبتين: رسيوي فاطمة الزهراء ، عزوز بربكة

إشراف الأستاذ: لطفي دكاني

تحية طيبة وبعد....

هذه الاستمارة خاصة بدراسة علمية للتخصير لشهادة الماستر في علوم إعلام واتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، حول موضوع "مساهمة الإعلام المحلي في التوعية المرورية دراسة تحليلية لبرنامج لسلامتك بإذاعة غرداية المحلية" مرفقة بدليلها ودليل التعريفات الإجرائية والتي تدخل ضمن عملية التحليل الإخباري لمعامل الصدق والثبات، لذلك نطلب منكم الاطلاع على محتوى الاستمارة ونرجو منكم منحنا القليل من وقتكم لتحكيمها وتعزيزها بآرائكم وتصويباتكم التي ننتظرها منكم.

فالرجاء منكم :

- قراءة التعريفات الإجرائية قراءة شاملة.

- وضع علامة (t) أمام التعريفات التي ترون أنها مقبولة وملائمة لدراستنا.

- وضع علامة (x) أمام أي تعريف في الدليل غير ملائمة.

- وضع علامة (W) أمام التعريف الذي ينبغي تعديله.

- تدوين بعض الإضافات والملاحظات إن وجدت.

استمارة التحليل المحتوى

1) البيانات الأولية:

عنوان الحلقة: 1

ترتيب الحلقة: 2

تاريخ بث الحلقة: 3 4 5

توقيت الحلقة 6

2) البيانات الخاصة بفئات المضمون (ماذا قيل؟):

1- فئة الموضوع

7 1 2 3

8 4 5

9 6 7

10 8 9

2- فئة الأهداف:

$$\triangle_{11} \triangle_{10} \square_{11}$$

$$\triangle_{13} \triangle_{12} \square_{12}$$

$$\triangle_{16} \triangle_{15} \triangle_{14} \square_{13}$$

3- فئة الأساليب الإقناعية:

$$\triangle_3 \triangle_2 \triangle_1 : \square_{14}$$

$$\triangle_6 \triangle_5 \triangle_4 : \square_{15}$$

$$\triangle_9 \triangle_8 \triangle_7 \square_{16}$$

4- فئة المصدر:

$$\triangle_{28} \triangle_{27} \triangle_{26} \square_{17}$$

5- فئة الجمهور المستهدف:

$$\triangle 30 \triangle 29 \square 18$$

البيانات الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟):

1- فئة اللغة المستخدمة:

$$\triangle 33 \triangle 32 \triangle 31 \square 19$$

2- فئة القوالب الفنية

$$\triangle 36 \triangle 35 \triangle 34 \square 20$$

3- فئة الوسائل الإقناعية:

$$\triangle 39 \triangle 38 \triangle 37 \square 21$$

3) الملاحظات:.....

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

...

الملحق رقم 08 دليل استمارة تحليل المحتوى

دليل استمارة تحليل المحتوى:

تم تقسيم استمارة تحليل المحتوى إلى ثلاث محاور هي:

1) البيانات الخاصة بالحلقات البرنامج:

وتشير المستطيلات المرقمة من 1 إلى 8 إلى ما يلي:

1: عنوان الحلقة / 2: عدد الحلقة / 3: يوم بث الحلقة 4: شهر بث الحلقة

5: سنة بث الحلقة / 6: زمن بث الحلقة:

2) البيانات الخاصة بالفئات المضمون (ماذا قيل؟):

1- فئة الموضوع: وتشير المستطيلات المرقمة من 7 إلى 10 إلى:

7: اقتصادي، 8: اجتماعي، 9: ديني، 10: بيئي

وتشير المثلثات التالية إلى:

1 : انفجار العجلات، 2: الاستعمال الجيد للوقود، 3: حماية محرك السيارة من التلف، 4: تعديل

سلوكيات السائقين، 5: ضوابط اجتماعية، 6: القرآن الكريم، 7: أحاديث نبوية، 8: تلوث الهواء،

9 الحرائق.

2- فئة الأهداف: تشير المستطيلات من 11 إلى 13 تشير إلى:

11: الإعلام/ 12: التثقيف/13: التوعية.

وتشير المثلثات التالية من 10 إلى 16 إلى:

10: ذكر إحصائيات المرور، 11: الإعلان عن القوانين الجديد، 12: شرح قوانين المرور، 13: ذكر المخالفات والعقوبات الناجمة عنها، 14: النصح، 15: الإرشاد، 16: خلق مجتمع واعي بالثقافة المرورية.

3- الأساليب الإقناعية: حيث تشير المربعات من 14 إلى 16:

14: الأساليب العقلية، 15: أسلوب التخويف، 16: أسلوب العاطفة.

والمثلثات من 17 إلى 25:

17: شرح قانون المرور، 18: إحصائيات حوادث المرور، 19: حالات المخالفات والعقوبات، 20: الإشارة إلى الموت، 21: الإعاقات، 22: تيتيم الأطفال، 23: إثارة وجدان السائقين واستعطفهم، 24: ذكر مزايا السلامة المرورية، 25: التذكير بأهمية السائق في المجتمع

4- فئة المصدر: تمثل المربعات 17

26: مستشار أمن المرور 27: آخريين 28: الدرك الوطني.

5- الجمهور المستهدف

وتمثل المربع رقم 18، وتمثل المثلثات من 29 إلى 30:

18: الجمهور المستهدف.

29: عامة المستمعين 30: مستعملي الطرقات

البيانات الخاصة بالفئات الشكل (كيف قيل؟):

1- اللغة المستخدمة:

تشير إلى المستطيل رقم إلى اللغة المستخدمة 19 والمثلثات المرقمة من 31 إلى 33 تشير إلى

19: اللغة المستخدمة.

31: العربية الفصحى / 32: العامية / 33: الأجنبية.

2- فئة القوالب الفنية:

- تشير إلى المستطيل رقم 20 إلى القوالب الفنية والمثلثات المرقمة من 33 إلى 36 تشير إلى

34: بث مباشر، 35: تسجيل صوتي، 36: مكالمة هاتفية

3- فئة الوسائل الإقناعية:

يشير المستطيل رقم 21 إلى فئة الوسائل الإقناعية والمثلثات من 37 إلى 39:

37: الحجج، 38: القرآن الكريم، 39: القوانين

دليل التعريفات الإجرائية للفئات .

- وحدات التحليل: استخدمنا في تحليل الركن الصباحي لسلامتك على وحدة قياس الفكرة.

- وحدة قياس الفكرة: تستخدم على أساس كل فكرة من البرنامج هي مفردة.

1- فئات المضمون (ماذا قيل؟):

1- فئة الموضوع: وهي نوعية المواضيع التي تناولها البرنامج وتركز على ما يدور محتوى البرنامج

وأكثر مواضيع بروزا في البرنامج هي:

اقتصادي: ونجد فيها مجمل الخاسر التي تمس المركبة كخسارة العجلات، حماية المحرك من التلف،
الكيفية الصحيحة لاستهلاك الوقود.

اجتماعي: وهي القيم الاجتماعية التي تحدث في المجتمع الضوابط الاجتماعية، من خلال تطبيق
قانون المرور، تغير سلوكيات غرس الثقافة المرورية يؤدي إلى تغيير السلوك إلى الأحسن.
بيئي: العوامل البيئية الناجمة عن حركة المركبات: مثل تلوث الهواء، الاحتراق.

2- فئة الأهداف: ونقصد بها لتعرف على الهدف المسطر من قبل القائم على برنامج

لسلامتك.

الإعلام: كذكر الإحصائيات حوادث المرور، الإعلان على القوانين الجديدة في قانون المرور.

التثقيف: شرح قانون المرور، ذكر المخالفات والعقوبات التي تترتب عليها

التوعية: النصح، الإرشاد، التحسيس من مخاطر حوادث المرور، خلق مجتمع واعي.

3- فئة الأساليب الإقناعية: نقصد بها الطرق الذي من خلالها نستطيع إقناع المستمع.

❖ أساليب عقلية: تأثير على المستمع ومحاولة إقناعه بالحجج والبراهين ومخاطبة عقله والتركيز
على المنطق.

❖ الأساليب العاطفية: الإستمالات التي تستهدف إلى إثارة وجدان المستمع.

❖ : أساليب (التخويف): وهي الطرق التي اعتمد عليها المقدم من التأثير على المتلقي، قصد التقليل من حوادث المرور.

4- فئة المصدر: ونقصد بها كل البراهين والأدلة التي كان يعتمد عليها من قبل مقدم برنامج لسلامتك من أجل معالجة مواضيعه.

مستشار أمن الطرقات: وهو من أحد القائمين على تقديم البرنامج، حيث أنه يدي.

أحريين: يتمثل في مدير مدرسة السياقة ومصالح الشرطة.

الدرك الوطني: حيث كان للدرك الوطني دور مهم جدا في شرح التجاوزات القانونية الخاصة بقانون المرور والعقوبات التي تترتب عنها.

5- فئة الجمهور المستهدف: ويقصد بها الجمهور المتلقي أو الذي توجه إليه الرسالة الإعلامية، ويكون إما عامة الناس، أو مستعملي الطرقات.

فئات الشكل (كيف قيل؟):

1- فئة اللغة المستخدمة: هي اللغة الأكثر استخداما من طرف الصحفي التي لها أكبر قدرة على توصيل الرسالة وتندرج ضمنها:

❖ اللغة الفصحى: هي اللغة الرسمية الصحافة.

❖ اللغة العامية: وهي اللغة المنتمية للبلاد وهي (الدارجة).

❖ اللغة الأجنبية: تتمثل في الفرنسية.

2- فئة القوالب الفنية: وهي عبارة عن الهيئة التي يقدم بها المادة الصحفية.

بث مباشر: هو خاصية نقل المعلومات من الحصة إلى المستمعين مباشرة.

تسجيل صوتي: وهي عبارة عن مقاطع صوتية، يسجلها المذيع مع صاحب الرسالة.

مكالمة هاتفية: هي خدمة يقوم بها المذيع مع صاحب الرسالة لعدم حضوره بالاستديو.

3- فئة الوسائل الإقناعية: وذلك بالجمع بين الحجج والبراهين، وقوانين المرور القرآن الكريم

لإقناع المستمع

حجج: هي المادة التي يدعم بها المذيع معلوماته من أجل كسب ثقة المستمعين،
القرآن الكريم: هو كتاب الله المقدس.

قوانين: هي عبارة أحكام وضعتها الدولة من أجل التحكم في نظام السير والانضباط.

ملحق رقم 10: أسئلة المقابلة مع عينة من سائقي الأجرة بمدينة غرداية:

1- هل تستمع إلى إذاعة الجزائر من غرداية؟

2- هل تستمع إلى الركن الصباحي لسلامتك بانتظام؟

3- هل اللغة المستعملة في البرنامج والتي تناسبكم؟

4- هل توقيت بث البرنامج مناسب؟

5- ما الذي أضافه لك برنامج لسلامتك في مجال مهنتك؟

6- هل لك وتعرضت لموقف وأفادتك النصائح التي يقدمها لك برنامج لسلامتك؟