

البرامج المتخصصة ودورها في ترسيخ ثقافة التوعية المروية

" دراسة تحليلية لبرنامج وقفة مروية "

Specialized Programs and Their Role in Establishing a Culture of Traffic Awareness " An Analytical Study of a Traffic Stop Program "

م.د. زينة سعد نوشي

Lect. Dr. Zena Saad Noshi

الجامعة المستنصرية/ كلية الآداب

Al-Mustansiriya University\ College of Arts

E-mail: drzenasaad@uomustansiriyah.edu.iq

الكلمات المفتاحية: قنوات فضائية، برامج متخصصة، توعية مروية، ثقافة مروية، اعلام
امني.

**Keywords: satellite channels, specialized programs, traffic awareness,
traffic culture, security media.**

المخلص

لا يقتصر دور التلفزيون على تقديم المعرفة والخبرات للمشاهدين من خلال الصوت والصورة الحية، وإنما يقترب أيضا من الاتصال الشخصي ومقدرته على التأثير في الآراء والمواقف، وأحيانا يتفوق على الاتصال الشخصي لكونه يعمل على تقديم التفاصيل الدقيقة وتحريك الأشياء الثابتة، فالتلفزيون بصورة عامة والبرامج التلفزيونية المتخصصة في القنوات الفضائية بصورة خاصة تؤدي دورا مهما في عملية التوعية والتثقيف، لاسيما الأمور التي تتعلق بالجانب المروري والثقافة المرورية عبر تقديم جملة من النصائح والإرشادات المتعلقة به، وتأتي هذه البرامج لتوعية الناس وشرح لهم قواعد السير والمرور، وذلك بتسليط الضوء على أبرز الموضوعات المقدمة عبر برنامج وقفة مرورية، إذ تضمنت أهداف البحث معرفة أساليب معالجة القضايا والموضوعات في برنامج وقفة مرورية، وتحديد أبرز أساليب التوعية المقدمة في البرنامج، أما فيما يخص نوع البحث ومنهجه فهو ينتمي إلى البحوث الوصفية في حين تم استخدام المنهج المسحي، وقد حدد مجتمع البحث بالبرنامج التلفزيوني "وقفة مرورية" الذي يتم عرضه عبر قناة العراقية الفضائية، وذلك بالاعتماد على العينة العمدية، عبر تحليل حلقات البرنامج والبالغة (١٢) حلقة تلفزيونية، للشهر "حزيران - تموز - آب" للعام (٢٠٢٢ - ٢٠٢٣)، واستخدمت الباحثة مجموعة من الأدوات منها الملاحظة العلمية واستمارة تحليل المضمون، وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج من أبرزها تنوع القضايا والموضوعات التي تم طرحها في البرنامج، اعتماد البرنامج على صحافة المواطن، عبر تشجيع المواطنين وحثهم على المساهمة في الاشتراك بالبرنامج، يعد البرنامج بمثابة حملة مرورية يتم من خلاله، العمل على نشر التوعية وبثها من خلال شاشة التلفزيون، أسهم البرنامج في تفعيل الوظيفة الإرشادية والتوعوية، ليس فقط بالنسبة لسائقي المركبات، وإنما شمل جميع الفئات ومختلف الشرائح الاجتماعية، وبالتالي عمل على المساهمة في رفع مستوى الوعي المروري لدى المواطنين، عبر نشر ثقافة التوعية المرورية وتقديم النصائح والإرشادات.

Abstract

Television is not only about providing knowledge and experiences to the viewer through customized sound and image, but also specifically about personal communication and its ability to influence opinions and positions, and sometimes it is superior to communication, as the personal goal works to provide precise details and fixed access movements. Television in general is for dedicated television correspondence in satellite channels. In particular, it aims to educate and educate people, especially matters that approach the common aspect of commercial knowledge by presenting an urgent need for preparedness and trends related to it, creating these programs to educate people and explain traffic rules, by highlighting the most prominent leading topics through a fixed traffic program. The objectives of the research included knowing the methods of dealing with issues and topics in the Traffic Stop program, and identifying the most prominent awareness methods presented in the program.

المقدمة:

التلفزيون من خلال القنوات الفضائية، وبما يملكه اليوم من امكانيات متطورة يعد من ارقى الوسائل الاعلامية الثقافية، واكثرها تأثيرا على البنية الاجتماعية والثقافية والاخلاقية للمجتمع، فالصورة والكلمة والمعلومة اصبحت شكلا ومضمونا، عبر القنوات الفضائية اهم اداة فكرية تتجاوز الحدود لتشكل تأثيرا على الراي العام، اذ اصبحت اليوم البرامج المتخصصة في القنوات الفضائية محورا لمختلف القضايا الأساسية، وازدادت أهميتها بوسائلها المختلفة في المجتمع وفي كافة مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها، بما في ذلك المجال الأمني، إذ لحقت تلك التطورات بالظواهر الأمنية ذاتها، والظواهر التي تتعامل معها، ويعد مفهوم الأمن من أهم المفاهيم العامة بسبب ارتباطها المباشر بحياة الأفراد والسلامة المدنية واستمرارها، فالعلاقة بين الأمن والإعلام هي علاقة ارتباطية، فالإعلام بوسائله المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية تؤدي دوراً هاماً وفعال في دعم ونشر المعرفة الأمنية، و قد تضمن البحث ثلاثة فصول الفصل الاول احتوى على الاطار المنهجي للبحث من ناحية مشكلة البحث واهداف البحث واهميته ومنهج البحث ونوعه، فضلا عن مجتمع البحث وعينته، في حين تناول الفصل الثاني الاطار النظري للبحث والذي تم الحديث فيه عن الاعلام التلفزيوني المتخصص والقنوات الفضائية، ووظائف الاعلام التلفزيوني المتخصص والاعلام الامني، اما الفصل الثالث اشتمل على الجانب التحليلي للبحث وابرز النتائج والاستنتاجات التي تم توصل اليها من عملية تحليل حلقات برنامج وقفة مروية.

الفصل الاول الاطار المنهجي:

اولا: مشكلة البحث:

تعد الثقافة المروية والوعي المروية بمفهومهما الواسع منظومة فكرية قائمة على التنظيم، فهي تعمل على تعزيز الجوانب الحسية والمعرفية والمهارية والمعنوية لدى الفرد، لتحسين قدرته على القيادة الإيجابية، فضلا عن التعامل مع رجال المرور، والالمام بكل ما يتعلق بالمرور سواء مركبة او طريق او إشارات او انظمة وقوانين وغيرها، مما ينعكس ايجابا على الشخص ومراعاته للانظمة المروية المختلفة، وعليه فان مشكلة البحث تتمحور في التساؤل الرئيسي الاتي: (ما اساليب التوعية المروية المقدمة عبر برنامج وقفة مروية؟).

وتتفرع من هذا التساؤل الاسئلة الفرعية الآتية:

- ١- ما ابرز الموضوعات المقدمة عبر برنامج وقفة مرورية؟
- ٢- ما اساليب معالجة القضايا والموضوعات في برنامج وقفة مرورية؟
- ٣- ما اساليب التوعية المقدمة في البرنامج؟
- ٤- ما طرق عرض المعلومات التوعوية في البرنامج؟
- ٥- ما ابرز النصائح التي يتم طرحها في البرنامج من اجل التوعية؟
- ٦- ما ابرز القوانين الخاصة بالتوعية المرورية؟
- ٧- ما ابرز المستهدفين من التوعية في البرنامج؟

ثانيا: اهداف البحث:

يهدف البحث الى:

- ١- تسليط الضوء على ابرز الموضوعات المقدمة عبر برنامج وقفة مرورية.
- ٢- معرفة اساليب معالجة القضايا والموضوعات في برنامج وقفة مرورية.
- ٣- تحديد ابرز اساليب التوعية المقدمة في برامج وقفة مرورية.
- ٤- الكشف عن ابرز المستهدفين من التوعية في البرنامج.
- ٥- التقصي عن طرق عرض المعلومات التوعوية في البرنامج.
- ٦- التعرف على ابرز النصائح التي يتم طرحها في البرنامج من اجل التوعية.
- ٧- معرفة ابرز القوانين الخاصة بالتوعية المرورية.

ثالثا: اهمية البحث:

يمثل الاعلام الامني " الاعلام المروري" احد انواع الاعلام المتخصص، الذي ظهر حديثا على الساحة الاعلامية بشكل عام، والمجال المروري بشكل خاص، بهدف توعية المواطنين وتنقيفهم عبر البرامج الوقائية والعلاجية، من اجل اصال الرسائل التوعوية ووقاية المجتمع من الحوادث المرورية والمخالفات او ما يعرف " بالارهاب المروري او ارهاب الطرقات"، والتي باتت تعد من اخطر الجرائم التي ترتكب بحق الكثير من الضحايا، فالوعي المروري لا يقتصر على الطريق والالتزام بالقواعد المرورية المتعلقة به فقط، بل الامر يتعدى ذلك ليشمل الوعي بالاثار المترتبة عليها، نظرا لما لهذا الامر من اهمية يمكن ان تسهم في التقليل من الحوادث المرورية.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تتناول تصوير الوضع الراهن وتحديد العلاقات بين الظواهر والاتجاهات التي تسير في طريق التطور والتغير، ولذلك سعت الباحثة لاكتشاف الوضع الحالي للظاهرة موضوع البحث، والخاصة بأساليب التوعية المرورية في القنوات التلفزيونية، في حين تم استخدام المنهج المسحي بعده انسب المناهج المستخدمة في الدراسات الاعلامية من اجل تحليل حلقات برنامج (وقفة مرورية) والتي تم تحديدها ضمن عينة البحث.

خامساً: حدود البحث:

تتمثل حدود البحث في الآتي:

١- **الحد الموضوعي:** ويشمل برنامج وقفة مرورية وهو من البرامج التوعوية في القنوات الفضائية العراقية، ويعود السبب في اختيار هذا الموضوع الى ما يأتي:

أ- كثرة الحوادث المرورية والاطفاء التي يرتكبها سائقوا المركبات.

ب- قلة البرامج التي تعنى بموضوعات التوعية المرورية واقتصارها على شيء بسيط ضمن الخريطة البرمجية لأغلب الفضائيات.

ت- من الممكن ان يكون هناك اعتماد العديد من المواطنين على تلقي المعلومات المرورية من خلال هذه البرامج.

ج- توعية المواطنين وتنقيفهم بأبرز الارشادات وقواعد السير، فضلاً عن ابرز القرارات التي تصدرها وزارة الداخلية ومديرية المرور العامة، وتحديد الجانب المتعلق بالشأن المروري.

٢- **الحد المكاني:** ويتمثل في قناة العراقية الفضائية.

٣- **الحد الزمني:** تمثل الحد الزمني للبحث بالبرنامج التلفزيوني " وقفة مرورية"، الذي يعرض على قناة العراقية الفضائية للأشهر " حزيران- تموز - اب للعام " ٢٠٢٢-٢٠٢٣، ويعود السبب في اختيار هذا البرنامج إلى ما يأتي:

أ- برنامج وقفة مرورية يعد اول برنامج مروري توعوي يقدم للمواطنين عبر الفضائية العراقية.

ب- الجماهيرية التي يحظى بها هذا البرنامج لا سيما اسلوب التقديم المشوق والسلس من قبل مقدم البرنامج.

ج- امتداد وقت البرنامج لمدة طويل تصل في بعض الاحيان الى ساعة تلفزيونية كاملة، باستثناء بعض القطوعات التي ترافق عرض الحلقة، الامر الذي يجعل المشاهد متشوق اكثر للحصول

على المعلومات المرورية، وقد اختارت الباحثة هذه المدة الزمنية وذلك لصدور العديد من القوانين والقرارات المرورية المهمة التي تهم سائقي المركبات.

سادسا: مجتمع البحث وعينته:

حدد مجتمع البحث بالبرنامج التلفزيوني "وقفة مرورية" الذي يتم عرضه عبر قناة العراقية الفضائية، وذلك بالاعتماد على العينة العمدية، وهي احد انواع العينات غير الاحتمالية، عبر تحليل حلقات البرنامج والبالغة (١٢) حلقة تلفزيونية، للأشهر " حزيران - تموز - اب" للعام (٢٠٢٢-٢٠٢٣)، اذ عملت الباحثة على جمع حلقات برنامج " وقفة مرورية" والبالغة (١٢) حلقة وللأشهر التي تم ذكرها سابقا، اذ بلغت مدة كل حلقة (٥٦ دقيقة) من دون فواصل اعلانية، ومن دون تايتل المقدمة والنهاية، من اجل تحديد وفرز الفئات الخاصة بهذا البحث فضلا عن امكانية تحديد وحدة التحليل المناسبة.

سابعا: ادوات جمع البيانات

استخدمت الباحثة مجموعة من الأدوات بهدف جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة موضوع البحث، على وفق الآتي:

١- **الملاحظة العلمية:** استخدمت الباحثة هذه الأداة ضمن إطار متابعة برنامج "وقفة مرورية" في قناة العراقية الفضائية، عن طريق ما تم طرحه من اساليب وقواعد بهدف تسجيل ابرز المؤشرات بهذا الشأن، ومن ثم تطبيقها وعكسها في تحديد وصياغة الفئات في الاستمارة الخاصة بتحليل المضمون في البحث.

٢- **استمارة تحليل المضمون:** تم الاعتماد على اداة تحليل المضمون والذي تمثل باتباع اسلوب التحليل "الكمي والنوعي"، اذ اشتمل التحليل الكمي على جمع البيانات، فضلا عن استخدام التحليل النوعي في تفسير النتائج المتوصل إليها في التحليل الكمي لكل مفردات العينة، ودراسة أسبابها، والتعليق عليها؛ بهدف استخلاص النتائج التي تتفق أو تختلف مع اهداف البحث.

ثامنا: وحدات التحليل:

استخدمت الباحثة وحدة الموضوع كأجزاء مادية تسجيلية في القياس العددي لأساليب التوعية المرورية في البرنامج موضوع البحث، وذلك باحتساب عدد التكرارات والنسب المئوية.

تاسعا: فئات التحليل:

تم استخدام فئات ماذا قيل؟ وهي فئة موضوع الاتصال كونها اكثر الفئات استخداما في مثل هذا النوع من البحوث، ليتم تحديد ابرز اساليب التوعية المرورية، التي طرحها مضمون

الاتصال في برنامج "وقفة مرورية" وقد انتهى التحليل الى تحديد (٧٠) فئة فرعية و (١٣) فئات رئيسية.

عاشرا: اختبار الصدق والثبات:

من اجل اختبار صدق اداة التحليل عملت الباحثة على عرض استمارة تحليل المضمون الكمي للبرنامج التلفزيوني " وقفة مرورية" على مجموعة من المحكمين والخبراء*الاكاديميين من ذوي الاختصاص، وابدوا موافقتهم على فقراتها مع اجراء بعض التعديلات الطفيفة التي اخذت بها الباحثة، علما ان نسبة اتفاق المحكمين على استمارة التحليل كانت (٩٦,٠٪) ومن اجل التعرف على مدى ثبات الاداة قامت الباحثة باستخدام الاتساق بين باحثين للتوصل الى النتائج وقام باحث اخر** بإخضاع المادة نفسها للتحليل، وتبين ان التغييرات بين التحليلين كانت طفيفة بعد تطبيق معادلة هولستي، وقد بلغت نسبة الثبات (٩٢,٠٪).

الفصل الثاني الاطار النظري/ الاعلام التلفزيوني المتخصص والقنوات الفضائية

ادى ظهور القنوات التلفزيونية بصورة عامة والبرامج المتخصصة فيها بصورة خاصة الى وفرة المعلومات والصور والكلمات المتعلقة بالأحداث، اذ بات التخصص يستحوذ على اهتمام المؤسسات الاعلامية والتي من ضمنها القنوات المتخصصة والبرامج المتخصصة، فالنزعة التخصصية للقنوات الفضائية تعمل على تقديم المضمون الاعلامي الذي يعكس القيم والمفاهيم، فمجتمع المشاهدين يتركب من فئات تجمع بين افراد وحاجات ورغبات واهتمامات ليست متماثلة، فالشباب يميل الى التركيز على البرامج التي تتوافق مع مشاكلهم واهتماماتهم وكذلك الحال لبقية فئات المجتمع في البرامج التي يتعرضون لها (خضور، ٢٠٠٣، الصفحات ٧-١٣)، ولذلك فإن مفهوم الاعلام التلفزيوني المتخصص يرتبط بالتخصص المعرفي ارتباطا وثيقا، على اعتبار ان الاعلام يرتبط بالحاجات المعرفية والاجتماعية، اذ يشير مصطلح التخصص الى "تقسيم العمل او تقسيم المناطق لجماعة، او مجتمع محلي او مجتمع كبير الى عدد من الوظائف المتخصصة والمتراصة" (شرف، ٢٠٠٣، صفحة ٥)

مع تعدد الوسائل الاعلامية وتطور التقنيات اصبح بإمكان وسائل الاعلام ان تخصص اكثر وتنقي جمهورها، الا ان سعة المضمون الخاص بالثقافة، فضلا عن اتساع المعرفة والاتجاه الحديث نحو التخصص جعل من وسائل الاعلام الجماهيرية غير المتخصصة عاجزة عن تلبية

* ١- أ.د. عادل عبدالرزاق الغريبي/ قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد.

٢- أ.م.د. نهلة عبد الرزاق عبدالخالق/ قسم الصحافة / كلية الاداب/ الجامعة المستنصرية .

٣- أ.م.د. علي تركي نافل/ قسم علم النفس/ كلية لاداب/ جامعة بغداد

** الباحث الاخر الذي قام بتحليل العينة هو.أ.م.د. بريق حسين جمعة/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد



حاجات الجمهور النوعي وبشكل مرضي (الياسري، ١٩٩١، صفحة ١٧٥)، اذ ان الاعلام المتخصص لا يهتم بغير الطبقة الاجتماعية التي يعبر بها عن الفئة التي يخدمها، بل حتى المجال الذي يتخصص فيه، على اعتبار انه يهدف الى تحقيق نتيجة معينة او قد يتناول موضوعا معيناً ذا اهمية للمجتمع، فالاعلام المتخصص يستوجب العلم بالأمر، كما يتطلب معرفة بالوسائل الحديثة والدقيقة والتميز بين ما يكون له صدى مؤثر وما يكون له صدى فارغ (ابو زيد، ١٩٩٩، صفحة ١٢٩)، لا سيما وان الاعلام المتخصص يركز على ركنين اساسين هما: (شرف، صفحة ٧٣)

أ- المادة التلفزيونية المتخصصة.

ب- الجمهور المتخصص من المتلقين.

وبحكم التغيير الذي حصل في تقنية الاقمار الصناعية وامكانية مشاهدة ماتبته القنوات الاخرى فقد فرض هذا الامر ان تعمل القنوات الفضائية على ضرورة تحديد جمهورها المستهدف من اجل المشاركة والتفاعل بين الجمهور الفئوي المستهدف والقناة الفضائية المتخصصة (شكري، ١٩٩٦، صفحة ٦٠)، ويبرز الدور الفاعل لوسائل الاعلام في عملية صنع المعلومة وعرضها في شكل رسالة اعلامية قد تكون مسموعة او مرئية او مقروءة، والتي تسعى من خلالها الى تعديل سلوكيات المواطنين بشكل عام، ولا سيما موضوعات التوعية المرورية عبر برامج تهتم بتقديم النصائح والتعليمات لسائقي المركبات ومستخدمي الطرق بشكل خاص، وذلك عبر وضع استراتيجيات وخطط وبرامج وحملات تركز مهامها في التوعية والوقاية المرورية، عبر التعاون مع الجهات المعنية من اجل تحقيق مصالح الامن ومديرية المرور وغيرها.

وسائل الاعلام بصورة عامة تنقسم الى:

١. وسائل مطبوعة مثل الصحف والمجلات والدوريات والكتب والكتيبات والنشرات واللافتات والملصقات.

٢. الوسائل السمعية مثل الإذاعة.

٣. الوسائل السمعية البصرية وهي تجمع بين الصوت والصورة مثل التلفزيون والفيديو (مسعودي، ٢٠١٧، صفحة ١٢٢).

ومن خلال الخصائص التي تتمتع بها وسائل الاعلام بصورة عامة، والتلفزيون بصورة خاصة، فإن برامج التوعية المرورية يتم بثها بكافة أشكالها من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، اذا ان أهم ما يميز هذا الاسلوب هو:

١. المقدرة على الوصول لأكبر عدد من الجمهور بأقل تكلفة وبأسرع وقت ممكن.

٢ . الرسائل والمعلومات الموجهة مختصرة، مبسطة، دقيقة وقادرة على جذب انتباه المتلقي بغض النظر عن ثقافته.

٣ . توفر عنصر الاستمرارية والتكرار لضمان وصول الرسالة، فضلا عن ترسيخ مضامينها في ذهن المتلقي.

٤ . الحرص على زيادة مستوى التزام مستخدمي الطريق بقواعد وقوانين وأنظمة المرور .

٥ . تسليط الضوء على اهم قواعد ومبادئ المرور وما يستجد عليها من تعديلات ومحاكاة الواقع المروري الذي يعيشه مستخدم الطريق.

٦ العمل على استقطاب تعاون واهتمام الجهات المسؤولة عن تخطيط وتنظيم الطرق ودفعهم لإجراء التحسينات اللازمة عليها من أجل سلامة مستخدميها (خضور، ٢٠٠٥).

وظائف الاعلام التلفزيوني المتخصص:

تؤدي وسائل الاتصال وظائف الاعلام أي الاخبار والشرح والتفسير والارشاد والتوجيه، ثم التعليم والتنشئة الاجتماعية والتثقيف والتسويق والاعلان تليها التسلية والترفيه، هذه الوظائف تعد من القواسم المشتركة في ادبيات الاعلام التلفزيوني المتخصص، ومن ثم تأتي المادة المتخصصة لتبلي هذه الوظائف مجتمعة، اذ تقدم الاخبار والاحداث كما تبلي حاجة الانسان الى الامن والاستقرار، فضلا عن ما تقدمه من نشاطات مختلفة، وتجعل المتلقي يحيط علما بما يدور في العالم من تطورات واكتشافات .. الخ، في المجالات المتخصصة ومن ثم تأتي عملية الشرح والتفسير من خلال الاراء التي يقدمها المتخصصون (الزويني، ٢٠١٢، صفحة ١٧)، ويمكن اجمال وظائف الاعلام التلفزيوني من حيث نوعية المادة المتخصصة بما يأتي: (شرف، ٢٠٠٣، صفحة ٥)

- ١- الوظيفة الاعلامية: يقصد بها اخبار الجمهور المتخصص بكل ما يقع من احداث داخلية او خارجية في ميادين الحياة المتخصصة من سياسية او اجتماعية او ثقافية... الخ.
- ٢- الوظيفية التفسيرية: اي تفسير الانباء وشرحها تماشيا مع الميل المتزايد نحو التخصص لا سيما للمصطلحات العلمية الفنية والوقائع التاريخية... الخ.
- ٣- الوظيفة التوجيهية: أي توجيه الراي العام عن طريق بث المواد الاعلامية التي تشمل الاخبار والافكار الناضجة والتي تناسب الى مشاعر المتلقي.
- ٤- الوظيفية الاقناعية: كما هو معلوم ان الاعلام التلفزيوني المتخصص يسعى للتأثير في عقول الجمهور الفئوي لبلوغ اهدافه، عبر اساليب الاقناع وفنون الدعاية، وتحاول القنوات الفضائية



المتخصصة التأثير في جمهورها النوعي عن طريق المقابلات مع المحليين ورجال الاعمال وصناع القرار .

٥- الوظيفة الثقافية: هو احاطة الجمهور المتخصص بالمعلومات والافكار ذات الدلالة التي تلبي احتياجاته الثقافية.

٦- الوظيفة الترفيهية: الى جانب الوظائف الرئيسية التي ينهض بها الاعلام التلفزيوني المتخصص في الاعلام والاعلام والتفسير والتوجيه والاقناع والتثقيف، توجد الوظيفة الترفيهية والتي تتبع من اهتمام الشريحة او الفئة التي تخاطبها القناة المتخصصة، فعلى سبيل المثال بعض القنوات المتخصصة بالبرامج العلمية تحرص على تقديم الاخبار العلمية ونتائج الاكتشافات، فضلا عن اهتمامها بالبرامج الترفيهية العلمية مثلا معرفة جنس الجنين قبل الولادة.

فالقنوات الفضائية المتخصصة تعتمد على تقديم ثلاثة انواع رئيسية من المضمون الاقناعي وهي: (شرف، ٢٠٠٣، الصفحات ٥٧-٦٧)
أ- الاعلان.

ب- الدعوة المقصودة التي تؤدي بالمتلقي للوصول الى استنتاج عبر اعتماد هذه القنوات على المقابلات مع المتخصصين، فضلا عن تقديم التقارير المصورة من مواقع الاحداث وبأصوات مراسليها.

ت- الاقناع: يقصد به ذلك المضمون الذي يراد منه اساسا الترفيه والاعلام، بحيث يكون الاقناع منتجا فرعيا محتملا.

الاعلام الامني:

يعد الإعلام الأمني إعلام هادف، اذ يعتمد على أسلوب التوعية ونشر ثقافة المسؤولية الأمنية لدى الأفراد، مما يؤدي الى المساهمة المشتركة في حفظ الأمن، الأمن بمفهومه العام يتضمن أبعادا متنوعة، منها الأمن الوطني والأمن الصحي، والأمن البيئي، و الأمن الاجتماعي، والأمن المروري، الاعلام الامني عرف عددا من التعريفات بحسب الوسيلة الاعلامية المقدمة من خلاله على اختلاف نوعها (مقروءة، سمعية، سمعية وبصرية) وذلك للاسهام في تعزيز المعرفة الأمنية، و من هذه التعريفات ما يلي: "كافة الأنشطة الإعلامية المقصودة والمخطط لها، وما يتم إعداده من رسائل إعلامية بهدف إلقاء الضوء والتعريف بجميع الجهود والإنجازات التي تحققها وزارة الداخلية في إطار إستراتيجيتها الأمنية الشاملة، من خلال كافة وسائل الإعلام والاتصال المختلفة." (العسيري، ٢٠٠٠، صفحة ٣٣).

"هو النشاطات الاتصالية والإعلامية المتخصصة التي توجهها الأجهزة الأمنية لتوعية المواطنين والمقيمين والزوار، عبر وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى توجيههم لكيفية المشاركة الإيجابية في تلك الجهود الأمنية لضمان بيئة أكثر أمنا واستقرارا" (الحربي، ٢٠١١، صفحة ٥٥)، كما عرف بانه "ما يصدر عن أجهزة الأمن من مجالات ونشرات وبرامج، وجميع الأنشطة الإعلامية التي تهدف إلى تحقيق الوعي الاجتماعي لتساعد على تدعيم مبادئ وقيم أخلاقية تشكل سدا منيعا ضد الجريمة." (الجحني، ٢٠٠٠، صفحة ٣٦).

أحدى خصائص الإعلام الأمني أنه إعلام متخصص، فهو يتصف بالأمانة والصدق والاعتماد على لغة خاصة بالجمهور المستهدف، ليصله مضمون الرسالة، وكما هو معروف ان الوظيفة التقليدية لوسائل الإعلام هي تقديم المعلومة، و الإعلام الأمني له دور هام بالنسبة للدول والمجتمعات، خاصة في ظل التطور التقني والمعلوماتي الذي تعزز بكم هائل من القنوات الفضائية وتقنية البث الحي، فضلا عن الدور الذي باتت تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة في إيصال المعلومة ونقل الصورة والصوت، فالإعلام الأمني مصطلح حديث النشأة، ذو مدلول أمني، يرتبط بالسياسات والإستراتيجيات لأي دولة، ويسهم في خدمة القرار الأمني، وينبع من مخزون الدولة الفكري والثقافي وموروثها الحضاري" (الجحني، ٢٠٠٠، صفحة ٣٤).

بالإضافة الى كل ما تقدم توجد مجموعة من الأدوار التي يقوم بها الإعلام الأمني وهي:

(السراني، ٢٠١١).

١- تسليط الضوء على قضايا المجتمع، بالإضافة إلى ضرورة التصدي للظواهر السلبية كالمخدرات وحوادث المرور.

٢- تشكيل سلوكيات الفرد، اي قد يلعب دور العامل الأيديولوجي عبر تأثيره في العلاقات الاجتماعية، وفي علاقات الأفراد بالدولة.

٣- تجاوز الفجوة بين المعرفة العادية والمعرفة الأمنية التي كانت حكرًا على ذوي الاختصاص .

ويعد الاعلام المروري احد اوجه الاعلام الامني، اذ تركز وظيفة الاعلام المروري بالتعريف بإنشطة الأجهزة الأمنية، عبر عرض الخدمات والنشاطات الممارسة، فضلا عن إمكانية الاستماع الى آراء المواطنين بخصوص هذه الخدمات، وهو ما يسمح بالتطوير المستمر لها، اذ يمارس الاعلام المروري دورا هاما في توعية أفراد المجتمع بخطورة الجرائم والحوادث على اختلافها، مما يسهم في تنمية الوعي المروري بخصوص الحوادث والمخالفات، بالإضافة إلى دوره الوقائي من خلال العمل على بث رسائل تتضمن تأكيد وترسيخ القيم الإيجابية في المجتمعات، الامر الذي يعزز روح التضامن بين أفراد المجتمع في مجال الوقاية من الحوادث (مام، ٢٠١٧، صفحة ٢٥).

- أن فعالية الإعلام المروري مرتبطة بثلاثة عناصر هي: (الجحني، ٢٠٠٠، صفحة ١٢)
- ١- الفعالية على مستوى العاملين في القطاع الأمني أنفسهم.
 - ٢- الفعالية على مستوى الجمهور المستهدف وتأسيس الوعي الأمني لديه.
 - ٣- الفعالية على مستوى الرسالة الإعلامية، والتي يتشترط فيها عامل البساطة وقدرة إقناع المتلقي وجذب اهتمامه.

الفصل الثالث/ الاطار التحليلي

اولا: نبذة عن برنامج وقفة مرورية (الباحثة)

برنامج (وقفة مرورية) برنامج يعرض على شاشة قناة العراقية الفضائية يوم السبت من كل اسبوع الساعة السابعة مساءا بتوقيت بغداد، وهو برنامج اسبوعي مروري يتناول بالشرح والتفصيل الجوانب المتعلقة بالتوعية المرورية واهم قواعد السير والمرور، بالنسبة لسائقي المركبات والمشاة ويتم تقديم هذه التفاصيل عبر محاور متعددة في البرنامج ، تقدم من قبل عميد المرور " عمار وليد الخياط" مدير قسم العلاقات والسينما في مديرية المرور العامة والتي يقدمها بطريقة سهلة وممتعة، فضلا عما يحتويه البرنامج من فقرات ممتعة تمس بأحداث الشارع العراقي يوميا، وذلك عبر لقاء مقدم البرنامج بمختلف الشرائح من المواطنين (سائق الأجرة ، المواطن العادي ، منتسبي القوات الأمنية)، وكل شخص يعمل على ابدى رأيه بموضوع معين يتم طرحه، فضلا عن التوعية بإشارات المرور عبر فقرة تقدمها "نقيب الاء" في محافظة بغداد، او "الرائد هيم" من محافظة ميسان، وكذلك عرض الحوادث والمرورية واسبابها والمخالفات المرورية ومسببتها وماهي العقوبات التي ترافق مثل هكذا امور، ويهدف البرنامج الى تعزيز مهنية العاملين في السلك المروري، وتوفير الخدمات المرورية للمواطنين و بجودة عالية، فضلا عن الارتقاء بسلوك مستخدمي الطريق، مع تأمين السلامة المرورية و الخدمات ذات العلاقة بالعمل المروري، اما الغاية المتوخاة من تقديم البرنامج، فهي قائمة على التوعية حول تنظيم حركة السير و المرور و نشر المفارز و الدوريات في التقاطعات و الساحات و الشوارع الرئيسية، رصد و محاسبة المخالفين لقوانين وأنظمة المرور، وصولا الى خفض الحوادث المرورية، فضلا عن التعريف بإجراءات انجاز معاملات تسجيل المركبات واجازات السياقة، وزيادة الوعي المروري لدى المواطنين.

ثانيا: عرض النتائج وتفسيرها

الغاية المتوخاة من اي بحث علمي هو التوصل الى نتائج علمية بخصوص مشاكل بحثية، وبهدف تحديد اساليب التوعية المرورية وطرق المعالجة في البرنامج موضوع التحليل، وبغية الوصول الى اجابات عن اسئلة البحث وتحقيق اهدافه، قامت الباحثة بإجراء عملية تحليل

مضمون حلقات من برنامج " وقفة مرورية" والبالغة "١٢" حلقة، وقد انتهى التحليل الى تحديد (١٣) فئة رئيسية و (٧٠) فئة فرعية تمثل الشكل العام للبرنامج والموضوعات المقدمة في المحتوى البرامجي، وقد كانت النتائج كالآتي:

جدول (١) يوضح طبيعة الموضوعات في فقرات البرنامج

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٥٢,٢ %	١٤٤	توعوية
٢	٣٢,٢ %	٨٩	ارشادية
٣	٧,٢ %	٢٠	اخبارية
٤	٥,٤ %	١٥	تنقيفية
٥	٢,٩ %	٨	تعليمية
	١٠٠ %	٢٧٦	المجموع

تؤشر بيانات الجدول اعلاه ان الموضوعات التوعوية حلت بالمرتبة الاولى بنسبة (٥٢,٢ %)، اما الموضوعات الارشادية فقد نالت المرتبة الثانية بنسبة (٣٢,٢ %)، الموضوعات الاخبارية حلت بالمرتبة الثالثة بنسبة (٧,٢ %)، الموضوعات التنقيفية جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (٥,٤ %)، في حين جاءت بالمرتبة الخامسة الموضوعات التعليمية بنسبة (٢,٩ %)، و هذا يعطي مؤشرا الى ان البرنامج لم يدخر جهدا في تسليط الضوء على مختلف الموضوعات رغم ان البرنامج قائم بالدرجة الاولى على التوعية بالموضوعات المرورية، الا انه ايضا يهتم بالارشادات والنصائح التي تقدم للجمهور، فضلا عن اطلاع الجمهور بأخبار مديرية المرور والقرارات الصادرة من مجلس النواب بخصوص الجانب المروري.

جدول (٢) يوضح اللغة في البرنامج

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٦٥,١ %	٨٤	عامية
٢	٢٩,٥ %	٣٨	فصحى
٣	٥,٤ %	٧	مصطلحات اجنبية
	١٠٠ %	١٢٩	المجموع

تبين معطيات الجدول اعلاه ان اللغة العامية جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة (٦٥,١ %)، اما الفصحى فقد نالت المرتبة الثانية بنسبة (٢٩,٥ %)، في حين حلت المصطلحات الاجنبية بالمرتبة الثالثة بنسبة (٥,٤ %)، مما تقدم يتضح ان اللغة العامية هي اللغة الدارجة على معظم



فقرات البرنامج، لكون البرنامج يخاطب مختلف الشرائح الاجتماعية وعلى رأسها الجمهور البسيط، لكن هذا الامر لم يمنع من المزاجية بين اللغة العامية والفصحى التي اعتمدها البرنامج والتي امتازت بسلاسة والوضوح، ناهيك عن التطعيم ببعض المصطلحات الاجنبية من اجل التوعية والتثقيف، لا سيما للأشخاص الذين يملكون مهارات التحدث باللغة الاجنبية على الرغم من قلة استخدامها في البرنامج، الا ان بعض من الحلقات تم تطعيمها بالمصطلحات الاجنبية، والتي من الممكن ان يستفاد منها الشخص اثناء السفر خارج البلاد الى احدى البلدان الاجنبية.

جدول (٣) يوضح نوع المتحدثين في تقارير برنامج وقفة مرورية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٤٥,٩%	٨٩	ذكر
٢	٤٣,٣%	٨٤	انثى
٣	١٠,٨%	٢١	الاثنان معا
	١٠٠%	١٩٤	المجموع

تشير بيانات الجدول اعلاه ان المتحدثين من الذكور حل بالمرتبة الاولى بنسبة (٤٥,٩%) والسبب يعود الى ان اغلب المتعاملين مع الطريق سواء كانوا من سواق المركبات او المشاة هم من الرجال، فضلا عن امكانية ظهور الرجال وتحدثهم امام الكاميرا مقارنة بالاناث، والتي حلت بالمرتبة الثانية بنسبة (٤٣,٣%)، بالمرتبة الثالثة الاثنان معا بنسبة (١٠,٨%).

جدول (٤) يوضح انواع الضيوف في البرنامج

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٤٦,٥%	٨٧	شخص مختص
٢	٢٩,٩%	٥٦	رجل امن
٣	١٧,١%	٣٢	جمهور عام
٤	٦,٤%	١٢	جهة أمنية مختصة
	١٠٠%	١٨٧	المجموع

تظهر بيانات الجدول اعلاه ان الاشخاص المختصين بالمجال المروري هم اكثر الفئات التي ظهرت في البرنامج وقد نالت المرتبة الاولى بنسبة (٤٦,٦%)، اما رجال الامن فقد حلت بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٩,٩%)، الجمهور العام شغل المرتبة الثالثة بنسبة (١٧,١%)، الجهات الامنية المختصة حلت بالمرتبة الرابعة بنسبة (٦,٤%)، مما تقدم يُلاحظ ان الاشخاص المختصين هم من اكثر الشخصيات ظهورا في فقرات البرنامج والسبب في ذلك يعود الى ان اصحاب

الاختصاص هم الاكثر قدرة على تقديم المعلومات، وشرح التفاصيل للمواطنين وبدقة عالية مقارنة باي شخصية اخرى ولكن بنسب متفاوتة، كما ان الشخص المختص يعطي مصداقية اكثر للجمهور من ناحية تقديم المعلومات على مختلف صنوفهم ومراتبهم
جدول (٥) يوضح عناصر التشويق في البرنامج

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٣٩,٣٪	٣٥	طريقة التقديم
٢	٢٤,٧٪	٢٢	التوصيات والنصائح المقدمة
٣	١٣,٥٪	١٢	النص " الحوار "
٤	١١,٢٪	١٠	ديكور البرنامج
٥	٦,٧٪	٦	المؤثرات الصوتية
٦	٤,٥٪	٤	حركة الكاميرا
	١٠٠٪	٨٩	المجموع

توضح مؤشرات الجدول في اعلاه ان طريقة التقديم حلت بالمرتبة الاولى وبنسبة (٣٩,٣٪)، التوصيات والنصائح المقدمة نالت المرتبة الثانية بنسبة (٢٤,٧٪)، النص "الحوار" بالمرتبة الثالثة وبنسبة (١٣,٥٪)، وعليه يتبين لنا ان اسلوب التقديم وطريقة عرض النصائح التي يقدمها مقدم البرنامج هي الاساس والابرز التي جعلت من اسلوب متابعة البرنامج اكثر متعة وتشويقا، فضلا عن النصائح والارشادات المختلفة المقدمة في البرنامج، ناهيك عن اسلوب الترغيب تارة والترهيب تارة اخرى التي يعتمدها مقدم البرنامج، للعمل على ايصال المعلومات بطريقة اكثر تشويقا وبساطة، وهذا الامر بشهادة الجمهور الذين تم الالتقاء بهم ضمن فقرات البرنامج.

جدول (٦) يوضح اساليب معالجة القضايا والموضوعات في البرنامج

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٣٥,٨٪	٦٨	تقرير تلفزيوني
٢	٢٧,٩٪	٥٣	استطلاعات اراء الجمهور
٣	١٦,٨٪	٣٢	حوار مع رجال المرور
٤	١١,٦٪	٢٢	حديث مباشر
٥	٧,٩٪	١٥	خبر
	١٠٠٪	١٩٠	المجموع



يتضح من بيانات الجدول في اعلاه ان التقرير التلفزيوني نال المرتبة الاولى بنسبة (٣٥,٨٪)، اما استطلاعات اراء الجمهور حلت ثانيا بنسبة (٢٧,٩٪)، حوار مع رجال الامن جاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٦,٨٪)، الحديث المباشر شغل المرتبة الرابعة بنسبة (١١,٦٪)، وفي المرتبة الخامسة والاخيرة حل الخبر بنسبة (٧,٩٥)، مما تقدم يتضح لنا ان البرنامج عمل توظيف مختلف الفنون التلفزيونية لمعالجة الموضوعات والقضايا المرورية، نظرا لكون البرنامج موجه الى شرائح وفئات من مختلف طبقات المجتمع، فضلا عن اتباع اسلوب التنوع في عرض المعلومات لجمهور، وبالتالي تكون فقرات البرنامج متنوعة وحيوية تستقطب متابعة الجمهور واهتمامهم، عبر اساليب المعالجة المتنوعة وعلى راسها التقارير التلفزيونية والتي قد تصل في بعض الحلقات الى عرض اكثر من تقرير واحد.

جدول (٧) يوضح اساليب عرض المعلومات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٥٦,٤٪	٩٣	شرح
٢	٢٥,٥٪	٤٢	مشهد تمثيلي
٣	٩,١٪	١٥	صور عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٤	٧,٣٪	١٢	مشاركات الجمهور
٥	١,٧٪	٣	مشهد رسوم متحركة " كرافيكس "
	١٠٠٪	١٦٥	المجموع

توضح بيانات الجدول اعلاه ان فئة شرح شغلت المرتبة الاولى بنسبة (٥٦,٤٪)، من ناحية الاساليب المستخدمة في التوعية، مشهد تمثيلي نال المرتبة الثانية بنسبة (٢٥,٥٪)، صور عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثالثة بنسبة (٩,١٪)، مما تقدم يتضح ان اسلوب الشرح هو الاسلوب الذي كان معتمد في التوعية المرورية، لكون مقدم البرنامج يعتمد الاسلوب السهل والمبسط في تقديم التوعية وشرح التفاصيل المتعلقة بالتوعية، فضلا عن ارفاق الشرح ببعض الصور والفيديوهات التي تكون سائدة وداعمة لعلمية الشرح، سواء الفيديوهات المصورة داخل العراق، ام صور وافلام يتم ارسالها للبرنامج من قبل مواطنين يعيشون خارج العراق، من اجل تقديم معلومة او نقل تجربة، او نقد حالة، او مقارنة حالة بحالة ... الخ.

جدول (٨) يوضح طرق الاقناع في التوعية في البرنامج

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٤٨,٠٪	٨٥	قانونية
٢	٣٤,٥٪	٦١	منطقية " عقلية "
٣	٨,٥٪	١٥	مالية " اقتصادية "
٤	٦,٨٪	١٢	عاطفية
٥	٢,٢٪	٤	دينية
	١٠٠	١٧٧	المجموع

تبين معطيات الجدول اعلاه حصول فئة الاقناع القانونية عل المرتبة الاولى بسببة (٤٨,٠٪)، اما منطقية " عقلية " جاءت بالمرتبة الثانية وبنسبة (٣٤,٥٪)، مالية " اقتصادية " بالمرتبة الثالثة وبنسبة (٨,٥٪)، العاطفية بالمرتبة الرابعة بنسبة (٦,٨٪)، في حين نالت الدينية المرتبة الخامسة والاحيرة بنسبة (٢,٢٪)، يتضح مما تقدم ان طرق الاقناع القانونية كانت هي المتصدرة في عملية التوعية المرورية، كون القانون فوق الجميع والكل معرض للتعامل مع الجانب القانوني، وعلى الفرد ان يكون على دراية ووعي بالقوانين المرورية، وكيفية التعامل مع المخالفات، اذ ان كل مخالفة لها قانون وعقوبة خاصة بها، الى جانب المواضيع التي تتعلق بالغرامات المالية.

جدول (٩) يوضح المستهدفين من التوعية المرورية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٥٠,٦٪	٤١	سائقي المركبات
٢	٣٠,٩٪	٢٥	المشاة
٣	٩,٩٪	٨	ركاب المركبة
٤	٦,٢٪	٥	افراد الادارات المعنية بالعملية المرورية
٥	٢,٤٪	٢	اكثر من فئة مستهدفة
	١٠٠٪	٨١	المجموع

توضح معطيات الجدول اعلاه ان فئة سائقي المركبات نالت المرتبة الاولى بنسبة (٥٠,٦٪)، تليها بالمرتبة الثانية المشاة بنسبة (٣٠,٩٪)، ركاب المركبة بالمرتبة الثالثة بنسبة (٩,٩٪)، مما تقدم يتبين على الرغم من تعدد فقرات البرنامج وتنوعها، الا ان اكثر شريحة مستهدفة كانت هي سائقي المركبات ،وهذا الامر يعود الى كثرة الحوادث المرورية والمخالفات



والتجاوزات التي يرتكبها معظم سائقي المركبات، ناهيك عن القيادة تحت السن القانونية، وهذا يدل ان البرنامج يستهدف بالدرجة الاولى سائقي المركبات والدرجات النارية تليها الفئات الاخرى وكما موضح في اعلاه.

جدول (١٠) يوضح اساليب التوعية في البرنامج

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٤٧,١٪	٩٧	تقديم نصائح وارشادات " امر"
٢	٤٠,٣٪	٨٣	الاستعانة بالمختصين
٣	٦,٨٪	١٤	الاستعانة بالخبراء
٤	٢,٩٪	٦	الشهادة " ناشر التجربة"
٥	١,٩٪	٤	عقد المقارنات
٦	٠,٩٪	٢	الهزل " الفكاهة"
	١٠٠٪	٢٠٦	المجموع

تؤشر بيانات الجدول اعلاه تقديم نصائح وارشادات " امر" حل على رأس اساليب التوعية اذ نالت المرتبة الاولى وبنسبة (٤٧,١٪)، الاستعانة بالمختصين بالمرتبة الثانية بنسبة (٤٠,٣)، الاستعانة بالخبراء بالمرتبة الثالثة بنسبة (٦,٨٪)، شهادة ناشر التجربة بالمرتبة الرابعة بنسبة (٢,٩٪) من كل ما تقدم يتضح ان اسلوب الامر في التوعية، هو الاسلوب الغالب والمتبع في التوعية المرورية وبمختلف الاشكال، سواء الامر يتعلق بتقديم نصيحة او اعطاء بعض الارشادات، و قد تكون النصائح موجهة لسائق المركبة او المشاة، بل حتى للرجل المرور، والتي تعد من اقوى اساليب التوعية لكونها تتعلق بالجانب القانوني، وهذا النتيجة لا تختلف عن النتيجة في الجدول رقم (٨) والتي تتعلق بطرق الاقناع حيث نالت الفئة القانونية المرتبة الاولى.

جدول (١١) يوضح النصائح التي تم طرحها في البرنامج

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٢٥,١٪	٤٨	السرعة المفرطة
٢	٢٠,٩٪	٤٠	التجاوز الخاطئ
٣	١٦,٨٪	٣٢	وضع حزام الامان اثناء القيادة
٤	١٠,٥٪	٢٠	المعرفة باشارات المرور والالتزام بها
٥	٩,٤٪	١٨	استخدام الهاتف المحمول اثناء القيادة
٦	٨,٤٪	١٦	احترام مسافة الامان
٧	٦,٣٪	١٢	العبور من الاماكن المخصصة
٨	٢,٦٪	٥	القيادة اثناء سوء الاحوال الجوية
	١٠٠٪	١٩١	المجموع

توضح معطيات الجدول اعلاه السرعة المفرطة جاءت بالمرتبة الاولى وبنسبة (٢٥,١٪)، التجاوز الخاطئ حل بالمرتبة الثانية وبنسبة (٢٠,٩٪)، وضع حزام الامان اثناء القيادة بالمرتبة الثالثة وبنسبة (١٦,٨٪)، مما تقدم يتبين ان البرنامج اعتمد على التنوع والتعدد في فقرات البرنامج، لتشمل اغلب الشرائح والفئات من مستخدمي الطريق، فضلا عن ان البرنامج يعمل طوال وقت بثه على عرض الجوانب التوعوية والارشادية للمواطنين، ونقل الجوانب الايجابية والسلبية حول مختلف الموضوعات، والتي تكون على شكل نصائح من الممكن ان يستفاد منها المواطنين بشكل عام، وسائقي المركبات ومستخدمي الطريق بشكل خاص.

جدول (١٢) يوضح مصادر حصول البرنامج على المعلومات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٦٢,٧٪	١٥٣	صيد الكاميرا
٢	١٨,٩٪	٤٦	المقابلات مع المواطنين "شكاوي المواطنين"
٣	٨,٢٪	٢٠	رسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٤	٥,٣٪	١٣	لقاء مقدم البرنامج مع شخصيات مرموقة
٥	٣,٧٪	٩	رجال الامن
٦	١,٢٪	٣	ضيوف البرنامج
	١٠٠٪	٢٤٤	المجموع



من معطيات الجدول في اعلاه نستشف الاتي فيما يتعلق بمصادر الحصول على المعلومات اذ حلت فئة صيد الكاميرا بالمرتبة الاولى وبنسبة (٦٢,٧٪)، اما المقابلات مع المواطن "شكاوي المواطنين" نالت المرتبة الثانية بنسبة (١٨,٩٪)، رسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الثالثة بنسبة (٨,٢٪)، من المؤشرات الواردة في اعلاه يتبين اعتماد البرنامج بشكل اساسي على المواطنين للحصول على اغلب المعلومات، لاسيما ان البرنامج يعرض فقره صيد الكاميرا باعتماد المواطنين على تصوير بعض الحالات الشاذة والغريبة في بعض الاحيان، وارسالها للبرنامج ليتم عرضها في فقره صيد الكاميرا ومن ثم يتم التعليق عليها، لاسيما ان البرنامج يقوم بعرض هذه الفقره اكثر من مرة، خلال وقت عرض البرنامج، فضلا عن الاعتماد على الرسائل التي يبعث بها الجمهور على موقع القناة، وهذا يدل على الاعتماد وتفعيل جانب صحافة المواطن، واعتباره مساهم في عملية اعداد بعض من فقرات البرنامج، الى جانب الفئات الاخرى الموضحة في الجدول اعلاه.

جدول (١٣) يوضح القوانين الخاصة بالتوعية المرورية في البرنامج

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
١	٢٣,٦٪	٣٣	التركيز على مستجدات القوانين والتعديلات الواردة فيها
٢	١٧,٩٪	٢٥	قيادة المركبة خارج قانون السرعة المسموح به في الطرقات داخل المدينة
٣	١٤,٣٪	٢٠	توعية المشاة ومستخدمي الطرق
٤	١٢,٩٪	١٨	التعريف بقواعد القيادة في الطرق الخارجية
٥	١٠,٧٪	١٥	تقديم معلومات عن العقوبات بحق المخالفين
٦	٧,٨٪	١١	تقديم النصائح لسائقي الدرجات النارية
٧	٦,٤٪	٩	التاكيد على اهمية احترام القانون ورجال المرور والتعاون معهم
٨	٤,٣٪	٦	توعية الشباب من مخاطر التهور بالقيادة
٩	٢,١٪	٣	التاكيد على الابتعاد عن قيادة المركبة اثناء حالة السكر
	١٠٠٪	١٤٠	المجموع

من الجدول اعلاه يتضح لنا ان القوانين الخاصة بالتوعية كانت كالاتي اذ شغلت فئة التركيز على مستجدات القوانين والتعديلات الواردة فيها المرتبة الاولى وبنسبة (٢٣,٦٪)، تلتها قيادة المركبة خارج قانون السرعة المسموح به في الطرقات بالمرتبة الثانية بنسبة (١٧,٩٪)، توعية المشاة ومستخدمي الطرق بالمرتبة الثالثة وبنسبة (١٤,٣٪)، توضح البيانات السابقة ان اهم القوانين التي تتعلق بقيادة المركبة ومستخدمي الطرق والقوانين التي تتعلق بهذه الامور والتي

تصدر عن مديريات المرور، والتعديلات التي يعمل عليها البرلمان كانت هي الغالبة على القوانين التوعوية والموجهة الى الجمهور، من اجل التعريف باخر المستجدات وما يرافقها من تعليمات تصدر عن مديرية المرور بهذا الشأن.

الاستنتاجات:

١- البرنامج قائم على طرح المشاكل المرورية وتسليط الضوء عليها، وعلى اسبابها وكيفية الوقاية منها.

٢- تنوع القضايا والموضوعات التي تم طرحها في البرنامج، لا سيما ان هناك بعض المواضيع المكررة وتحديد المواضيع التي تتعلق بسائقي الدرجات النارية الصادرة بحق هذه الفئة وهذا يدل على اهمية التكرار في عرض بعض الاخبار والتفاصيل، من اجل التوعية وترسيخ المعلومات.

٣- اعتماد البرنامج على صحافة المواطن، عبر تشجيع المواطنين وحثهم على المساهمة في الاشتراك بالبرنامج، وذلك بإرسال مشاركاتهم ومقترحاتهم سواء كانت رسالة موجهة الى صفحة البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي، او بتصوير فيديو عبر كاميرا الهاتف المحمول الشخصي، وإرسال المساهمات الى البرنامج ليتم عرضها للجمهور والتعليق عليها من قبل مقدم البرنامج.

٤- البرنامج يعد بمثابة حملة مرورية يتم من خلاله، العمل على نشر التوعية وبثها من خلال شاشة التلفزيون، عبر نشر مواضيع توعوية مختلفة تحتوي على نصائح وإرشادات للتوعية المرورية وبأسلوب مبسط.

٥- أسهم البرنامج في تفعيل الوظيفة الإرشادية والتوعوية، ليس فقط بالنسبة لسائقي المركبات، وإنما شمل جميع الفئات ومختلف الشرائح الاجتماعية، وبالتالي عمل على المساهمة في رفع مستوى الوعي المروري لدى المواطنين، عبر نشر الثقافة المرورية وتقديم النصائح والإرشادات، فضلا عن العمل على زيادة التفاعل الاجتماعي وتكوين الرأي العام وتوجيهه.

٦- العمل على ترسيخ قيم احترام القوانين ومحبة النظام العام، والالتزام والتعقل في استخدام المركبة والطريق في أذهان الشباب، فضلا عن التعاون مع شرطة المرور.

٧- التركيز على شرح قانون المرور وتعليماته، وتوضيح آداب الطريق والقيادة الآمنة، فضلا عن التأكيد على مبدأ الثواب والعقاب، ومتابعة المخالفات وفرض العقوبات والغرامات على المخالفين، وفق القانون مهما كانت صفت المخالف.



- ٨- الإعلام المروري لم يعد يقتصر على الأخبار وطبيعة الاتصال الرأسي بل امتد إلى وظائف كثيرة اخبارية وتعليمية وتنقيفية وإرشادية وتوعوية والقائمة على الاتصالات المتبادلة بين الشرطة والإعلام والجمهور.
- ٩- دعوة البرنامج الى التعاون مع مديرية المرور العامة، لإصدار إرشادات وتوضيحات حول العلامات المرورية وضرورة الالتزام بتطبيقها، و التعامل مع الحوادث المرورية، ومراعاة حق الطفولة في منع قيادة السيارة دون السن القانونية، وذلك بتوزيع الملصقات ونشرها في الأماكن العامة وجوانب الطرق الرئيسية.
- ١٠- أصبحت الثقافة المرورية من الاساسيات المهمة، اذ لا بد من وجود علاقة متوازنة بين رجل المرور والمواطن، فلا بد من مسؤولية زرع ثقافة جديدة ومتوازنة بين رجال المرور والمواطنين.
- ١١- اعداد برامج توعوية، لتوضيح الإشارات واللافتات المرورية وايصالها الى المواطنين بشكل سلس، ليكونوا على معرفة ودراية بهذه الرسومات، فضلا عن وضع خطط لتتقيف السائقين لتقليل الحوادث التي حدث على الطرقات العامة.

مصادر البحث

- ابوزيد، فاروق. (١٩٩٩). مقدمة في علم الصحافة. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- الجحني، علي بن فايز. (٢٠٠٠). الاعلام الامني والوقاية من الجريمة. الرياض: اكااديمية نايف العربية للعلوم الامنية.
- الحربي، خلف بن محمد الركادي. (٢٠١١). دور الاعلام الامني في التعريف باعمال ومهام الدفاع المدني- دراسة تحليلية
محتوى لعدد من الصحف المحلية اليومية السعودية. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الامنية- كلية الدراسات
العليا- قسم شؤون العلوم الشرطية.
- الزويني، حسين دبي. (٢٠١٢). القنوات الفضائية والاعلام الاقتصادي. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- السراني، عبدالله بن سعود بن محمد. (٢٠١١). دور الاعلام المنى في الوقاية من الجريمة. بيروت: جامعة نايف العربية
للعلوم الامنية.
- العسيري، عبدالرحمن بن محمد. (٢٠٠٠). العمل الاعلامي الامني: المشكلات والحلول. الرياض: اكااديمية نايف العربية
للعلوم الامنية.
- الياسري، قيس واخرون. (١٩٩١). الفنون الصحفية. العراق- جامعة بغداد: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
- خضور. (٢٠٠٣). الاعلام المتخصص. دمشق.
- خضور، اديب. (٢٠٠٥). خصائص الاعلام الامني وانعكاساتها على تحرير المواد الاعلامية الامنية. جامعة نايف العربية
للعلوم الامنية الخرطوم ، ١١- ١٣ ابريل.
- شرف، عبدالعزيز. (٢٠٠٣). الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة. القاهرة: عالم الكتب.
- شكري، عبدالمجيد. (١٩٩٦). تكنولوجيا الاتصال الجديد في انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون. القاهرة: دار الفكر
العربي.
- مام، خديجة. (٢٠١٧). دور الاعلام الامني في التوعية الاجتماعية- مشكلة تعاطي وادمان المخدرات- دراسة ميدانية لعينة
من طلبة جامعة محمد بوضياف. الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة المسيلة- قسم علوم الاعلام
والاتصال.
- متابعة الباحثة الشخصية.
- مسعودي، امال، بوجمعة عليوات. (٢٠١٧). الاعلام الامني ودوره في تعزيز منظومة الامن الوطني في المجتمعات
العربية- دراسة حالة المملكة العربية السعودية. الجزائر: كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة تيزي وزو- قسم
العلوم السياسية.



Research sources

- Abu Zaid, Farouk. (1999). Introduction to journalism. Cairo: Cairo University Center for Open Education.
- Al-Jahni, Ali bin Fayez. (2000). Security media and crime prevention. Riyadh: Naif Arab Academy for Security Sciences.
- Al-Harbi, Khalaf bin Muhammad Al-Rakadi. (2011). The role of the security media in introducing the work and tasks of civil defense – a content analysis study of a number of local daily Saudi newspapers. Riyadh: Naif Arab University for Security Sciences – College of Graduate Studies – Department of Police Science Affairs.
- Al-Zwaini, Hussein Dubai. (2012). Satellite channels and economic media. Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution.
- Al-Sarani, Abdullah bin Saud bin Muhammad. (2011). The role of semen media in crime prevention. Beirut: Naif Arab University for Security Sciences.
- Al-Asiri, Abdul Rahman bin Muhammad. (2000). Security media work: problems and solutions. Riyadh: Naif Arab Academy for Security Sciences.
- Al-Yasiri, Qais and others. (1991). Journalistic arts. Iraq – University of Baghdad: Ministry of Higher Education and Scientific Research.
- Khadour. (2003). Specialized media. Damascus.
- Khadour, Adeb. (2005). Characteristics of the security media and their implications for editing security media materials. Naif Arab University for Security Sciences, Khartoum, April 11-13.
- Sharaf, Abdulaziz. (2003). Specialized journalism and knowledge unit. Cairo: World of Books.
- Shukri, Abdul Majeed. (1996). New communication technology in producing programs on radio and television. Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi.
- Mam, Khadija. (2017). The role of security media in social awareness – the problem of drug abuse and addiction – a field study of a sample of students at Mohamed Boudiaf University. Algeria: Faculty of Humanities and Social Sciences, University of M'sila – Department of Media and Communication Sciences.
- Follow up with the personal researcher. (no date.)
- Masoudi, Amal, Bou and Jomaa Aliwat. (2017). Security media and its role in strengthening the national security system in Arab societies – a case study of the Kingdom of Saudi Arabia. Algeria: Faculty of Law and Political Sciences – University of Tizi Ouzou – Department of Political Sciences.

