دور وسائل الإعلام في الوقاية من حوادث المرور.

أ.كوثر زيادة
جامعة قسنطينة 02

ملخص الدراسة:
تتلخص هذه الدراسة في كون وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها، من أنجح الوسائل الاتصالية المعبرة عن البيئة الاجتماعية و الثقافية للجمهور، تلعب دورا كبيرا و محوريا في نشر الوعي و التحسيس بخطورة حوادث المرور، التي هي في تزايد مستمر، بالرغم من الجهود المبذولة و المتكاثفة لمختلف الجهات، للحد أو على الأقل التقليل من حدوثها ، نظرا لانعكاساتها الخطيرة على المجتمع ككل، ناهيك عن التسبب في عاهات مستديمة راح ضحيتها أبرياء من أعمار مختلفة.
الكلمات المفتاحية: الوقاية – وسائل الإعلام – حوادث المرور.

مقدمة:

تعتبر حوادث المرور مشكل عالمي، تعاني منه معظم الدول على اختلاف درجة تقدمها و تخلفها، فقد أصبحت هاجسا يلاحق مستعملي الطريق نظرا لما يترتب عنها من خسائر مادية، بشرية و نفسية، الأمر الذي استدعى تكاثف الجهود لمحاولة الحد من الظاهرة بين كل العناصر الفاعلة في المجتمع، و من هذا المنطلق يأتي دور وسائل الإعلام بمختلف أنواعه في التوعية و التحسيس بمخاطر حوادث المرور عن طريق تحليل الظاهرة من أبعادها المختلفة (السائق، وسائل النقل، الطرقات، ضحايا حوادث المرور، الركاب...)، و هذا ما سنتطرق إليه من خلال هذه الدراسة.

1- وسائل الإعلام:

أ- نشأة مفهوم وسائل الإعلام:

لقد قاس بعض وسائل الإعلام و الباحثين تطور المجتمعات من خلال وسائل الإعلام فيها، بالرجوع إلى التفسير الإعلامي للتاريخ، على غرار التفسير المادي و التفسير السيكولوجي، في إطار ما يعرف بدراسة عمليات التحول التي شهدتها المجتمعات الإنسانية، و أيضا وسائل الإعلام الحديثة عبر العصور التاريخية، وكيف ارتبطت هذه التصورات مع بعضها البعض[1].

تعكس دراسة تاريخ العصور القديمة مدى استخدام القدماء الرموز و الإشارات التي تعد لغة التفاهم بين المجتمعات و الأفراد، فقد استخدم المصريون الرموز و الإشارات ليتبعها بعد ذلك شعوب الحضارات الشرقية كالهند و الصين، ثم تلت مرحلة الخطابة و اللغة، التي أصبحت فيها اللغة مفردة لغوية كنوع من التعبير الاتصالي بين الأفراد و الجماعات، ثم مرحلة الكتابة التي فيما سبق عبارة عن نقوش و رسوم على جدران المعابد و الكهوف لكن سرعان ما تطورت الوسائل التي استعملتها المجتمعات في عملية الكتابة و التدوين، لتأتي بعدها مرحلة الطباعة خلال القرن 15، لتكون بمثابة أعظم وسيلة اتصال عرفها الإنسان لأنها أحدثت تطورات هائلة في حياة المجتمعات في الإعلام والاتصال.

ووسائله عن طريق تحديث الكتابة و انتشار الكتب والمطبوعات، أو عن طريق الصحافة باعتبارها نوع من الصحافة المكتوبة[2]، و بعد قيام الثورة الفرنسية وما صاحبها من اختراعات و اكتشافات تم خلالها اختراع الطباعة و مستلزماتها، التي كانت النقطة الفاصلة بين العصور القديمة و الحديثة.

و من هنا أخذت وسائل الإعلام صورة جديدة، حيث تبع ذلك اختراع السينما، التلفزيون، الفيديو، الإذاعة، التلغراف، الصحف، المجلات و لوحة الإعلانات...[3].

ب- تعريف وسائل الإعلام:

1- لغة: مشتق من أعلم، و مصدره الإعلام ، و هو يعي في اللغة الإخبار و الأنباء[4].

يتقارب معنى الإعلام مع معنى التعليم، فالتعليم مشتق من علم يقال[5](عَلِمَهُ - بالكسر – بمعنى عرفه وعلم هو في نفسه)، و على هذا الأساس فإن التعليم و الإعلام أصلهما واحد و هو الفعل: عَلِمَ، إلاّ أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، و التعليم اختص بما يكون بتكرار و تكثير حتى يحصل منه أكثر في نفس المتعلم.

إذا كان معنى الإعلام يشترك مع معنى التعليم في الدلالة، فإنه مع التقدم الصناعي الحديث و إنتاج وسائل ذات تأثير سريع مثل الصحافة ، المذياع، الإعلام المرئي و الانترنت، استقل بمسمى خاص ووظيفة خاصة و صار يشارك التعليم في الهدف و الغاية.

ب- اصطلاحا: الأصل في جميع الأدوات التي تستعمل في صناعة الإعلام و إيصال المعلومات إلى الناس بدأ من ورق الصحيفة و انتهاء بالحاسبات الآلية و الأقمار الصناعية، إلا أن وسائل الإعلام بصفة عامة ، أو كما تسمى (وسائل الاتصال الجماهيري) تقسم إلى وسائل مقروءة، سمعية و سمعية بصرية[6].

2- نظريات تأثير و سائل الإعلام على سلوك الأفراد.

أولا: نظرية الرصاصة الإعلامية أو حقنة تحت الجلد:

استخدمت وسائل الاتصال الالكترونية في الحرب العالمية الأولى بشكل مكثف لم يسبق له مثيل حتى هتلر ارجع هزيمة ألمانيا في الحرب إلى تأثير الإذاعة و الحرب النفسية (بالإضافة إلى عوامل أخرى) التي شنتها دول الحلفاء ضد ألمانيا.

و صاحب ذلك وجود إيمان قوي بأن وسائل الإعلام قادرة على تحديد الفكر، ودفع الأفراد إلى التصرف وفقا لأسلوب معين تسعى إلى تحقيقه سواء كان ما تهدف إلى إحداثه من تأثير إيجابيا كزيادة المعلومات أو سلبيا.

و شعر المواطنون بالقلق بأن وسائل الإعلام حلت محل العنف أو القهر في إخضاع الجماهير و إقناعها بتقبل الأوضاع القائمة و أشارت بعض الدراسات إلى أن ما كان في الماضي يتم تحقيقه بالعنف و القهر من الممكن تحقيقه عن طريق الجدل و الإقناع من خلال وسائل الإعلام، و قال هتلر: لماذا أخضع الأعداء بالوسائل الحربية ما دام في وسعي إخضاعهم بوسائل أخرى أرخص وأجدى، إن عملية استعداد المدفعية و هجوم المشاة في حرب الخنادق سوف تضطلع بها الدعاية مستقبلا، و تفاخر قائلا: إن عملية دمار أمريكا نفسها يمكن تحقيقها من الداخل[7].

وظهرت في وسط هذا الاتجاه خلال هذه الفترة نظرية الرصاصة الإعلامية أو الحقنة تحت الجلد تأثرا بالنظرية النفسية الشائعة في تلك الفترة المتعلقة بالمنبه و الاستجابة التي تفترض أن لكل فعل رد فعل، و إن كل منبه يحقق استجابة مؤكدة[8]، و اعتبرت هذه النظرية وسائل الإعلام منبها تتعرض له الجماهير و تستجيب له بشكل أو بآخر.

تعطي هذه النظرية للإعلامي قوة كبيرة في التأثير و تشبهه بمن يطلق الرصاص ليصيب من يريد إصابته فور إطلاق الرصاص عليه.

- يتلقى الأفراد المعلومات من وسائل الإعلام مباشرة دون وجود وسطاء.

- أن رد فعل الفرد رد فردي لا يعتمد على تأثره بالآخرين.

يعكس ذلك وجهة النظر التي كانت سائدة آنذاك و التي تنظر إلى جماهير وسائل الإعلام على أنهم مكونون من كائنات سلبية يمكن التأثير عليهم تأثيرا مباشرا بواسطة وسائل الإعلام، فالجماهير هي مجرد بذرات منفصلة من كتلة ملايين القراء

و المستمعين و المشاهدون مهيئون دائما لاستقبال الرسائل التي تشكل كل منها منبها قويا و مباشرا يدفع المتلقي على القيام بشيء معين يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقه.

ثانيا: نظرية التأثر المحدود لوسائل الإعلام:

بدأت تظهر تدريجيا فكرة المجموعات الفرعية التي تقوم على جمهور داخل جمهور بعد نظرية الرصاصة الإعلامية أو الحقنة تحت الجلد ، حيث قدمت رؤية أشمل و أدق لكيفية استقبال المعلومات من وسائل الإعلام و الاستجابة لها فلم تعد المعلومات التي يستقبلها الفرد مقصورة على ما تمده به وسائل الإعلام مباشرة، و إنما تأتي بعض المعلومات من أفراد آخرين سبق لهم التعرض لهذه الوسائل و توصلت الدراسات الميدانية إلى ظهور فكرة انتقال المعلومات على مرحلتين.

تتلخص هذه النظرية في أن المعلومات تنتقل على مرحلتين: من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي ، و من قادة الرأي إلى أفراد آخرين، حيث تبين أن عددا كبيرا من الأفراد غيروا من آرائهم نتيجة لتأثير الأشخاص عليهم و ليس لتأثير وسائل الإعلام عليهم [9].

و ساعدت الدراسات العديدة التي أجريت بعد ذلك على تغيير وجهة النظر القائلة بأن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا مثل الحقنة تحت الجلد أو الرصاصة إلى وجهة النظر التي تأخذ في الاعتبار الظروف الأخرى غير وسائل الإعلام، و التي تعمل كعامل مكمل لأحداث التأثير و ليست العامل الوحيد، و كان من أهم هذه الدراسات دراسات بول لازر سفيلد ، برنارد برلسوان و هازل جوديت لحملة الرئاسة الأمريكية عام 1940، حيث أوضحت أن ناقلي المعلومات من وسائل الإعلام يمكن أن يؤثروا على مواقف و قرارات مستقبلي هذه المعلومات، كما تبين أن الناخبين يتأثرون بأصدقائهم أكثر من تأثرهم بوسائل الإعلام في عملية الإدلاء بالأصوات ، لأنها عملية جماعية يتأثر فيها الفرد بآراء جماعاته الأولية بدرجة واضحة.

ثم تطورت فرضية انتقال المعلومات على مرحلتين إلى انتقال المعلومات على مراحل متعددة، و ساهمت بحوث روجرز و شوميكر حول قادة الرأي في هذا التطوير.

يقول بيتز أنه بالإضافة إلى الاتصال غير المباشر الذي يتلقاه الأفراد عبر تدفق الخطوتين أو عدة خطوات بالإضافة إلى وسائل الاتصال مباشرة ، إما للحصول على المزيد من المعلومات وإما لتعزيز رأي قدم إليهم من أحد قادة الرأي أو لتكوين آراء خاصة فعلى الرغم من المكانة المتميزة لصديقك، إلا أنه لا يمكن قبول معلوماته العلمية التي أجبرك بها المنشور في مجلة علمية متخصصة سبق له الاطلاع عليها، و إنما قد تقرر الرجوع إلى المجلة العلمية و قراءة الموضوع بنفسك، أن ما حدث في الواقع كان علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام و قادة الرأي و هي علاقة حددت في النهاية كيفية وصول مضمون وسائل الإعلام إليك و تأثيره فيك.

تبين أن لهؤلاء القادة تأثيرا كبيرا على باقي الأفراد لصعوبة تفاديهم من ناحية وسهولة الاقتناع بآراء أفراد معروفين لنا أكثر من أفراد لا نعرفهم – و يخاطبوننا من وسائل الإعلام من ناحية أخرى– و الخلاصة أنه وفقا لهذه النظرية يكون تأثير وسائل الإعلام مجرد متغير يعمل مع و من خلال متغيرات أخرى في إحداث التأثير.

ثالثا: نظرية الاستعلامات و تلبية الحاجات:

كانت النظريات السابقة تعترف بالنموذج الآتي:

المصدر ← الرسالة ← المتلقي ← التأثير

تنظر هذه النظريات إلى الجمهور على أنه جمهور سلبي لا حول له و لا قوة أمام قوة الرسالة و تأثيرها الفعال، حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد اعترافا بدوره النشط الفعال، باعتباره يبحث هن الأشياء التي يريد أن يتعرض لها فيختار عن طواعية وانتقائية ما يريد أن يتلقاه، وهو جمهور لا يستسلم تماما لوسائل الإعلام و إنما يقوم بالتغيير أو التحويل أو السيطرة كما يشاء.

تأخذ نظرية الاستعلامات و تلبية الحاجات في الاعتبار الأول المتلقي كنقطة بدء بدلا من الرسالة، و تشرح سلوكه الاتصال فيما يتصل بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الإعلام ، لأن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل بدلا من التصرف سلبيا حيالها، فالجمهور وفقا لهذه النظرية أساس في عملية الاتصال إذ يقوم المتلقي باستمرار باختيار الرسائل الإعلامية من بين فيض الرسائل الكثيرة التي يريد هو نفسه أن يتلقاها، و يشكل التعرض لوسائل الإعلام جانبا من البدائل وظيفة لإشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء وقت الفراغ لدى الإنسان ، و يفترض هذا المدخل أن إشباع الحاجيات يتم من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة و ليس من خلال التعرض لأية وسيلة إعلامية بالإضافة إلى السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة.

باختصار، تؤكد هذه النظرية فاعلية الجمهور المتلقي إذ أنه دائم التقرير لما يريد أن يأخذ من الإعلام بدل السماح للإعلام بتوجيهه الوجهة التي يريدها، فالجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليلبي حاجاته و يحصل على ما يحتاج إليه، و تصبح استعلامات الإنسان للإعلام المحرك الرئيسي الذي يمكن أن يقاس بموجبه تأثير وسائله عليه [10].

تطرح هذه النظرية الأفكار التالية:

– إن الجمهور نشط وفعال ويختار من الوسائل الإعلامية ما يناسب احتياجاته ورغباته، وبالتالي يمكن تفسير استخدام المتلقي لوسائل الإعلام بمثابة استجابة منه للحاجة التي يستشعرها ويتوقع أن ينال بعضها من خلال استعماله لوسائل الإعلام.

– إن الجمهور المتلقي نفسه صاحب المبادرة في تقرير الوسائل و الأساليب التي يتلقى بها الإعلام ما يتفق و حاجاته و رغباته، فالمبادرة في ربط إشباع الحاجات باختيار الوسيلة المناسبة تخضع للمتلقي نفسه في عملية الاتصال بالجماهير.

– إن رغبات الجمهور العديدة، و لا يلبي الإعلام إلا بعضا منها، لأن الحاجات التي تخدمها وسائل الإعلام تشكل جزءا من نطاق أشمل من حاجات الإنسان لوجود بدائل أخرى لإشباع تلك الحاجات كاللعب و الزيارات و لقاءات اجتماعات الأولية و المجاملات الاجتماعية.

يقوم الإعلام بتحقيق ثلاث تأثيرات من خلال اعتماد الناس عليه و هي:

– التأثيرات المعرفية.

– التأثيرات العاطفية.

– التأثيرات السلوكية.

يرى كاتز أننا كنا في الماضي نسأل: ماذا تفعل وسائل الإعلام للناس؟ بدلا من أن نقول ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟ أن الكثير من الأبحاث انطلقت من وجهة نظر ما أسماه " مسك الدفاتر" الدالة على السؤال الأول أكثر من انطلاقها من وجهة نظر الاستعلامات و الإشاعات الدالة على صيغة السؤال الثاني لكن هذه النماذج منها:

توصل مارك ليفي من تصنيفه لاستعلامات و اشباعات مشاهدة التلفزيون إلى خمسة مجلات للاستعلامات و الاشباعات التي أوردها مشاهدو الأخبار التلفزيونية وهي:

– مجال التسلية: أستخلصه من عبارات المشاهدين التي تقول: حينما يقوم مذيعو نشرة الأخبار بالتنكيت مع بعضهم البعض يكون تقبل الأخبار أسهل.

– مجال المراقبة و إعادة الاطمئنان: يتمثل في عبارات المشاهدين مثل قولهم: تجعلني أخبار التلفزيون أدرك أن حياتي ليست بهذا السوء على أي حال، و قول البعض: أشاهد أخبار التلفزيون لكي أعرف الأسعار و لا أفاجأ بارتفاعها.

– مجال التوجيه المعرفي: يتمثل في عبارات المشاهدين و منها: مشاهدة أخبار التلفزيون تبقيني على اتصال بالعالم الخارجي.

– مجال الاستياء: استخلصه من عبارات مثل: عندما يأتي موعد موعده نشرة الأخبار ليلا أكون قرأت أو سمعت معظم ما تقدمه.

إن أهم الاشباعات و الفوائد التي تحققها مشاهدة التلفزيون هي:

– التسلية.

– الترويح.

– التعرف على المشاكل الاجتماعية المحلية و زيادة المعلومات و التثقيف.

إن أهم ما يحققه التلفزيون ما يلي:

– نفسيا: التخلص من الشعور بالعزلة و الوحدة، زيادة الشعور.

– اجتماعيا: الإسهام في فهم المشاكل الاجتماعية وتجنب المخالفات و الجرائم.

– معرفيا: زيادة المعلومات(السياسية، الأدبية، التاريخية، النفسية و التربوية و تحسين القدرات اللغوية للمشاهدين في اللغات الأجنبية).

رابعا: نظرية التنفيس (التطهير):

تعتمد نظرية التنفيس على مبدأ التنفيس على مبدأ تطهير العواطف و المشاعر عبر التجربة غير المباشرة، و الفكرة الأساسية هي: إذا أحس شخص بالعطش و شرب جرعة كبيرة من الماء فإنه لا بد أن تمضي عدة ساعات قبل أن يحس بالرغبة في الشرب مرة أخرى ذلك أن حاجته للماء قد أشبعت بالكبت و الغضب، فارتكب عملا عدوانيا، ذهب هذا العمل بغضبه، وأصبح الشخص أكثر هدوءا و سلاما بعد ذلك، و المرحلة الثانية في النظرية هي إمكان تصريف غضب الشخص تدريجيا عن طريق مشاهدته لمعركة في التلفزيون.

يتمسك أصحاب هذه النظرية بنظرية أرسطو الشهيرة حول المسرح، من أن المعانات التي يخوضها المتفرج تؤدي إلى حالة من التطهر أو التنفيس عن الانفعالات، فيخرج المتفرج و قد شعر بالراحة و الطمأنينة، و كتب أرسطو عن وظيفة التطهير أو التنفيس من خلال الدراما عن طريق الإحساس بالخوف و الشفقة و تقمص شخصية البطل في المسرح اليوناني القديم، كما أن العنف لم يكن يعرض على المسرح أبدا، كما يحدث اليوم في التلفزيون.

يتمسك أصحاب أفلام العنف و الرعب بنظرية فرويد في التنفيس عن الانفعالات المكبوتة، و لكنه تنفيس يتم عن طريق التحليل النفسي و الإدارة و الفهم لا عن طريق التعرض لمظاهر العنف و المشاهدة الداعرة، و هي مناظر لا يمكن أن تؤدي إلى تهذيب نفوس الأطفال و الشباب، و إنما تفجر الطاقات الشريرة و تضغط على زناد الرذيلة و تثير الفتنة.

يرى بعض الباحثين وفقا لهذه النظرية أن مشاهدة أفلام العنف تسمح للمشاهد بتصريف إحباطه من خلال المعايشة الخيالية بدلا من الممارسة الواقعية، حيث تعمل هذه المشاهدة كصمام أمان يصرف الإحباط و الشعور بالعداء و تكون

نتيجتها مماثلة للكلمات التي يوجهها المرء لكيس مملوء بالهواء ، فالإحباطات تتراكم داخل الأفراد في حياتهم اليومية و تطلق أو تفرغ بشكل بديلي عن طريق مشاهدة سلوك العنف.

إن مشاهدة الفرد للعنف عبر وسائل الإعلام يمكن أن تعطي الفرد فرص مشاركة سلبية في الصراع العنيف الذي ينطوي عليه الفيلم أو البرنامج، وتزود الفرد بخبرة عدوانية بديلة مما يمثل أداة لتهدئة مشاعره عن العدوان و الإحباط.

كما يقول رجال صناعة التلفزيون أن هناك عبرة و هدفا من وراء تصوير بعض مشاهد العنف و العدوان و هو أن العنف أو العدوان دائما ينتهي بنهاية طبية، حيث تهدف القصة البوليسية في الغالب إلى إظهار أن الجريمة لا تجدي نفعا، و أن المجرم ينال ما يستحقه من عقاب.

– خامسا: نظرية التعلم من خلال الملاحظة:

تشير هذه النظرية إلى أنه يمكن أن يتعلم الأفراد سلوك العنف من مراقبة أو مشاهدة برامج العنف و الرعب و الإثارة، فالأفراد يتعلمون سلوك العدوان و العنف من خلال مشاهدتهم للتلفزيون بتنميط سلوكهم حسب سلوك الشخصيات التي تعرضها برامج العنف، و تنطبق هذه النظرية بشكل أقوى على الأطفال الصغار، حيث يكون لبيئتهم تأثيرها الهام على ما يتعلمونه، و تزداد الخطورة حينما يكون التلفزيون بديلا عن الأبوين ، لأن الأطفال يفهمون الأفلام و البرامج التلفزيونية بطريقة مختلفة عن عالم الكبار، حيث لا يستطيعون في أحوال كثيرة استنتاج العلاقات بين المشاهد التي يرونها أو ترتيبها لتفسير المادة الدرامية مما يجعل تذكرهم للمضمون أشبه ما يكون بالشظايا، فلا يتمكنون من بناء العلاقات بين برامج الكبار و استخلاص العبر من المسلسلات، كما قد ينجح في ذلك الكبار مما يمكن معه القول أن الصور الذهنية التي تتركها أو تخلقها المضامين التلفزيونية تترك صورا مشوهة عن حقيقة العالم.

ويرى شرام وزملاؤه أنه إذا عرضت مشاهدة العنف و القسوة و السلوك غير الطبيعي علنا على الجماهير ستكون سببا في إثارة الرغبة في السلوك العنيف عند الناس، و لا يوجد شك في وجود علاقة بين ازدياد جرائم العنف و ازدياد البرامج المليئة بالسلوك الإجرامي و الأعمال العنيفة في السينما و الراديو و التلفزيون.

ترى هذه النظرية أن العنف في وسائل الإعلام يزيد من احتمال العدوانية عند المستقبلين من خلال ما يلي:

– تزويد المشاهدين بفرص لتعلم العدوان و العنف.

– تقديم شخصيات شريرة يمكن تقليدها.

– بصرف النظر عن المبادئ الأخلاقية و القيم، نجد الأطفال على استعداد لتذكر العنف و استعمال أساليبه.

– يرغب الأطفال في أن يكونوا مثل الشخصيات الناجحة التي يرونها في الخيال و يميلون إلى تقليدها سواء كانت شريرة أم تعمل في جانب الخير.

3– أسباب حوادث المرور.

تتكون معادلة وقوع الحادث المروري من ثلاثة عناصر رئيسية وهي[11] :

1. السائق
2. الطريق والظروف المحيطة .
3. السيارة .

إذا القينا نظره تحليلية جادة في جميع مسببات الحوادث سواء كانت أخطاء بشرية تسبب فيها السائق ، أو أخطاء هندسية كان السبب فيها الطريق ، أو أخطاء ميكانيكية كان السبب فيها السيارة .

فإن جميع هذه المسببات يمكن حصرها في عاملين رئيسيين هما:

أسباب مباشرة وأسباب غير مباشرة .

- ❖ الأسباب المباشرة :

وهي التي تسهم إسهام فعلي في وقوع الحوادث وسميت هذه العوامل بالعوامل المباشرة مثل :

1. عدم تقدير السائق للموقف المروري .
2. عدم وجود خلفية كافية لدية عن الطريق.
3. قلة المهارة والخبرة التي يتمتع بها السائق.
4. سوء الحالة الصحية للسائق.
5. السرعة الزائدة.

- ❖ الأسباب غير المباشرة :

وهي التي تساعد وتسهم في وقوع الحوادث وتسمى بالحوادث غير المباشرة مثل:

1. حالة الطريق الرديئة .
2. حالة الجو السيئة.
3. المشاة .
4. نقص التوعية المرورية .
5. عدم تطبيق الأنظمة المرورية .

4- دور وسائل الإعلام في التوعية المرورية:

إن وسائل الإعلام تضطلع بدور التوعية بناءا على ما تملكه من خصائص و مميزات، و قبل كل ذلك و انطلاقا من دور المواطن و تنمية إحساسه بالمسؤولية، وربطها الذي يمكن أن يقوم به كل فرد في معالجة الأوضاع و السلوكيات الغير مرغوبة بتوليد وإنتاج و توزيع كل المعلومات الصحيحة من أجل خلق الوعي بين رجل المرور وقائد المركبة و الشخصيات ذات العلاقة بتنظيم السير، فإن أهمية حملات الاتصال التوعوي- المروري قد خضعت لأساليب نظرية و تطبيقية مبرمجة و منظمة، بحسب الإمكانات المتوفرة في البلدان المختلفة، من أجل إعداد وسائل اتصالية لتدعم بعضها بعضا، وفقا للقواعد العلمية القادرة على تحقيق نتائج مرجوة على أرض الواقع لإقناع المتلقين باتخاذ أساليب جديدة في ممارسة قيادة المركبة بإتباع القواعد المنظمة في تنظيم حركة السير الهادفة إلى مساعدة الجميع بما يكفل تجنب الكوارث المرورية و يبسط الأمان في المجتمع[12].

إن المبادرات الإعلامية – التوعوية لتنفيذ الأهداف الموضوعة تتخذ أشكال متنوعة باستخدام الملصقات المعبرة عن المشكلة المرورية في المجتمع ، و تحديدا طبيعتها، تكرارات التجاوزات القانونية، العامة و الخاصة، تنظيم المهرجانات الشعبية، الحفلات المقامة في المدارس و المناسبات الاجتماعية المختلفة في الإسهام الفاعل و المؤثر لمساندة الحملات الإعلامية الموجهة و المنظمة و المثمرة عبر وسائل الإعلام، بتكريس تقنياتها الحديثة (كمبيوتر، انترنت) و أجهزتها الالكترونية، الفيلمية ووسائطها السمعية و البصرية من شرائح، صور ثابتة، متحركة، تصوير سينمائي و فيديو، سواء لتغطية الفعاليات المرورية (اجتماعات، ندوات، مؤتمرات علمية، لقاءات صحفية ...)، أو بإنتاج المواد الإعلامية في استوديوهاتها و مطابعها وفق عناصر رئيسية تتبناها حملات الاتصال المروري[13].

تعمل وسائل الإعلام بمختلف أنواعها على تعزيز السلوكيات الايجابية الهادفة إلى التأثير في إنجاح الحملات المرورية عبر فضاءاتها المختلفة، ببرامج تخص شرائح المجتمع المختلفة، إلى جانب التركيز على السلوكيات التي من شأنها المساهمة في تفاقم ظاهرة حوادث المرور من سرعة عالية، استخدام الهاتف النقال أثناء القيادة، عدم استخدام حزام الأمن، و غيرها من القضايا التي تتسبب في إرهاب الطرقات.

وبالتفصيل في دور الإعلام المقروء، و المتمثل في المجلات ، المقالات، المطبوعات و الملصقات... في التغطية الفعالة للفعاليات المقامة في الشأن المروري من ندوات، معارض و لقاءات صحفية، بتحليل محتواها و نشر الإرشادات، الرسوم و الرموز للتوعية بمدلولاتها، و التنبيه إلى ضرورة التقيد بفحواها إن استلزمت الضرورة ذلك ، في حين أن الإعلام المسموع و المتمثل في الإذاعات فتكمن مهمتها في تكثيف البرامج الإرشادية المقترنة بنشاطات الحملات المرورية، بالاعتماد على اللقاءات الصحفية و التقارير الميدانية و استعراض حوادث المرور بالأرقام و الإشارة إلى المستجدات الحاصلة في مجال الخسائر المادية و البشرية، المترتبة عن الظاهرة، أما فيما يخص الإعلام المرئي و المتمثل خاصة في التلفزيون ، الذي يقدم برامج مع المختصين و رجال المرور، تحتوي على فقرات إرشادية توعوية مرورية، مع إمكانية تسخير الرسوم المتحركة لإنتاج مادة تتماشى مع فكر و سن الأطفال من رسوم و بيانات لتعزيز التوعية المرورية.

5- جهود الدولة للحد من حوادث المرور:

تعد حوادث المرور واتجاه معدلاتها نحو تزايد ناقوس الخطر الذي ينته إلى وجود مشكلات المرور بدرجة تشكل خطرا واضحا على المجتمع وأفراده،ذلك كثيرا ما يذهب ضحيتها الأبرياء كما أن أثرها لا يقتصر على الفرد وحده فقط و إنما يمتد إلى عائلته، ولهذا فقد سميت بالحوادث الاجتماعية وخاصة أنها وإنها بصورتها الحالية جديدة على المجتمعات،الحديثة و لم تظهر إلا نتيجة لتقدم تطور الحياة في المجتمع ولخدمته ولقد أثبتت الدراسات الإحصائية في البلاد المختلفة ارتفاع نسبة حوادث المرور بحيث أصبحت تشكل في ذاتها مشكلة جسيمة لا يستعان بها ولا تقتصر خطورتها على الازدياد الكبير والمخيف في إعدادها و إنما فيما يترتب عليها من نتائج سيئة وغير مرغوبة.

من هذا أكثر الانشغالات من السلطات الحكومية، وخاصة وزارة الداخلية وهذا لحد من وقوع مثل هذه الحوادث المؤسفة، والتي بالإمكان تفاديا أو بالأحرى التقليل منها بالحكمة واليقظة، واحترام قواعد المرور عند السائقين وتوزيع جهودها لمهام توفير الأمن والطمأنينة والاستقرار للمواطنين.

لكن الجهود المبذولة من طرف الدولة من حملات توعية لا تكفي لوحدها بل يجب القضاء على كل ما يعترض تسهيل حركة المرور وهذا بتوسيع شبكة الطرقات وتعليمها بالعلامات اللازمة لذلك وفرض عقوبات صارمة على كل من يخالف القوانين المنصوص عليها ، لان العمل هنا متكامل فلا بد من القضاء على كل المشكلات التي تعترض السير الحسن للانتقال السريع والأمن نذكر على سبيل المثال:

- توسيع شبكات الطرق داخل وخارج المدن.
- جعل الطرق الواصلة بين أطراف المدينة بعيدة عن الوسط الداخلي.
- تجهيز الطرقات بالعلامات والإشارات الضوئية.
- تصليح الطرقات وهذا بتعبيدها.
- إنشاء ممرات أرضية للراجلين في النقاط التي تكثر فيها حركة المرور.

– توفير الغيار اللازمة حتى تمكن أصحاب السيارات من إصلاح العطل المتواجد بسيارته وهذا ما نشاهده اليوم بنسبة كبيرة تلك الأسباب التقنية التي أودت بحياة الكثير من الأبرياء.

– إنشاء مجلس أعلى للمرور يضم ممثلين من وزارات الداخلية والنقل والمواصلات والتربية والإعلام والقضاء والصحة تكون مهمته وضع الحلول لمشكلة المرور والوقاية من حوادث الطرق والتخفيف من أثارها الضارة.

– القضاء على العمليات غير القانونية في الحصول على رخص السياقة وهذا بالوقاية المشددة ، لان كثير من السائقين الذين تحصلوا على رخص السياقة دون علمهم بأن شروط قوانين المرور وهذا عامل سلبي تعاني منه معظم الدول خاصة النامية منها[14].

خاتمة.

شهدت حوادث المرور في بلادنا ارتفاعا متزايدا، بالرغم من الجهود المتكاثفة من طرف شرائح المجتمع المختلفة في كافة الميادين للحد من هذه الظاهرة، التي راح ضحيتها المئات بل الآلاف من الأرواح البريئة، و خلف خسائر مادية و بشرية، مما استدعى تبني سياسة الصرامة و الردع كأول الحلول لمواجهة الوضع، لتأتي بعدها الحلول التنظيمية المرافقة لإستراتيجية توفير السلامة المرورية، التي يتقدمها وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها لدورها المحوري في التخفيف من حدة حوادث المرور بعملها الدائم و المستمر مع الهيئات المختصة لتسطير برامج علمية إعلامية للتوعية و التحسيس.

توصيات:

- ✓ ضرورة مراجعة قانون المرور و خاصة شروط منح رخص السياقة، و التعامل بصرامة مع المخالفين لما ينص عليه.
- ✓ إدراج حصة التربية المرورية ضمن المناهج التي تدرس في المدارس الابتدائية.
- ✓ تكثيف حملات التوعية المرورية بمساهمة وسائل الإعلام المختلفة، بالاشتراك مع مختلف المؤسسات الفاعلة في المجتمع الحكومية و الخاصة.

التهميش:

1- يمينة مختار: أثر الأحداث السياسية المشاهدة على التنشئة الاجتماعية للطفل، مذكرة ماجستير (جامعة الجزائر)، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2007-2008، ص 95.

2- سناء محمد الجبور: الإعلام و الرأي العام العربي و العالمي، عمان، دار أسامة للنشر و التوزيع،2010، ص 93.

3- يمينة مختار: مرجع سابق، ص 96.

4- زاوي الحاج سعيد: اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة بسكرة، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع،2012-2013، ص 112.

5- عبد الرزاق محمد الدليمي: وسائل الإعلام و الاتصال عمان دار الميسرة، 2012، ص 50.

6- محمد منير حجاب: وسائل الاتصال، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع،2008، ص 349.

7- ميلفين ل، و آخرون: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر و التوزيع، 1993، ص 29.

8- المرجع نفسه: ص 36.

9- المرجع نفسه: ص 29.

10- المرجع السابق: ص 29.

11- ياسر عبد الله العسيري و آخرون: حوادث السيارات في مدينة الرياض " الأسباب و الآثار والحلول "، جامعة الملك سعود ، 2012، ص 5.

12- أ.د أحمد مطر عقبات: دور وسائل الإعلام في نشر التوعية المرورية، الندوة العلمية : واقع الحملات التوعوية المرورية ، الرياض، 2008، ص 11.

13- المرجع السابق: ص 13.

14- مقالة بعنوان: حوادث المرور في القانون الجزائري: موجودة على الرابط:http://droit7.blogspot.com/2013/10/blog-post_498.html تاريخ الزيارة: 2015/09/13، على الساعة:20:00.