

حملات التوعية الإلكترونية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر

-التوعية المرورية عبر الفيس بوك أنموذجا -

د: نفيسة نايلي

أ/ سلمى مساعدي

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

nailinaf10@gmail.com

selmabiba01@gmail.com

ملخص باللغة العربية

في ظل تحول حوادث الطرقات اليوم إلى هاجس كبير لكافة أفراد المجتمع، وما انجر عن ذلك من مشكلات تستنزف الموارد المادية والطاقت البشرية في الجزائر، التي تعد من بين الدول المغربية المسجلة لأكبر نسبة وفيات ناتجة عن حوادث الطرقات، وفي ظل الدور الوظيفي الذي تضطلع به وسائل الإعلام كشريك فعال في نشر الثقافة المرورية وتحقيق التوعية خاصة لدى فئة الشباب، تعد شبكات التواصل الاجتماعي أحد وسائط الإعلام الجديد الأكثر اهتماما بقضايا التوعية المرورية من خلال أنشطة مختلفة تهدف إلى إيجاد وعي مروري، وكذا اعتماد السلوك السليم أثناء السياقة.

وعليه تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في التحسيس بمخاطر حوادث الطرقات و إيجاد الحلول والسبل الكفيلة بالتقليل من حجمها، من أجل الخروج بجملة من التوصيات والآليات لإشراك هذه الوسائط الإعلامية وتفعيل دورها في مجابهة الظاهرة، وذلك من خلال دراسة تحليلية على عينة من صفحات الفيس بوك باستخدام أداة تحليل المحتوى، إضافة إلى معرفة مدى استجابة الجمهور لحملات التوعية عبر تلك الصفحات وذلك باستخدام أداة الملاحظة بالمشاركة.

الكلمات المفتاحية: حملات التوعية، الوعي المروري، الثقافة المرورية، شبكات التواصل الاجتماعي،

موقع الفيس بوك

Abstract

While the transformation of traffic accidents become a huge concern for all members of society and its resulting problems which drain both material and human resources in Algeria, which is considered as one of the registered Maghreebean countries largest percentage of human losses due road accidents. The functional role played by media as an effective partner in raising traffic culture awareness, especially among youth, social media is one of the new media most interested in traffic awareness issues through varied activities .

Therefore this study aims at determining the contribution of social media in raising awareness about the dangers of road accidents and seeking solution and way to reduce this phenomenon, and some recommendations to engage this media and activate its role to take part in facing the phenomenon, by an analytical study of face book pages sample, using the content analysis besides knowing the public feedback to awareness campaigns on face book counting on the observation.

Key words: Awareness campaigns , traffic awareness, traffic culture, social media, face book .

مقدمة

أدى التطور التكنولوجي الذي مس جل مجالات الحياة بالجزائر خلال السنوات الأخيرة الماضية، -خاصة في المجال الصناعي- إلى زيادة وتوسيع الخطيرة الوطنية للسيارات والمركبات، ورافق ذلك استحداث وتوسيع في شبكة الطرقات، مما أدى إلى اكتظاظ في المركبات انجر عنه العديد من حوادث المرور التي تفاقمت خسائرها البشرية، المادية والمعنوية سنة تلو الأخرى، حتى تحولت إلى هاجس يطارده المواطن والمواطنون على حد سواء. ومن ضمن الإستراتيجيات التي سطرتها الدولة بهدف الحد من الظاهرة والتقليل من خسائرها الفادحة، يدخل الإعلام كشريك فعال في إنجاح تلك المساعي، إضافة إلى مؤسسات اجتماعية أخرى (كالأسرة، المدرسة، جمعيات المجتمع المدني...)، خاصة وأن المؤسسات الإعلام تأثير كبير على الأفراد داخل المجتمع، من خلال تمرير رسائل توعوية تسعى إلى نشر الثقافة المرورية بين مختلف الفئات، وإكساب الفرد السلوكيات التي تحفظ سلامته المرورية، وتجنبه السلوكيات المخاطفة التي تؤدي بشكل أو بآخر لحوادث جسيمة، مع التركيز على ضرورة الالتزام بالقوانين والأنظمة.

وتماشيا مع التطورات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال، انتقلت الحملات التوعوية من الإعلام التقليدي (كالتلفزيون، الإذاعة، الصحف، المطويات والملصقات)، لتستثمر فيما توفره وسائط الإعلام الجديد من ميزات وخصائص كالسرعة الفائقة، الانتشار الواسع والتفاعلية، دمج الوسائط المتعددة من صوت، صور، فيديو، قلة التكلفة... وغيرها من الميزات، التي جعلت من موقع الفيس بوك كأحد شبكات التواصل الاجتماعي، أكثرها استخداما في الجزائر حسب ما تؤكد الإحصاءات، وبالتالي الأكثر اعتمادا من طرف المستخدمين في اكتساب ثقافة مرورية، والأكثر توظيفا من طرف الهيئات والمؤسسات الحكومية التي تسعى جاهدة لإيجاد حلول للتقليل من حجم الظاهرة.

ما يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي الآتي :

كيف ساهم موقع الفيس بوك كأحد شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي المروري بالجزائر؟

ولإجابة عن إشكالية الدراسة ، يقترح الباحث التساؤلات الفرعية الآتية:

- س1- ما هي المواضيع الأكثر طرحا عبر صفحات الفيس بوك والمرتبطة بالتوعية المرورية؟
- س2- كيف طرحت مواضيع التوعية المرورية عبر صفحات الفيس بوك من حيث الشكل؟
- س3- ما هي الأساليب و الاستمالات المستخدمة في مضامين صفحات الفيس بوك التي تهدف إلى نشر التوعية المرورية لدى المستخدمين ؟
- س4- ما هي السلوكيات المتضمنة في صفحات الفيس بوك والمرتبطة بالتوعية المرورية ؟
- س5- ما هو الجمهور الأكثر استهدافا من حملات التوعية المرورية على صفحات الفيس بوك ؟
- س6- ما مدى استجابة المستخدمين وتأثرهم بمضامين التوعية على صفحات الفيس بوك، من خلال أشكال التفاعل معها ؟

1 أهداف الدراسة

يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق أهداف جزئية وأخرى رئيسية، يمكن اختصارها في الآتي :

الوقوف على أهم المواضيع التي طرحت عبر مضامين صفحات الفيس بوك، والتي ترتبط أساسا بنشر التوعية المرورية.

الوقوف على الأساليب و الاستمالات المستخدمة في مضامين صفحات الفيس بوك التي تهدف إلى نشر التوعية المرورية لدى المستخدمين.

التوصل إلى القيم والسلوكيات المرتبطة بالسلامة المرورية، والمدرجة ضمن صفحات الفيس بوك.

تحديد الجمهور الأكثر استهدافا من حملات التوعية المرورية على صفحات الفيس بوك، والكشف عن مدى استجابته وتأثره بمضامين تلك الصفحات، من خلال تفاعلاتهم معها عبر إعادة المشاركة ، التعليق ، الإعجاب ... وغيرها من أشكال التفاعل.

وكهدف رئيسي يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى إيجاد بعض التوصيات والمقترحات العملية التي من شأنها زيادة تفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك في نشر التوعية المرورية، بغية الاستفادة من ميزاته قدر المستطاع.

2 أهمية الدراسة

تنطلق أهمية هذه الدراسة من أهمية موضوعها في حد ذاته، والذي يتناول متغيرين أساسيين هما **شبكات التواصل الاجتماعي والوعي المروري**، إذ تعد شبكات التواصل الاجتماعي مجالا خصبا ومهما في مجال دراسات الإعلام الجديد، ذلك لأنها أصبحت تستقطب عددا هائلا من المستخدمين وعلى اختلاف شرائحهم، حتى أن مختلف المؤسسات والهيئات الرسمية وغير الرسمية قد استثمرت فيما تقدمه تلك الوسائط المستحدثة من ميزات، بغية إيصال رسائلها وإقناع جماهيرها بما تعرضه من خدمات، وهو ما حصل فعلا في مجال التوعية بمخاطر حوادث المرور على الأفراد والمجتمع .

أما عن التوعية المرورية فهي أهم عنصر تنطلق منه الجهات الوصية للحد من انتشار وتفاقم ظاهرة الحوادث المرورية، ذلك أنها عملية وقائية تستهدف مخاطبة عقول الأفراد من خلال استراتيجيات علمية محددة، بدلا من إتباع الأسلوب الردعي والعقابي، ما يحيل إلى أن تكوين مجتمع ذو ثقافة مرورية سيأتي ثمارا أفضل من تسليط العقوبات فقط .

كما تكمن أهمية الدراسة في جدتها خاصة في ظل نقص الدراسات التي تناولت موضوع الوعي المروري من خلال الإعلام الجديد، مقارنة بتلك البحوث التي انصبحت في أغلبها على دراسة دور الإعلام التقليدي (من تلفزيون،

إذاعة، صحف وغيرها من الوسائل) في التوعية المرورية من خلال الحملات التوعوية ، ما يعطي لهذه الدراسة وجها للجددة و التجديد في آن واحد.

3 تحديد مفاهيم الدراسة

3-1 حوادث المرور: عرف الاتحاد الأوروبي حوادث المرور بأنها " تلك التي وقعت في طريق أو شارع مفتوح

للسير العمومي، والتي راح ضحيتها شخص أو أكثر أصيبوا بجروح أو قتلوا، والتي تسبب فيها على الأقل مركبة واحدة كانت في حركة. " (هاجر جاب الله، 2012: 21)

كما يعرف أيضا بكونه " حدث اعتراضي يحدث دون تخطيط مسبق من قبل مركبة واحدة أو أكثر مع مركبات أخرى، أو منشأة أو حيوان أو أجسام، على طريق عام أو خاص، عادة ما ينتج عن الحادث المروري تلفيات متفاوتة من طفيفة تتعلق بالممتلكات والمركبات، إلى جسيمة تؤدي إلى الإعاقة المستديمة أو الوفاة.

وتقع حوادث المرور نتيجة لخلل يحدث في عنصر أو أكثر من العناصر الآتية: العنصر البشري، المركبة، الطريق،

عنصر المحيط. (العسيري ياسر عبد الله، 2009: 4)

3-2 الثقافة المرورية : ويقصد بالثقافة المرورية مجموعة القيم والعادات السلوكية الخاصة بقواعد السلامة المرورية،

التي يكتسبها الفرد من خلال عملية تربوية وتعليمية ، وتمثل هذه القيم في كل من قيمة وضع حزام الأمن، قيمة التقيد بقواعد السير على الطريق، قيمة عدم تجاوز السرعة المحددة، عد القيام بالتجاوزات والمناورات الخطيرة، قيمة

احترام إشارات المرور ... وغيرها من القيم. (لامية بويدي، 2015: 123)

3-3 التوعية المرورية: يعد الوعي المروري من الموضوعات التي ترتبط بشكل واضح بحياة الفرد وسلامته، إذ تعد

أفضل الوسائل للوقاية من الحوادث المرورية على المدى الطويل، ذلك أن غرس الوعي المروري في أفراد المجتمع

تجعلهم أكثر تقبلا للقوانين المنظمة للطريق ومستخدميه والسائقين، الركاب والمشاة، لتظهر واضحة في سلوكياتهم،

التي تعد الرقابة الذاتية المحرك الأساسي لها، وهو ما يؤدي إلى خفض معدلات المخالفات المرورية، وبالتالي انخفاض الحوادث المرورية والتقليل منها. (هاجر جاب الله، 2012: 35)

فمصطلح التوعية المرورية يشير إلى عملية ترجمة الحقائق المتعلقة بقواعد السير وآدابه وتحويلها إلى أنماط سلوكية مرورية سليمة، على مستوى الفرد والجماعة، وذلك بتطبيق الأساليب التربوية الحديثة للحد من الحوادث المرورية، (زكية شعبان، 2013: 30) هذا ويشترط في التوعية المرورية عدة شروط منها الاستمرارية، الشمولية، التكامل، التجديد والتطور، ذلك أنها ليست مجرد حدث أو مجموعة أحداث متفرقة، إنما هي عملية مستمرة ودائمة، تسعى إلى ترسيخ الثقافة المرورية، وخلق نسق معرفي وسلوكي إيجابي، لذا فإن الاستمرارية شرط أساسي لتحقيق أهدافها. (عبير تباني، 2012: 153)

وتبعاً لذلك يمكن للباحث إعطاء تعريف إجرائي للوعي المروري على النحو الآتي: هي عملية ترسيخ مجموعة من القيم والعادات السلوكية الخاصة بالسلامة المرورية على مستوى الفرد والجماعة، وتغيير السلوكيات الخاطئة التي تؤدي إلى زيادة الحوادث المرورية، بما يشكل رقابة داخلية لدى الفرد - سواء كان سائقاً، راكباً، أو ماشياً- على سلوكياته المرورية، نابعة من وعيه لا من رقابة خارجية، وتتم من خلال عدة مؤسسات حكومية وغير حكومية، إذ تعد مؤسسات الإعلام وباختلافها إحدى المؤسسات المسؤولة عن نشر التوعية المرورية في المجتمع .

3-4 شبكات التواصل الاجتماعي: أثار مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية جدلاً

بين الباحثين، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، وتعددت تبعاً لذلك تعريفاته من باحث إلى آخر، إذ تشير شبكات التواصل الاجتماعي إلى "مواقع الإنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة." (خالد غسان، 2013: 24)

و تسمى كذلك الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي، و هي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد، من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات، والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة،

و يمكن للمستعمل عبرها أن ينشئ صفحته الخاصة، و ينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الخاصة، ويكتب مقالات ونصوص، وينشر تسجيلات فيديو، ومن أشهر هذه المواقع **google plus, myspace, facebook, twitter** (عباس مصطفى صادق، 2009: 39)

وعليه يمكن للباحث إعطاء تعريف إجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي على النحو الآتي : هي عبارة عن مواقع عبر الانترنت تتيح لمستخدميها إمكانية إنشاء صفحات خاصة بهم، يضمها المستخدم معلومات شخصية عنه وعن سيرته أو عن اهتماماته ، وفقا لما تتيحه كل شبكة من ميزات، وبالاتناد إلى خاصية الوسائط المتعددة أين يمكن الدمج بين النصوص، الصور والصوت والفيديوهات في آن واحد، كما تمكن هذه الشبكات مستخدميها من إقامة شبكة من العلاقات الاجتماعية، وتكوين جماعات افتراضية، لتبقى التفاعلية هي السمة الأبرز بين أعضاء ومستخدمي تلك الشبكات الاجتماعية.

3-5 موقع الفيس بوك : تعددت تعريفاته واختلفت من باحث إلى آخر، و فيما يلي بعض من هذه التعاريف يعرف بأنه "موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة." (محمد المنصوري، 2012: 77)

و جاء في تعريف آخر بأن موقع الفيس بوك " هو موقع على شبكة الانترنت لتكوين الأصدقاء الجدد حول العالم، و الانضمام إلى مجموعات مختلفة، كما يمكن للمستخدمين في الموقع الاشتراك في شبكات مثل المدارس، أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية وغيرها، والتي تسمح للمستخدمين بالاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة." (شريف الطيب، 2014: 5)

وعليه يمكن للباحث وضع تعريف إجرائي للفيس بوك على النحو الآتي : موقع الفيس بوك هو موقع على الانترنت، يقوم على إتاحة الفرصة للمستخدمين ، لإنشاء صفحات خاصة بهم تتضمن معلوماتهم الشخصية و

صورهم وفيديوهاتهم و كل ما يرغبون بنشره عبر تلك الصفحات، و مشاركته مع أصدقاء افتراضيين، و بالتالي تنوعت الصفحات على الموقع فمنها التعليمية، الأدبية، التجارية، السياسية، الرياضية، الترفيهية، التوعوية وغيرها من المجموعات، التي يتفاعل عبرها المستخدمون ويتشاركون الصور، الفيديوهات والأخبار، مع إمكانية المشاركة، التعليق، والردشة.

4 المنهجية المتبعة في الدراسة

4-1 نوع الدراسة ومنهجها

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي "تتم بشرح و توضيح الأحداث والمواقف المختلفة والمعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر، ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع بقصد الوصول إلى استنتاجات، تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر" (مصطفى حميد الطائي، 2007: 95) ولذلك كان المنهج الأنسب لهذه الدراسة هو **منهج المسح التحليلي** و الذي يعرف بأنه " جهد علمي منظم للحصول على بيانات و معلومات و أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة " (حسن محمد سمير، 1995:67)

4-2 أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على **أداة تحليل المضمون** كأداة لجمع البيانات، والذي يعرف حسب باد بأنه " أسلوب منهجي لتحليل محتوى الرسالة الإعلامية، و أسلوب تناولها و معالجتها، و هو أداة تستخدم في ملاحظة السلوك الاتصالي العلني وتحليله " (نسرین حسونة، متاح على الرابط <https://www.academia.edu>، تاريخ الاسترجاع 2017/11/05، الساعة 23:25) ، و تبعا لذلك تعد **أداة تحليل المضمون** الأداة الأنسب لهذه الدراسة لعدة اعتبارات منها كون هذه الأداة تندرج ضمن منهج المسح في الدراسات الوصفية، إضافة إلى كونها الأكثر شيوعا واستخداما إذا ما تعلق الأمر بدراسة الرسالة الإعلامية، وهو ما تذهب إليه هذه الدراسة، وقد اتبع

الباحث عدة خطوات من أجل تحليل محتوى عينة من الصفحات على الفيس بوك المتعلقة بالتوعية المرورية في الجزائر، ويمكن تلخيص تلك الخطوات فيما يلي :

تحديد عينة التحليل: اعتمد الباحث في جمع البيانات على العينة القصدية للوصول إلى عينة من صفحات الفيس بوك المتعلقة بموضوع التوعية والسلامة المرورية في الجزائر، إذ تعرف العينة القصدية بأنها " تلك التي يختار الباحث مفرداتها عمدا وعن قصد اعتقاد منه بأنها تمثل مجتمع دراسته"، (الحيزان عبد العزيز، 2004: 90) ولذلك فقد اختار الباحث قصدا 3 صفحات على الفيس بوك مثلت عينة دراسته وهي:

صفحة **sécurité Routière / cnpsr** ، صفحة **الوقاية من أخطار الطرقات**

صفحة **Association de la sécurité routière wilaya de Skikda**

إذ شملت الدراسة المضامين المدرجة في الصفحات عينة البحث في الفترة بين **1 سبتمبر 2017 إلى غاية 30 نوفمبر 2017**

تحديد فئات التحليل: قام الباحث استنادا لمتطلبات الدراسة من إشكالية وأهداف مرجوة من البحث، باعتماد الفئات الآتية كفئات للتحليل:

فئات الشكل وتتضمن مايلي :

فئة العناصر المرافقة للموضوع : وتشمل (كتابة / صورة/ فيديو / كتابة وصورة/ كتابة وفيديو)

فئات المضمون وتتضمن مايلي :

فئة الموضوع : وتشمل (قواعد السلامة المرورية الخاصة بالسائق / قواعد السلامة المرورية الخاصة بالمشاة /

قواعد السلامة المرورية الخاصة بالراكبين /إرشادات خاصة بالمركبات /إرشادات خاصة بالمحيط)

فئة الاستمالات المستخدمة: وتشمل (استمالات عقلية/ استمالات عاطفية / استمالات التخويف)

فئة السلوكيات المكتسبة: وتشمل (تعديل السلوك/ تعزيز السلوك/ تغيير السلوك)

فئة الجمهور المستهدف: وتشمل (أطفال/ شباب/ كهول).

فئة أشكال تفاعل الجمهور مع المضامين: وتشمل (إعجاب / تعليق / مشاركة)

تحديد وحدات التحليل: اعتمد الباحث في هذه الدراسة على وحدة الكلمة كوحدة تسجيل، ولأن الوحدة تفقد معناها خارج سياق التحليل، فقد اعتمد الباحث وحدة الموضوع كوحدة سياق في محاولة لفهم معاني وحدة التسجيل المعتمدة .

كما استعان الباحث بأداة الملاحظة بالمشاركة وذلك قصد معرفة استجابة الجمهور لحملات التوعية عبر صفحات الفيس بوك، ومن خلال أشكال تفاعلهم مع محتويات تلك الصفحات التوعوية.

5- الدراسة التحليلية

5-1 عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (1) يمثل توزيع مواضيع التوعية المرورية على صفحات الفيس بوك

رقم (1) والمبين	النسبة %	التكرار	مواضيع التوعية المرورية على صفحات الفيس بوك	يتضح من الجدول
التوعية المرورية، أن	44.18	19	المواضيع الموجهة للسائقين	لتوزيع مواضيع
موجهة لفئة	18.60	8	المواضيع الموجهة للمشاة	أكثر المواضيع كانت
تعكسه نسبة	16.27	7	المواضيع الموجهة بالراكبين	السائقين و ذلك ما
المواضيع الموجهة	9.30	4	المواضيع المتعلقة بالخيوط	
	11.62	5	المواضيع المتعلقة بالمركبات	44.18% ، تليها
ثم 18.60%	100 %	43	المجموع	لفئة المشاة بنسبة

المواضيع الموجهة للركاب بنسبة 16.27% ، تحتل المواضيع المتعلقة بالمركبات والخيوط المرتبتين الأخيرتين على التوالي، وهذا ما يتفق مع الأسباب المؤدية لوقوع حوادث المرور حسب الإحصائيات الصادرة عن المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرقات، حيث يتسبب مستعملو الطرق من سائقين ، مشاة، وركاب، القسم الأكبر من

الحوادث، تلبهم المركبات، وأخيرا المحيط، ولذلك ركزت حملات التوعية عبر صفحات الفيس بوك على توجيه رسائلها إلى مستعملي الطرق أكثر من باقي العناصر.

جدول رقم (2) يمثل توزيع العناصر المرافقة للمضامين التوعوية على صفحات الفيس بوك

النسبة	التكرار	العناصر المرافقة للمضامين التوعوية	يتضح من الجدول رقم (2) والمتعلق بالعناصر
8.57	3	كتابة	المرافقة للمضامين التوعوية، بأن إرفاق الكتابة
25.71	9	صورة	والصورة معا، أو الصورة فقط كانتا الخاصيتين
11.42	4	فيديو	المميزتين للكتابة في الفيس بوك وذلك بنسبتي
42.85	15	كتابة وصورة معا	42.85 % و 25.71 % ، ويمكن أن نرجع
11.42	4	كتابة وفيديو معا	ذلك إلى ميزة دمج الوسائط التي تمتاز بها
% 100	35	المجموع	

شبكات التواصل الاجتماعي عامة، مما يدعم ويزيد من إمكانية التأثير على المستخدمين وإقناعهم بسلوكيات وقيم السلامة المرورية عبر الكتابة والصورة معا، وقد تنوعت الصور المدرجة بين صور واقعية حقيقية تعكس سلسلة نشاطات الحملات التوعوية للمركز الوطني للسلامة والأمن عبر الطرقات، وأخرى عبارة عن رسومات توضيحية تعكس بعض الإرشادات والنصائح لمستخدمي الطريق عامة.

جدول رقم (3) يمثل توزيع مواضيع التوعية المرورية المتعلقة بالسائقين

النسبة %	التكرار	مواضيع التوعية المرورية على صفحات الفيس بوك المتعلقة بالسائقين
27.58	8	احترام السرعة القانونية
3.44	1	رخصة السياقة الالكترونية
13.79	4	احترام مسافة الأمان
17.24	5	حزام الأمن
6.89	2	الفحص الدوري للمركبة
13.79	4	التجاوز الخطأ
17.24	5	الهاتف النقال
% 100	29	المجموع

من خلال الجدول رقم (3) والمبين لمواضيع التوعية المرورية الموجهة للسائقين عبر صفحات الفيس بوك، نجد أن

احترام السرعة القانونية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 27.58%، تليها حزام الأمن والهاتف النقال بنسبة 17.24 %

ثم التجاوز الخطأ واحترام مسافة الأمان بنسبة 13.79%، ليحتل الفحص الدوري للمركبات ورخصة السياقة

الإلكترونية المرتبتين الأخيرتين على التوالي، وهذا ما يعني بأن الحملات التوعية على صفحات الفيس بوك، ركزت

على أهم الأسباب التي تؤدي بالسائقين إلى ارتكاب الحوادث المرورية، وبالتالي كثفت حملاتها التوعوية المتعلقة

ببعض الأسباب قصد التقليل منها مستقبلا.

جدول رقم (4) يمثل توزيع مواضيع التوعية المرورية المتعلقة بالمشاة

النسبة	التكرار	مواضيع التوعية المرورية على صفحات الفيس بوك المتعلقة بالمشاة
42.10	8	احترام إشارات المرور
31.57	6	احترام ممرات الراجلين
26.31	5	استعمال الرصيف
% 100	19	المجموع

من خلال الجدول رقم (4) المتعلق بمواضيع التوعية المرورية الموجهة للمشاة، يتضح أن احترام إشارات المرور احتلت المرتبة الأولى بنسبة **42.20 %** ، تليها احترام ممرات الراجلين بنسبة **31.57%** وأخيرا استعمال الرصيف بنسبة **26.31 %**، حيث تنوعت الإرشادات الموجهة للمشاة وعلى اختلافهم من أطفال إلى شباب وشيوخ وركزت خاصة على توضيح إشارات المرور والتأكيد على احترامها، خاصة وأن المشاة يعتبرون المسبب الثاني لحوادث المرور بعد السائقين حسب الإحصائيات .

جدول رقم(5) يمثل توزيع الأساليب و الاستمالات المستخدمة في مضامين التوعية المرورية

النسبة %	التكرار	الاستمالات المستخدمة في مضامين التوعية	يتضح من الجدول رقم(5) والمتعلق
51.21	21	استمالات عقلية	بالأساليب الاستمالات المستخدمة
29.26	12	استمالات عاطفية	في مضامين التوعية المرورية على
19.51	8	استمالات التخويف	الفيس بوك بأن الاستمالات العقلية
100%	41	المجموع	

هي أكثر الاستمالات استخداما للتأثير على الأفراد وذلك بنسبة **51.21 %**، تليها الاستمالات العاطفية بنسبة **29.26 %** ، ثم استمالة التخويف بنسبة **19.51%**، إذ تنوعت الاستمالات العقلية بين إعطاء أرقام وإحصائيات عن الحوادث مثلا، وعن السرعة التي لا يجب تجاوزها، عن مسافة الأمان وغيرها، في حين ركزت الاستمالات العاطفية على إدراج صور لأطفال قتلى أو يتامى جراء حوادث المرور، أما استمالات التخويف فتتنوع بين مشاهد لحوادث مرور خاصة مشاهد الموت ، وأخرى للعقوبات المسلطة على مرتكب المخالفة.

جدول رقم (6) يمثل توزيع السلوكيات المرتبطة بالتوعية المرورية ضمن صفحات الفيس بوك

النسبة	التكرار	السلوكيات المرتبطة بالتوعية المرورية
37.5	15	تعزير سلوك مروري
17.5	7	تعديل سلوكي مروري
45	18	تغيير سلوك مروري
% 100	40	المجموع

ومن خلال الجدول رقم (6) الممثل

للسلوكيات المرتبطة بالتوعية المرورية ضمن

صفحات الفيس بوك، يتضح أن حملات

التوعية قد ركزت على تغيير السلوكيات

المرورية وذلك بنسبة 45%، يليها تعزير بعض السلوكيات بنسبة 37.5%، ثم تعديل سلوكيات أخرى بنسبة

17.5%.

جدول رقم (7) يمثل توزيع الجمهور الأكثر استهدافا من حملات التوعية المرورية على الفيس بوك:

النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف من حملات التوعية
31.70	13	أطفال
68.29	28	شباب وكهول
%100	41	المجموع

من خلال الجدول رقم (7) المبين للجمهور

الأكثر استهدافا من حملات التوعية المرورية

على الفيس بوك، يتضح أن فئة الشباب

والكهول هي الفئة الأكثر استهدافا من

حملات التوعية المرورية على صفحات

الفيس بوك بنسبة 68.29%، تليها فئة الأطفال بنسبة 31.70%، ويمكن أن نفسر ذلك بأن الشباب

والكهول أكثر استخداما للفيس بوك من الأطفال، وفي نفس الوقت يشكلون فئة السائقين والتي تعد الفئة الأكثر

تسببا في حوادث المرور حسب الإحصائيات " حسب إحصائيات حوادث المرور لسنة 2014، الصادرة عن

المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرقات، وعليه فإن صفحات الفيس بوك ركزت على هذه الفئة أكثر من غيرها

من الفئات.

جدول رقم (8) يمثل توزيع استجابة المستخدمين لمضامين التوعية المرورية على صفحات الفيس بوك، من خلال أشكال التفاعل معها :

النسبة	التكرار	استجابة المستخدمين من خلال التفاعل
91.66	121	إعجاب
2.27	3	تعليق
6.06	8	مشاركة
100	132	المجموع

من خلال الجدول رقم (8) والذي يمثل استجابة المستخدمين لمضامين التوعية المرورية على صفحات الفيس بوك، يتضح أن الإعجاب بالمضامين كان أكثر أشكال التفاعل وذلك بنسبة 91.66%، تليه

المشاركة بنسبة 6.06 % ثم التعليقات بنسبة ضئيلة جدا 2.27%، ومن خلال ملاحظة الباحث لتفاعلات المستخدمين التي اقتصرت على إضافة أسماء أحد الأصدقاء في التعليقات، أو مشاركة المنشورات على الصفحات الخاصة بهم، يمكن القول بأن أغلب متتبعي تلك الصفحات لا يتفاعلون مع مضامينها كما يجب وكما يعكس عدد المتابعين الذي يفوق في كل صفحة حوالي 600 متتبع، كما أن أغلب المتفاعلين هم ذاتهم في كل منشور.

نتائج الدراسة

بعد عرض البيانات المتحصل عليها وتحليلها، تمكن الباحث من استخلاص جملة من النتائج يمكن إيجاز أهمها في الآتي:

- تمثل صفحات الفيس بوك كأحد شبكات التواصل الاجتماعي منصة يمكن الاعتماد عليها وتوظيفها في نشر التوعية المرورية لدى أفراد الجماهير وخاصة فئتي الشباب والأطفال.
- تتميز صفحات الفيس بوك بخاصية دمج الوسائط المتعددة، إذ يمثل الدمج بين الصور والكتابة في حملات التوعية المرورية على تلك الصفحات أهم أشكال الكتابة على الفيس بوك، مما يعزز تأثير المستخدمين بمضامين الرسائل التوعوية.

- يركز القائمون على حملات التوعية المرورية عبر صفحات الفيس بوك، على فئة مستخدمي الطرق وبالتحديد السائقين والمشاة، تماشيا مع الأسباب الفعلية لوقوع حوادث المرور في الجزائر، وفي هذا الصدد يوجهون رسائلهم التوعوية التي تشمل العديد من الإرشادات الخاصة بالسلامة المرورية .

- يركز القائمون على حملات التوعية المرورية عبر صفحات الفيس بوك على المزج بين الاستمالات العقلية التي تخاطب العقل، والعاطفية التي تخاطب العواطف لضمان تأثر المستخدمين واقتناعهم بمضامين الرسائل التوعوية، التي تهدف في أغلبها إلى تغيير السلوكيات المرورية الخاطئة واكتساب السلوكيات المرورية التي تضمن السلامة المرورية.

- تهدف حملات التوعية المرورية من خلال مضامين صفحات الفيس بوك إلى تغيير بعض السلوكيات المرورية الخاطئة والتي تقود في غالب الأحيان إلى حوادث وخسائر مادية وبشرية جمة، واستبدالها بسلوكيات أخرى في إطار التربية المرورية الموجهة خاصة إلى فتي الأطفال والشباب، كما تسعى مضامين الصفحات الفيسبوكية إلى تعزيز وتثمين سلوكيات إيجابية متصلة بالسلامة المرورية قصد التأكيد على أهمية إتباعها في الممارسات اليومية.

- تبقى أشكال تفاعل مستخدمي ومتصفحي الفيس بوك فيما يتعلق بمواضيع التوعية المرورية، مقتصرة على الإعجاب بنسبة كبيرة، مقارنة بالتعليقات والمشاركة مع الأصدقاء، مما يجد من انتشار المضامين التي تدعو إلى نشر الوعي المروري.

خاتمة

إن دراسة دور وسائط الإعلام الجديد في نشر الوعي المروري لدى أفراد المجتمع الجزائري، من خلال أحد أكثر أشكالها استخداما وتأثيرا على الأفراد خاصة فئة الشباب ، ألا وهو موقع الفيس بوك، تتطلب تغطية الموضوع من عدة زوايا، انطلاقا من البحث في ميزات هذا الموقع وخصائصه التي تنبّهت لها الجهات المسؤولة عن التوعية المرورية، حين وظفتها كدعامة أساسية إضافة إلى باقي وسائل الإعلام التقليدية في نشر حملاتها التوعوية، وصولا

إلى البحث في استجابة المستخدمين للمواقع الاجتماعية لتلك الحملات، وتأثرهم بمضامينها الهادفة إلى ترسيخ ثقافة مرورية، الأمر الذي لن يتأتى من خلال دراسة عينة من تلك الصفحات على الفيس بوك، أو من خلال الوقوف على بعض تحليلات جمهور تلك الصفحات، إنما الأمر يحتاج إلى مزيد من الدراسات والأبحاث التحليلية والميدانية.

وتبعاً لذلك فإن الباحث يسعى من خلال هذه الدراسة إلى فتح آفاق علمية أخرى، للمزيد من البحث والتعمق في ما يمكن أن تقدمه وسائل الإعلام الجديد كشريك فعال في التربية والتوعية المرورية، ما مكن الباحث من التوصل إلى جملة من التوصيات والمقترحات العملية التي قد تسهم بشكل أو بآخر في تعزيز دور وسائل الإعلام في الحد من ظاهرة إرهاب الطرقات بالجزائر، ويمكن إيجازها فيما يلي :

- * ضرورة التركيز على التوعية كأول وأهم خطوة ضمن الإستراتيجية المتكاملة للحد من ظاهرة حوادث الطرقات في الجزائر، والعمل على إشراك الأطراف المسؤولين عن نشرها في المجتمع بما في ذلك وسائل الإعلام وعلى تنوعها.
- * العمل المتكامل بين وسائل الإعلام التقليدية ونظيرتها الحديثة بمختلف وسائطها الإلكترونية، في إطار حملات التوعية المرورية، وذلك من أجل الوصول إلى أكبر قدر من الجماهير، التي مازالت تعتمد على الوسائل التقليدية وخاصة الإذاعات المحلية بالنسبة لمستخدمي الطرق، وشبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لفئة الشباب خاصة.
- * ضرورة دمج شبكات التواصل الاجتماعي ضمن نشاطات مختلف المؤسسات الحكومية وجمعيات المجتمع المدني، التي تعمل على نشر التوعية المرورية مثل المدرسة، الجمعيات الخيرية، ... وغيرها، بغية الاستفادة مما توفره من ميزات كقلة التكلفة، سرعة الانتشار، الجماهيرية، التفاعلية، تعدد الوسائط... من أجل ترسيخ الثقافة المرورية.
- * التأكيد على أهمية استحداث صفحات على الفيس بوك خاصة بالجمعيات الوطنية للسلامة المرورية، على مستوى مكاتبها في كل منطقة بالجزائر، فبعد البحث الاستطلاعي الذي أجراه الباحث عند تحديد عينة الدراسة، تم ملاحظة نقص وعدم اعتماد أغلب المكاتب في ولايات الجزائر على صفحات الفيس بوك في التوعية المرورية.

* التركيز على مضامين التوعية المرورية الموجهة لفئة الأطفال من خلال صفحات الفيس بوك، والتي من شأنها إنتاج جيل جديد ناشئ على مبادئ وقيم التربية المرورية، ولذلك من الأفضل الإكثار من الرسومات والفيديوهات الإلكترونية المسلية و التي تحمل مغزى وقيمة في نفس الوقت، لضمان تنشئة الأطفال على احترام قواعد السلامة المرورية.

قائمة المراجع

- 1- الحيزان، محمد عبد العزيز، البحوث الإعلامية : أسسها، أساليبها، مجالاتها، مكتبة الملك فهد للنشر، الرياض، ط2، 2004.
- 2- العسيري، ياسر عبد الله، آخرون (2009)، حوادث السيارات في مدينة الرياض، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.
- 3- بويدي، لامية (2015)، دور بعض مؤسسات التنشئة الاجتماعية في إكساب الثقافة المرورية للأطفال المتدربين، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 10.
- 4- جاب الله، هاجر (2012)، النصوص القانونية وتأثيرها في تحسين السلامة المرورية، دراسة حالة الأمر رقم 09-03، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص اقتصاد وتسيير الخدمات، جامعة باتنة .
- 5- عباس مصطفى صادق (2009)، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فنانر يوش الى نيكولا نيغروبنتي، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي: الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة .. لعالم جديد، جامعة البحرين 7 - 9 أفريل.
- 6- محمد المنصوري (2012)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين : دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والإلكترونية "العربية أتمودجا"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية، الدانرك .
- 7- محمد حسن سمير (1995)، دراسات في مناهج البحث العلمي ببحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط 2 .
- 8- مصطفى حميد الطائي (2007)، خير ميلاد أبو بك، مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، الإسكندرية، دار الوفاء.
- 9- نسرين حسونة، تحليل المضمون: مفهومه، محدداته، استخداماته، متاح على الرابط <https://www.academia.edu>، تاريخ الاسترجاع 2017/11/05، الساعة 23:25.
- 10- شعبان، زكريا (2013)، دراسة تحليلية لكتب لغتنا العربية المطورة المقررة لصفوف الحلقة الثانية من المرحلة الأساسية في الأردن في ضوء مضامين التربية المرورية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد الحادي والعشرون، العدد الرابع.
- 11- شريفة، الطيب (2004)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، مداخلة مقدمة في مؤتمر الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر، كلية العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 25/26 نوفمبر .
- 12- تباتي عبير (2012)، الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر: دراسة ميدانية على عينة من جمهور السائقين بولاية سطيف، مذكرة ماجستير، تخصص إعلام واتصال، جامعة بسكرة.
- 13- خالد غسان يوسف المقدادي (2013)، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، ط 1، عمان.