

دور جودة تكنولوجيا الاعلام في تفعيل الثقافة المرورية

أ.د. سليم العايب، جامعة البليدة -2-

أ. الطاوس علي، جامعة البليدة -2-

الملخص:

يشهد عالمنا المعاصر تحولات وتطورات هائلة وسريعة جعلت من التكنولوجيا الحديثة وإدارتها، وشبكات الاتصال والاعلام، والتقنيات الجديدة مفاتيح رئيسية ومداخل منهجية لعصر المعلوماتية والمعارف الشاملة التي يمكن من خلالها بناء ثقافة مرورية، بعد أن أصبحت الحوادث المرورية تمثل وبشكل كبير هاجساً لكافة أفراد المجتمع، وأصبحت واحدة من أهم المشكلات التي تستنزف الموارد المادية والطاقات البشرية وتستهدف المجتمعات في أهم مقومات الحياة والذي هو العنصر البشري، إضافة إلى ما تتكبده من مشاكل اجتماعية ونفسية وخسائر مادية ضخمة، مما تطلب القيام بحملات توعية وبناء ثقافة مرورية.

الكلمات المفتاحية: جودة تكنولوجيا الاعلام- الثقافة المرورية.

Our word lives today important and fast changes making new technologies and its management, communication and information networks, and new techniques main keys and methodological ways to computer science age and a knowledge by which a road culture can be built, in time that road accidents have been a big problem for all individuals exhausting material and human resources and the society, besides the social and psychological problems and important structural damages, which requires sensibility companies and building a road culture.

Key words: high quality of technology of information – road culture

الإشكالية:

يشهد العالم المعاصر تطورات هائلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، انفجار المعلومات وارتباط أفرادها وجماعته بشبكات معلوماتية، إذ يعد الإعلام ضرورة لمعالجة المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع، فأصبحت جودة الإعلام المرآة العاكسة للقيام بحملات توعية وتفعيل الثقافة المرورية، بعد أن أصبحت حوادث المرور هاجساً خطيراً يهدد المجتمع لما تسببه هذه الحوادث من أضرار وخسائر بشرية واقتصادية، وبذلك تكون حوادث المرور من الأسباب الرئيسية للوفيات في العالم؛ الأمر الذي دفع بمنظمة الصحة

العالمية إلى وصف ظاهرة حوادث المرور بسرطان العصر الذي يتعين العمل على استئصاله أو على الأقل التخفيف من آثاره وتخفيض درجة خطورته .

إن كل المعطيات الإحصائية تدل بوضوح أن حوادث المرور بمختلف أشكالها تعرف تزايدا من سنة إلى أخرى في العالم العربي والجزائر خاصة، مخلفة بذلك آثار سلبية في الميدان الاقتصادي والاجتماعي.

وفي هذا السياق، يقتضي التوضيح إلى أن الجزائر تعد من بين دول العالم التي تمثل أكبر نسبة في عدد حوادث المرور، حيث تحتل المرتبة الرابعة عالميا والأولى مغربيا وعربيا من حيث حوادث المرور، الشيء الذي يؤكد خطورة الأمر ويدق ناقوس الخطر، إن لم يؤخذ قضية معالجة الأوضاع بجدية وتصنف ضمن الأولويات الكبرى وأن تبحث لها عن حلول جذرية التي تشترك في إيجاد جميع حلول لها، من خلال نشر الثقافة المرورية والاهتمام بالوقاية من حوادث المرور، وهذا لا يتم إلا من خلال تبني كافة الخطط والبرامج واللوائح المرورية والإجراءات الوقائية وفق المعايير العالمية للجودة، لأن "جودة الإعلام هو قدرته على إشباع أو تلبية حاجات المستعملين"^{(1)*} للحد من وقوع الحوادث المرورية ضمانا لسلامة الإنسان.

ولقد أصبحت الأنظمة والهيئات تلجأ إلى أساليب مختلفة للإعلام من خلال وسائله الحديثة والمتنوعة لنشر أو بث برامج اجتماعية واقتصادية وثقافية... تتعلق باكتساب أو تنظيم أو وقاية أو منع ظواهر معينة ترتبط بمصلحة الفرد والجماعة متمثلة في الاعلام بأنواعه المرئي والمقروء والمكتوب، بهدف نشر الرسائل الإعلامية على نطاق واسع وبسرعة كبيرة إلى الجماهير ووفق معايير معينة. ويكون هذا الإعلام في شكل حملات إعلامية وإعلانات تقدمها الهيئات العامة والمؤسسات الخدمانية بقصد التأثير واكتساب أو تغيير السلوك، وهكذا تتم تفعيل الثقافة المرورية.

وفي خضم ما سبق فإن مشكلة هذه الدراسة تكمن في التساؤل التالي: كيف يساهم الإعلام الأمني في نشر حملات التوعية المرورية؟ كيف تؤدي جودة تكنولوجيا الإعلام دورا فعالا في بناء الثقافة المرورية؟

* يقصد بالمستعملين حسب الدراسة الأفراد، المؤسسات، الخاصة والعمومية مستعملو الطريق.

أولاً: تحديد المفاهيم:

1- جودة تكنولوجيا الاعلام: قبل التطرق إلى جودة تكنولوجيا الاعلام لا بد أن نعرف ما هي الجودة، فقد عرفت الجمعية الأمريكية لضبط الجودة والمنظمة الأوروبية لضبط الجودة: "بأنها مجموعة الملامح أو الخصائص الكلية التي تكون قادرة على اشباع حاجات المستهلك المعلنة والضمنية، أما Feigen-Baum فعرفها بأنها الناتج الكلي للمنتج أو الخدمة جراء دمج خصائص نشاطات التسويق والهندسة والتصنيع والصيانة والتي تمكن من تلبية حاجات ورغبات المستهلك"⁽²⁾.

أما التكنولوجيا: يعرف معجم Webster التكنولوجيا بأنها اللغة التقنية، والعلم التطبيقي والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي، فضلاً عن كونها مجموعة الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم. والتكنولوجيا تبعاً لتعريف Daft بأنها: "العمليات والتقنيات والمكانن والأعمال المستخدمة لتحويل المدخلات (الموارد، المعلومات، الأفكار) إلى مخرجات (المنتجات والخدمات)"⁽³⁾.

والتكنولوجيا بهذا المعنى تمثل ظاهرة اجتماعية تكيفية باعتبارها تعنى بمجموعة الوسائل التي يستخدمها الأفراد للسيطرة على المتغيرات البيئية بهم، ومن أجل استخدامها لتحقيق إشباع الحاجات الإنسانية لا بد أن تتجسد في الاختراعات والتجديدات أو الإبداعات في السلع والخدمات والوسائل والعمليات.

والتكنولوجيا تعني: "المعرفة العلمية والهندسية والإدارية التي يمكن بواسطتها تصور وتطوير إنتاج وتوزيع مواد وخدمات مختلفة"⁽⁴⁾.

أما بالنسبة للإعلام فهو: "عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة ووقائع محددة أفكار منطقية"⁽⁵⁾.

وهناك تعريف آخر يرى بأن الإعلام: "هو جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة والبيئة القومية والدولية والتصرف اتجاهها عن علم ومعرفة الوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة"⁽⁶⁾.

فكلمة الإعلام تشمل جانباً من كلمة الاتصال، وجانباً من كلمة المعلومات وهو بوجه خاص الاتجاه الجماهيري عن طريق الوسائط وتشمل وسائل الاتصال الجماهيري على تلك الوسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من المرسل إلى عدد كبير من الناس وتتمثل مقدرتها الاتصالية باستخدام معدات ميكانيكية أو الكترونية مثل الصحف، المجالات، الكتب، السينما، الراديو والتلفزيون⁽⁷⁾.

ومن خلال ما سبق فإن تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال هو مجموعة الوسائل المستخدمة للإنتاج واستغلال توزيع المعلومات بكل أشكالها وعلى اختلاف أنواعها: المكتوبة، المسموعة والمرئية⁽⁸⁾.

في حين يعرف البنك الدولي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها مجموعة من الأنشطة تسهل تجهيز المعلومات وإرسالها وعرضها بالوسائل الإلكترونية⁽⁹⁾.

ويرى الكاتب معالي فهمي خيضر بأن التكنولوجيا الجديدة للإعلام تشير إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال والشبكات الرابطة وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات⁽¹⁰⁾.

وتظهر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال من خلال الجمع بين الكلمة مكتوبة ومنطوقة، والصورة ساكنة ومتحركة وبين الاتصالات سلكية ولاسلكية، أرضية أو فضائية ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المرغوب وفي الوقت المناسب، وبالسرية اللازمة⁽¹¹⁾.

وفي خضم ما سبق فإن تعريف جودة تكنولوجيا الاعلام هي: مجموعة صفات وملامح التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات وعرضها الكترونياً بهدف ارضاء متطلبات المجتمع (العاملين وهم عمال الإعلام، والزبون وهم مستعملي الطرق).

2- الثقافة المروية:

يعرف E.B.Taylor الثقافة على أنها ذلك الكل المركب الذي يضم المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والقانون والتقاليد، وجميع المقومات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في مجتمع معين، كما يرى البعض الآخر أن الثقافة شيء معنوي غير

لملموس يتضح في الأفعال وفي الأشياء المادية، ولكنها لا تتكون من تلك الأفعال ولكن الأشياء المادية⁽¹²⁾.

أما الثقافة المرورية هي: "كل ما يحمله السائق من أفكار واتجاهات يعيها وعيا تاما ويطبّقها باهتمام، وتتمثل في ما يجب أن يعرفه بالكامل عن نظام المرور، وما لديه من إحساس بالمسؤولية، وما يتصف به من ذوق عام وأخلاق حميدة تمنعه من الحصول على حقه في الطريق على حساب الآخرين⁽¹³⁾".

وفي خضم ما سبق فإن ثقافة المرور هي مجموعة القيم والعادات السلوكية الخاصة بقواعد السلامة المرورية التي يكتسبها الفرد من خلال عملية تربوية وتعليمية وتتمثل هذه القيم في كل من: قيمة وضع حزام الأمان، قيمة التقيد بقواعد السير على الطرق، قيمة عدم تجاوز السرعة المحددة، عدم القيام بالتجاوزات والمناورات الخطيرة، قيمة احترام إشارات المرور، قيمة امتلاك علبة اسعافات أولية،... إلخ.

وللثقافة ثلاث مواقع هي: الأفراد، الأشياء، علاقات التفاعل، وهي عناصر هامة في مفهوم الثقافة، والأمر كذلك بالنسبة للثقافة المرورية، فمن حيث الأشخاص الإنسان، والتي يقصد بها الأفكار والاتجاهات التي هي في عقول الأشخاص، تكون ما يفهمه الأمر من أفكار مرورية تساعد على القيام بواجباته كسائق نحو الطريق ونحو نظام المرور، فهو يدرك أن حقه في الطريق لا يعني تعديده على حقوق الآخرين، وأن أفضلية المرور له لا تعني غض النظر عن حاجة الآخرين الطارئة أو المفاجئة، وهذه بدورها تفسر على أنها اتجاهات السائقين. أما الأشياء في الثقافة كل شيء مادي محسوس يصنعه الإنسان، وهذا ما هو بالفعل في نظام المرور الذي تتبلور حوله الثقافة المرورية، فالسائق يستخدم السيارة ويتعامل مع إشارات المرور ويحمل رخصة سياقه ولديه رخصة سير للمركبة هذه جميعها أشياء محسوسة. أما الموقع الثالث وهو العلاقات وخطوط التفاعل فهي الثقافة المرورية، عبارة عن ملاحظة السائقين للمركبات التي تسير في الطرقات من الأمام والخلف واليمين واليسار، لأن من شروط السائق الجيد قليل الحوادث والأخطاء، وملاحظة حركة السير والتفاعل معها باستمرار دون غفلة وشروء الذهن، كما أنه في نفس الوقت يهتم كثيرا بعلامات السير سواء ما كان على الطريق نفسه من إشارات أو على جانبي الطريق من تعليمات أو إشارات المرور⁽¹⁴⁾.

ثانياً: عناصر العملية الإعلامية : تعتمد عملية الإعلام على عناصر قد لخصها هارد لاسويل في العبارة الشهيرة من يقول ؟ ماذا يقول ؟ بأية وسيلة ؟ لمن يقول ؟ وبأي تأثير ؟
إن مكونات العملية الإعلامية هي:

➤ المرسل أو المصدر: أن المصدر أو المرسل هو رجل الإعلام، وقد تتسع لتشمل إلى جانب رجال الإعلام المنظمة أو الجهاز الذي يعهد إلى رجال الإعلام بنشر أو توصيل مفاهيم معينة.

ويحدد الكاتب شروطاً ومواصفات لنجاح " المصدر أو المرسل"، وهذه الشروط هي شروط رجل الإعلام الناجح، من حيث الموهبة وتنمية تلك الموهبة بالعلم والثقافة وتوسيع المدارك، ومن حيث الخبرة المهنية والقدرة على التعامل مع الآخرين والتأثير فيهم، من حيث نجاحه في أشعار كل واحد ممن يتلقون الرسالة الإعلامية، أنها موجهة إليه خاصة في ظل تزايد حوادث المرور، فالمرسل يحاول تنمية الثقافة المرورية عن طريق القيام بحملات إعلامية.

ليس القصد بالمرسل في مجال الاتصال رجال الإعلام فحسب ولكنهم قد يكونون المقصودين بذلك في مجال الإعلام. فلا يقتصر على الصحفي أو المذيع ولكنه قد يكون غير ذلك، فقد يكون مؤلف المسرحية التي يمثلها الممثلون في المسرح وقد يكون مؤلف كتاب، أو داعية... إلخ كل أولئك ينطبق على كل منهم مصطلح المصدر أو المرسل وقد يصبح المصدر هو جهة حكومية أو غير حكومية ترغب في إعلام الناس بأمر ما، وترسل إليهم رسالة معينة⁽¹⁵⁾.

ويجب على المرسل أن تتوفر فيه صفات يمكن من خلالها توعية الأفراد بخطر حوادث المرور، فجودة المصدر لا بد أن تتبناها المنظمة الاعلامية، وفي هذا الصدد حدد العالم ايشيكاوا Ishikawa الجوانب الأساسية التي تشملها الجودة في المؤسسات وهي:⁽¹⁶⁾

- جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة الإعلامية؛
- جودة طريقة الأداء؛
- جودة المعلومات المستخدمة في المنظمة الإعلامية؛
- جودة العملية الخدمائية؛ والمتمثلة هنا في كيفية نشر الثقافة المرورية في أوساط المجتمع.
- جودة أماكن العمل؛

- جودة الأفراد العاملين في المؤسسة؛ (المُرسل، المصدر).

- جودة الأهداف التي تم وضعها في المؤسسة؛

➤ **المستقبل:** فالمستقبل هو المتلقي الرسالة، وعندما يكون الحديث عن الإعلام ووسائل الإعلام فإن المتلقي هو الرأي العام، ذلك أن الإعلام إنما يتوجه بواسطة وسائله إلى الجمهور وقد يكون المستقبل قطاعا معينا من الجمهور أو ما يسمى بالجمهور الخاص، فقد تكون الرسالة مستهدفة لفئة معينة بالذات، وهنا الفئة المستهدفة هم مستعملي الطرقات، إلا أن هذا لا يمنع من تأثر الآخرين بها ولو بدرجة أقل من الفئة المقصودة بالرسالة.

➤ **الرسالة الإعلامية:** تعد أهم عناصر العملية الإعلامية وهي جوهر تلك العملية، بل أن كل تلك العناصر الأخرى هي مجرد "أيدي أو مساعدات أو هياكل للرسائل الإعلامية. تتضمن الرسالة الأفكار والتوجهات التي يراد توصيلها من المصدر إلى المستقبل، فهي تتضمن ماذا؟. إن مدى نجاح تلك الرسالة يتوقف على مدى النجاح في إعدادها سواء بالحرص على وضع الرسالة ودقتها، والمهارة في جعلها مشوقة ومثيرة للاهتمام. يتوقف نجاح الرسالة على اختيار اللغة المناسبة، والموضوع المناسب للرسالة والوقت المناسب له، والإعداد المناسب للرسالة.

ينبغي كذلك أن تتوافق وتتلاءم الرسالة مع وسيلة الإعلام التي ستحملها إلى المستقبل فالرسالة المرسل بالراديو لا بد أن تختلف عن تلك المرسل بال تلفزيون، فكل رسالة جودتها وتميزها لا بد من توافرها بمراعاة الوسيلة التي تحملها.

➤ **الوسيلة:** ويقصد هنا وسائل نقل الرسالة أو حملها وهي وسائل الإعلام، التي تنقسم إلى وسائل مختلفة ومتنوعة⁽¹⁷⁾.

➤ **الأثر- رجع الصدى:** لا تقتصر العملية الإعلامية على مجرد إرسال رسالة معينة ولكن المهم هو أن تحدث الرسالة الأثر المطلوب والتأثير المطلوب، فثمة فرق بين أن يستهدف الإعلام نقل رسالة معينة وأن تنقل هذه الرسالة فعلا ويعلمها ويستوعبها المتلقي (وهذا هو أثر الرسالة وتأثيرها) وبين أن يقتنع المتلقي بما احتوته تلك الرسالة من أفكار واتجاهات.

ينبغي إذن أن يتأكد مرسل الرسالة أن رسالته وصلت فعلا كما يريدتها المتلقي ويظهر ذلك على سبيل المثال من ردود القراء للصحف واتصالات المستمعين أو المشاهدين أو من استجابة الجمهور لتوعية صحية أو اجتماعية أو أمنية... إلخ. بل قد يتجاوز الأمر مجرد معرفة وصول الرسالة كما أرادها المرسل إلى المستقبل، إلى معرفة الإجابة على تلك الرسالة ومعرفة صدق الرسالة لديه أو رد فعل المتلقي، أو مدى استجابته، وهو ما يسمى بالتغذية العكسية.

ثالثا: دور الإعلام الأمني في السلامة المرورية والحد من ظاهرة حوادث المرور: تسعى الهيئات الأمنية من درك وطني وأمن وطني إلى أداء مهامها وتطبيق إستراتيجيتها للحد من تفاقم ظاهرة حوادث المرور. فالقيادة العامة للدرك الوطني تركز في سياستها لمكافحة الحوادث على تكوين الفرد باعتباره أهم عامل في التوعية والوقاية المرورية وإعادة رسكلة العاملين في الميدان لضمان مواكبة التطور العلمي والتكنولوجي، خصوصا فيما يتعلق بالمعدات والتجهيزات.

فيما تبقى التوعية والردع الدعامة الرئيسية التي تعتمد عليها المديرية العامة للأمن الوطني في إستراتيجيتها لمكافحة حوادث المرور بصفة عامة، فضلا عن التشجيع على اللجوء إلى أساليب أخرى من شأنها دعم السلامة المرورية، كوضع الممهلات وفق الشروط والمعايير الصحيحة.

تنظم كذلك الأجهزة الأمنية المرور عن طريق الإعلام المروري، واعتماد مخططات السير بأساليب فنية وعلمية وإنهاج عملية ردعية ومتوازنة، بحيث تصبح نسبة الإفلات من العقوبة تساوي 0%.

يمكن تحديد الواجبات الخاصة لمصالح الأمن في مجال السلامة المرورية وغرس ثقافة المرور لدى المواطنين من خلال استعراض الواجبات الخاصة بالمرور والدوريات الخارجية:⁽¹⁸⁾

➤ الواجبات الخاصة بالمرور:

- تنظيم حركة المرور والنقل على الطرق.
- مراقبة أوضاع الطرق ومدى سلامتها للمرور وتقديم الاقتراحات لتصويب أوضاعها.
- تنفيذ قانون المرور والتعليمات والأنظمة الصادرة بموجبه.

- ضبط وتحرير المخالفات واتخاذ الاجراءات القانونية بحق المخالفين.
 - الاسهام بوضع السياسة العامة المرورية لتنظيم المرور والنقل.
 - عمل تقرير حوادث المرور.
 - الاسهام في تدريب العاملين بمجال المرور ووضع المناهج التدريبية والتأهيلية والتنسيق على الجهات المختصة.
 - متابعة تنفيذ قرارات لجان المرور.
 - جمع المعلومات الاحصائية عن حوادث المرور والمخالفات ومعرفة أسباب الحوادث ووضع الحلول المناسبة لها وإجراء الدراسات الميدانية للقضايا المرورية.
 - الاشتراك بالتنسيق مع الجهات المختصة.
- **الواجبات الخاصة بالدوريات:**

- تنفيذ أحكام قانون المرور داخل وخارج المدن وتسيير حركة المرور.
- تلقي البلاغات وتميرير المعلومات عن حوادث المرور على الطريق.
- القيام بأعمال النجدة والإغاثة والإطفاء والإرشاد.
- إزالة العوائق عن الطريق وتميرير المعلومات المتعلقة بأوضاعها.
- إجراء الدراسات الإحصائية من خلال ما يتوفر من معلومات عن حوادث المرور أو المخالفات أو المضبوطات الأمنية أو الواجبات.
- الوجود الأمني في الأماكن الحساسة وتلقي البلاغات والشكاوي المختلفة وتميرير المعلومات التي لها علاقة بالأمن المروري.

رابعا: فعالية وسائل وتكنولوجيا الاعلام في تغطية الأحداث المرورية: تتجسد أهمية وسائل الاعلام من خلال تغطية مختلف الأخبار والمعلومات عن الحوادث المرورية، لذلك لقد جددت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاعلام والاتصال بأن الإعلام هو أداة سياسية وقوة اقتصادية. هو ردا تربويا كامنا ومحركا ثقافيا وأداة تكنولوجية. وتتمثل وسائله في ما يلي:

1- الاعلام المرئي: ومن بينها:

التلفزيون: يعد التلفزيون بحق أقوى أداة عرفت في تاريخ وسائل الاعلام الجماهيرية، وذلك بنقله للصوت والصورة في آن واحد للملايين من البشر في أماكنهم،

وخاصة بعد انتشار الاستقبال التي تنقل جميع الأخبار وتستقبل معظم قنوات الدول الأوروبية والآسيوية والأمريكية ومن جميع أنحاء العالم.

ومن هنا نجد أن مشاهدة التلفزيون مسألة عائلية، وأصبح التلفزيون مسيطر سيطرة تامة على حياة الأسرة التي يجلس أفرادها حول الجهاز يستمعون ويشاهدون بدون كلام أو مناقشة.

وبالعودة إلى مختلف القنوات الجزائرية نجدها سبابة في توعية المواطنين بمخاطر حوادث المرور، إذ صرحت قناة النهار من خلال "عنوان مع الحدث حيثما كنتم" حول إحصائيات حوادث المرور من جانفي إلى أوت 2017، في سنة 2016 سجل 3013 حادث مرور و5939 شخص مصاب، و300 حالة وفاة، والمركبات الأكثر تسببا في الحوادث هي السيارات، لتلها الدراجات النارية، ثم الشاحنات⁽¹⁹⁾. كما كانت قناة دزائر نيوز حاضرة في تغطية الحادث الذي أودى بحياة 17 شخصا و22 جريحا، في الطريق الوطني رقم 6 الرابط بين ولايتي سعيدة والبيض، إثر اصطدام حافلة نقل مع سيارة⁽²⁰⁾.

● السينما: تقوم السينما بعملية نشر وتقديم المعلومات والأفكار والآراء عن طريق الأفلام المعروضة أمام المشاهد. وقد أصبحت السينما أداة فعالة في نشر المعرفة وتطوير الفكر والذوق، وهي بقدر ما تؤدي دورها كوسيلة ترفيهية تستطيع إن تنهض بدور إيجابي في نشر الوعي المروري، وتقتضي هذه النظرة أن يسهم الركن الثقافي في الصحف والمنشورات والتلفزيون والإذاعة بالانتشار الواسع في إيصال وتقديم أهم محتويات الموضوع حول الحوادث المرورية⁽²¹⁾.

● المسرح: يعتبر المسرح هو أقدم وسيلة إعلامية في حياة البشر، والمسرح يستحوذ على حاسي السمع والبصر كالتلفزيون والسينما إلا أنه من الوسائل التي تحتاج في استغلالها في التأثير على المواطنين في التوعية الثقافية من مخاطر حوادث المرور، ويستهدف الطفل خاصة. وللمسرح تأثير على سلوك الفرد وتوجيه أفكاره، لأن المشاهد يشاهد الممثل وهو يلعب دوره بنفسه بدون تصوير أو خدع.

2- الإعلام المسموع:

● الإذاعة: يعرفها عبد الحافظ سلامة بأنها: "الانتشار المنظم المقصود بواسطة المذيعات مواد إخبارية، يؤكد على أن المادة المذاعة تكون من نفس مجتمع الإذاعة بمختلف

النظم الاجتماعية والثقافية والدينية والنشر الإخبارية الخاصة بذلك المجتمع بحيث يكون هناك تأثير وتأثر بين أفراد المجتمع والبرامج المذاعة، والتي تبث في آن واحد وتلتقط من طرف المستمعين⁽²²⁾. وللإذاعة مميزات ومنها:

- قدرتها على مخاطبة كل الفئات والطوائف مهما اختلفت درجة التعليم لأنها لا تتطلب القدرة على القراءة والكتابة.

- تستطيع أن تجذب المستمع وأن تستحوذ على اهتمامه لمتابعة برامجها، وذلك لاستخدامها تقنيات وهي: المؤثرات الصوتية، الموسيقى، الحوار. وهذه المؤثرات تضيف على المادة الإذاعية جاذبية خاصة.

- لا تحتاج إلى مجهود من جانب المتلقين، فهي لا تتطلب تركيزا كاملا لمتابعة برامجها، حيث أنه من الممكن أن يمارس المستمع أي عمل يدوي أثناء استماعه لها.

3- الإعلام المقروء:

● **الصحف:** وهي: "نشرة تطبع أليا من عدة نسخ وتصدر عن مؤسسة اقتصادية وتظهر بانتظام في فترات متقاربة جدا أقصاها أسبوع ويشترط في هذه النشرة أن تكون ذات طابع عالمي، وذات فائدة عامة تتعلق بشكل خاص بالأحداث الجارية، ويشترط فيها أن تنشر الأخبار وتذيع الأفكار، وتحكم الأشياء وتعطي معلومات بقصد تكوين جمهورها والاحتفاظ به"⁽²³⁾.

فالتثقيف الإعلامي المروري يعمل على توعية أفراد المجتمع وبذلك وقايتهم وحمايتهم من حوادث المرور ومنع تفاقمها، فإذا كان معنى الوعي يشير إلى المعرفة أو الإدراك أو الاحتواء⁽²⁴⁾، فإن ثقافة المرور تعني معرفة وإدراك واحتواء المعارف الخاصة بالمرور.

إن الأهمية التي حظيت بها الصحافة منذ القديم وتقدمها جنبا إلى جنب مع تقدم الحياة، تجرنا للحديث عن خصائصها ومميزاتها، هذه السمات التي سمحت لها بالصمود أمام ثورة التكنولوجيا بدأ بالراديو والتلفزيون وصولا إلى شبكة الاتصالات العالمية (الانترنت) بكل ما تحمله من مغريات في عالم الصورة وثقافة العين، وتقول "جهان أحمد رشتي": تعد الصحف من أقدم وسائل الإعلام، فهي أقدم بلا شك من السينما والراديو والتلفزيون بما يزيد عن 250 سنة، ونجد في الصحف خصائص موجودة في كل وسائل الإعلام الأخرى، بينما لا تستطيع الجريدة أن تقدم الأخبار بالسرعة التي يقدمها بها

الراديو، ولا تستطيع أن تحتفظ بالمعلومات بالشكل الذي يقوم به الكتاب ولا تستطيع أن تقدم وجهات النظر بتطويل مثل المجالات ولا بشكل أقرب إلى الواقع مثل التلفزيون إلا أنها تستطيع أن تفعل كل هذه الأشياء بشكل ربما أفضل من أي وسيلة أخرى، ولهذا أصبحت الصحف جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد"⁽²⁵⁾.

● **الملصقات:** يعتبر فن الملصقات أحد فنون الإعلان وأحد وسائل الإعلام المتعددة، وللملصق أدوار ووظائف عديدة تسهم بشكل كبير وفعال في معالجة المظاهر السلوكية المتعلقة بتصرفات وأفعال بعض أفراد المجتمع سواء كانت تلك السلوكيات يراد غرسها ودعمها باعتبارها سلوكيات إيجابية يراد لها أن تنهى، أو العكس، وهي شكل مصغر في أشكال مختلفة، تلصق بزجاج المركبات، قابلة للإلصاق على مختلف الخلفيات، وهي تمتاز بكونها تدوم صلاحيتها وعرضها مدة أطول من المعلقة⁽²⁶⁾، ومن بين الملصقات التي تحدث على التمهّل في السرعة واحترام قانون المرور:

- السلامة المرورية مسؤولية الجميع
- معا نحو ثقافة مرورية واعية
- السلامة المرورية قرار أنتم صانعوه
- الراحة ثم السياقة... سلامة ووقاية

● **المطويات الإعلامية:** هي نشرية ذات عدة طيات تتضمن معلومات مهمة حول موضوع العملية (الحملة)، محررة بأسلوب مبسط وذات مضامين موجزة قدر الإمكان، وموضحة ومرصعة بصورة معبرة عن الأفكار المراد تبليغها. ومصممة تصميمًا يلائم الموضوع وبكيفية جذابة وشيقة، تغري على اقتنائها والإطلاع عليها.

بالإضافة إلى شبكات التواصل الاجتماعي: فيعرف الشهري شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول، أو جمعه مع أصدقائه⁽²⁷⁾.

ويستعين رجال الإعلام بمختلف شبكات التواصل الاجتماعي ومنها: الأنترنت هي وسيلة اتصال تكنولوجية عالية الجودة واسعة الانتشار، تتميز بالاستقلالية واللامركزية

لها أدواتها وقواعدها الخاصة، لها مستعمليها وزبائنها وتوفر مجموعة لا تحصى من الخدمات في شتى المجالات وخاصة في مجال المعلومات.

أما دوافع استخدام وسائل شبكات التواصل الاجتماعي في الأعمال التثقيفية المرورية بسبب ما يلي: الاعلانات غير مكلفة على وسائل التواصل الاجتماعي.

- سرعة إيصال الرسالة للمستهلك حول مختلف الحوادث المرورية والحملات التوعوية.

خامساً: دور جودة تكنولوجيا الإعلام في بناء الثقافة المرورية: يجرن الحديث عن الثقافة المرورية من خلال الحملات التوعوية التي تقوم بها وسائل الإعلام، فكانت المنطلقات سميعة بصرية متمثلة في (الإذاعة، التلفزيون)، حيث انطلقت أولى الحملات الوقائية من حوادث المرور في الجزائر عام 1985 وهي لا تزال مستمرة إلى غاية يومنا هذا.

ولقد كانت أهداف أولى الحملات تربية بالدرجة الأولى تمثلت في احترام قانون المرور، وفي أكتوبر عام 1988 قامت مديرية النقل الحضري وحركة المرور التابعة لوزارة النقل بأول حملة ثقافية تمحور موضوعها حول حزام الأمن، كان هدفها حث السائقين على وضع حزام الأمن، وخصصت لها ميزانية قدرت بـ 07 مليون دج، قصد إعداد حملات إعلامية تحسيسية، حيث تم إنجاز سبع حملات اتصالية خلال سنتي 1989-1990، وذلك لنشر ثقافة مرورية للمواطن فكانت المواضيع حول: الراجلين، السرعة، حزام الأمن، التعاون من أجل حوادث أقل، حماية الأطفال وتعليم الأطفال إشارات المرور وقد تراوحت الفترات المتوسطة لكل حملة بين 15 و16 يوماً واستعملت وسائل إعلام عديدة: ومضات تلفزيونية وإذاعية، ملصقات حائطية في الطرقات...⁽²⁸⁾

إن ثقافة المرور لدى الفرد لا ترتبط بانجاز المهمات أو وضع إشارات أو تنبيهات، فوجود الفرد داخل منطقة عمرانية معينة يفرض عليه التقيد بمجموعة من السلوكيات الحضارية مهما كانت وسيلة النقل التي يتخذها، ووسائل الاعلام كفيلة بغرس هذه الثقافة من خلال الحصص، البرامج، المحاضرات، الندوات، المعارض... إلخ، حيث يتم التنبيه إلى بعض التصرفات الخاطئة التي يرتكبها السائق ومنها:

- عدم التقيد بنظام السير على الطرق مثل تجاوز السرعة المقررة والتجاوز الخطأ وعدم التقيد بأولويات المرور والانعطاف الخطأ والوقوف الخطأ والسير عكس الاتجاه الصحيح، ويشير في هذا الإطار السعودي عبد الرحمان الهيجان إلى أن هذه المعضلة هي

انعكاس لسلوك أي مجتمع⁽²⁹⁾، وهو ما يعني أن الحوادث المرورية من حيث فداحتها وارتفاع معدلاتها في المجتمعات العربية هي في واقع الأمر انعكاس لسلوك أفراد المجتمع نفسه، حيث تمثل الالتزام من عدمه بقواعد المرور، والالتزام من عدمه بالنظام والقانون ككل. - عدم تطبيق واحترام قانون المرور: إن المشكلة لا تكمن في غياب القانون وإنما في غياب تطبيق القانون، وفي هذا الصدد ذكر الأمين العام لمجلس وزراء الداخلية العرب، أن العامل البشري يعد العامل الرئيسي وراء الحوادث المرورية المميتة في العالم العربي، وهو ما يشير إلى ضعف الوعي المروري وضعف المسؤولية الاجتماعية في مجال المرور، وبالتالي نقص الثقافة المرورية لدى السائق العربي والمواطن بصفة عامة⁽³⁰⁾.

- عدم كفاءة نسبة كبير من السائقين وتدني أهليتهم وثقافتهم المرورية نتيجة لنقص في التدريب، وهذا ما أدى إلى ارتفاع عدد القتلى جراء حوادث المرور، وبالعودة إلى الإحصائيات الرسمية للدرك الوطني الجزائري لسنة 2008، نجد أن هذه الأخيرة تشير إلى أن 2871 شخصا، قتلوا في التسعة أشهر الأولى من سنة 2007، وأن نحو عشرة أشخاص يموتون يوميا جراء حوادث المرور في الجزائر (حسب معطيات الدرك الوطني الجزائري لسنة 2008)⁽³¹⁾.

إن جودة الاعلام في ترسيخ الثقافة المرورية لدى المواطنين لا بد لها من أساليب توعية تقوم بها من خلال برامجها وحصصها وعبر مختلف وسائلها، فمستوى التكنولوجيا، أو مستوى مهارة عمال الاعلام، أو الوقت اللازم للخدمة، أو أنواع الآلات المستخدمة، أو نظام الفحص، فكل ذلك من شأنه أن يرسخ الثقافة المرورية. ومن بين الأساليب المتبعة ما يلي⁽³²⁾.

- الأسلوب المعرفي: يعني تزويد الفرد بكل المعارف والمعلومات الخاصة بالمرور وقواعد تنظيمه، أي تمكينه من الامام بقواعد تنظيم المرور والقوانين والتنظيمات التي تحكم سير المركبات والمشاة في الطريق العام، مثل الإشارات والعلامات، ومبادئ الأولوية، وشروط التجاوز والمكوث وغيرها، وإمام الجمهور لهذه المعارف يحقق وحدة الفكر والمفاهيم بين مستخدمي الطريق العام.

- الأسلوب المهاري: يعني تنمية قدرات الجمهور وصقل مهاراته في الاستعمال الأمثل للطريق، سواء أثناء سيطرة المركبات، مثل الامتثال للإشارات واللوحات، والالتزام بأولويات

الممرور، وترك مسافة الأمان، والتقيد بقواعد قطع الطريق أي التدريب على تطبيق ما تلقاه من نظرية تطبيقا سليما أثناء استعمال الطريق.

- الأسلوب السلوكي: يعني تهذيب سلوك مستعمل الطريق من خلال التركيز على الجوانب النفسية له، والسعي إلى اقناعه بتقبل قواعد السلامة المرورية وجعله يؤمن بجدوى الامتثال لها، وغرس قيم التسامح في نفسه و الاحساس بمسؤوليته على سلامته وسلامة غيره من مستخدمي الطريق.

نشر مختلف وسائل الاعلام بعض الظواهر التي يمكن أن تنقص من حوادث المرور وفقا للتطورات التكنولوجية الحالية مثل: (33)

- إنتاج أفلام تلفزيونية إعلامية.
- إنتاج روبورتاجات مصورة تلفزيونيا للتوعية ضد أخطار حوادث المرور والتوعية بقواعد المرور.

- طباعة ملصقات لمخاطبة كل أفراد المجتمع.
- إعداد الدراسات والأبحاث العلمية المتخصصة في مجال الإعلان ونشر المقالات والموضوعات المخصصة في الدوريات والصحف المختلفة، ومختلف الشبكات العنكبوتية، وبث هذه الاعمال في التلفزيون، والإذاعة.

- إنجاز إرشادات عامة للسلامة من حوادث المرور.
- ألا تكتفي وسائل الاعلام بنشر أخبار الحادثة، بل يجب أن تخصص مساحات لمناقشة أسبابها والعقوبات المنصوص عليها في القانون في برامج مختصة.

- الحرص على نشر العقوبات الرادعة لأنماط معينة من المخالفين حتى يمكن تحقيق ضبط اجتماعي قوي وردع لكل من تسول له نفسه الخروج على القانون.
- إشعار المواطنين بمصلحة حقيقية لهم في الوقاية من حوادث المرور.

- الاعتماد على محررين لديهم حس اجتماعي وقانوني في تغطية أنباء حوادث المرور.

خاتمة:

إن نشر الثقافة المرورية تتطلب عملا جادا يشمل الأفراد والمحيط والمركبة. وتعد وسائل الإعلام الصوت المعبر عن ذلك، من خلال القيام بعمليات توعية للتذكير باستمرار

بكل الأخطار التي تسببها مخالفة القوانين والقواعد المرورية، ولا بد أن تكون هذه الحملات وفق معايير وتقنيات متطورة، والاعتماد على عنصر الإقناع للتأثير في الرسالة في الأفراد.

المراجع:

- 1- عاشور مزريق، محمد غربي، تسيير وضمان جودة منتجات المؤسسات الصناعية الجزائرية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، عدد 2، ص 235. بتصرف
- 2- مصطفى كمال السيد طایل، معايير الجودة الشاملة (الإدارة، الإحصاء، الاقتصاد)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 42.
- 3- ماجد عبد المهدي مساعدة، إدارة المنظمات، منظور كلي، دار المسيرة، ط2، 2015، ص 232-234.
- 4- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام والعمولة، دار الاعصار العلمي، عمان، ص 109.
- 5- حسن محمد عبد الرحمن، الاعلام والاتصال، شركة رؤيا للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2006، ص 53.
- 6- بلعبدلي عبد الله، تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على واقع المؤسسة الجزائرية، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2008، ص 19.
- 7- صالح خليل أبو اصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي، عمان، 2004، ص 55.
- 8- زلماط مريم، دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية، مذكرة ماجستير، جامعة أبو بكر بلقائد، تلمسان، 2009-2010، ص 29.
- 9- هاشم الشمري، نايا الليثي، الاقتصاد المعرفي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 11.
- 10- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 181.
- 11- نفس المرجع، ص 181.
- 12- سعيد بن يمينه، تنمية الموارد البشرية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2015، الجزائر، ص 138.

- 13- سعيد بن فالج الغامدي، محمد بن سعيد الغامدي، الثقافة المرورية وعلاقتها بحوادث السير، دراسة استطلاعية بمحافظة جدة، ص 30. موقع من الأنترنت www.psd.gov.jo<traffic>docs
- 14- نفس المرجع، ص 30.
- 15- بن عباس فتيحة، دور الإعلام في التوعية المرورية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر، مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة وصفية استطلاعية)، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011-2012، ص 46.
- 16- مأمون سليمان الدراكية، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 29.
- 17- بن عباس فتيحة، المرجع السابق، ص 47.
- 18- بن عباس فتيحة، مرجع سبق ذكره، ص 113.
- 19- احصائيات حوادث المرور من جانفي إلى أوت، 2017/10/10، قناة النهار، موقع من اليوتوب، الساعة 11:00 صباحا، 2018/1/27. من موقع www.ennahartv.net
- 20- قناة دزاير نيوز، يوم 2018/1/26، على الساعة 2.45 مساء.
- 21- سامية عواج، الدور الثقافي للصحافة - نموذج مقترح لرن ثقافي ناجح، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 19 ديسمبر 2014، ص 233.
- 22- طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2009، ص 21.
- 23- ذهبية سيدهم، الأساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر، رسالة ماجستير، تخصص تنمية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004-2005، ص 16.
- 24- نفس المرجع، بتصرف، ص 74.
- 25- نفس المرجع، ص 35.
- 26- الهاشمي بن بوزيد بوطالبي، فعاليات حملات التوعية المرورية، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 2006، ص 20.

- 27- فهد بن علي الطيار: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتير أنموذجا"، دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب- المجلد 31- العدد 21، الرياض- 2014، ص 202.
- 28- بوفلاح فاتح، الاتصال الاجتماعي ودوره في تطبيق قانون المرور 2004، دراسة وصفية تحليلية، رسالة ماجستير، علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2008 ص ص 80-81.
- 29- أحسن مبارك طالب، سبل ووسائل الوقاية من حوادث المرور، الندوة العلمية التجارب العربية والدولية في تنظيم المرور، مركز الدراسات والبحوث، قسم الندوات واللقاءات العلمية، 2009، ص 6.
- 30- نفس المرجع، ص 5.
- 31- نفس المرجع، ص 7.
- 32- بن عباس فتيحة، مرجع سبق ذكره، ص 300.
- 33- نفس المرجع، ص ص 312-320.