



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال ووسائط جديدة

الموضوع:



دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور:

- دراسة في الاتجاهات والتمثلات لدى عينة من المواطنين الجزائريين-

تحت إشراف: أ.بركان إلياس

إعداد الطلبة:

✓ شرفة عبد الرحمان

✓ شرفة عبد الكريم

✓ محلق هيثم

لجنة المناقشة:

عضوا رئيسا	أ.حاجي حمزة
مشرفا ومقررا	أ.بركان إلياس
ممتحنا	أ.بوقرعة نوال

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي جَعَلَ الْمَوْتَ
وَالْحَيَاةَ وَالَّذِي
يُحْيِي الْمَوْتَى
وَالَّذِي يُخْرِجُ
الْحَبَّ وَالنَّخْلَ
وَالَّذِي جَعَلَ
الْبَحْرَ وَالنَّهْرَ
وَالَّذِي جَعَلَ
الْجِبَالَ وَالْأَنْجَامَ
وَالَّذِي جَعَلَ
الْقَمَرَ وَالشَّمْسَ
وَالَّذِي جَعَلَ
الْجِبَالَ وَالْأَنْجَامَ
وَالَّذِي جَعَلَ
الْقَمَرَ وَالشَّمْسَ

شكر وعرّفان

بسم الله الرحمن الرحيم

" رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ

وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ " النمل الآية 19

الشكر لله أولا وآخرا، الحمد لله رب العالمين القائل في كتابه <> لئن شكرتم لأزيدنكم << (إبراهيم، 7).

نتقدم بجزيل الشكر وفائق الامتنان والاعتراف بالجميل للأستاذ المشرف " أ.بركان إلياس "، الذي تابع هذا العمل منذ أن كان فكرة والذي أثرانا بعمله وتوجيهاته القيمة وعلى كل مساعداته وتذليله للصعاب في كل مرحلة من مراحل إنجاز هذا البحث.

كما نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال على ما قدموه لنا خلال المسار الدراسي كما نشكر كل من ساهم من قريب كان او بعيد في إنجاز هذا العمل.

" والله ولنا التوفيق "

اهداء 1

أهدي ثمرة جهدي إلى التي تكون الجنة تحت أقدامها، إلى التي رافقتني بدعواتها طيلة حياتي، وأبعدت
الأشواك عن دربي، إلى من أوصى الله بها... قرّة عينيد

امي الغالية

إلى الذي حمل مرارة الأيام وكفاح ظروف الحياة لنعيش حلاوتها، وأبعد الأشواك عن دربي، إلى الذي
منحني الحرية والثقة والقوة وكان الرفيق في مسيرتي... إليك

ابي الحبيب

يعجز اللسان وتعجز الكلمات عن وصفكما وإنني مدين لكما لما وصلت إليه اليوم بفضلكما ومهما
فعلت لن أرد جزءا ولو صغيرا من خيركما... جعلكما الله من السبعين ألفا الذين يدخلون الجنة بلا
حساب وبلا عذاب.

إلى من جمعنا سقف بيت واحد وكبرنا معا في هذه الحياة وتقاسمنا حلاوتها ومرارتها، إلى من كانوا
سندا لي وكنت سنداً لهم، إلى تلك القلوب الرقيقة والوجوه البريئة والبشوشة، إلى شموع البيت.

إخوتي

إلى جميع أفراد عائلي وأصدقائي أهدي هذا العمل لم بذلوه من إزالة العقبات ورفع المعنويات
وتشجيع على الاستمرار طوال مسيرتي الدراسية ووقفتم إلى جانبي.

إلى كل من حضر في القلب وغاب عن اللسان... إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل.

شرفة عبد الكريم

شرفة عبد الرحمان

اهداء 2

قال الله -تعالى-: (وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ حَمَلَتْهُ أُمُّهُ وَهْنًا عَلَىٰ وَهْنٍ وَفِصَالُهُ فِي عَامَيْنِ أَنِ اشْكُرْ

لِي وَلِوَالِدَيْكَ إِلَيَّ الْمَصِيرُ*

أهدى ثمرة جهدي الي

التي حلمت ان تبصر نجاحي والتفوق الدائم في دراستي إلى من أعلى الله قدرها ومكانتها، أُمي الغالية

حفظها الله

إلى ن أحمل إسمه بكل فخر واعتزاز إلى الذي أشعل نفسه شمعة لينير لنا دربنا، إلى أعطانا من سنين

عمره أبي العزيز حفظه الله

إلى من كان ملاذي وملجئ

الي اخوتي

إلى من كانوا سندي ورفقاء دربي

اصدقائي

إلى كل أستاذتي ومن علمني حرف.

محلقي هيثم



فهرس المحتويات



الصفحة	المحتويات
	شكر وعرافان
	اهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	ملخص الدراسة باللغة العربية
	ملخص الدراسة باللغة الأجنبية
	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
03	1- الاشكالية
04	2- تساؤلات الدراسة وفرضياتها
04	3- أسباب اختيار الموضوع
04	4- أهمية الدراسة
05	5- أهداف الدراسة
05	6- تحديد مفاهيم الدراسة
07	7- منهج الدراسة و أدواتها
07	8- مجتمع و عينة الدراسة
08	9- أدوات جمع البيانات
09	10- الدراسات السابقة
14	11- المقاربة النظرية للدراسة
الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي و التوعية المرورية	
15	تمهيد
أولا : مفهوم و نشأة مواقع التواصل الاجتماعي	

16	1-1 : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
17	2-1 : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
18	3-1 : أشكال مواقع التواصل الاجتماعي
18	1-3 : الفيسبوك
20	2-3 : تويتر
21	3-3 : اليوتيوب
ثانيا : أهمية و أهداف مواقع التواصل الاجتماعي	
22	1-2 : أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
23	2-2 : أهداف مواقع التواصل الاجتماعي
23	3-2 : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
ثالثا : التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
24	1-3 : التوعية المرورية
24	1-1-3 : مفهوم التوعية المرورية
26	2-1-3 : أهمية التوعية المرورية
27	3-1-3 : أهداف التوعية المرورية
29	4-1-3 : خصائص التوعية المرورية
30	5-1-3 : وسائل و أساليب التوعية المرورية
31	2-3 : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية
32	3-3 : أهمية وسائل الإعلام و مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية
35	4-3 : مبادرات دولية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية
رابعا : ماهية حوادث المرور	
37	1-4 : تعريف حوادث المرور

38	2-4: أسباب ارتكاب حوادث المرور
40	3-4: آثار و انعكاسات حوادث المرور
الفصل الثالث : الإطار التطبيقي	
44	تمهيد
أولا : عرض بيانات الدراسة	
45	1- الإطار الزمني والمكاني
45	2- الخصائص السوسيوميترية لاداة الدراسة
45	2-1: الصدق
46	2-2: الثبات
46	3: تحليل بيانات الدراسة
46	3-1: البيانات الوصفية للدراسة
70	3-2: البيانات الخاصة بالفرضيات
ثانيا: عرض نتائج الدراسة	
ثالثا: مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات	
78	الخاتمة
	قائمة المصادر و المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	ارتباط البنود مع الدرجة الكلية لمحور إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية	45
02	اختيار تبات محور إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية	46
03	البيانات السوسيوديمغرافية	46
04	امتلاك رخصة السياقة	48
05	سنوات خبرة السياقة	48
06	التعود على السياقة	50
07	مستوى معارف بقوانين المرور	50
08	حادث سير تسببت فيه	51
09	حادث سير تعرضت له	52
10	أنواع حوادث السير	53
11	الأسباب الكامنة وراء حوادث المرور	55
12	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	58
13	مواقع التواصل الاجتماعي التي تم استخدامها	59
14	عدد ساعات التصفح على مواقع التواصل الاجتماعي	60
15	بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	60
16	شكل مضامين التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	61
17	القنوات الاتصالية المنشورات المتعلقة بمواضيع السلامة المرورية	63

64	كيفية متابعة المنشورات الخاصة بكل ما يتعلق بحوادث المرور واجراءات السلامة المرورية	18
66	دور حملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تلافي حوادث المرور و التقليل منها	19
66	مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور	20
69	الحملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	21
70	نتائج تحليل اختبار الفرضية الأولى	22
71	نتائج تحليل اختبار الفرضية الثانية	23
72	نتائج تحليل اختبار الفرضية الثالثة	24
74	نتائج تحليل اختبار الفرضية الرابعة	25
75	نتائج تحليل اختبار الفرضية الخامسة	26

الملخص:

سعت هذه الدراسة الى معرفة مدى مساهمة "مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور", حيث استهدفت الدراسة جميع فئات المجتمع الحاضرين على منصة الفيسبوك من خلال دراسة اجريناها على مستوى 'منصة طريقي'.

حيث لجاءنا في دراستنا الى الاعتماد على أداة الاستبيان "الالكتروني الورقي" و التي بلغ مجمل العينات فيها 127 عينة من فئات المجتمع الحاضرين على منصة الفيسبوك , كما اتبعنا منهج المسح بالعينة و دعمت نتائج الدراسة بالمعاملات الإحصائية لاختبار الفرضيات بواسطة برنامج 'SPSS'.

و توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ لا يوجد اثر دال احصائيا لمستوى التغيرات التنبئية بالنسبة لمضامين الحملات التوعوية من حوادث المرور.
- ✓ لا يوجد اثر دال احصائيا للمتغيرات المستقلة بشكل كبير في مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور.
- ✓ لا يوجد اثر دال احصائيا حسب تحليل البيانات لنماذج و نتائج الحملات التوعوية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ يوجد اثر دال احصائيا بين طرف المتغيرات المستقلة فيما يخص الكيفية التي تسهم بها مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور.
- ✓ يوجد اثر دال احصائيا بين مواقع التواصل الاجتماعي و افراد المجتمع في الامتثال للحملات التوعوية ضد حوادث المرور.

الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي، حوادث المرور، التوعية.

Abstract:

This study sought to know the extent of the contribution of “Social networking sites in raising awareness of traffic accidents”, as the study targeted all segments of society present on the Facebook platform through a study we conducted at the level of 'My Way' platform.

Where we resorted in our study to rely on “the paper electronic” questionnaire tool, which included a total of 127 samples from the community groups present on the Facebook platform. We also followed the sample survey method, and the results of the study were supported by statistical treatments to test hypotheses using the 'SPSS' program.

The study reached a set of results, the most important of them are:

- ✓ There is no statistically significant effect of the level of predictive changes in relation to the contents of awareness campaigns about traffic accidents.
- ✓ There is no statistically significant effect of the independent variables significantly on the contribution of social networking sites in awareness of traffic accidents.
- ✓ There is no statistically significant effect according to the data analysis of the models and results of traffic awareness campaigns through social networking sites.
- ✓ There is a statistically significant effect between the two independent variables regarding how social networking sites contribute to awareness of traffic accidents.
- ✓ There is a statistically significant effect between social networking sites and community members in compliance with awareness campaigns against traffic accidents.

- **Keywords:**

Social networking sites, traffic accidents, awareness.



المقدمة



المقدمة:

لقد أدى التطور التكنولوجي الذي شهدته ساحة الإعلام و الاتصال إلى ظهور عدة مفاهيم من أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي التي عرفت انتشارا واسعا، وأصبحت جزءا هاما من حياة الأفراد والمجتمعات لما أتاحتها من سرعة وسهولة في التواصل وتبادل الأفكار و الخبرات, ويعد موقع الفيسبوك من أشهر المواقع التواصلية التي ذاع صيغتها في الآونة الأخيرة والأكثر استخداما حتى من طرف الهيئات والمؤسسات للتقرب من جماهيرها وذلك بعرض أخبارها ومختلف نشاطاتها, وهذا ما جعل الدول المتطورة الكبرى تنفق على وسائل الإعلام والاتصال أموالا كبيرة نظرا لأهميتها وسهولة استعمالها بأساليب متنوعة وقدرة الإعلام على مخاطبة شرائح اجتماعية واسعة وفي كل الميادين والمجالات.. ومن بينها مجال أمن الطرق والتوعية للمحافظة على السلامة المرورية وتمشيا مع التطورات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال، انتقلت الحملات التوعوية من الإعلام التقليدي (كالتلفزيون، الإذاعة، الصحف، المطويات والملصقات)، لتستثمر فيما توفره وسائل 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 الفيسبوك كأحد شبكات التواصل الاجتماعي أكثرها شيوعا 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، حيث تعد المسألة المرورية من المسائل الهامة والحيوية في حياتنا اليوم نظرا لما تركه من آثار اجتماعية، واقتصادية، و أمنية، بالرغم من وجود برامج وحملات إعلامية توعوية متواصلة عبر مختلف وسائل الإعلام الساعية إلى ترسيخ الوعي المروري، الذي يشكل نوعا من الثقافة تدعى: بالثقافة المرورية التي تساهم بشكل كبير في التقليل من حوادث المرور إلا ان المشكلة المرورية تعد مشكلة سلوكية بالدرجة الاولى و ترتبط ارتباطا وثيقا بقيم الشباب السائقين، وبتجاهاتهم ودرجة ادراكهم، واهتمامهم بالمواضيع التي تقدمها حملات التوعية المرورية الهادفة إلى تغيير السلوكيات المرورية السلبية.

و قد جاء هذا البحث في الفصول التالية : حيث احتوى الفصل الأول على الإطار المنهجي للدراسة ضم الإشكالية , التساؤلات , الفرضيات و أسباب اختيار الموضوع و أهمية الدراسة كما احتوى على الدراسات السابقة و المقاربة النظرية و الأدوات المستخدمة في جمع البيانات.

أما الإطار النظري فشمّل : الفصل الأول بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي و الذي يضم مبحثين , بالنسبة للمبحث الأول بعنوان ماهية مواقع التواصل الاجتماعي تناول المفهوم, النشأة و التطور , و أشكال مواقع التواصل الاجتماعي. أما بالنسبة للمبحث الثاني بعنوان أساسيات حول مواقع التواصل الاجتماعي فقد تناول مكونات مواقع التواصل الاجتماعي , الخصائص و المميزات, و أهمية مواقع التواصل الاجتماعي.

أما الفصل الثاني: بعنوان التوعية المرورية والإعلام التوعوي حيث يضم مبحثين، المبحث الأول بعنوان ماهية التوعية المرورية ويندرج تحته المفهوم، أساليب، و أهمية التوعية المرورية، أما بالنسبة للمبحث الثاني بعنوان الإعلام التوعوي يندرج تحته دور الوسائل المطبوعة في التوعية المرورية، الوسائل السمعية البصرية، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية.

أما الفصل الثالث: بعنوان حوادث المرور حيث يضم مبحثين، المبحث الاول بعنوان ماهية حوادث المرور حيث يندرج تحته المفهوم، الأنواع و أسباب حوادث المرور، أما بالنسبة للمبحث الثاني بعنوان أساسيات حول حوادث المرور و الذي يندرج تحته آثار و مخلفات حوادث المرور، واقع حملات التوعية المرورية في الجزائر , الجهات القائمة على التوعية المرورية.

أما الإطار التطبيقي وهو أهم فصل لأن فيه نعرض تحليل النتائج الميدانية التي قمنا بها معتمدين في ذلك على أداة الاستبيان في تفسير النتائج لتنتهي الدراسة بمجموعة من الاستنتاجات و خاتمة كحوصلة عامة.



الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة



1- الإشكالية:

نعيش اليوم في عصر المعلومات، وتبرز الحاجة بذلك إلى وسائل إعلامية لنقل ونشر هذه المعلومات، إذ يعتمد المجتمع المعلوماتي الحديث المنظم على الاتصالات الفورية من كل الأنواع، عبر الإذاعة والتلفزيون....، ومع تعدد أساليب وسائل الإعلام الحديثة وتعدد خدماتها، تلعب هذه الأخيرة دورا مهما في المجتمعات الحديثة، كما هي وسيلة فعالة تستخدمها الدول في نقل ونشر المعلومات وتوجيه الإرشادات والتعليمات والنصائح والأخبار والبلاغات.

حيث يشكل الفضاء الافتراضي مجالا خصبا لتداول المعلومات ونشرها خاصة ما يتعلق بأخبار الحوادث بصفة عامة وحوادث السير بشكل خاص وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر وانستغرام ويوتيوب وغوغل بلس) دورا في عملية انتشار المعلومات والاخبار المتعلقة بحوادث السير لهذا تلعب الشبكات الاجتماعية في الفضاء التواصلي دورا مهما في هذا الصدد في للمجتمع الحديث أيضا يرجع ذلك إلى حقيقة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل نوعا من مركز التنسيق للعلاقات الاجتماعية، كما أنها قادرة على تعويض وسائل الاعلام الاخرى كالراديو والتلفزيون في نقل الاخبار ونشر المعلومات.

ومن هذا المنطلق يمكن استغلال هذا المعطى الايجابي وهذه المميزات التواصلية ويمكن اعتبار مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لبناء اتصال فعال في المجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية داخل المجتمع وتحفيز الناس على المشاركة والتفاعل لتحقيق السلامة على الطرق يبقى امرا مستعصيا دون تعاون نشط وفعال من المواطنين ومؤسسات المجتمع المدني وخلق حوار بشأن القضايا المرتبطة بالسلامة الطرقية .ولقد أصبح الوعي المروري في المجتمع الجزائري يمثل مطلبا و دعامة هامة في الوقاية من حوادث المرور، إذ يتزايد الاهتمام بالحملات التحسيسية الخاصة بالتوعية المرورية، التي أصبحت تشكل ملمحا أساسيا في سبيل ترسيخ الوعي المروري، الذي يشكل بذلك ثقافة مرورية تساهم في توفير قواعد السلامة المرورية، وبطبيعة الحال يسعى الفاعلون الاجتماعيون (وسائل الإعلام - الأجهزة الأمنية - المدارس - منظمات المجتمع المدني) وغيرها.... إلى محاولة ترسيخ وتشكيل قواعد السلامة المرورية لدى كل الشرائح الاجتماعية.

و بناءا على ما سبق ذكره فإن لورقتنا البحثية أهمية تتمثل في أنها تسلط الضوء على موضوع جد مهم وهو التوعية المرورية لما لها من أهمية في تفادي وقوع حوادث المرور، إضافة إلى الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد أشكال الإعلام الجديد وما يميزها من خصائص تسمح بإيصال الرسائل الاتصالية والحصول على رجع صدى آني حولها وتزويد الأفراد بالمعلومات والإرشادات مدعمة بالصور والفيديوهات والتي

من شأنها أن تزيد من درجة وعيهم وتنقيفهم بمختلف المواضيع المرورية وذلك بهدف التقليل من حوادث المرور وبالتالي المحافظة على أرواحهم وسالمتهم.

و تأسيسا على بنائنا للتصور العام و تحديدنا للمشكلة و بهدف معالجة الظاهرة ارتأينا إلى طرح التساؤل التالي :

• كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور؟

2- تساؤلات الدراسة و فرضياتها :

أ- التساؤلات :

1- إلى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور؟

2- إلى أي مدى تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في مستوى الامتثال لإجراءات السلامة المرورية؟

ب- الفرضيات :

هناك أثر ذو دلالة إحصائية على :

1- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لكل من سنوات الخبرة في السياقة، امتلاك رخصة سياقة، مستوى التعود

على السياقة، مستوى المعرفة بقوانين المرور على مستوى الامتثال لمضامين حملات التوعية

2- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لكل من سنوات الخبرة في السياقة، امتلاك رخصة سياقة، مستوى التعود

على السياقة، مستوى المعرفة بقوانين المرور على إدراك كيفية إسهام مواقع التواصل في التوعية من حوادث

المرور

3- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، عدد ساعات التصفح، بداية

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الامتثال لمضامين حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل

الاجتماعي

4- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لمستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، عدد ساعات التصفح، بداية

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، على مستوى إدراك الكيفية التي تسهم بها مواقع التواصل الاجتماعي

في التوعية من حوادث المرور الفرضية الخامسة: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائية بين مستوى الامتثال

لمضامين حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و متسوى الوعي بكيفية إسهام مواقع

التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور

3- أسباب اختيار الموضوع :

إن مبررات اختيار هذا الموضوع كانت انطلاقاً من مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي و الدور البارز لها في حملات التوعية من حوادث المرور كذلك التأثير الفعال الناتج عن الرسائل المنشورة بمختلف أشكالها , و يمكن إيجاز أسباب اختيار هذا الموضوع فيما يلي :

- الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي واهميتها في العصر الحالي.
- نقص الدراسات التي تناولت موضوع الوعي المروري.

التزايد المستمر لحوادث المرور والأخطار الناتجة عنها.

4- أهمية الدراسة:

تنطلق أهمية هذه الدراسة من أهمية موضوعها في حد ذاته, فقد تناولت متغيرين أساسيين هما : **مواقع التواصل الاجتماعي و حملات التوعية** إذ تعد مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً باعتبارها أحد أشكال الإعلام الجديد وما يميزها من خصائص تسمح في تمرير رسائل توعوية تسعى إلى نشر الثقافة المرورية بين مختلف الفئات، وإكساب الفرد السلوكيات التي تحفظ سلامته المرورية . أما عن حملات التوعية فهي أهم عنصر بكونها تعمل على نشر ثقافة مرورية وقائية سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة من أجل تنبيه وإرشاد الشباب من مخاطر حوادث المرور، والأضرار الناجمة عنها بهدف نشر الوعي المروري لديهم، وإقناعهم بضرورة احترام القوانين أثناء السياقة حفاظاً على سلامة الشباب السائقين، والمشاة على حد سواء.

5- أهداف الدراسة :

- التعرف على أهمية وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي كأحد الأوعية الاتصالية الحديثة المستخدمة في التوعية المرورية.
- التعرف على مدى فعالية حملات التوعية في نشر الثقافة المرورية.
- التعرف على الجمهور المستهدف من خلال المواضيع التي تطرحها حملات التوعية.
- محاولة معرفة مدى تفاعل الجمهور مع حملات التوعية المرورية.

6- تحديد مفاهيم الدراسة :

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

لغة : تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها شبكة إلكترونية اجتماعية تتيح عملية التواصل بين مستخدميها وقد وصفت هذه الشبكات الإلكترونية بأنها اجتماعية نسبةً للازدياد المتواصل عي عدد مراتيها.¹

و يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي : بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به , و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها.²

اصطلاحا : مواقع التواصل الاجتماعي هي الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية, بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء و التجمع على الأنترنت و تبادل المنافع و المعلومات و هي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع رأيهم و إسماع صوتهم و صوت مجتمعاتهم للعالم أجمع.³

إجرائيا : مواقع التواصل الاجتماعي هي مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة و هي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد و المعايير التي يقترحها البرنامج و تعرف على أنها مواقع الأنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة و المساهمة في إنشاء أو إضافة صفحات بسهولة.

2- مفهوم التوعية المرورية :

و ينقسم هذا المصطلح إلى قسمين :

أ- التوعية :

لغة : ورد في لسان العرب : وعي : الوعي : حفظ القلب (الشيء) , وعي الشيء و الحديث يعني يعيه وعيا, و أوعاه : حفظه و فهمه و قبله, و فلان أوعى من فلان , أي أحفظ و أفهم.

الوعي : الحافظ الكيس الفقيه.⁴

وهو : إدراك الفرد لنفسه و البيئة المحيطة به , و لوظائفه العقلية و الجسمية , و إدراكه لخصائص العالم الخارجي و لنفسه باعتباره عضوا في جماعته.¹

¹ عماد الدين تاج السر (2017) اللغة العربية ووسائل الإعلام المتعددة, بحث مقدم لمؤتمر اللغة العربية الثاني, الإمارات, ص3.

² الموقع الإلكتروني www.alma3raka تاريخ التصفح 10/04/ 2023 ساعة التصفح 16: 00 سا.

³ بشرى جميل الراوي, 2012, دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير, العراق, جامعة بغداد, ص3.

⁴ أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري, (2000), بيروت, لبنان, : لسان العرب, المجلد15, ط1, دار صادر

اصطلاحا : عملية منظمة و مدروسة تستهدف تغيير اتجاهات و آراء و أفكار و مواقف الأفراد و الجماعات تجاه قضية من القضايا و إرشادهم إلى حقيقة الموقف و الظواهر المحيطة بهم و من ثم تمكنهم من التفاعل و التعامل معها بيقظة و فهم كاملين.²

ب- المرور :

يقال مر يمر من باب تعب , و يقال مررت بيزيد و عليه مرا و مرورا, و مرأى اجتزت, و مر الدهر أي ذهب , و منه مر السكين على حلق الشاه, و المرة أي تارة و الجمع مرات, و مرارا.³

و أما الطريق جمعها طرق و طرقات و هو السبيل يقال : طرقت الطريق أي سلكته, و منه قوله تعالى (و لقد اوحينا إلى موسى أن أسر بعبادي فاضرب لهم طريقا في البحر يبسا لا تخاف دركا و لا تخشى).⁴

التوعية المرورية :

منظومة السياسات و الخطط و البرامج الهادفة و إنتاج مضامين ورسائل تتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية, و تقوم بنشاطات و فعاليات مختلفة و تستخدم وسائل اتصالية مختلفة من أجل نشر هذه المضامين و الرسائل التي تشكل خطابا مروريا توعويا متكاملًا إلى مختلف الشرائح الاجتماعية و مختلف الجماهير المعنية بالمسألة المرورية.⁵

إجرائيا : تعتبر التوعية المرورية نوعا من انواع التوعية الاجتماعية و تعني بصورة عامة تلقي الفرد جملة من المعارف و المعلومات و تدريبه على تطبيقها ميدانيا و إكسابه قيما و عادات تحكم سلوكه عند التعامل مع الطريق سائقا كان أو راكبا أو راجلا

7- منهج الدراسة و أدواتها :

تندرج هذه الدراسة ضمن **الدراسات الوصفية** التي تهتم بشرح و توضيح الأحداث و المواقف 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.⁶

¹ إبراهيم مذكور 1975،: معجم العلوم الاجتماعية، القاهرة، مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص664.

² المشخص عبد الله :، 1415 التوعية الأمنية في وسائل الإعلام، السعودية، رسالة ماجستير، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ص76.

³ محمد راكان الدغمي 2022: الجرائم المترتبة على حوادث المرور و عقوباتها في الشريعة الإسلامية، عمان، ص6.

⁴ القرآن الكريم : سورة طه، الآية 76، ص 317.

⁵ أديب محمد خضور، 2007، : حملات التوعية المرورية العربية، مركز الدراسات و البحوث، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 9.

⁶ عامر مصباح : 2010 منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، ص86

ويعتبر المنهج الوصفي التحليلي من المناهج الملائمة للدراسات الوصفية، ولذلك اعتمدنا عليه لنتمكن من تحليل الظاهرة وتفسيرها للوصول إلى نتائج صحيحة تفسر الواقع من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة¹.

8- مجتمع وعينة الدراسة :

1- مجتمع البحث :

يعد حصر مجتمع الدراسة من العوامل التي يجب على أي باحث تحديدها قبل البدء في دراسته، حيث أن مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد و الأشخاص و الأشياء التي تشملهم مشكلة البحث.

و من أجل مقارنة الموضوع "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور" ارتأينا أن مجتمع دراستنا متمثل في عينة على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر.

ت- عينة البحث :

تعرف المعاينة على أنها عملية اختيار عدد كاف من عناصر المجتمع , بحيث يتمكن الباحث من خلال دراسة العينة المختارة و فهم خصائصها من تعميم هذه الخصائص على عناصر المجتمع الأصلي, و لابد أن يذكر أن نتائج عملية المعاينة هو العينة المرغوب بها.²

و قد تم الاعتماد في هذه الدراسة على العينة المتاحة .

وتسمى هذه العينة ايضاً بالعينة العرضية (Accidental simple) إذ تعتمد الكثير من البحوث على عينات ميسره لدى الباحث أو يسهل الوصول إليها، بحكم قرب الموقع أو إمكانية التجاوب مع الباحث أو تجميعهم في ندوة أو دورة تدريبية أو برنامج علاجي مثل طلبة المدارس أو الجامعات أو المرضى في المستشفيات.

وغالباً ما يجد الباحث نفسه مجبراً على التعامل مع العينات المتاحة ، نظراً لمحدودية الوقت والإمكانات المادية المتوفرة وغيرها عموماً فإن هذه الأنواع من العينات غير الاحتمالية قد تحدد الباحث في إمكانية تعميم نتائجها على المجتمعات التي اختيرت منها.³

9- أدوات جمع البيانات :

¹ بلقاسم سلاطينه, 2004, حسان الجيلالي : منهجية العلوم الاجتماعية , الجزائر, دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع , عين ميلة, ص 186.

² فايز جمعة صالح النجار , نبيل جمعة النجار, ماجد راضي الزعي, 2009: أساليب البحث العلمي , عمان, دار حامد للنشر و التوزيع, ص 933.

³ العينات في البحث العلمي <http://mothakirat-takharoj> تاريخ النصف 12-04-2023 , ساعة التصفح 14 سا .

إن إسقاط الإطار النظري لموضوع البحث على أرض الواقع من خلال دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور يتطلب كخطوة أولى توفير إطار منهجي واضح يحدد الملامح و القواعد الأساسية التي تجرى من خلالها الدراسة الميدانية و ذلك من خلال اختيار الأداة المناسبة للدراسة و التي تتلاءم مع المفاهيم و الأهداف, فاختيار أداة البحث لا يجب أن يكون عشوائيا و خاضعا للذاتية بل يجب أن يبنى على أسس متينة للوصول إلى نتائج ذات مصداقية .

و تعرف الأداة بأنها الوسيلة التي يلجأ الباحث للحصول على المعلومات و البيانات التي يطبعها موضوع بحثه من الأفراد أو لضرب التفاعل الاجتماعي.¹

و من أدوات جمع البيانات التي اعتمدنا عليها في دراستنا هي : الاستبيان.

و يعرف على أنه وسيلة من وسائل جمع البيانات و تعتمد أساسا على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة التي ترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى الأفراد (عينة البحث) الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليسجلوا إجاباتهم على الأسئلة الواردة به, و من ثم إعادته ثانية و يتم ذلك دون مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عليها.²

10- الدراسات السابقة :

1. الدراسة الأولى : "دور الحملات الإعلامية التوعوية للحد من حوادث المرور" وهي دراسة حالة لأمن ولاية غليزان مذكرة لنيل شهادة الماستر في قسم علوم الإعلام و الاتصال للطالبة "بشكات نادية" لسنة الجامعية 2018-2019.

انطلقت هذه الدراسة في طرح تساؤل رئيسي تمثل في " كيف تساهم الحملات الإعلامية التوعوية في الحد من حوادث المرور؟ معتمدة في الوصول إلى نتائج الفرضية على المنهج الوظيفي كونه الأنسب لهذه الدراسة و الذي من خلاله يكون القائم بالاتصال داخل المؤسسة الأمنية بوظيفته و هي القيام بالحملات الإعلامية التوعوية للحد من ظاهرة حوادث المرور , و قد استخدمت في دراستها اداة واحدة و هي المقابلة .

¹ محمد أمين بيومي, علي عبد الرزاق الحلبي 2007: مناهج البحث الاجتماعي, ط2 , دار المعرفة الجامعية, ص15.

² ناهدة عبد زيد الدليمي : 2016 , أسس و قواعد البحث العلمي, عمان , دار الصفاء للنشر و التوزيع, ص 134.

و قسمت الباحثة موضوع دراستها إلى 3 فصول , الفصل الأول و هو موضوع الدراسة حددت فيه الإطار المنهجي , أما الفصل الثاني ماهية حوادث المرور و تناولت في الفصل الثالث الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية أما بالنسبة للفصل الرابع تناولت أثر الفعل الاتصالي في الحد من حوادث المرور.

و من أبرز النتائج التي توصلت لها الباحثة هي :

- تعتبر حوادث المرور ظاهرة خطيرة تهدد الكيان الاجتماعي و اقتصاد الدولة و ذلك لما تخلفه من أضرار متعددة.
- القيام بنشاطات توعوية داخل المؤسسات التربوية لترسيخ الثقافة المرورية لجميع فئات المجتمع.
- إن حوادث المرور لقت تراجع كبير خلال السنوات الأخيرة و هذا بفضل الجهود التي يقومون بها رجال الشرطة كحملات التوعية.

حدود الاستفادة من الدراسة :

لقد تجلت الاستفادة من هذه الدراسة في :

- ساعدتنا في صياغة الإطار النظري.
- الكم الهائل من المعلومات التي قدمتها الباحثة في فصول دراستها.
- زودتنا هذه الدراسة بعدد لا بأس به من المصادر و المراجع.

2. الدراسة الثانية : بن عباس فتيحة "دور الإعلام في التوعية و الوقاية من حوادث المرور في الجزائر" و هي دراسة وصفية استطلاعية للمقارنة بين المناطق الريفية و المناطق الحضرية. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال لسنة الجامعية 2011-2012 .

حيث انطلقت هذه الدراسة من عدة تساؤلات رئيسية من بينها :

- ماهي حالة حوادث المرور في المناطق الريفية الجزائرية؟
- ماهي حالة حوادث المرور في المناطق الحضرية؟
- ماهي أسباب وقوع حوادث المرور؟
- ما هو دور الإعلام و ماهي أهدافه في التوعية و الوقاية من حوادث المرور؟

و لمناقشة إشكالية هذا البحث فلقد اعتمدت الباحثة في هذا البحث على لغة الأرقام و الدلالة الإحصائية في إطار وصفي و استطلاعي , اما بالنسبة لأدوات البحث فقد اعتمدت على الملاحظة و المقابلة و الاستبيان.

حيث قسمت الباحثة خطة الدراسة إلى قسمين ، القسم الاول و الذي يتمثل في الإطار النظري و يندرج تحته فصلين ، الفصل الاول بعنوان الإعلام المفهوم و الوظائف أما الفصل الثاني بعنوان تأثير وسائل الإعلام على سلوك الأفراد ، أما بالنسبة للقسم الثاني فهو يمثل الإطار التطبيقي مقارنة بين حوادث المرور في المناطق الريفية و المناطق الحضرية .

و من أبرز النتائج التي توصلت لها الباحثة هي :

- اعتماد خطة إعلامية وطنية شاملة في التوعية و الوقاية للحد من حوادث المرور تشتمل على تحديد دور كل مؤسسة و مصلحة و حتى كل مواطن.
- إجراء دراسة شاملة لموضوع نقل الركاب في الجزائر و تحديد الاحتياجات و وسائل النقل المناسبة و الاهتمام بشركات النقل المنظم و تطويرها مع إعادة النظر في موضوع استخدام القطارات في عملية النقل.
- التأكيد على إجراء الفحوص الطبية الدورية اللازمة لسائقي المركبات العامة و مرتكبي الحوادث المتكررة لغرض التأكد من الحالة المسلكية و النفسية.

حدود الاستفادة من الدراسة :

لقد أفادنا هذا البحث في التعرف أكثر على موضوع حوادث المرور في الجزائر بصفة عامة و العوامل المسببة لهذه الظاهرة كذلك خطة البحث التي اعتمدها في تقسيم البحث و التي عرضت من خلالها كم هائل من المعلومات كذلك أفادتنا هذه الدراسة من خلال المراجع التي اعتمدها في تقديم بحثنا و إثرائه.

3. الدراسة الثالثة : أم لرقاب سمية " فعالية الحملات الإعلامية في مجال التوعية المرورية بالجزائر " دراسة ميدانية بالمركز الوطني والأمن عبر الطرق – أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراة شعبة علوم الإعلام و الاتصال تخصص إشهار و علاقات عامة لسنة الجامعية 2020-2021.

انطلقت هذه الدراسة من تساؤل رئيسي تمثل في : ما مدى فعالية الحملات الإعلامية في مجال التوعية المرورية المقدمة من المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق بالجزائر ؟ و الذي اندرج تحته جملة من التساؤلات الفرعية منها :

- 1- هل تساهم الحملات الإعلامية التي يقدمها المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق في التوعية المرورية؟
- 2- كيف يتم بناء و تصميم الحملات المقدمة من المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق من حيث الأساليب و الوسائل و المضمون؟

3- ما مدى تعرض مستخدمي الطريق للحملات الإعلامية المقدمة من المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق؟

حيث اعتبرت الباحثة أن هذه لدراسة تنتمي الى خانة الدراسات الوصفية طالما أنها ستتطرق بالوصف و التحليل إلى ظاهرة آنية في الجزائر و هي حوادث المرور , و ذلك باعتمادها على المنهج المسحي و ذلك باستخدام أهم الأدوات و المتمثلة في الملاحظة, المقابلة, و الاستمارة.

و من بين أهم النتائج التي توصلت لهم الباحثة :

- السبب الاول في حوادث المرور هو العامل البشري يليه عامل المركبة ثم يليه عامل البنى التحتية.
- التركيز على الشباب في حملات التوعية المرورية بحكم أنهم أكثر من يرتكب حوادث المرور.
- عدم الاعتماد على الأساليب و الأسس العلمية المنهجية السليمة في إعداد الحملات.

حدود الاستفادة من الدراسة :

- ساعدتنا هذه الدراسة في إثراء دراستنا الحالية من الجانب النظري خصوصا فيما تعلق بحوادث المرور و الحملات الإعلامية.
- نهجتنا هذه الدراسة إلى عدد المراجع و المصادر المعلوماتية الجزائرية منها ذات العلاقة المباشرة بموضوع دراستنا.
- الوقوف على أهم الإستراتيجيات المتبعة في تصميم الحملات التوعوية للحد من حوادث المرور.

4. الدراسة الرابعة: عيسى بو كرموش "إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية" دراسة وصفية لإستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجاً 2012-2013. حيث ركزت هذه الدراسة على إشكالية إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية الموجهة للتوعية المرورية و ذلك بالتعرض للإستراتيجية الوطنية للوقاية من حوادث المرور التي تقوم بها وزارة النقل في الجزائر , و تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في : كيف ينسق المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق جهوده الاتصالية في إدارته للأمن المروري بولاية غرداية؟ و اندرج تحته عدة تساؤلات فرعية منها :

- هل يعتمد المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق على إستراتيجية اتصالية واضحة قائمة على التنسيق المشترك بين كل الأطراف المعنية بالسلامة المرورية؟
- ما هي أطراف التوعية المرورية بولاية غرداية؟
- كيف ساهمت الإذاعة المحلية لولاية غرداية في تفعيل هذه الإستراتيجية؟

حيث اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي باستخدامه أداة المقابلة و الملاحظة.

و من أهم نتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث في نهاية دراسته هي :

- إن العمل التوعوي و التحسيس كفيل بالحد أو التقليل من ظاهرة حوادث المرور.
- إستراتيجية المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق بولاية غرداية مستوى فعاليتها و أدائها مازال ضئيلا و فتيا في ضوء المعطيات المتاحة حاليا.

حدود الاستفادة من الدراسة :

ساعدت هذه الدراسة في توضيح أبعاد المشكلة المرورية و كل ما تعلق بها و في الجهات القائمة عليها, كما أفادتنا في الجانب التطبيقي للدراسة من خلال تحليل و تفسير البيانات و المعطيات المحصل عليها إضافة إلى عقد المقارنات بين نتائج الدراسة الحالية و نتائج الدراسات السابقة, و هو الأمر الذي سيفتح أفقا جديدة لدراسة الموضوع الحالي من جوانب أخرى.

الدراسة الخامسة : بو فلاح فاتح "الاتصال الاجتماعي و دوره في تطبيق قانون المرور 2004" دراسة وصفية تحليلية لسنة الجامعية 2006-2007.

تطرق الباحث إلى قانون المرور المعدل لسنة 2004 و التغييرات التي أدرجت فيه و دور الاتصال الاجتماعي في توعية السائقين بضرورة احترامه, حيث تمثلت تساؤلات الدراسة في :

- ما هي الأسباب التي تجعل السائق لا يحترم قانون المرور؟
- ماهي الطرق و الأساليب التي تجعل السائق يحترم القانون؟
- هل السائق استفاد من هذا القانون الجديد؟

وقد اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح التحليلي و تحليل و تفسير إجابات عينته القصصية الممثلة في سائقي المركبات من الجنسين, خلال تطبيق قانون المرور الجديد و قبل تطبيقه بولاية الجزائر العاصمة كما قام بتحليل الإشهار المخصص لقانون المرور 2004 و 2005 في مختلف وسائل الإعلام و كذا المطويات, باعتماده على الاستمارة و الملاحظة و المقابلة.

حيث توصل الباحث إلى النتائج التالية :

- عدم تفاعل السائقين الشباب مع قوانين المرور رغم علمهم بها.

- حملات الوقاية المرورية في التلفزيون الجزائري لم تخطط و لم تنظم وفق المقاييس و المعايير العلمية المعمول بها.
- أهمية القيام بعمليات تحسيسية مستمرة و تكثيف الحصص الخاصة بالحوادث في وسائل الإعلام.

حدود الاستفادة من الدراسة :

بينت هذه الدراسة وجهات نظر مستخدمي الطريق في التوعية بشكل عام و في الجهات القائمة عليها كما و بينت اتجاههم نحو قانون المرور و رجال الامن وكذا في البرامج التوعوية , الأمر الذي شكل خلفية لنا و دعامة لإطارنا الميداني خاصة و نحن نحتاج إلى معرفة كل ما يتعلق بخلفيات مستخدمي الطريق و اتجاهاتهم نحو البرامج التوعوية المرورية أي كانت الجهة المشرفة عليها و أي كان نوعها في الجزائر .

11- المقاربة النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة :

تتطلب الدراسات في مجال علوم الإعلام و الاتصال الارتكاز على نظرية أو مقارنة تخدم أهداف الموضوع , و قد اعتمدنا في دراستنا على نظرية تمثيل المعلومات.

و من الأسس الهامة لنظرية تمثيل المعلومات التمييز بين مفهومين أساسيين :

- فهم المعلومات
- تذكر المعلومات

فرغم ان عملية تذكر المعلومات عملية مستقلة و منفصلة عن عملية فهم المعلومات , و رغم أن فهم المعلومات يسهل عملية تذكرها إلا أنه يمكن في بعض الأحيان أن يتذكر الأفراد أشياء رغم أنهم لا يفهمونها , كما يمكن أن يفهموا أشياء و لا يمكنهم تذكرها بعد فترة من الزمن.

و قد طرح نيول وسيمون 1958 مقارنات للتعامل مع المعلومات في كل من الحاسب الآلي و الذهن البشري , و افترض أن البشر يمارسون نشاطهم الإدراكي على أساس لأنظمة تمثيل معلومات تتضمن الذاكرة التي تحتوي على بناء للرموز و انظمة استرجاع للمعلومات مع العلم أن الذاكرة البشرية لها قدرة تخزين غير محدودة , و وفقا لنظرية تمثيل المعلومات يوجد نوعان من الذاكرة :

- ذاكرة قصيرة المدى.
- ذاكرة طويلة المدى.



الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي

و التوعية المرورية.



تمهيد:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي الركيزة الأساسية للإعلام الجديد او البديل الذي يتيح للأفراد و الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي, و قد أتى مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي من مفهوم الإنترنت بصورة عامة لأنها مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الإنترنت و التي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب , إذ تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي و تتنوع أشكال تلك الشبكات الاجتماعية و اهدافها فبعضها عام يرمي إلى التواصل العام و تكوين صداقات حول العالم و القسم الآخر شبكات اجتماعية في مجال معين مثل : شبكات المصورين و الإعلاميين و المحترفين.

و لقد أصبحت مشكلة الحوادث المرورية من المشكلات المتفاقمة و المنتشرة في العالم كله, حيث أصبحت تسجل خسائر بشرية و مادية و تخلف آثار اجتماعية و نفسية و اقتصادية تعيق عجلة نمو و تطور المجتمعات , مما أفضت الضرورة إلى إيجاد حلول و اقتراحات للحد من التقليل من هذه الخسائر الضخمة لحوادث المرور, و تعتبر التوعية المرورية من السبل الناجحة في نشر الثقافة المرورية لدى المواطنين من أجل التقليل من هذه المشكلة .

أولاً : مفهوم و نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

1-1 : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

عرفت مواقع التواصل الاجتماعي على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به , وربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها.¹

و هناك من يرى أن مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي تمثل شكلا مبسطا من أشكال التواصل الإنساني لأنها تسمح للتواصل مع عدد من الناس (أقارب , زملاء , أصدقاء) عن طريق مواقع و خدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع, فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن و تتفاعل معك في أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن المتواجدين في نطاق شبكتك و بذلك تكون أسلوبا لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت.²

و تعد شبكة التواصل الاجتماعي شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يريدون و في أي مكان في العالم و تمكنهم من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور و غيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم.³

¹ رضا أمين . (2015) . الإعلام الجديد . القاهرة : دار الفجر للنشر و التوزيع ،

² خالد غسان يوسف المقدادي . (2013) . ثورة الشبكات الاجتماعية . عمان : دار النفائس للنشر .

³ عبد الرزاق محمد الدليمي . (2011) . الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية . عمان , : دار وائل للنشر و التوزيع .

1-2 : نشأة مواقع التواصل الاجتماعي و تطورها :

المرحلة الأولى: بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كالس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع (سكس) دجريزيس عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها - الدرجات الست للانفصال-، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "اليف جورنال" و موقع "كايورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء.¹

المرحلة الثانية: و يشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الإنترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، و يمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع -ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك، وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم. حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاذ الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرندير" friendester الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق « Skyrock كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2001، و قد استطاع موقع "سكا ي روك" تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2002 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.²

ومع بداية 2001 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، و يعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية و أكبرها على مستوى العالم و معه منافسه الشهير "فيسبوك" Facebook و الذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس"، حتى قام "فيسبوك" في 2001 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي

¹ عادل و خليفة هبة : http://.eleagypt.com/downloads/2009/amina heba.doc.2013/1/3

² رامي زاهر , (2003) . استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي . مجلة التربية ، جامعة عمان الأهلية.

"فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، و نجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس" عام 2002، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى "YouTube" "twitter"، "لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور.

1-3 : أشكال مواقع التواصل الاجتماعي :

1-3: الفيس بوك :

هو أشهر موقع إلكتروني على شبكة الأنترنت يساعد الأشخاص على الاتصال بالآخرين مجاناً , إذ ينشئ المستخدمون ملفا (profile) يتضمن صور و اهتمامات شخصية و يتبادلون وسائل خاصة و عامة و يقومون بتكوين مجموعات من الأصدقاء لتبادل الآراء و الأفكار.¹

إذ يعتمد فيس بوك على برمجيات مفتوحة المصدر حيث يمكن للمستخدمين و المطورين ابتكار و تطوير تطبيقاتهم الخاصة على الموقع و إتاحتها للمستخدمين العاديين و ذلك بدءاً بأيسر الاختبارات الترفيهية وصولاً إلى عقد التطبيقات التي تتيح الربط بين الموقع و بقية المواقع الخدمائية الأخرى , فقد أصبح الفيس بوك وسيلة لنشر الأخبار و تحقيق أهداف الفرد من تعلم و تسلية و ترفيه, و أصبح فضاء يسمح بتشكيل مجموعات لفكرة معينة.² و بصفة عامة تعد شبكات التواصل الاجتماعي و من ضمنها الفيس بوك بشكل خاص من أهم الوسائل التي اكتسحت العالم الافتراضي منذ ابتكارها و هي إحدى تقنيات الويب فقد ألغت هذه الشبكات الاحتكار الذي كان مفروضاً في مجال بث المعلومة.³

إذ يشترك على موقع الفيس بوك ما يقرب 60% من الشباب و ينتمي الكثير منهم للمجموعات التي يتم تكوينها عبر الشبكات الاجتماعية و يوجد عدد كبير من الإعلاميين و اساتذة الجامعات و المشاهير الذين وجدوا في موقع فيس بوك عالماً آخر لهم ينشرون من خلاله أعمالهم.⁴

مميزات الفيس بوك :

تميز الفيس بوك بعدة سمات و خصائص من بينها :

¹ يوسف النعيمي , (مارس 2011) . سياقات انتشار الفيس بوك في العالم , الشارقة , دائرة الثقافة و الإعلام, مجلة الراصد ,163, ص 89.

² ليلي أحمد جرار . (2012) الفيس بوك و الشباب العربي . الكويت : مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع .

³ طاهر عبد القادر , (2013) . تكنولوجيا الاتصالات و التراث بالجزائر, مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية و الإعلامية , الصفحة 318.

⁴ حسن شحاته . (2010) . التعليم الإلكتروني و تحرير العقل . القاهرة : دار العالم العربي.

الملف الشخصي: profile فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية, وصورك, و الامور المفضلة لك, و كلها معلومات مفيدة من اجل سهولة التواصل مع الآخرين كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن سلعها بالتحديد.

إضافة صديق : Ad friand و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق او ان يبحث عن أي فرد موجود على شبكة فيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.

إنشاء مجموعة : groups تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة , و تستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة و الأصدقاء أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعاتها.¹

لوحة الحائط : Wall و هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا الاستخدام.²

الصور : photos وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها.

سلبيات الفيس بوك :

وضح العديد من الباحثين و الخبراء في مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات و السلبيات التي تصيب الفرد المستخدم لها, و ستقوم بالتطرق إلى أهم سلبيات موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وهي³:

1- زيادة حدة الاضطراب و التنافر الاجتماعي عن طريق وجود أزمات عدم الثقة و التدخل بشؤون الآخرين و تعزيز القيم الفردية و الشعور بالانا و الغرور لدى قسم من المشتركين.

2- انتقال الشائعات و المعلومات و الأفكار السلبية من فرد أو مجموعة صغيرة إلى سائر أفراد المجتمع و خصوصا الطلبة.

3- انتهاك خصوصية المستخدمين و كشف الأسرار و تسريب المعلومات و قيام قراصنة الأنترنت بتهكير الصفحات و اللجوء إلى الابتزاز بقصد الحصول على المنافع المادية و غيرها.

¹ محمد سيد ريان . (2012) الإعلام الجديد . القاهرة : مركز الأهرام للنشر و الترجمة و التوزيع.

² عبد الأمير مويت الفيصل . (2014) دراسات في الإعلام الإلكتروني . الإمارات العربية المتحدة : دار الكتاب الجامعي .

³ جمال سند السويدي . (2013) . من القبيلة إلى الفيس بوك , دراسات إستراتيجية, مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية .

4- تقلب الحالة المزاجية لعدد كبير من المستخدمين بسبب تلقي أخبار و معلومات و معطيات تؤدي إلى مشاعر مختلطة و متضاربة في لحظة او مدة قصيرة مثل الفرح أو الحزن أو الارتباك .

3-2: تويتر :

يعد تويتر و فيس بوك من برامج وسائل نقل الأخبار الأكثر شهرة في العالم, و كل هذه الوسائل لها تأثير كبير على تشكيل البناء الإدراكي و المعرفي للفرد أو المجتمع و يسهم هذا البناء في تشكيل رؤية الفرد و المجتمع تجاه قضايا مجتمعه و القدرة على تحليلها و استيعابها لاتخاذ السلوك المناسب حول القضايا, و انطلق تويتر في آذار عام 2006 بوصفه مشروعاً بحثياً أجرته شركة (odeo) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو, و قدمه مجموعة من رجال الأعمال و المختصين في مجال الحسابات.¹

و كلمة تويتر تعني (تغريد) وهو ما يظهر في شكل الطائر الأزرق الموجود كلوجو (logo) للموقع و تقوم فكرته على ما يسمى بتقنية micro blogging أو التدوين المصغر من خلال تكوين شبكة اجتماعية, و قد ساعدت مجانية الخدمة و سهولة الموقع و عدم وجود إعلانات مزعجة و زيادة مستخدميه ووجود جهات و مؤسسات و أفراد و مراسلين و صحفيين على إنعاش الموقع و إمداده بمعلومات سريعة و حصرية قبل أن بالصحف و وكالات الأنباء الرسمية.²

و يعد تويتر ثمينا للغاية حسب عدد من المهتمين فيه إذ يقوم رؤساء أو قادة العلاقات العامة الرقميين باستخدام تويتر لزيادة المعلومات عن حياتهم و اهتماماتهم و أعمالهم, و أن نجاحه يعود إلى ملائمته للاستخدام مع أجهزة الموبايل ليسطر على حياتنا اليومية.³

وقد قسم موقع تويتر من قبل المستخدمين على ثلاثة أنواع رئيسية هي ⁴ :

¹ علي عبد الفتاح كنعان . (2014) . الإعلام و المجتمع . عمان : دار اليازوري العلمية لنشر و التوزيع .

² رضا عبد الواحد أمين . (2009) استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت, أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد . جامعة البحرين .

³ محمد سيد ريان : مرجع سابق ص 5 .

⁴ شيماء ذو الفقار , حامد زغيب , (ديسمبر 2011) . استخدام موقع التدوين المصغر تويتر في تغطية الانتخابات التشريعية, المجلة المصرية لبحوث الإعلام, (38), الصفحة 7 .

1. مصدر المعلومات : مصدر المعلومات هو ان المستخدم يكون لديه عدد كبير من المتابعين و يقوم هذا المستخدم أو الفرد بتحديث الأخبار بشكل منتظم و إرسال المعلومات القيمة إلى المستخدمين.
2. الأصدقاء : معظم العلاقات على تويتر تندرج تحت هذه الفئة الواسعة, و هناك فئات فرعية من الصداقات على تويتر و منها على سبيل المثال قوائم خاصة بأفراد عائلته و أصدقائه في العمل و غيرها من التصنيفات و في عدد من الأحيان يقوم المستخدم بإضافة شخص غير معروف ليكون صديقا.
3. الباحث عن المعلومات : و هو الشخص الذي يقوم بمتابعة الآخرين بانتظام للحصول على المعلومات و هو عادة ما يكون مقلا في نشر تغريدات خاصة به.

و هناك أغراض كثيرة لاستخدام تويتر منها :

- المشاركة مع الآخرين على شبكة الأنترنت.
- يقوم المستخدم بنشر الأحداث التي يشهدها بنفسه.
- إعادة بث المعلومات الحديثة التي قام المستخدم باستلامها.
- التعليق على الاحداث و الأخبار المنشورة.
- التعليق على رسائل الآخرين و بشكل مختصر و مباشر.

3-3 : اليوتيوب :

وفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتطورها في مجال الأنترنت تقنية اليوتيوب التي أخذت تنتشر بشكل واسع بين المستخدمين من كل الفئات نتيجة لما تحمله من خصائص اتصالية تمكن المستخدم من الاطلاع على مضامينها في أي وقت و خارج حدود الزمن المقيد به داخل شاشة التلفزيون و التعليق عليها وفق رؤيته الخاصة لهذا المضمون .

و انطلق موقع اليوتيوب عام 2005 على يد كل من(شاد هارلي و ستيف شين و جاويد كريم) , و خلال عام 2006 أصبح اليوتيوب واحدا من المواقع الأسرع تطورا و انتشارا على شبكة الأنترنت حيث يشتمل على مقاطع متنوعة من أفلام السينما و التلفزيون و الفيديو و الموسيقى¹.

و يتيح اليوتيوب للقائم بالاتصال عددا من المزايا التي تتمثل في²:

¹ وسام كمال . (2014) . الإعلام الإلكتروني و المحمول بين المهنية و التطور, القاهرة : دار الفجر لنشر و التوزيع.

² عامر إبراهيم قنديلحي . (2015) الإعلام الإلكتروني , عمان : دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة .

1. التعرف إلى حد كبير على طبيعة أشخاص قاموا بنشر مواد فيديو بعينها، من خلال تتبع اسمه على اليوتيوب و تصفح ما سبق و نشره على الأنترنت و هذا احيانا يعطي دلالات أو محاذير في التعامل مع الفيديو.

2. التعرف إلى تاريخ الرفع على الأنترنت يظهر أحيانا صدق أو زيف عدد من مواد الفيديو فلو تم نشر مادة قبل حدث معين فيوحي هذا باختلاف هذا الفيديو و تاريخ التحميل منذ مدة زمنية بعيدة.

3. تعطي المواد المرئية أحيانا تفاصيل تفيد الصحفي الميداني في بلورة الأفكار و جمع المعلومات.

4. متابعة البرامج الإعلامية المهمة التي أثارت ضجة و لم يستطيع القائم بالاتصال متابعتها أثناء عمله.

و قد أصبح اليوتيوب وسيلة اتصالية و ثقافية عالمية بوصفه أحد أبرز الملامح لتقنيات الانترنت و تطبيقاته ، و انطلقت من اليوتيوب عشرات الأفكار باستخدام كلمة tube مقترنة بالكثير من المسميات لمواقع دينية و ثقافية و غيرها.

ثانيا : أهمية و أهداف مواقع التواصل الاجتماعي :

1-2 : أهمية مواقع التواصل الاجتماعي :

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي انعكاسات كبرى على قواعد حرية النشر والتعبير وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان، وغيرها من المفاهيم التي تكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية.¹

تبرز أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في أنها تساعد مستخدميها على متابعة كل ما هو جديد في مجالات الحياة المتعددة، فهي توفر المعلومات التي تمنح مستخدميها فرصة التواصل لتبادل الأفكار والآراء، كما حولت المستخدم لها من متلقي للمعلومات كما في وسائل الإعلام التقليدية إلى منتج للمعلومات ومشارك بها كما يشاء وبشكل حر للتعبير عن وجهات نظره.²

¹ أحمد حمودة . (2013) . دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية . رسالة ماجستير . (جامعة الدول العربية) القاهرة.

² شدان يعقوب خليل أبو يعقوب . (2015) . أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية . رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية . نابلس، فلسطين.

- وأكدت العديد من الدراسات والبحوث التي تناولت مواقع التواصل الالكتروني الاجتماعي أنها وسيلة اتصال تفاعلية قد تحقق العديد من الفوائد لمستخدميها فهي: ¹
 - تساعد مستخدميها على متابعة كل ما هو جديد في مجالات الحياة المتعددة من خلال الاطلاع على المؤتمرات والندوات.
 - تحقق التفاعلية والمرونة لمستخدميها فهي تجعل المستخدم لها متلقا وملقيا.
 - تسهم في تنمية الوعي لمستخدميها بقضايا المجتمع المختلفة.
 - تنمي لدى مستخدميها روح المبادرة والحوار واتساع الأفق مما تساعدهم على تبادل الآراء والمقترحات.
 - تنمي العديد من المهارات لدى مستخدميها كمهارات البحث والتفكير، والمهارات الحياتية كالاتصالات والتحدث والعرض والإقناع والحوار والتفاوض واتخاذ القرار وغيرها.
- 2-2: أهداف مواقع التواصل الاجتماعي :

- يمكن القول أن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي و التي أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية تسعى نحو تحقيق الأهداف التالية ²:
- أهداف دينية و أخلاقية : و تتضح هذه الأهداف من خلال الدعوة و تبادل النصيحة و المواد الدينية المسموعة و المرئية و المكتوبة.
 - أهداف تجارية : و تتضح من خلال التسويق و الإعلان و الترويج.
 - أهداف سياسية : و تتضح من خلال الدعايات و التحريض .
 - اهداف تعليمية : و تتضح من خلال تبادل الأفكار و المواد التعليمية و تبادل الأخبار و المعلومات و الخبرات.
 - أهداف ترفيهية : و ذلك من خلال تبادل الموسيقى و الصور و المقاطع المصورة و ما إلى ذلك.
 - أهداف أدبية : و ذلك من خلال تبادل الكتابات الأدبية و تبادل الآراء.

¹ علي معبد. (2012) أثر استخدام طلاب الدراسات الاجتماعية بكلية التربية للمواقع الاجتماعية الإلكترونية على تنمية الوعي السياسي وبعض المهارات الحياتية، كلية التربية، جامعة أسيوط، مصر.

² حامد سعيد الجبر و آخرون , (ديسمبر 2017) . " واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت" . مجلة كلية التربية جامعة الأزهر , (176) , الصفحة 94.

- أهداف نفسية و اجتماعية خروجاً من العزلة وسعيًا إلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات اجتماعية.
- أهداف عاطفية : قد تنتهي تلك الشبكات إلى تأسيس العلاقات العاطفية منها ما ينتهي بالزواج في الواقع.

2-3 : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص ومميزات كثيرة جعلت منها مقصداً لمتصفح الانترنت في جميع أنحاء العالم، ومن أم هذه الخصائص والمميزات¹ :

- 1- سهولة الاستخدام: تطورت مواقع التواصل الاجتماعي بحيث أصبحت سهلة الاستخدام، فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الانترنت، لذا نجد أن كل ما تطلب لاستخدام مواقع التواصل هو التدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وفي المقابل هناك بعض التطبيقات للأشخاص المتقدمين على التطبيقات، وهي بسيطة في التصميم.
- 2- التواصل والتعبير عن الذات : أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين، وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين.
- 3- تشكيل المجتمع بطرق جديدة: على الرغم من أن المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت منذ بداية التطبيقات الإلكترونية، إلا أن مواقع الشبكات الاجتماعية وفرت سبلاً جديدة للاتصال، فقد ينضم المستخدمون لمجتمعات قراء الكتب و الاتصال من خلال تبادل و قراءة الكتب التي يجوبونها.
- 4- نقل المعلومات: تسمح غالبية مواقع التواصل الاجتماعي لأعضائها باستعراض مواقع أصدقائهم، وقد مكن نقل البيانات المتاحة في هذه المواقع المستخدم من استعراض موقفه ومشاركته مع عامة الناس والأصدقاء، وتوفر بعض المواقع تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم و بين الأعضاء الآخرين، وبعض التطبيقات التي تم استخدامها بكثرة في الاحتجاجات الشعبية الأخيرة في البلدان العربية.

ثالثاً : التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

3-1 : التوعية المرورية :

3-1-1 مفهوم التوعية المرورية :

¹ فاض مشتاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي. مجلة تكريت للعلوم السياسية ، (12)، الصفحة 204.

تعددت وجهات نظر العلماء في تناول لمفهوم التوعية المرورية بين اللغة و الفلسفة و علم النفس و العلوم الاجتماعية , كما تباينت المصطلحات المرتبطة بالتوعية لهذا يرى الباحث أن يوضح الفرق بين كل من التوعية و الإدراك و الوعي.

أولا : الإدراك : يشير إلى القدرة على فهم الأشياء أو المواقف أو الأحداث أي أنه العملية التي يدرك بمقتضاها الإنسان و يفسر ما يحيط به و يتضمن الإدراك جميع العمليات التي يحصل بمقتضاها الإنسان على المعرفة بما في ذلك التفكير و التخيل و الحكم.

ثانيا : الوعي : و هو إدراك الفرد لما يحيط به إدراكا مباشرا أو بمعنى آخر " معرفة أو فهم الجمهور بأساليب الوقاية من الأخطار و الحروب و الكوارث بكافة أشكالها بما ينعكس على الإجراءات التي يقوم بها الجمهور عند وقوع الأخطار فيتم منعها أو التقليل من خسائرها" و في ضوء هذا التعريف يمكن القول أن الوعي المروري يشتمل على بعدين رئيسيين :

أ- المعرفة بما تحدثه حوادث المرور من آثار على الإنسان.

ب- الحد و التقليل من تنامي هذه الحوادث.

ثالثا : التوعية : عملية تشير إلى إكساب الإنسان وعيا حول مشكلات معينة , و محاولة تفهم هذه المشكلات و تبصيره بالجوانب المختلفة المحيطة بها , و تهدف التوعية إلى التوجيه و الإرشاد للتزويد بالمعرفة و إكساب الخبرة, و تعتبر وسائل الإعلام المختلفة المرئية و المسموعة و المقروءة , إضافة إلى الاتصال الفردي الجماعي من وسائل التوعية كما تشير التوعية إلى مدى التأثير في أنساق أي جماعة أو مجتمع لقبول فكرة ما , إذ تتضمن :

أ/ الوعي المروري : شكلا خاصا من أشكال الوعي , وهو اليقظة الحسية و المعنوية و المعرفة بكل ما يتعلق بالمرور من مركبة و طريق و أنظمة وقوانين و غيرها , بما ينعكس إيجابيا على الشخص و مراعاته للأنظمة المرورية المختلفة, و هذا الوعي من فراغ بل هو مرتبط بالوجود الاجتماعي لذلك يختلف مستواه و مضمونه من مجتمع إلى آخر و من فترة إلى أخرى داخل المجتمع الواحد و ذلك وفقا لمعطيات الواقع المروري و بالتالي فهو مسألة اجتماعية و في نفس الوقت فردية تتوقف على مقومات الفرد الذاتية.¹

¹ تباي عبر . (2012) . الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر : دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السائقين بولاية سطيف . مذكرة ماجستير . جامعة محمد خيضر , بسكرة.

ب/ التوعية المرورية : يقصد بالتوعية المرورية جعل جميع مستعملي الطريق من سائقين و مشاة على علم و اقتناع بقول و تعاليم و أصول و آداب السير و المرور التي تكفل لهما السلامة إذا تصرفوا و استعملوا الطريق استعمالا سليما وفق هذه القواعد و الأصول و الآداب.

فلا يكفي أن يكون مستعملو الطريق على علم بقواعد و آداب السير و المرور , و لكن المهم أن يقتنعوا بها و أن يستعملوا الطريق على أساسها و هكذا فإن نشر الوعي المروري يتطلب توافر شرطين الأول أن يكون مستعملو الطريق على علم بقواعد و آداب السير و المرور , و الثاني أن يقتنع الجمهور بأن هذه القواعد و التعليمات تكفلها السلامة و الأمانة و لذا فإنه يقوم بتنفيذها.

و يمكن تحقيق هذه الشرطين عن طريق أجهزة الإعلام المختلفة, و كذلك حملات التوعية المرورية التي تقوم بها الشرطة في إعلام و إقناع الجمهور بأهمية الالتزام بقواعد السير و بالتالي وقاية المجتمع نحو حوادث المرور.¹

3-1-2 أهمية التوعية المرورية :

تعتبر حملات التوعية المرورية محاولات متعمدة لإبلاغ الأفراد أو إقناعهم أو تحفيزهم بهدف التغيير في معتقداتهم أو معارفهم أو سلوكهم للناحية الإيجابية من أجل تحسين السلامة على الطرق , و تتجلى أهمية التوعية المرورية من خلال إحداث تغيير طوعي و دائم في المواقف و السلوكيات خلال حركة المرور من المواقف و السلوكيات السلبية إلى المواقف و السلوكيات الإيجابية.²

كما تكمن أهمية التوعية المرورية في تهذيب المفاهيم التي إعتاد عليها الأفراد , بحيث تكون نظرتهم للتقيد بأنظمة المرور و آدابه ليس على أساس الخوف من العقاب و إنما الانصياع الذاتي لها , لما تخلفه من مخاطر على حياتهم أولا , و لأنها تجافي السلوك القويم و الأخلاق الفاضلة ثانيا , و الهدف في المستقبل أن يكون الأفراد متعاونين مؤمنين بأهمية تعليمات المرور و الأسس التي تقوم عليها التوعية المرورية, و التي تساعد على نشر أنظمة و تعليمات المرور حتى يصبح العمل بشكل تكاملي ما بين الجمهور المستهدف و الأجهزة المعنية لتحقيق الهدف المنشود و هو السلامة المرورية لكل مستخدمي الطريق.

¹ إيمان كشيد . دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية المرورية . مرجع سبق ذكره , ص 98.

² أم لرقاب سمية . (2020) . فعالية الحملات الإعلامية في مجال التوعية المرورية بالجزائر : دراسة ميدانية بالمركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق . مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (جامعة محمد المين دباغين سطيف 2).

و تتضح أهمية التوعية المرورية من خلال ما أعلن عنه المؤتمر الدولي الرابع الذي عقد بمدينة تورنتو الإيطالية في عام 1972, و الذي صدر عنه :

أن السائق الجاهل يريك حركة المرور.

إن مسؤولية السائق كإنسان واعي هي العامل الأول و الأساسي الذي يقلل من الحوادث و المشاكل المرورية إذا التزم السائق بمقتضى الوعي المروري.

إضافة إلى أن تحقيق السلامة المرورية بين أفراد المجتمع ليس مسؤولية رجال المرور وحدهم فحسب , بل هي مسؤولية جماعية, يؤدي رجل المرور فيها وظيفته مشكورا و لا بد أن يتعاون أفراد المجتمع جميعا, بعد ان أخذوا حظهم من التوعية المرورية اللازمة و لا يكتفي في هذا الصدد بكفاءة من يقود عجلة القيادة فحسب بل لا بد من توفر ثقافة عالية و دراية و معرفة بوسائل السلامة للمحافظة على أرواح المارين و السائقين , حيث أن السلامة المرورية وظيفة أساسية من وظائف المجتمع الواعي.

و تعتبر التوعية المرورية من اهم الإجراءات الوقائية الكفيلة بضمان السلامة المرورية على مدى الطويل و تكمن أهميتها في نقطتين أساسيتين هما :

- ✓ تصحيح المفاهيم حول المجال المروري و مسؤوليات كل طرف.
- ✓ تعتبر التوعية المرورية مؤشرا دالا على مدى تحضر المجتمع ووعيه و ذلك من خلال تعرف ووعي كل طرف بمسؤولياته تجاه محيطه, حيث أن هذا الشعور بالمسؤولية يؤهل الفرد لانتهاج السلوك الملائم و السوي في المواقف المختلفة.

3-1-3 أهداف التوعية المرورية :

إن التوعية المرورية واجب ديني و أخلاقي و اجتماعي , و قد زاد الاهتمام بها بعد تزايد عدد الحوادث المرورية و التي ترجع أسبابها جميعا إلى عدم الالتزام بقواعد المرور , و تتجلى الأهداف الرئيسية للتوعية المرورية في النقاط التالية¹:

- ❖ توضيح أهمية استخدام الأنظمة و إتباع التعليمات المرورية , و ما لتلك الأهمية من دور في الحفاظ على حياة الأفراد من أخطار الطريق.
- ❖ تحقيق و نشر ثقافة التوعية المرورية بين أفراد المجتمع على اختلاف الشرائح و الفئات التي ينتمون إليها.

¹ أم لرقاب سمية .فعالية الحملات الإعلامية في مجال التوعية المرورية بالجزائر, مرجع سبق ذكره ص 88.

- ❖ تعويد الأفراد على التقيد بإرشادات المرور تجنباً لوقوع الحوادث المرورية التي تقع يومياً و يذهب بسببها العديد من الأفراد في شكل ضحايا أو معطوبين.
 - ❖ تقوية العلاقة بين رجال المرور و المواطنين و محاولة أن يشعر المواطن بأنه رجل مرور قبل أن يكون مواطناً.
- ترتبط التوعية المرورية فردية كانت أو جماعية بجملة من الغايات و الأهداف هي :
- ❖ اكتساب المعارف الجديدة أو التذكير بها و التأكيد عليها و تحديد مضامينها بدقة و توضيح الغايات المقصودة سواء منها الموجهة لصالح الفرد بذاته أو الجماعة و العمل على ترسيخ القناعة بأهميتها و ربطها بالعادات و الأعراف و القيم السائدة في المجتمع.
 - ❖ تنمية مهارات الأفراد و الجماعات عن طريق الإرشاد و التوعية بغية الحفاظ على السلامة و ضمان الصلاحية و الاستمرارية للحملات التوعوية و الإرشاد المروري و ذلك باستعمال الآليات اللازمة لذلك و التركيز على الخبرات و التجارب المكتسبة في هذا الميدان.
- و أيضاً نجد من أهداف التوعية المرورية ما يلي :
- ❖ العمل على تبصير الفرد بالمشاكل الناجمة عن حوادث المرور و أثرها على سلامته و سلامة جميع أفراد المجتمع.
 - ❖ ترسيخ سلوكيات مرورية تتفق مع قواعد المرور حيث يكون الالتزام بها طواعية.
 - ❖ العمل على إيجاد علاقة إيجابية و مثمرة بين مستعملي الطريق و شرطة المرور.
 - ❖ كما يمكن أن تكون أهداف التوعية المرورية متجلية فيما يلي¹ :
 - ❖ الهدف الإعلامي : الإعلام حول وجود مشكلة حوادث الطرق باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري و غير الجماهيري من خلال المحاضرات و الندوات و اللقاءات و المطبوعات.
 - ❖ الهدف الإقناعي : من خلال محاولة إقناع المواطن السائق و المشي و الراكب أن كل حادثة مخالفة و انه يخطئ و يتجاوز القوانين و القواعد و هو بذلك يتسبب في إيذاء نفسه و الآخرين , و تستخدم لذلك كافة الأساليب و المهارات الإعلامية و الإقناعية التي تركز على العلوم النفسية و الاجتماعية....
 - ❖ الهدف الإنساني : تهدف من خلال التوعية المرورية و التي تحمل أشكال التعليم و التدريب و التثقيف إلى الحفاظ على الإنسان و حفظ حياته و تأمين سلامة المجتمع و الحفاظ على موارده المختلفة.

¹ أم لرقاب سمية , مرجع سبق ذكره ص 89.

و قد حدد المؤتمر العربي الأول للمرور المنعقد في القاهرة عام 1972 أهداف التوعية المرورية على النحو الآتي :¹

- ✓ تبصير الفرد بمشكلات المرور و أثرها على سلامته و صحته و مصالحه و على الاقتصاد القومي و ما يبذل من وسائل و أساليب لمعالجتها.
- ✓ تعويد الفرد على ممارسة السلوك الصحيح لقواعد المرور و آدابه ممارسة طوعية باعتباره ضرورة قومية إلى جانب ما يعطيه مظهر الحركة السليمة من فكرة حضارية مشرقة.
- ✓ شرح قوانين السير و قواعد المرور و آدابه بأسلوب محبب و مشوق و بشكل مستمر و منتظم.
- ✓ تنمية روح التعاون و بث الألفة و المساعدة بين مستعملي الطريق.
- ✓ خلق العلاقة الطيبة و الثقة المتبادلة بين المواطن و رجل المرور.

3-1-4 خصائص التوعية المرورية :

يمكن تحديد أهم خصائص التوعية المرورية وشروطها على النحو التالي²:

- ❖ **الاستمرارية:** فالتوعية المرورية عبارة عن عملية تتصف بالاستمرارية والديمومة، فهي بالتالي عملية مستدامة وليست مجرد حدث أو مجموعة أحداث متفرقة، أو مجرد فعالية أو مجموعة فعاليات متناثرة، بل هي عملية مستمرة ودائمة.
- ❖ **المنهجية والانتظام والتماسك:** تتسم التوعية المرورية بأنها عملية منهجية منتظمة و متماسكة، تحدد أسسها ومطلقاتها وأهدافها، وتضع الخطط والبرامج الكفيلة بتحقيق هذه الأهداف. وهذا ما يفسر كون التخطيط والبرمجة هما الدعامتان القويتان اللتان تقوم عليهما التوعية المرورية.
- ❖ **الشمولية:** التوعية المرورية عملية شاملة، بمعنى أنها تشمل مختلف المجالات المرورية، وجميع جوانب الحياة المرورية، وتستهدف الوصول إلى جميع الشرائح الاجتماعية
- ❖ **التكامل:** التوعية المرورية عملية متكاملة، أي أنها تهتم بمختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية (البشرية والهندسية والقانونية والعمرائية... الخ). وتهتم بمختلف جوانب المشكلة المرورية (الاقتصادية والنفسية

¹ أم لرقاب صمية , مرجع نفسه ص 90.

² بوبصلة إيمان , صوالحية غنية. (مارس 2019). التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي, دراسة تحليلية لصفحة المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق فايسبوك. مجلة دراسات في علوم الإنسان و المجتمع, (2),الصفحة 8.

والاجتماعية) وتنطلق من حقيقة ان هذه الأطراف متكاملة، وبالتالي فإن الجهد المروري يجب أن يكون متكاملًا.

❖ **التجدد والتطور:** فهي متجددة ومتطورة، بحيث تستطيع ان تواكب المتغيرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية (أنظمة وتقنيات وقوانين وأنماط معيشة ومتغيرات ديموغرافية واجتماعية واقتصادية... الخ)، التي تترك آثارها الهامة على الحياة المرورية. لذلك فإن للتوعية المرورية جانبها الإبداعي والتفاعلي مع الواقع الموضوعي بشقيه الاجتماعي والطبيعي) ومن مضمونه المروري المتغير باستمرار. وهذا ما استدعي ضرورة التجديد والابتكار في مضامين التوعية المرورية، وفي الخطأ المروري، وفي الوسائل والموضوعات وأساليب المعالجة المستخدمة.

❖ **الاتفاق مع الاستراتيجية المرورية:** يجب التخطيط للتوعية المرورية وتحديد برامجها وأهدافها ضمن الإطار العام للاستراتيجية المرورية، وبما يتفق مع هذه الاستراتيجية، ويسهم في تحقيق أهدافها في مختلف مجالات الحياة المرورية.

❖ **التفاعلية:** فالتوعية المرورية الناجحة هي التي تبتعد عن التلقين والاكراه، وتعتمد أسلوب التفاعل، وتنجح في رفع فاعلية الناس وتفاعلهم مع الأهداف الاستراتيجية للتوعية المرورية.

❖ **التوعية أسلوب وقائي طوعي:** بمعنى أن التوعية هي أحد أساليب الوقاية، وهي لا تفرض بقانون، ولكن ينفذها الافراد انطلاقا من اعتبارات وأحاسيس تتحرك لديهم لدى استشعارهم بالخطر.

3-1-5 وسائل وأساليب التوعية المرورية :

تتحقق التوعية المرورية من خلال أساليب رئيسية و هي :

الأسلوب المعرفي: ويعني تزويد الفرد بكل المعارف والمعلومات الخاصة بالمرور، وقواعد تنظيمية، أي تمكينه من الالمام بقواعد تنظيم السير والقوانين والتنظيمات التي تحكم سير المركبات والمشاة في الطريق العام مثل الإشارات والعلامات، ومبادئ الأولوية وشروط التجاوز والمكوث وغيرها، وإلمام الجمهور بهذه المعارف يحقق وحدة الفكر والمفاهيم بين مستخدمي الطريق العام.

الأسلوب المهاري: ويعني تنمية قدرة الجمهور وصقل مهارته في الاستعمال الأمثل للطريق، سواء أثناء سياقة المركبات، مثل: الامتثال للإشارات واللوحات، الالتزام بأولويات المرور وترك مسافة الأمان أو أثناء السير مترجلا - مثل المشي على الرصيف والتقييد بقواعد قطع الطريق،- أي التدريب على ما تلقاه من معارف نظرية تطبيقا سليما، أثناء استعمال الطريق.

الأسلوب السلوكي: ويعني تهذيب سلوك مستعمل الطريق خلال التركيز على الجوانب النفسية له، والسعي إلى إقناعه بتقليل قواعد السلامة المرورية وجعله يؤمن بجدوى الامتثال لها، وغرس التسامح في نفسه والاحساس بمسؤوليته على سلامته وسلامة غيره من مستخدمي الطريق.¹

وعليه يمكن القول أن التوعية المرورية تهدف في الأساس إلى تحقيق غاية واضحة و هي تمكين مستعملي الطريق من تفادي الأخطار التي تحدث بهم مما يترتب عنه التقليل من الحوادث المرورية و كذلك التقليل من المآسي و الخسائر التي يسببها الاستعمال السيئ للطريق.

و يرتبط تحقيق هذا الوعي بجملة من الغايات المقصودة و التي نلخصها في النقاط التالية :

اكتساب المعلومات و المعارف الجديدة أو التذكير بها و التأكيد عليها و تحديد مضامينها بدقة و توضيح الغايات المقصودة سواء كان منها موجه لصالح الفرد ذاته أو الجماعة , و العمل على ترسيخ القناعة بأهميتها و ربطها بالعادات و الأعراف و القيم السائدة في المجتمع.

تنمية مهارات الأفراد و الجماعات عن طريق الإرشاد و التوعية بغية الحفاظ على السلامة و ضمان الصلاحية و الاستمرارية للحملات التوعوية و الإرشاد المروري و ذلك باستعمال الآليات اللازمة لذلك و التركيز على الخبرات و التجارب المكتسبة في هذا الميدان.

تعديل الاتجاهات و السلوكيات و العمل على إقناع الفرد و المجتمع بجدوى هذا التغيير و التعديل في بعض السلوكيات المرورية و الاعتماد على التقاليد السائدة و دورها في الوصول إلى الصالح العام و خلق جو من التواصل النفسي بين الفرد و الجماعة يتم من خلاله التبصير بصفة مستمرة بأهمية الالتزام بسلوكيات مرورية.

3-2: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية :

يشكل الفضاء الافتراضي مجالا خصبا لتداول المعلومات ونشرها خاصة ما يتعلق بأخبار الحوادث بصفة عامة وحوادث السير بشكل خاص , وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في التوعية من مخاطر حوادث المرور كذلك في عملية نشر المعلومات والأخبار المتعلقة بحوادث السير, حيث يمكن اعتبار مواقع شبكات التواصل

¹ بو طالي , بن بوزيد . (2006) . فعالية الحملات التوعوية المرورية . مؤتمر التعليم و السلامة المرورية , (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية) الرياض .

الاجتماعي كآلية لبناء اتصال فعال في المجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية داخل المجتمع وتحفيز الناس على المشاركة و التفاعل في تحقيق التوعية المرورية .¹

و فيما يلي بعض الأمثلة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور :

- مشاركة صور و فيديوهات لحوادث المرور و تحذير المستخدمين من الممارسات الخطرة و المخالفات المرورية التي يجب تجنبها.
- نشر المعلومات عن أهمية ارتداء حزام الأمان و القيادة بحذر و انتباه و التزام قواعد المرور لتجنب الحوادث.
- نشر النصائح و الإرشادات للسائقين الجدد لتحسين قيادتهم و تجنب الحوادث.
- تحديث المستخدمين بالمعلومات الحديثة عن حوادث المرور و الإجراءات القانونية المتخذة للحد منها.
- توفير المنصات اللازمة لتقديم الشكاوى و التقارير عن المشاكل التي تؤثر على السلامة المرورية و الحث على تبادل الخبرات و التجارب فيما يتعلق بحوادث المرور.
- التعاون مع المؤسسات و الهيئات المختصة بالسلامة المرورية للتوعية و التثقيف و تنظيم الحملات التوعوية و التثقيفية للحد من حوادث المرور.
- تعزيز التواصل و التفاعل بين المستخدمين و المجتمع المحلي لتعزيز الوعي بأهمية السلامة المرورية و تشجيع المشاركة الفعالة في الحملات التوعوية و التثقيفية لتحقيق أعلى مستويات السلامة على الطرق.

3-3: أهمية وسائل الإعلام في التوعية المرورية :

3-3-1: دور الوسائل المطبوعة في التوعية المرورية :

إن من أهم وسائل الاتصال التي لها دور فعال في تكوين حداث الرأي العام وإقناع الجماهير نجد وسائل الإعلام المختلفة والتي تمكننا من الوصول إلى تحقيق و إرساء الوعي المروري لكافة أفراد المجتمع و خاصة السائقين فهم يعتبرون الفئة الأكثر تسببا في حوادث المرور.

¹ نوال مغزلي . دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التوعية المرورية - التوعية الإلكترونية- مقال , الصفحة 13.

وتعتبر وسائل الإعلام المطبوعة وسائل حديثة لنقل الأخبار والمعلومات وهذا ما يساعد على إنتشارها، وقد ساهمت في نشر التعليم وأصبحت عبارة عن وسائل ذات رسالة اجتماعية مهمة.¹

وتتميز الوسائل المطبوعة بعدة خصائص :

✓ ذات طابع اجتماعي .

✓ فعالة ومؤثرة .

✓ سهولة التداول والتناول .

✓ متجددة المواضيع.

و من بين الوسائل المطبوعة التي تعمل على نشر التوعية المرورية نذكر منها :

أ- الصحافة :

تتنوع الأداة الصحفية بين الجرائد بأنواعها اليومية والأسبوعية وغيرها ويؤكد العطيبي أن المطبوع الذي يسمى صحيفة، يجب أن يتسم بالدورية ويصدر تحت اسم واحد، لأن الصفة الدورية تمكن الصحيفة من أداء وظيفتها.

وهناك من يؤكد أن هذه الأداة تحقق العديد من المزايا في الإعلام المروري الهادف لنشر التوعية المرورية ، و ذلك لنشر الحقائق و البيانات و المعلومات و الاحصائيات الخاصة بالجانب المروري، وتأتي هذه المواضيع على شكل مقالات وتحقيقات وتقارير وغيرها.

ب- الجرائد و المجلات :

تعد الجرائد والمجلات من أهم وسائل الإعلام المكتوبة فهي تسمح للمتلقي بممارسة السيطرة الكاملة على ظروف التعرض، فيتناولها متى أراد، وفي الوقت والمكان الذي يريد، فهي تتميز بطابع إخباري وتثقيفي حيث

¹ جفال زينب . (2015) . الإعلام الأمني و دوره في التقليل من ظاهرة حوادث المرور . مذكرة ماستر .

تساعد على إمكانية التغطية الإخبارية لجميع الأحداث والأنشطة والقواعد والآداب الخاصة بقواعد المرور والتوعية المرورية.

ج- الكتيبات و المطويات :

تتميز بأنها صغيرة الحجم ويمكن حملها باستمرار وواسعة الانتشار وسهلة التداول، تتضمن مواضيع مثل نشر سلوكيات مرورية وقائية مثل : حزام الأمان، تجنب السرعة، احترام الراجلين... إلخ.

وتعتمد على رسومات وصور توضيحية إلى جانب نص مكتوب. وهي تلقى رواجاً ومقروئية كبيرة من طرف الجمهور وتوزع في المعارض، المنتقيات، الطرقات، الشوارع والمدارس.

د- الملصقات و اللافتات :

وهي إحدى أهم الوسائل الإعلامية التي تنشر التوعية والثقافة المرورية فهي عبارة عن مطبوعة تكون صغيرة أو كبيرة وقطع قماش أو بلاستيك، ذات محتوى نصي، تتضمن عادة موضوع واحد. الهدف منها تبليغ الجمهور بموضوع تحسيسية مثل: إعلام الجمهور بالقيام بحملة تحسيسية تحمل شعارات مثل "التأني سلامة والعجلة ندامة"، ويتعدد محتواها بين أسلوب الإكراه و الترهيب وبين الإقناع والترغيب وتتميز بأن لها صدا كبيرا في حالة تعميمها ووضعها في الأماكن والشوارع الشعبية.¹

3-3-2: دور الوسائل السمعية البصرية في التوعية المرورية :

1- الوسائل السمعية :

أ - الإذاعة :

وهي من أكثر الوسائل انتشارا إذ يمكن الوصول إليها من طرف مختلف شرائح المجتمع، ويمكنها تحقيق نتائج هامة، والاستفادة من خصائصها الاتصالية في الجانب المروري ونشر الوعي والثقافة المرورية. وتتميز أيضا بسرعة الانتشار وفورية الاتصال، حيث تخاطب جمهور قائدي المركبات و الراجلين في أي موقع أو منطقة جغرافية، بأسرع وقت، و أغلب المركبات تتوفر لديهم أجهزة "الراديو" مما يسهل إيصال التعليمات المرورية بسرعة ووضوح حيث يمكن للمستمع تتبع نصائحها و إرشاداتها و هو يزاول عمله أو انشغالاته، وأهم خاصية تميز الإذاعة هي مخاطبة

¹ جفال زينب : مرجع سبق ذكره ص 53.

الشريحة الأمية وتؤثر فيها، من خلال الومضات التحسيسية التي تبث بين البرامج والإرشادات حول الآداب والأنظمة المرورية وكيفية تلقينها للأفراد الأسرة.

ب- الهاتف النقال :

و هو وسيلة يستعمل من خلال الكثرين يتصف بالاختصار و سهولة وصول المعلومة حيث من خلاله يمكن إرسال العديد من الرسائل التوعوية MMS و GIF عن حوادث مرورية للتأثير في الأفراد.

1- الوسائل السمعية البصرية :

يعتقد العلماء أن قدرة المرئيات على التأثير في حاسة البصر تفوق قدرة الصوتيات على التأثير السمعي وجذب الانتباه بمقدار 25 ضعفا .

أ- التلفزيون :

يرى محمد أديب أن هاته الوسيلة تتميز بغنى اللغة التعبيرية وتعدد عناصر التجسيد الفني وتعدد الحواس التي تخاطبها، ويضيف أن التلفزيون يستخدم "الكلمة لمخاطبة الذهن، الصورة لمخاطبة العاطفة، الحركة واللون لتقديم واقع تلفزيوني قريب من الواقع.

ففي الجانب المروري يمكن للتلفزيون أن يقدم الواقع بتقديم عواقب السلوكيات المرورية السلبية، وآثار عدم احترام قانون المرور، وتقديم النماذج السلوكية السليمة وذلك باستخدام الصوت والصورة، وهذا من خلال حصص خاصة وصور جامدة عن حادث خطير أو أفلام توعوية وأفلام كارتون أو على شكل أغاني مؤثرة لفنانين محبوبين أو ومضات إعلامية يؤدي أدوارها ممثلين مشهورين في الوسط الفني لزيادة الإقناع والتأثير.

ب- الفيديو :

وهو عبارة عن شريط فيلمي يحتوي على برامج معينة يجمع بين الصوت والصورة وهو يشبه التلفزيون ويختلف عنه في إمكانية تشغيله في أي وقت أو مكان بواسطة جهاز الفيديو أو تحميله في الهاتف النقال أو اللوحة الذكية ليطلع عليها الأطفال والمراهقين وكل شرائح المجتمع.¹

وتظهر مزايا الفيديو في نشر الوعي المروري في النقاط التالية :

- إجراء الحصص والدورات التدريبية لتعليم أساليب الوقاية في المجال المروري.

¹ جفال زينب : مرجع سبق ذكره ص 54.

■ زيادة درجة الإقناع والتأثير أثناء الندوات والمعارض المقصودة ببرامج التوعية المرورية عن طريق مشاهد تمثيلية بمقاطع موسيقية مؤثرة.

ج- المعارض و الملتقيات :

وهي وسيلة مباشرة تستعمل صور عن حوادث المرور، وتوزيع مطبوعات حول الأنظمة المرورية والقيام بشرح وتفسير بعض القواعد والسلوكيات المرورية، وأيضا تكون في شكل محاضرات ومدخلات تلقى من طرف مختصين، أو باحثين في المجال المروري أو أعوان الأمن وتهدف لتبادل الخبرات وتعتمد على الخطاب المباشر¹.

4-3 : مبادرات دولية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية :

ونظرا لدور الهام الذي تؤذيه مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية عبر ما تنشره من صور وتعليقات تحت على التقليل من حوادث المرور ، أطلقت شرطة أبوظبي الموقع الإلكتروني لبرنامج أبوظبي للتوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك-تويتر-يوتيوب) يتضمن تسع مبادرات ضمن برنامج - معا - للحد من الحوادث المرورية تهدف إلى انخراط جميع فئات المجتمع في التوعية بالسلامة المرورية والاحتفاظ بسجل مروري خالٍ من المخالفات وتكريس الاستخدام الأمثل لوسائل الاتصال الحديثة، من خلال تواصل السائق مع محيطه بإرسال تغريدة على * تويتر* بوصوله إلى وجهته بالسلامة، بالإضافة إلى تمكين توجيه ملاحظة قيمة لصديق أو زميل ارتكب مخالفة مرورية ونشر التوعية المرورية بين صفوف الأطفال كما تستهدف المبادرات نشر مقاطع فيديو عبر أجهزة الهاتف النقال أو من خلال الانترنت بمختلف مكوناته ووسائله لرفع مستوى الوعي لدى جيل الشباب والإنترنت، بالإضافة إلى إلقاء الضوء على قصص ضحايا الحوادث المرورية، ونشر مقاطع فيديو لقصص مؤلمة تظهر أشخاصا عانوا وأسرهم أو أصدقاؤهم حوادث مرورية مؤسفة.

كما بدأت هيئة الطرق والمواصلات، بالتنسيق مع عدد كبير من المتطوعين الناشطين في وسائل التواصل الاجتماعي، في نشر رسائل التوعية المرورية عبر حساباتهم الشخصية الإلكترونية².

وحسب تصريح مدير إدارة المرور في مؤسسة المرور والطرق بالهيئة أن الدراسات الجديدة التي تؤكد ارتفاع نسبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الدولة، تدفعنا إلى البحث عن الطريقة المناسبة لاستثمار هذه التقنية في تحقيق أهدافنا المرتبطة بسلامة مستخدمي الطريق، وأكد أن إدارة المرور بدأت منذ يناير الماضي التنسيق والتواصل مع عدد من المؤسسات والدوائر الحكومية والخاصة وجمعيات النفع العام، بهدف تسجيل المتطوعين لدى

¹ جفال زينب : مرجع سبق ذكره ص 54.

² نوال مغزلي : مرجع سبق ذكره ص 19.

تلك الجهات في برنامج * التوعية الإلكترونية* الذي يرسل على مدار العام رسائل توعية إلى المتطوعين ليقوموا بنشرها على حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي

رابعا : ماهية حوادث المرور :

4-1 تعريف حوادث المرور :

الحادث المروري هو الاصطدام الذي يقع بطريق عام مفتوح للمرور وينتج عنه إصابة أشخاص أو شخص أو وفاتهم، ويشترك فيه على الأقل عربية في حالة تنقل والراجلين و العربات والحيوانات، والحواجز إضافة إلى الحوادث الخاصة بالعربة لوحدها كالانقلاب، كما تعد الاصطدامات بين عدة وسائل حادثا واحدا عند حدوثها متزامنة وفي الوقت نفسه تقريبا .

يعرفه المطيري " : الحادث المروري هو كل ما يحدث للمركبة أو فيها أثناء سيرها بسبب توافر ظروف معينة، ودون توقع أو تدبير سابق من أي طرف من الأطراف المشاركة في الحادث، وينتج عنه إزهاق للأرواح أو خسارة في الممتلكات أو إصابة في الأجسام"¹

يعرف الحادث المروري على أنه واقعة تحدث بدون توقع وبدون تدبير سائق بسبب توفر ظروف معينة يحتمل وقوعها وينتج عنها نتائج سيئة وغير مرغوب فيها.

كما يعرف أيضا بأنه مشكلة مرورية ينتج عنها تلفيات أو إصابات أو وفيات دون قصد من جراء استخدام المركبة.²

ومن التعريفات السابقة يتضح أنه لتعريف حادث المرور لا بد أن توفر العناصر الآتية³:

- 1- عنصر الخطأ: وهو الفصل الصادر من الشخص بدون قصد ويتحقق هذا الفعل بسبب الإهمال أو عدم الاحتياط أو الرعونة، أو عدم مراعاة القوانين واللوائح والأنظمة.
- 2- عنصر المركبة: أن يكون هذا الفعل الخاطئ الذي ينجم عنه الضرر واقفا بسبب استخدام المركبة كالسيارات والدرجات النارية، والمقطورات، وغيرها.
- 3- الطريق العام: ونعني به أن يكون هذا الفعل الخاطئ الذي نخم عنه الضرر قد وقع بسبب استخدام المركبة للطريق العام.

¹ جفال زينب : الإعلام الأمني و دوره في التقليل من ظاهرة حوادث المرور , ص 45.

² إيمان كشيد : دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية المرورية , مرجع سبق ذكره ص 104.

³ مايدي هشام . (2019) حملة توعية للسلامة المرورية في الملصق الإعلاني . مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة ماستر في التصميم الجرافيكي . (جامعة عبد الحميد ابن باديس) مستغانم .

4- حدوث خسائر في الأرواح أو الممتلكات، أو كليهما: ويعتبر هذا من الخسائر الاقتصادية و البشرية والصحية الناتجة عن الحوادث المرورية.

4-2: أسباب ارتكاب حوادث المرور :

إن الحوادث المرورية لا تحدث صدفة فهناك ثلاث عناصر مساهمة في ذلك وهي الطريق والسيارة ومستعملي الطريق من سائقين ومشاة وتتأثر الحوادث المرورية بالأيام وساعات الذروة أو الازدحام بل والشهر وحالة الطقس والرؤيا ونوع السيارة والأضواء وتصميم الطريق وتصرفات مستعملي الطريق.¹

و تساهم العناصر الآتية بالحوادث المروري وفق الآتي :

1- السائق :

يعد سائق السيارة محور مشكلة المرور فما من حادث مروري يقع إلا و يكون أحد أطرافه سائق أو أكثر من سائقي السيارات فحتى إذا كان هناك خلل في السيارة أو في الطريق أو خلل في تصرفات المشاة أو بعض السائقين على الطريق , فإن اليقظة و الوعي السليم و الدراية و الخبرة المرورية للسائق يمكن من خلالها معالجة هذا الخلل و اكتشافه أو مشاهدته.

و هناك بعض الصفات السلبية التي يتصف بها السائقون وتؤثر سلبا في وقوع الحوادث المرورية و تفاقم الأخطار الناتجة منها :

عدم الكفاءة و الخبرة.

ضعف الإحساس بالمسؤولية.

ضعف اللياقة الصحية.

العوامل النفسية.

العوامل الاجتماعية.

2- الطريق :

¹ مايدي هشام .حملة توعوية للسلامة المرورية في الملصق الإعلاني. مرجع سبق ذكره ص 9.

تساهم الطريق في حوادث المرور من خلال العوامل التالية :

- التصميم الهندسي للطريق و يشمل المنحنيات الأفقية و الرأسية و سطح الطريق و ملائمة للسرعة المسموحة بفاعلية.
- العيوب الهندسية المتمثلة في التصميم الخاطئ للطريق و عدم وجود الأكتاف بالإضافة إلى غياب التخطيط السليم عند إنشاء الطرق.
- الحفريات التي تسببها أعمال الصيانة و التركيبات لبعض الشركات الخاصة التي تفتقر لوسائل السلامة المرورية.
- بالإضافة من حيث كفايتها و ملائمتها للطريق و تأثيرها على الرؤيا.

3- السيارة :

بالرغم من أن السيارة من أهم الأدوات الرئيسية في حركة المرور , و رغم ما تحققه للبشرية من منافع عديدة و فوائد متنوعة إلا أن لها آثار ضارة سواء على الصحة أو على المجتمع أو في مجال الطاقة و هو ما ينعكس بأثر سلبي على التنمية.

و تساهم السيارة في حوادث المرور من خلال الآتي :¹

نوع السيارة المستعملة و كفاءتها.

تزايد أعداد السيارات.

نقص المراقبة و الصيانة لها باستمرار.

4- الأحوال المناخية :

تمثل العوامل الطبيعية سببا من أسباب وقوع الحوادث المرورية , حيث يزداد وقوع الحوادث في الأيام الممطرة و الشديدة الحرارة و انتشارا الضباب و هبوب الرياح و العواصف و تؤكد الإحصاءات و الواقع تفاقم الأخطار الاقتصادية و زيادتها في ظل هذه الظروف.

و نظرا لخطورة العوامل الطبيعية بالنسبة لحوادث السير فيجب على السائق أن يتخذ حيلة زائدة عند توافر هذه الظروف, أي يبذل في القيادة عناية تزيد على عناية الرجل المعتاد, حتى يمكنه تجنب الاصطدام بالسيارات

¹ مايدي هشام . حملة توعية للسلامة المرورية في الملصق الإعلاني, مرجع سبق ذكره ص 11.

التي تتورط في حادث سير بفعل العوامل الطبيعية و هذا ما يمكن الحد منه من خلال تفعيل إجراءات السلامة المرورية و التوعوية للسائقين لمواجهة الظروف الجوية و الطبيعية المفاجئة.

5- المشاة :

و هي فئة من مستعملي الطريق لأكثر عرضة للخطر باعتبارهم غير مأمونين أو ضحية حادث و ذلك أمام أنانية و عدم وعي السائقين أو سببا فيه لعدم الحذر و اللامبالاة كمخالفة إشارة المرور , الصعود أو الهبوط من السيارة بطريقة خاطئة او دون مراقبة الطريق , العبور بطريقة خاطئة من الاماكن غير مخصصة للمشاة, السير و الوقوف في الطريق.

يلاحظ من شأن المشاة التصرفات الخاطئة التالية :

عدم التقيد بالأماكن المخصصة لعبور المشاة أو عدم استعمالها.

عدم تقديرهم لمخاطر قواعد المرور كمخالفة الإشارة الضوئية.

السير على الطريق بالرغم من وجود الأرصفة.

لعب الأطفال على الطريق.

غياب التوجيه الأسري و عدم تربية الطفل للتقيد بقواعد المرور.

عدم الاستجابة لحمات التوعية المرورية بالقدر الكافي.

4-3 آثار و انعكاسات حوادث المرور :

إن أهمية حوادث المرور تتمظهر من خلال تأثيرها الذي يمس العديد من النواحي و الأصعدة , و التي من أهمها النواحي الاقتصادية , الاجتماعية , النفسية و الصحية و هذه الأخيرة لا تمس الفرد فقط و إنما تتعداه لتمس و تعني الأسرة و المجتمع على حد سواء .¹

1- الآثار الاقتصادية :

إن الآثار الاقتصادية للحوادث المرورية يصعب احتسابها حيث يمتد أثرها للفرد و المجتمع, حيث أن شركات التأمين تتحمل إصلاح المركبات المتضررة , و تدفع ديوات المتوفين و مبالغ علاج الإصابات, و بالتالي فإن تفاقم

¹ أم لرقاب سمية , مرجع سبق ذكره ص 160.

مشكلة الحوادث المرورية يؤدي إلى أن شركات التأمين ترفع أسعارها تجنباً للخسارة , مما يعود سلباً على الفرد , أما من ناحية تأثيرها على المجتمع فإن الفرد في الدولة كعامل إنساني منتج يعمل لمجتمعه و بلده و لا يعوض بثمن خاصة و أن الدولة صرفت عليه منذ صغره من علاج و تعليم و رعاية و أهله لوطنه.

و يضاف إلى الأعباء الاقتصادية نفقات الإجراءات المتخذة للوقاية و العلاج من حوادث الطرق و المشاكل الاجتماعية المترتبة على ذلك و تشمل :

- ✓ الخدمات الطبية الإسعافية التي تقدم.
- ✓ نفقات التنويم بالمستشفيات و العلاج الطبي.
- ✓ نفقات إدارة و تسيير الطرق.
- ✓ نفقات التأهيل المهني و متطلباته من الأطراف الصناعية و الاجهزة المكسورة و ما يلزم ذلك من علاج مصاحب و توفير للمواد الخام و التحضير.
- ✓ تكاليف عملية إجلاء الطرق من السيارات المحملة.
- ✓ نفقات الممتلكات المعطلة و هي تشمل ممتلكات خاصة (السيارات و محتوياتها) و ممتلكات عامة (تكون في صورة أعمدة الانارة و الإشارات الضوئية و الأشجار و الأسوار سواء في الطرق أو المنازل) بالإضافة إلى نفقات الصيانة المتكررة.

2- الآثار الاجتماعية :

نجد كذلك من الآثار الظاهرة و المؤثرة التي تخلفها حوادث المرور الآثار الاجتماعية و التي نقصد بها هو تأثير الثلاثي في الجانب الاجتماعي لهذه الحوادث و نقصد بالتأثير الثلاثي هو تأثير حوادث المرور على كيان الفرد و الأسرة ثم على كيان المجتمع , فالمجتمع بطبيعة الحال يتكون من مجموع من الأسر و هذه الأخيرة تتكون من مجموعة من الأفراد و هذه الحوادث تؤثر بطريقة مباشرة على الأفراد و من ثم على الأسرة و من بعدها على المجتمع.

و تتبع أهمية هذه التأثيرات السلبية المصاحبة لحوادث المرور من خلال الخسائر التي تسببها هذه الحوادث و لعل أولها ما يتعلق بالأسرة ذاتها, حيث ان الضرر الذي يلحق بها نتيجة الحادث المروري سواء كان ضرراً مادياً أو معنوياً يأخذ جزءاً من دخلها أو من مدخراتها في سبيل إصلاح هذا الضرر, او شرائها سيارة أخرى إذا لم يكن هناك مجال لإصلاح الضرر و هو الأمر الذي يؤثر على طريقة إنفاقها و توزيعها لدخلها و بالتالي يؤثر على مستوى معيشة الأسرة و لو لفترة محدودة.

تختلف حوادث المرور العديد من الآثار الاجتماعية منها :¹

- ✓ فقدان أو عجز فرد من أفراد العائلة.
 - ✓ عدم القدرة على العمل جزئيا أو كليا , يؤدي إلى تناقص القدرة على الكسب جزئيا أو كليا.
 - ✓ التأثير على المركز الاجتماعي للمعوق و عائلته , مما ينعكس على حالته و حالة أسرته النفسية.
 - ✓ ضرورة البقاء عن قرب من مراكز التأهيل التي توجد غالبا في المدن الكبرى حيث نفقات المعيشة باهضة.
- 3- الآثار النفسية :**

إن الآثار النفسية التي تصيب الذين يتعرضون للحوادث المرورية قد تلازمهم وقتا طويلا جدا حتى بعد أن تشفى الجروح الجسدية تتناسى آلام الخسائر المادية , حيث ان الجروح النفسية لا تقل ضررا عن الجروح الجسدية إن لم تكن آثارها أكثر فداحة.

فكثرة المخالفات و الحوادث المرورية تزيد من التوترات النفسية الناجمة عن عدم إحساس الفرد بانتظام الأحداث في بيئته حيث صنف علماء النفس الحوادث المرورية من بين أحداث الحياة الضاغطة و هي لها أثر على صحة المرء النفسية و العقلية و العضوية.

و من بين الأبعاد النفسية ذات الصلة بالحوادث المرورية و التي أولاهها علماء النفس خاصة إهتماما كبيرا و ما أطلقوا عليه مسمى اضطراب ما بعد الصدمة **post traumatic stress disorder PTSD** و يمثل هذا الاضطراب المنهك في أفكار مسيطرة مرتبطة بالحادثة الصدمية , مثل الارتجاجات **Flashbacks** حيث يجد الأفراد الذين تعرضوا للحادثة الصدمية انفسهم يسترجعون سيناريو الحادث و يعاودون التفكير فيه و يعيشونه مرة أخرى و تعد الكوابيس و الأحلام المزعجة **Night mares** التي تؤثر على قدرة المصاب على النوم من الأعراض الناجمة عن الأحداث الصدمية , و يمكن أن يمتد تأثير هذه الأعراض إلى حياة الأفراد الاجتماعية إذا أصبح متعبا شديد الحساسية , كما يمكن أن تتأثر حياته الوظيفية إذا تأثرت قدرته على التركيز.

و من الأعراض الصدمية التي تظهر على من تعرضوا للحوادث المرورية نذكر منها¹ :

- ✓ استعادة الذكريات الأليمة أثناء أحلام اليقظة أو الكواليس ذات العلاقة.
- ✓ اجترار الذكريات الأليمة عند مقابلة أعوان الأمن و الشرطة.
- ✓ محاولة تجنب الأفكار أو الأنشطة التي لها علاقة بالحادثة.
- ✓ حالات الاكتئاب المتدرجة من البسيطة إلى الحادة.

¹ أم لرقاب سمية , مرجع سبق ذكره ص 163.

4- الآثار الصحية :

إن من أكثر آثار و مخلفات حوادث المرور جسامة الآثار الصحية لأنها تمس بصحة الفرد و سلامته الجسدية , حيث تؤدي حوادث المرور إلى آثار صحية قد تلازم المصاب مدى الحياة.

تشمل الآثار الصحية الإصابات الجسدية التي يخلفها الحادث المروري كالجروح و الخدوش الطفيفة مرورا بالجروح العميقة و الكسور المركبة و انتهاء بالوفاة, مما يؤثر بشكل أو بآخر على حساب مستوى الخدمة التي تقدمها المستشفيات للمرضى العاديين , و هناك الخسائر المادية الناتجة عن الحوادث المرورية و التي تتمثل في تكلفة علاج المصابين , و لا يتوقف الأمر عند العلاج بالمستشفى إنما أيضا هناك جانب آخر يبرز حجم المشكلة و معاناة الجهات الطبية معها , هذا الجانب يتمثل في إسعاف المصابين أي يتعلق الأمر بالمرحلة التي تسبق مرحلة الوصول إلى المستشفى للعلاج و ما يترتب على ذلك من تكاليف مالية باهظة.

و من الآثار الصحية أن هناك ضحايا لحوادث المرور لم يسلموا من الإصابات , فهناك حالات كثيرة في المستشفيات مصابة بغيبوبة طويلة , و كسور أولية و مضاعفة و عاهات دائمة و حالات بتر بالأيدي و الأرجل , أو شلل نصفي أو كامل و فقدان الذاكرة و كم يصرف من الأموال الطائلة في سبيل معالجة هذه الإصابات بل كم يخسر المجتمع من رجاله و نسائه و أبنائه بسبب الحوادث.

و قد أصبحت إصابات حوادث الطرق على مستوى العالم من بين الأسباب الرئيسية للوفاة و العجز أو الإعاقة و من الممكن أن تصبح هذه الإصابات و العاهات السبب الأول في الوفاة و الإعاقة.

و قد أثبتت الدراسات العلمية أن أكثر الأسباب المؤدية للوفاة نتيجة للحوادث المرورية هي¹:

✓ إصابات الرأس و العنق.

✓ إصابات الصدر.

✓ إصابات الصدر و الرأس.

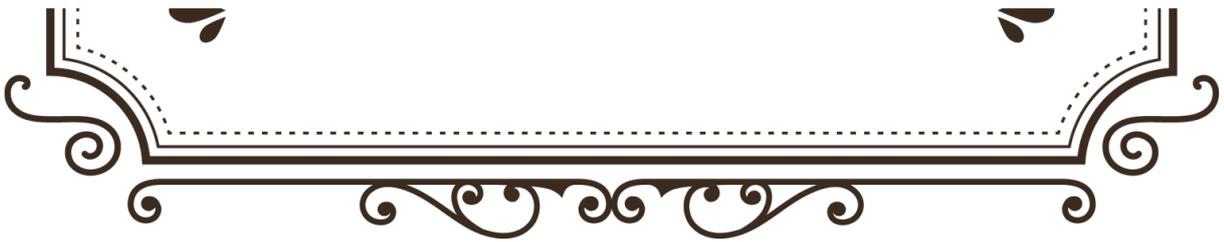
✓ إصابات الصدر و البطن.

و قد تختلف الإصابات الناتجة عن الحوادث المرورية بحسب وجود الشخص في المركبة و في أي مقعد و كذلك كونه داخلها أم من المشاة , و هل كان متعبا لإجراءات السلامة كربط حزام الأمان أم لا.

¹ أم لرقاب سمية , مرجع سبق ذكره ص 168.



الفصل الثالث
الإطار التطبيقي



تمهيد:

بعد الاطلاع على الجانب النظري لموضوع البحث سنتطرق في فصل الجانب التطبيقي لدراستنا باختبار فرضيات الدراسة التي اعتمدنا فيها على أداة الاستبيان للحصول على المعلومات الضرورية للتحليل والوصول الى نتائج، قد أدى التطور السريع لتقنيات الاتصال، ولا سيما ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية واعتمادها على نطاق واسع ، إلى تغيير جذري في الطريقة التي يتم بها نشر المعلومات وتلقيها. في سياق السلامة على الطرق ، يمكن لهذه المنصات أن تلعب دورًا مهمًا في زيادة الوعي بحوادث المرور وتعزيز السلوك المسؤول بين مستخدمي الطريق.

يهدف هذا الإطار التطبيقي إلى توفير نهج شامل ومنظم لفهم دور مواقع التواصل الاجتماعي في سياق التوعية بالحوادث المرورية. من خلال دراسة المكونات والعوامل المختلفة المعنية ، يسعى هذا الإطار إلى تسليط الضوء على الفرص والتحديات التي تطرحها هذه المنصات وتقديم رؤى عملية للاستخدام الفعال. يشتمل الإطار على تحليل متعدد الأبعاد يأخذ في الاعتبار الجوانب التكنولوجية والاجتماعية لمواقع الشبكات الاجتماعية.

أولاً: عرض بيانات الدراسة :

1- الاطار الزمني والمكاني:

✓ امتدت دراستنا التحليلية لصفحة طريقي من 02 جانفي 2023 الى غاية 23 أفريل 2023

✓ مجتمع الدراسة: صفحات الفيسبوك وخاصة المجموعات التي مضامينها تدور حول حوادث السير

واحترام قوانين المرور حيث استهدفت دراستنا جميع المواطنين المتاحين عبر منصات التواصل

الاجتماعي.

2- الخصائص السوسيو مترية لاداة الدراسة :

1-2 : الصدق :

الجدول 01: ارتباط البنود مع الدرجة الكلية لمحور اسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية

العبارة	معامل بيرسون	الدلالة	العبارة	معامل بيرسون	الدلالة
01	0.578**	0.000	10	0.769**	0.000
02	0.644**	0.000	11	0.740**	0.000
03	0.627**	0.000	12	0.744**	0.000
04	0.658**	0.000	13	0.726**	0.000
05	0.718**	0.000	14	0.698**	0.000
06	0.700**	0.000	15	0.730**	0.000
07	0.667**	0.000	16	0.754**	0.000
08	0.784**	0.000	17	0.770**	0.000
09	0.839**	0.000			

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: يتبين أن معاملات ارتباط الدرجة الكلية للمحور مع درجات عباراته تتراوح بين 0.578** كأدنى قيمة

0.839** كأعلى قيمة وهي معاملات ارتباط عالية وتدل على مدى اتساق عبارات المحور وهو دليل على أن

الاختبار صادق 100% نظرا أن لان جميع العبارات (17) دالة احصائيا عند مستوى معنوية (0.000).

2-2 : الثبات:

الجدول 02: اختبار ثبات محور اسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية:

المتغير	عدد البنود	معامل ألفا كرومباخ
مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي	17	0.939

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: مقياس مساهمة وسائل مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية ثابت بنسبة 93%

3- تحليل بيانات الدراسة:

1-3 البيانات الوصفية للدراسة :

الجدول 03: البيانات السوسيوديمغرافية

المتغير	البدائل	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	46	36.2
	أنثى	81	63.8
السن	25-18	92	72.4
	30-26	14	11.0
	35-31	13	10.2
	40-36	1	0.8
	41 وما فوق	7	5.5
المستوى التعليمي	متوسط	1	0.8

5.5	7	ثانوي	
93.7	119	جامعي	
55.1	70	نعم	امتلاك رخصة السياقة
44.9	57	لا	
46,5	59	لم يسبق لي أن قدت سيارة	سنوات الخبرة في السياقة
15,7	20	قدتها لمدة تقل عن سنة	
4,7	6	قدتها لمدة تناهز سنة الى سنتين	
10,2	13	أكثر من سنتين الى أربع سنوات	
10,2	13	أكثر من أربع سنوات الى ثماني سنوات	
3.1	4	أكثر من ثماني سنوات الى عشر سنوات	
9.4	12	أكثر من عشر سنوات	

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج SPSS

التعليق: يتضح من الجدول رقم 01 أن عينة الدراسة تكونت من 127 فرد مقسمة حسب الجنس ب 46 ذكر (36.2%) و 81 أنثى (63.8%). أما حسب السن الى 92 (72.4%) فرد أعمارهم (18-25) سنة، 14 (11%) فرد أعمارهم (26-30) سنة، 13 (10.2%) فرد أعمارهم (31-35) سنة، 1 (0.8%) فرد أعمارهم (36-40) سنة و 7 أفراد (5.5%) 41 سنة وما فوق. كذلك تنقسم حسب المستوى التعليمي الى فرد واحد (0.8%) مستوى متوسط، 7 (5.5%) مستوى ثانوي، 119 (93.7%) مستوى جامعي، 70 فرد (55.1%) يمتلكون رخصة سياقة، 57 (44.9%) لا يمتلكون رخصة سياقة ، أما من ناحية سنوات الخبرة في السياقة 59 فرد (46.5%) لم يسبق لهم أن قادوا، 20 (15.7%) قادوا لمدة تقل عن سنة، 6 (4.7%) من سنة الى سنتين، 13 (10.2%) من 4 الى 8 سنوات، 4 (3.1%) من 8 الى 10 سنوات، 12 (9.4%) أكثر من 10 سنوات.

الجدول (04): امتلاك رخصة السياقة

امتلاك رخصة سياقة		
النسبة	التكرار	العبارات
55,1	70	نعم
44,9	57	لا
100,0	127	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: **SPSS**

التعليق :

هذه البيانات تعبر عن عينة من الأفراد وإجاباتهم على سؤال حول ما إذا كانوا يمتلكون رخصة قيادة أم لا. ويمكن استنتاج ما يلي:

- عدد الأفراد الذين شملتهم العينة هو 127.

- من بين هؤلاء الأفراد، يمتلك 70 شخصاً رخصة قيادة، أي أن نسبة الممتلكين للرخصة هي 55.1% من إجمالي عدد الأفراد المشمولين بالعينة.

- بينما لا يمتلك رخصة قيادة 57 شخصاً، أي أن نسبة غير الممتلكين للرخصة هي 44.9% من إجمالي عدد الأفراد المشمولين بالعينة.

الجدول (05): سنوات الخبرة في السياقة

سنوات الخبرة في السياقة		
النسبة	التكرار	العبارات

46,5	59	لم يسبق لي أن قدت سيارة
15,7	20	قدتها لمدة تقل عن سنة
4,7	6	قدتها لمدة تناهز سنة الى سنتين
10,2	13	أكثر من سنتين الى أربع سنوات
10,2	13	أكثر من أربع سنوات الى ثماني سنوات
3,1	4	أكثر من ثماني سنوات الى عشر سنوات
9,4	12	أكثر من عشر سنوات
100,0	127	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق :

تظهر هذه البيانات عدد سنوات الخبرة في القيادة للأفراد الذين شملتهم العينة. ويمكن فهم البيانات على النحو التالي: يبدو أن 59 شخصاً من بين المشمولين بالعينة لم يقودوا سيارة من قبل، وهذا يعني أنهم يفتقرون إلى الخبرة في القيادة.

- بينما قال 20 شخصاً من العينة أنهم لديهم خبرة قيادة تقل عن سنة واحدة، و 6 أشخاص فقط قالوا إنهم لديهم خبرة قيادة تتراوح بين سنة واحدة وستين فقط.

- ويبدو أن 13 شخصاً لديهم خبرة قيادة تتراوح بين أكثر من سنتين وحتى 4 سنوات، و 13 آخرون لديهم خبرة قيادة تتراوح بين أكثر من 4 سنوات وحتى 8 سنوات، بينما قال 4 أشخاص فقط إنهم لديهم خبرة قيادة تتراوح بين أكثر من 8 سنوات وحتى 10 سنوات.

- وأخيراً، قال 12 شخصاً إنهم لديهم خبرة قيادة تزيد عن 10 سنوات، مما يعني أنهم يتمتعون بمستويات عالية من الخبرة في القيادة.

يمكن استنتاج أن معظم المشمولين بالعينة هم أشخاص ليس لديهم خبرة كافية في القيادة، حيث أن نسبة غالبية العينة (46.5%) لم تقود سيارة من قبل، ونسبة الذين لديهم خبرة قيادة تقل عن سنة واحدة (15.7%) معتدلة. ويمثل الأشخاص الذين لديهم خبرة قيادة تزيد عن 4 سنوات (بما في ذلك الذين لديهم خبرة تزيد عن 10 سنوات) نسبة أقل من المشمولين بالعينة (28.4%)، وهذا يعني أنه يمكن أن يكون هناك حاجة إلى توفير التدريب والتأهيل للأفراد الذين ليس لديهم خبرة كافية في القيادة.

الجدول (06) : التعود على السياقة

الدالة	التعود على السياقة	
أحيانا	2.66	المتوسط الحسابي
	1.668	الانحراف المعياري

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: هنا هي بعض التفسيرات المحتملة للنتائج:

• يشير المتوسط الحسابي المنخفض نسبيا (2.66) إلى أن معظم الأشخاص ليسوا متعودين جيدا على القيادة. يمكن أن يعكس ذلك أن العينة تتكون في الغالب من الأشخاص الذين لم يحصلوا على رخصة قيادة منذ فترة طويلة أو المتدربين الجدد.

• الانحراف المعياري المرتفع (1.668) يشير إلى تباين كبير في مستوى التعود بين الأشخاص. ربما يعكس ذلك اختلافاً بين السائقين ذوي الخبرة وغيرهم.

الجدول (07) : مستوى المعارف بقوانين المرور

الدلالة	مستوى المعارف بقوانين المرور	
متوسطة	3,09	المتوسط الحسابي
	1,224	الانحراف المعياري

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: هذه البيانات تشير إلى ما يلي:

- المتوسط الحسابي 3.09 على 5 يعني أن متوسط مستوى المعرفة بقوانين المرور لدى العينة كان متوسطاً.
 - الانحراف المعياري المنخفض نسبياً 1.224 يعني أن هناك تجانساً عالياً بين إجابات العينة، مما يشير إلى أن مستوى المعرفة بالقوانين كان متقارباً بين أفراد العينة.
 - المتوسط الحسابي القريب من المنتصف يشير إلى أن بعض الأفراد لديهم معرفة جيدة بالقوانين، في حين أن البعض الآخر لديه معرفة محدودة.
 - كان متوسط معرفة أفراد العينة بقوانين المرور 3 من 5، ولكن باختلاف بسيط.
- في المجمل، تشير هذه النتائج إلى أن مستوى المعرفة بقوانين المرور لدى أفراد العينة كان محدوداً إلى حد ما، مع وجود تجانس متوسط تقريباً بين الإجابات.

الجدول (08): حادث سير تسببت فيه

آخر حادث سير تسببت فيه		
النسبة	التكرار	العبارات
91,3	116	لم تسبب في أي حادث سير
3,1	4	منذ بضعة أشهر أو سنة مضت
3,9	5	منذ أكثر من سنة إلى أقل من خمس سنوات
1,6	2	منذ 5 سنوات أو أقل من 10 سنوات مضت
100,0	127	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: تظهر هذه البيانات عدد الحوادث التي تسبب فيها الأفراد الذين شملتهم العينة. ويمكن فهم البيانات على النحو التالي:

- يبدو أن 116 شخصًا من بين المشمولين بالعينة لم يتسببوا في أي حوادث سير، وهذا يعني أنهم لم يكونوا سببًا في أي حوادث تسببت في إصابات أو أضرار مادية.

- أما الأشخاص الذين تسببوا في حوادث سير في الماضي، فقال 4 أشخاص فقط إن آخر حادث وقع منذ بضعة أشهر أو سنة مضت، و5 أشخاص قالوا إن آخر حادث وقع منذ أكثر من سنة وأقل من خمس سنوات، وقال شخصان فقط إن آخر حادث وقع منذ خمس سنوات أو أقل من 10 سنوات.

يمكن استنتاج أن معظم المشمولين بالعينة لم يتسببوا في أي حوادث سير في الماضي، حيث أن نسبة غالبية العينة (91.3%) لم تتسبب في أي حوادث. ويمثل الأشخاص الذين تسببوا في حوادث سير في الماضي نسبة قليلة جدًا من المشمولين بالعينة، وهذا يعني أن العينة لا تعكس بشكل كافي الأفراد الذين يتسببون في حوادث السير بشكل عام. ومع ذلك، فإن هذه البيانات تشير إلى أن العديد من الأفراد المشمولين بالعينة ليس لديهم تاريخًا من التسبب في حوادث السير، وهذا يمكن أن يعزز السلامة على الطرق إذا تم توفير التدريب والتوعية اللازمة للأفراد الذين ليس لديهم خبرة كافية في القيادة.

الجدول (09): حادث سير تعرضت له

آخر حادث سير تعرضت له		
النسبة	التكرار	العبارات
77,2	98	لم أتعرض لأي حادث سير
8,7	11	منذ بضعة أشهر أو سنة مضت
5,5	7	منذ أكثر من سنة إلى أقل من خمس سنوات
5,5	7	منذ 5 سنوات أو أقل من 10 سنوات مضت
1,6	2	قبل 10 سنوات خلت أو أقل من 15 سنة

1,6	2	قبل 15 سنة أو أقل من 20 سنة مضت
100,0	127	المجموع

المصدر من اعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج SPSS

التعليق: تظهر هذه البيانات عدد الحوادث التي تعرض لها الأفراد الذين شملتهم العينة. ويمكن فهم البيانات على النحو التالي:

- يبدو أن 98 شخصاً من بين المشمولين بالعينة لم يتعرضوا لأي حوادث سير، وهذا يعني أنهم لم يتعرضوا لأي حوادث تسببت في إصابات أو أضرار مادية.

- أما الأشخاص الذين تعرضوا لحوادث سير في الماضي، فقال 11 شخصاً إن آخر حادث تعرضوا له وقع منذ بضعة أشهر أو سنة مضت، و7 أشخاص قالوا إن آخر حادث تعرضوا له وقع منذ أكثر من سنة وأقل من خمس سنوات، و7 أشخاص آخرين قالوا إن آخر حادث تعرضوا له وقع منذ خمس سنوات أو أقل من 10 سنوات، وهناك 4 أشخاص قالوا إن آخر حادث تعرضوا له وقع قبل أكثر من 10 سنوات.

يمكن استنتاج أن معظم المشمولين بالعينة لم يتعرضوا لأي حوادث سير في الماضي، حيث أن نسبة غالبية العينة (77.2%) لم تتعرض لأي حوادث. ويمثل الأشخاص الذين تعرضوا لحوادث سير في الماضي نسبة قليلة جداً من المشمولين بالعينة، وهذا يعني أن العينة لا تعكس بشكل كافٍ الأفراد الذين يتعرضون لحوادث السير بشكل عام. ومع ذلك، فإن هذه البيانات تشير إلى أن هناك عدداً قليلاً من الأفراد الذين تعرضوا لحوادث سير في الماضي، وهذا يمكن أن يشير إلى أن هناك احتمالية لحدوث حوادث سير في المستقبل وبالتالي يجب أن يكون الجميع على استعداد للتعامل مع تلك المواقف. ويجدر بالذكر أن الأفراد الذين تعرضوا لحوادث سير في الماضي، قد يحتاجون إلى تلقي العلاج الطبي والدعم النفسي لمساعدتهم على التعافي من الصدمة التي تلقوها.

الجدول (10): أنواع حوادث السير

لا		نعم		العبارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
73,6%	103	12,8%	24	اصطدام سيارتين

89,5%	120	2,5%	7	اصطدام سيارة وزن خفيف مع سيارة وزن ثقيل
86,5%	117	4,1%	10	اصطدام سيارة او شاحنة بدراجة او دراجة نارية
84,6%	115	5,3%	12	تم دهسي وانا مترجل
92,7%	123	1,1%	4	قمت بدهس شخص بسيارتي (دراجتي، شاحنتي)

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: من خلال الجدول التالي يتضح ان:

1. اصطدام سيارتين:

- النسبة: 12.8%.

- يحدث هذا النوع من الاصطدام بشكل متكرر نسبياً، ويمثل 12.8% من جميع الحوادث المسجلة.

2. اصطدام سيارة وزن خفيف مع سيارة وزن ثقيل:

- النسبة: 2.5%.

- هذا النوع من الاصطدام نادر الحدوث، حيث يحدث فقط في 2.5% من الحوادث المسجلة.

3. اصطدام سيارة أو شاحنة بدراجة أو دراجة نارية:

- النسبة: 4.1%.

- هذا النوع من الاصطدام يحدث بشكل متوسط، حيث يشكل 4.1% من جميع الحوادث المسجلة.

4. تم دهسي وأنا مترجل:

- النسبة: 5.3%.

- حوادث الدهس للأشخاص المترجلين تحدث بشكل متوسط، حيث تشكل 5.3% من جميع الحوادث المسجلة.

5. قمت بدهس شخص بسيارتي (دراجتي، شاحنتي):

- النسبة: 1.1%.

- هذا النوع من الاصطدام نادر الحدوث، حيث يحدث فقط في 1.1% من الحوادث المسجلة.

استنتاجات:

- الاصطدام بين سيارتين يعد النوع الأكثر تكرارًا للحوادث، حيث يشكل 12.8% من جميع الحوادث.

- حوادث الدهس تحدث بنسبة متوسطة، حيث تشكل حوالي 5% من جميع الحوادث المسجلة.

- حوادث اصطدام السيارات بالدراجات النارية تحدث بشكل متوسط، حيث تشكل حوالي 4% من جميع الحوادث المسجلة.

الجدول (11): الأسباب الكاملة وراء حوادث المرور

لا		نعم		العبارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
79,5 %	101	20,5%	26	التحدث اثناء السياقة مع السائق
82,7 %	105	17,3%	22	التحدث بالهاتف اثناء السياقة
76,4 %	97	23,6%	30	التجاوز الخطير
78,0	99	22,0%	28	تجاوز السرعة القانونية

%				
82,7 %	105	17,3%	22	عدم السير حسب السرعة الإجبارية الأدنى
90,6 %	115	9,4%	12	عدم ربط حزام الأمان
77,2 %	98	22,8%	29	عدم احترام اشارات المرور والممهلات
81,9 %	104	18,1%	23	السياسة في ظل التعب وقلة النوم
84,3 %	107	15,7%	20	السياسة في ظل سوء الحالة النفسية
83,5 %	106	16,5%	21	العبور المجازف للطريق
85,8 %	109	14,2%	18	عدم وجود ممرات عبور في مناطق حساسة
78,7 %	100	21,3%	27	عدم احترام مسافة الأمان القانونية
88,2 %	112	11,8%	15	عدم صيانة اعطاب السيارة خاصة الأضواء والغمازات
85,8 %	109	14,2%	18	عدم التدرب بشكل كاف على السياسة
89,0	113	11,0%	14	عدم إدراك الخطر كما يجب وسوء التعامل معه (الأحوال)

الجوية مثلا)				%
اهتراء الطرقات	25	19,7%	102	80,3 %
تعاطي الكحول والمخدرات	16	12,6%	111	87,4 %
خروج الحيوانات	22	17,3%	105	82,7 %
غياب اشارات في الطرق	19	15,0%	108	85,0 %

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: هذه النتائج تشير إلى أن أغلب المشاركين في الاستطلاع يعتبرون الممارسات التالية خطيرة ويجب تجنبها:

• عدم ربط حزام الأمان (90.6%)

• عدم التدرب بشكل كافي على القيادة (85.8%)

• السياقة تحت تأثير الكحول أو المخدرات (87.4%)

• عدم إدراك الخطر كافيًا (89%)

• عدم صيانة الأعطال مثل الأضواء (88.2%)

بينما تظهر النتائج أن أقل الممارسات خطورة حسب رأي المشاركين:

• الحديث أثناء القيادة مع السائق (79.5%).

الجدول (12): استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	
دائما	4,84	المتوسط الحسابي
	,364	الانحراف المعياري

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: تشير النتائج إلى ما يلي:

• المتوسط الحسابي المرتفع (4.84 من 5) يشير إلى أن مستوى استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعًا بشكل عام.

• الانحراف المعياري المنخفض (0.364 فقط) يشير إلى أن هناك تجانسًا عاليًا في نتائج العينة بشأن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، مما يعني أن معظم الأفراد يستخدمونها بكثرة.

• المتوسط الحسابي المرتفع فوق النقطة الوسطى (4) يعني أن معظم الأفراد في العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة، مع وجود عدد قليل فقط من الأفراد الذين لا يستخدمونها كثيرًا.

• الشريحة الصغيرة نسبيًا من الانحراف المعياري تشير إلى أنه على الرغم من أن الاستخدام كان بشكل عام مرتفعًا، إلا أنه كان موحدًا إلى حد كبير بين أفراد العينة.

في المجمل ، تشير النتائج إلى أن أفراد العينة بشكل عام يستخدمون مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بكثرة، مع وجود تجانس عالٍ بين استخدامهم.

الجدول (13): مواقع التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدلالة
الفيس بوك	4.36	0.88	دائما
الانستغرام	3.93	1.22	غالبا
تويتر	2.07	0.93	احيانا
سناب شات	2.77	1.25	احيانا
تيك توك	2.96	1.41	احيانا
يوتيوب	3.93	0.94	غالبا
واتس اب	3.18	1.31	غالبا
لينكد اين	2.05	0.98	نادرا

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: هذه النتائج تعني:

- المتوسط الحسابي 4.36 من 5 يشير إلى أن متوسط تفضيل أفراد العينة لاستخدام موقع فيسبوك كان مرتفعاً. وهذا يعني أن العديد من الأشخاص يفضلون استخدام فيسبوك عن غيره من مواقع التواصل الاجتماعي.
- الانحراف المعياري المرتفع نسبياً 0.888 يشير إلى أن هناك اختلافات واسعة في آراء الأفراد وتفضيلاتهم بشأن فيسبوك. مما يعني أن بعض الأشخاص يفضلون فيسبوك بشكل كبير في حين أن آخرين لا يفضلونه كثيراً.
- يمكن تفسير هذه النتائج على أنها تشير إلى أن فيسبوك موقع شعبي نسبياً لدى أفراد العينة، رغم وجود اختلاف كبير في مدى تفضيلهم له عن غيره من المواقع.
- قد يكون عامل العمر أو الجنس أو الخلفية سبباً في الاختلافات بين الأفراد، على الرغم من عدم وجود معلومات حول خصائص العينة.

الجدول (14): عدد ساعات التصفح على مواقع التواصل الاجتماعي

عدد ساعات التصفح		
النسبة	التكرار	العبارات
1,6	2	أقل من ساعة
22,0	28	من ساعة إلى ساعتين
76,4	97	أكثر من ساعتين
100,0	127	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: بناءً على البيانات التي قدمتها، يتضح أن عدد الأشخاص الذين يقضون وقتاً في التصفح على الإنترنت كالتالي:

- حوالي 1.6% من الأشخاص يقضون أقل من ساعة في التصفح.

- حوالي 22% من الأشخاص يقضون من ساعة إلى ساعتين في التصفح.

- حوالي 76.4% من الأشخاص يقضون أكثر من ساعتين في التصفح.

إجمالاً، يُلاحظ أن الأغلبية العظمى من الأشخاص يقضون وقتاً طويلاً في التصفح على الإنترنت، بينما يقضي عدد قليل من الأشخاص وقتاً قصيراً في التصفح.

الجدول (15) : بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

بداية استخدام المواقع		
النسبة	التكرار	العبارات
,8	1	منذ سنة
12,6	16	منذ أكثر من سنة إلى خمس سنوات

55,9	71	منذ أكثر من خمس سنوات إلى عشر سنوات
30,7	39	منذ أكثر من عشر سنوات
100,0	127	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: يبدو أن البيانات التي قدمتها تعبر عن نسبة استخدام المواقع عبر فترات زمنية مختلفة. إليك تفسير للأعداد:

" -منذ سنة": يوجد 1 شخص أو 0.8% من العينة الذين بدأوا استخدام المواقع خلال السنة الماضية.

" -منذ أكثر من سنة إلى خمس سنوات": يوجد 16 شخصاً أو 12.6% من العينة الذين بدأوا استخدام المواقع لمدة تتراوح بين سنة وخمس سنوات.

" -منذ أكثر من خمس سنوات إلى عشر سنوات": يوجد 71 شخصاً أو 55.9% من العينة الذين بدأوا استخدام المواقع لمدة تتراوح بين خمس سنوات وعشر سنوات.

" -منذ أكثر من عشر سنوات": يوجد 39 شخصاً أو 30.7% من العينة الذين بدأوا استخدام المواقع لأكثر من عشر سنوات.

إجمالاً، يبلغ إجمالي العينة 127 شخصاً وتبلغ نسبة استخدام المواقع لجميع الفترات المذكورة 100%. يمكن استخدام هذه الأرقام لفهم نمط استخدام المواقع وتطوره عبر الوقت.

الجدول (16): شكل مضامين التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

لا		نعم		العبارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
22,0%	28	78,0%	99	منشورات مكتوبة
18,9%	24	81,1%	103	صور

14,2%	18	85,8%	109	فيديوهات
40,9%	52	59,1%	75	منشورات متعددة الوسائط
42,5%	54	57,5%	73	منشورات متعددة الوسائط تشتمل على مؤثرات صوتية و بصرية (انفوغراف)

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: يوضح الجدول نسبة التكرار لأنواع مختلفة من المحتوى التي تم نشرها على وسائل التواصل الاجتماعي.

- ✓ يتضح من الجدول أن 78.0% من المنشورات التي تم نشرها على وسائل التواصل الاجتماعي كانت منشورات مكتوبة، و 81.1% كانت صور، و 85.8% كانت فيديوهات.
- ✓ يوضح الجدول أيضاً أن 59.1% من المنشورات كانت متعددة الوسائط، و 57.5% من هذه المنشورات تشتمل على مؤثرات صوتية و بصرية مثل الأنفوغراف.
- ✓ يمكن استخدام هذه المعلومات لتحسين جودة المحتوى الذي يتم نشره على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يمكن توجيه المزيد من الجهود والموارد لإنشاء محتوى مرئي مثل الصور والفيديوهات، التي تحظى بنسبة تكرار أعلى وبالتالي تجذب انتباه المستخدمين بشكل أفضل.

كما يمكن تشجيع المستخدمين على المشاركة بمزيد من المحتوى المتعدد الوسائط، مثل المنشورات التي تشتمل على أنفوغراف ومؤثرات صوتية وبصرية، والتي تساعد في توصيل الرسالة بشكل أفضل وبصورة أكثر جاذبية. كما يمكن تحليل هذه المعلومات لتفهم سلوك المستخدمين وتفضيلاتهم فيما يتعلق بالمحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لتحديد العوامل التي تؤثر على اختيار المستخدمين لنوعية المحتوى المرئي أو المكتوب، وبالتالي تحسين جودة المحتوى وزيادة تفاعل المستخدمين معه. على سبيل المثال، يمكن توفير محتوى مبتكر وجذاب للمستخدمين، والذي يستند إلى نتائج التحليل السابق لتفضيلاتهم. كما يمكن تحقيق تفاعل أكبر من خلال تنظيم مسابقات وأنشطة تفاعلية تتعلق بالمحتوى المنشور، والتي تشجع المستخدمين على المشاركة والمشاركة بأنواع مختلفة من المحتوى. بهذه الطريقة، يمكن تحسين جودة المحتوى وزيادة تفاعل المستخدمين معه.

الجدول (17): القنوات الاتصالية للمنشورات المتعلقة بمواضيع السلامة المرورية

العبارات	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الدلالة
مجموعات فيسبوكية عامة	3,55	1.220	غالبا
مجموعات فيسبوكية خاصة بمواضيع السلامة المرورية	3.22	1.345	غالبا
صفحات فايسبوك عامة	3.75	1.225	غالبا
صفحات خاصة بمواضيع السلامة المرورية	3.28	1.315	غالبا
هاشتاغات لحملات التوعية المرورية منظمة من طرف هيئات و منظمات	3.26	1.24	احيانا
مشاركات الأصدقاء للمنشورات الخاصة بمواضيع المرور	3.20	1.16	احيانا
ستوربيها و فيديوهات قصيرة	3	1.28	احيانا
رسائل عبر الخاص	2.40	1.21	نادرا

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: تشير هذه البيانات إلى:

✓ أفراد العينة يستلمون القنوات الاتصالية المتعلقة بمواضيع السلامة المرورية بمستوى متوسط، حيث أن المتوسط الحسابي هو 3.405 على مقياس 5.

- ✓ في الوقت نفسه، هناك اختلافاً كبيراً بين أفراد العينة في مستوى استلامهم لهذه القنوات، حيث إن الانحراف المعياري هو 1.276.
- ✓ يشير المتوسط الحسابي المرتفع نسبياً إلى أن عدداً كبيراً من أفراد العينة - لكنه ليس جميعهم - يستقبلون المنشورات المتعلقة بالسلامة المرورية عبر القنوات الاتصالية المختلفة .
- ✓ بينما يشير الانحراف المعياري المرتفع إلى أن بعض الأفراد يستقبلون هذه القنوات بكثرة، في حين أن البعض الآخر لا يستقبلها إلا نادراً أو أبداً.
- ✓ بشكل عام، تلقي أفراد العينة المنشورات المتعلقة بالسلامة المرورية عبر قنوات اتصالية متعددة، ولكن بمستوى متفاوت من التواتر.

الجدول (18): كيفية متابعة المنشورات الخاصة بكل ما يتعلق بحوادث المرور و إجراءات السلامة المرورية

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدلالة
تتابع صفحات و مجموعات و تختار اشعارك بمضامينها الجديدة	3,04	1,243	أحيانا
تهتم بتصفح مضمون المنشور بعناية	3.11	1,243	أحيانا
تهتم بما ورد في التعليقات الاحاطة بمعلومات كبر	3.26	1,243	أحيانا
تتفاعل مع المضامين بالتعليق و طرح الأسئلة	2.72	1,243	نادرا
تشارك مضامينها على حسابك او مع اصدقائك او عبر	2.56	1.13	نادرا

			مجموعات اخرى
احيانا	1.29	3.39	تعبير عن مشاعرك عبر الضغط على زر الاعجاب و اختيار الشكل الذي يعبر عن مشاعرك

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: من الجدول يمكننا ملاحظة ما يلي:

- ✓ المتوسط الحسابي العام لمتابعة المنشورات المتعلقة بالسلامة المرورية هو 3.032 على مقياس 5 نقاط، مما يشير إلى أن مستوى المتابعة كان متوسطاً.
- ✓ الانحراف المعياري العالي نسبياً هو 1.175، وهذا يعني وجود اختلاف كبير في مدى متابعة أفراد العينة للمنشورات.
- ✓ لا يتضمن الجدول تفاصيل حول القنوات التي تم من خلالها متابعة المنشورات (الفيسبوك والتويتير ووسائل الإعلام وغيرها)، مما يجعل من الصعب تحديد القنوات الأكثر فعالية.
- ✓ كذلك، لا يوضح الجدول خصائص العينة (عمر، جنس، مكان السكن) والتي قد تؤثر على مدى الوصول إلى المعلومات.
- ✓ في المجمل، يمكن القول إن متوسط متابعة أفراد العينة للمنشورات المتعلقة بالسلامة المرورية كان متوسطاً، لكن مع اختلاف واسع بين الأفراد. ولكن نظراً لعدم وجود معلومات إضافية، فإنه من الصعب تحليل النتائج بشكل أعمق.

الجدول (19): دور الحملات التوعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تلافي حوادث المرور و التقليل منها

الدلالة	تقييم دور الحملات التوعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تلافي حوادث المرور والتقليل منها	
فعالة	3,46	المتوسط الحسابي
	,974	الانحراف المعياري

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: يمكن تفسير نتائج المقياس على النحو التالي:

- ✓ يشير المتوسط الحسابي 3.46 من 5 إلى أن أفراد العينة يعتبرون دور الحملات التوعوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تلافي حوادث المرور والتقليل منها متوسطاً.
- ✓ يشير الانحراف المعياري المنخفض نسبياً 0.974 إلى تقارب آراء أفراد العينة واتفقهم على أن دور الحملات التوعوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي متوسط.
- ✓ يشير المتوسط المرتفع نسبياً (أعلى من الـ 3) إلى أن أغلبية أفراد العينة يعتبرون أن هذه الحملات دوراً إيجابياً في تلافي والتقليل من حوادث المرور. لكنه ليس بالدور الفعال بما يكفي.

الجدول (20): مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور

الدلالة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور
موافق بشدة	,654	4,22	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في ايصال و تبادل المعلومات الخاصة بالسلامة المرورية
موافق	,751	3,99	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في

			الاقناع بالتوصيات الخاصة بالسلامة المرورية
موافق	1,043	3,57	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تجنب حوادث المرور
موافق	,877	3,96	تشكل مواقع التواصل الاجتماعي آلية لبناء اتصال فعال في المجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية
موافق بشدة	,704	4,23	تحسيس المواطنين بمخاطر حوادث المرور
موافق بشدة	,828	4,07	اقتراح حلول وآليات مناسبة للحد من هذه الظاهرة
موافق بشدة	,726	4,07	تنمية الاحساس بمسببات حوادث المرور حتى التي أجهلها، وتبيان خطورتها
موافق بشدة	,723	4,03	تنمية الضمير الجمعي لدى الفرد بالتفكير دون أنانية
موافق	,829	3,94	اكتساب سلوك جديد للحفاظ على الامن المروري
موافق	,894	3,94	التعريف بالاساليب الحسنة للتعامل مع الشرطة و الدرك الوطني
موافق	,843	3,94	معرفة كيفية التعامل مع المركبات الأخرى على الطريق بتجاوز الحالات الانفعالية المتولدة عن الموقف
موافق	,793	3,88	معرفة كيفية التعامل بين السائقين و المشاة لتلافي كافة المخاطر الناجمة عن الطرفين

موافق	,843	3,94	تبادل المعلومات والتجارب بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي
موافق	,885	3,94	إعلام الأفراد بالمعلومات الحديثة عن حوادث المرور والإجراءات القانونية المتخذة
موافق	,902	3,94	توفير المنصات اللازمة لتقديم الشكاوى والتقارير عن المشاكل التي تؤثر على السلامة المرورية
موافق	,848	3,94	تعزيز دور حملات التوعية والتثقيف من خلال تنمية روح التعاون مع المؤسسات والهيئات المختصة بالسلامة المرورية
موافق	,830	3,91	تعزيز التفاعل بين المستخدمين والمجتمع المحلي لتعزيز الوعي بأهمية السلامة المرورية، وتشجيع المشاركة الفعالة في الحملات التوعوية
موافق	0.821	3.971	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: الجدول يحتوي على مجموعة من العبارات المتعلقة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور والسلامة المرورية. النسب المذكورة في الجدول هي التقييمات التي تم إعطاؤها لكل عبارة، حيث يتم استخدام مقياس من 1 إلى 5، حيث 1 يعني تأثير ضعيف و5 يعني تأثير قوي.

- المتوسط الحسابي لكل العبارات هو 3.971. هذا يشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لديها تأثير متوسط إجمالي في التوعية من حوادث المرور

الانحراف المعياري هو 0.821. يعكس الانحراف المعياري قوة الانتشار أو التباين في النتائج. هنا، يكون الانحراف المعياري منخفضاً، مما يعني أن النتائج قريبة من بعضها البعض وتتجاوز قليلاً عن المتوسط الحسابي.

يمكن أيضاً ملاحظة ما يلي:

-تحسيس المواطنين بمخاطر حوادث المرور تلقى أعلى تقييم بمتوسط حسابي قدره 4.23. يشير ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بشكل كبير في توعية المستخدمين بمخاطر حوادث المرور.

-تنمية الضمير الجمعي لدى الفرد بالتفكير دون أنانية واقتراح حلول وآليات مناسبة للحد من هذه الظاهرة حصلت على نفس التقييم بمتوسط حسابي قدره 4.07. يشير ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في تنمية الوعي الاجتماعي وتشجيع الحلول الإيجابية للتحسين.

-عبارات أخرى مثل توفير المنصات اللازمة لتقديم الشكاوى والتقارير عن المشاكل التي تؤثر على السلامة المرورية وإعلام الأفراد بالمعلومات الحديثة عن حوادث المرور والإجراءات القانونية المتخذة حصلت على نفس التقييم بمتوسط حسابي قدره 3.94. يشير ذلك إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في توفير المعلومات اللازمة وتسهيل التواصل بين الأفراد والجهات المعنية.

الجدول (21): الحملات التوعوية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الامتثال بنصائح حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	الدلالة	
المتوسط الحسابي	2,51	نعم
الانحراف المعياري	,547	

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً على بيانات برنامج: SPSS

التعليق: يشير الجدول المذكور إلى تقييم الأفراد لدور حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية. وفقاً للجدول، يكون المتوسط الحسابي لهذه العبارة هو 2.51. هذا التقييم يشير إلى أن الأفراد يرون أن حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لديها تأثير ضعيف في الامتثال للنصائح والتوجيهات المرورية.

بالإضافة إلى ذلك، الانحراف المعياري هو 0.547، وهذا يشير إلى أن هناك تبايناً نسبياً في آراء الأفراد بشأن هذه العبارة.

من الجدول، يمكن ملاحظة أن الأفراد يرون أن دور حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الامتثال للنصائح والتوجيهات المرورية يعتبر ضعيفاً بشكل عام. ومع ذلك، يجب مراعاة أن الجدول يعكس آراء الأفراد وقد يكون تقييمهم مؤثراً بوجود عوامل مختلفة مثل ثقافتهم وخلفياتهم الاجتماعية والتعليمية.

3-2- البيانات الخاصة بالفرضيات:

3-2-1- عرض النتائج وفقاً للفرضية الأولى:

الجدول (22): الفرضية 1: لا يوجد اثر دال احصائيا لمستوى التغيرات التنبئية بالنسبة لمضامين الحملات التوعوية من حوادث المرور.

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	قيمة F	دلالة F	قيمة ت	دلالة ت	قيمة الثابت B
سنوات الخبرة في السياقة امتلاك رخصة سياقة مستوى التعود على السياقة مستوى المعرفة بقوانين المرور	مستوى الامتثال لمضامين حملات التوعية	,216 ^a	,046	1,487	,210 ^b	,542	,104	1,76
						2,12	,062	5
						,765	,164	
						,483	,279	

المصدر: من إعداد الطلبة استناداً على بيانات برنامج SPSS

التحليل: يتم تقديم في هذه النتيجة ملخص لنموذج الانحدار الخطي. تم استخدام متغير الامتثال لمضامين حملات التوعية كمتغير اعتمادي. وتم استخدام المتغيرات الأربعة الأخرى كمتغيرات تنبؤية. وتشير النتائج إلى أن النموذج يمكن أن يشرح حوالي 4.6% ($R^2 = 0.046$) من التباين يعني ذلك أن النموذج ضعيف في التنبؤ بقيم الامتثال ويمكن القول بأنه لا يوجد تأثير معنوي لأي من المتغيرات التنبؤية على المتغير الاعتمادي.

تم تنفيذ تحليل الانحدار الأحادي ولم يتم العثور على تأثير معنوي لأي من المتغيرات التنبؤية. ولا توجد فروق معنوية في الانحدار بين المتغيرات التنبؤية والمتغير الاعتمادي.

بشكل عام، لا يوجد تأثير معنوي لأي من المتغيرات التنبؤية على المتغير الاعتمادي. يحتاج النموذج إلى تحسين واستخدام المتغيرات الأخرى التي يمكن أن تؤثر في توقع قيم الامتثال.

3-2-2- عرض النتائج وفقا للفرضية الثانية:

الجدول (23): الفرضية 2 : لا يوجد اثر دال احصائيا للمتغيرات المستقلة بشكل كبير في مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور.

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	قيمة F	دلالة F	قيمة ت	دلالة ت	قيمة الثابت B
سنوات الخبرة في السياقة امتلاك رخصة سياقة مستوى التعود على السياقة	إدراك كيفية إسهام مواقع التواصل في التوعية من حوادث المرور	,258a	,067	2,178	,075b	-	,332	3,025
						,063	2,296	
						,083	,393	

								مستوى المعرفة بقوانين المرور
	2,173	,283						

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: **SPSS**

تحليل: النموذج الثاني يحاول تفسير المتغير إدراك كيفية إسهام مواقع التواصل في التوعية من حوادث المرور ، ويشير إلى أن المتغيرات المستقلة تؤثر على هذا المتغير الاعتمادي بدرجة أفضل، حيث يكشف معامل الاعتمادية- (R) (deux) أنها تفسر حوالي 6.7% من التباين في متغير.

يجب ملاحظة أنه عندما يكون المعامل (F) غير معنوي (بشكل عام، عندما يكون القيمة $p > 0.05$ ، فإن هذا يعني أن هناك احتمالية كبيرة أن المتغيرات المستقلة لا تؤثر بشكل كبير على المتغير الاعتمادي. وبالمثل، عندما يكون المعامل (t) غير معنوي، فإن هذا يعني أن هذا المتغير المستقل لا يسهم بشكل كبير في التغيرات.

3-2-3- عرض النتائج وفقا للفرضية الثالثة:

الجدول (24): الفرضية 3: لا يوجد اثر دال احصائيا حسب تحليل البيانات لنماذج و نتائج الحملات التوعوية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	قيمة ف F	دلالة ف F	قيمة ت	دلالة ت	قيمة الثابت B
استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	الامثال	,233a	,054	2,255	,086b	,962	,087	1,357
	لمضامين							
عدد ساعات التصفح	حملات التوعية المرورية عبر					-,817	-,074	

							مواقع التواصل الاجتماعي.	بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
	2,359	,211						

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: **SPSS**

التحليل: يتم استخدام تحليل الانحدار لتقييم العلاقة بين متغير استجابة (الامتثال لنصائح حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي) ومجموعة من المتغيرات التنبؤية (بداية استخدام المواقع، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، عدد ساعات التصفح).

يمكن تحليل النتائج المعطاة في الجدول المقدم على النحو التالي:

يتم تقييم نموذج الانحدار باستخدام معامل الارتباط R ومعامل الارتباط المربع R -square. يبلغ معامل الارتباط R 0.233، مما يشير إلى وجود علاقة ضعيفة بين المتغيرات التنبؤية والمتغير الاستجابة. يتم تفسير حوالي 5.4% من التباين في الامتثال لنصائح حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المتغيرات التنبؤية.

يمكن استخدام معامل R -square المعدل لتقييم مدى توافق النموذج مع البيانات الفعلية. يتم حساب R -square المعدل باستخدام العلاقة بين معامل الارتباط R وعدد المتغيرات التنبؤية وحجم العينة. يبلغ R -square المعدل 0.030، مما يشير إلى أن النموذج لا يشرح إلا القليل جداً من التباين في الامتثال لنصائح حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

يتم استخدام معامل الخطأ القياسي للتنبؤ لتقييم مدى توافق البيانات الفعلية مع التوقعات المستندة إلى النموذج. يبلغ معامل الخطأ القياسي 0.541، مما يعني أن القيم المتوقعة للامتثال لنصائح حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

3-2-4- عرض النتائج وفقا للفرضية الرابعة:

الجدول (25): الفرضية 4: يوجد اثر دال احصائيا بين طرف المتغيرات المستقلة فيما يخص الكيفية التي تسهم بها مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور.

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	معامل الارتباط R ط	معامل التحديد R2 د	قيمة ف F	دلالة ف F	قيمة ت	دلالة ت	قيمة الثابت B	
لمستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	إدراك الكيفية التي تسهم بها مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور	,325 ^a	,105	4,639	,004 ^b	3,416	,300	1,765	
						عدد ساعات التصفح	,4278		,038
						بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	1,211		,106

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: SPSS

التحليل: هذا الجدول يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي لنموذج معين، والذي يهدف إلى تقدير العلاقة بين المتغير الاعتمادي إدراك كيفية إسهام مواقع التواصل في التوعية من حوادث المرور ومجموعة من المتغيرات المستقلة (بداية استخدام المواقع، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، عدد ساعات التصفح).

تقييم النموذج:

قيمة R: تبلغ 0.325، وهي قيمة ضعيفة وتشير إلى أن العلاقة بين المتغيرات ضعيفة.

قيمة R-مربع: تبلغ 0.105، وهي قيمة منخفضة وتشير إلى أن المتغيرات المستقلة لا تفسر بشكل كبير التباين في المتغير الاعتمادي.

قيمة R-مربع المعدل: تبلغ 0.083، وهي قيمة أقل بقليل من R-مربع وتعتبر قيمة أكثر دقة في تقييم جودة النموذج.

خطأ معياري للتقدير: تبلغ 0.55316، وهي تشير إلى مدى دقة تقدير قيم المتغير الاعتمادي.

تحليل: ANOVA

قيمة F: تبلغ 4.639 وهي أكبر من 1، مما يشير إلى وجود علاقة إحصائية بين المتغيرات المستقلة والمتغير الاعتمادي.

قيمة الاحتمالية (p-value): تبلغ 0.004، وهي قيمة أقل من 0.05، مما يعني أن النموذج ذو أهمية إحصائية وفعالية.

جدول: Coefficients

يوضح قيم المعاملات غير الموحدة والموحدة، والتي تشير إلى القوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير الاعتمادي.

يمكن الاستنتاج من الجدول أنه يوجد تأثير إيجابي معتدل لمتغير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المتغير الاعتمادي.

3-2-5- عرض النتائج وفقا للفرضية الخامسة:

الجدول (26): الفرضية 5 يوجد اثر دال احصائيا بين مواقع التواصل الاجتماعي و افراد المجتمع في الامتثال للحملات التوعوية ضد حوادث المرور.

العلاقة بين كيفية إسهام مواقع التواصل الاجتماعي و مستوى الامتثال لمضامين التوعوية	معامل ارتباط بيرسون	.354**
---	---------------------	--------

المصدر: من إعداد الطلبة استنادا على بيانات برنامج: **SPSS**

التحليل: من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك علاقة ارتباطية متوسطة عند مستوى معنوية 0.05 بينكيفية إسهام مواقع التواصل الاجتماعي و مستوى الامتثال لمضامين التوعية حيث بلغ معامل بيرسون 0.354^{**} ,

ثانيا: عرض نتائج الدراسة:

النتائج الخاصة بالإحصائيات الوصفية لمحاو الدراسة:

بعد تحليلنا للبيانات الأساسية للدراسة والقيام ببعض الحسابات لكل محور توصلنا الى ما يلي:

1- النتائج الخاصة بالإحصائيات الوصفية لمحور أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور:

✓ يستخدم أفراد العينة مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، الانستغرام، تويتر) بكثرة مع وجود تجانس عال بين استخدامهم.

✓ تختلف مواضيع التوعية المرورية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي حيث نجد أكبر تفاعل مع المحتويات المرئية.

✓ أغلبية أفراد العينة يتلقون المنشورات المتعلقة بالسلامة المرورية عبر القنوات الاتصالية في حين أن البعض الاخر لا يستقبلها الا نادرا او أبدا.

2- النتائج الخاصة بالإحصائيات الوصفية لمحور مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر حملات التوعية المرورية:

✓ متابعة أفراد العينة للمنشورات المتعلقة بالسلامة المرورية متوسط نظرا لعدم توفر الكم الهائل للمعلومات لتحليل النتائج بشكل أعمق.

✓ لا يعتبر أفراد العينة، الحملات التوعوية الوسيلة الوحيدة في الحد من حوادث المرور وانما هناك عوامل أخرى تساهم بدرجة أكبر في التقليل منها.

✓ تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في توعية المستخدمين وتحفيزهم على وجود واقتراح حلول مناسبة للحد من الكوارث المرورية.

✓ حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل لديها تأثير ضعيف في الامتثال بالنصائح والتوجيهات المرورية.

ثالثا: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:

بعد تحليلنا لنتائج الفرضيات توصلنا الى :

- ✓ لا يوجد اثر دال احصائيا لمستوى التغيرات التنبؤية بالنسبة لمضامين الحملات التوعوية من حوادث المرور.
- ✓ لا يوجد اثر دال احصائيا للمتغيرات المستقلة بشكل كبير في مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور.
- ✓ لا يوجد اثر دال احصائيا حسب تحليل البيانات لنماذج و نتائج الحملات التوعوية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ يوجد اثر دال احصائيا بين طرف المتغيرات المستقلة فيما يخص الكيفية التي تسهم بها مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور.
- ✓ هناك علاقة ارتباط دالة احصائيا بين مستوى الامتثال لحملات التوعية المرورية و كيفية ادراك اسهام هذه المواقع في التوعية.



الخاتمة



الخاتمة:

من خلال ما تم ذكره ، استعرض هذا البحث الدور الهام لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بحوادث المرور. تشير النتائج إلى أن منصات وسائل التواصل الاجتماعي توفر وسيلة قوية وسهلة المنال لنشر المعلومات والتفاعل مع الجمهور وتعزيز السلامة على الطرق من خلال تحليل الدراسات والاستطلاعات المختلفة ، أصبح من الواضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً حاسماً في نشر الوعي حول حوادث المرور من خلال مشاركة تحديثات الأخبار وتقارير الحوادث في الوقت الفعلي والمحتوى التعليمي. القدرة على الوصول إلى جمهور كبير ومتنوع من خلال هذه المنصات لديها القدرة على التأثير على السلوك والمواقف والإجراءات المتعلقة بالسلامة على الطرق.

علاوة على ذلك ، يسلط البحث الضوء على أهمية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي لحملة التوعية العامة والمشاركة المجتمعية والجهود التعاونية التي تشارك فيها الوكالات الحكومية (صفحة طريقي) ، ومع ذلك من الضروري الاعتراف بمحدودية الاعتماد فقط على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لزيادة الوعي. لا يتمتع جميع الأفراد بفرص متساوية للوصول إلى هذه المنصات، كما يجب تقييم مصداقية ودقة المعلومات التي يتم مشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي بعناية لتجنب انتشار المعلومات المضللة أو الدعر.

في الختام ، برزت مواقع التواصل الاجتماعي كأداة قيمة لزيادة الوعي بحوادث المرور ، وتعزيز المشاركة المجتمعية ، وتعزيز السلامة على الطرق. يمكن للاستفادة من إمكانات هذه المنصات ، جنباً إلى جنب مع الاستراتيجيات التكميلية غير المتصلة بالإنترنت ، أن تساهم في مجتمع أكثر أماناً وأكثر استنارة عندما يتعلق الأمر بمعالجة القضية الحرجة المتعلقة بحوادث المرور.



قائمة المصادر والمراجع



الكتب :

1. أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري 2000, : لسان العرب , بيروت, لبنان المجلد 15, ط1, دار صادر.
2. أحسن مبارك طالب .(2010). سبل الوقاية من حوادث المرور . جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
3. أديب محمد خضور : حملات التوعية المرورية العربية, مركز الدراسات و البحوث, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 2007.
4. بشرى جميل الراوي , دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير, جامعة بغداد, العراق, ص3.
5. بلقاسم سلطانية, حسان الجيلالي : منهجية العلوم الاجتماعية , دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع , عين ميله , الجزائر , 2004.
6. بوطالبي , بن بوزيد . (2006) . فعالية الحملات التوعوية المرورية . مؤتمر التعليم و السلامة المرورية, (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية) الرياض.
7. جفال زينب : الإعلام الأمني و دوره في التقليل من ظاهرة حوادث المرور , ص 45.
8. حسن شحاته . (2010) . التعليم الإلكتروني و تحرير
9. خالد غسان يوسف المقدادي . (2013) . ثورة الشبكات الاجتماعية . عمان : دار النفائس للنشر.
10. رضا أمين . (2015) . الإعلام الجديد . القاهرة : دار الفجر للنشر و التوزيع.
11. عامر إبراهيم قنديلحي . (2015) الإعلام الإلكتروني , عمان : دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة .
12. عامر مصباح : منهجية البحث في العلوم السياسة و الإعلام, ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر, ط2, 2010.
13. عباس مصطفى صادق .(2014) . الإعلام الجديد المفاهيم و التطبيقات. عمان : دار الكتاب الجامعي.
14. عبد الرزاق محمد الدليمي . (2011) . الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية . عمان , : دار وائل للنشر و التوزيع.
15. العقل . القاهرة : دار العالم العربي.
16. علي عبد الفتاح كنعان . (2014) . الإعلام و المجتمع. عمان : دار اليازوري العلمية لنشر و التوزيع.
17. علي معبد. (2012) أثر استخدام طلاب الدراسات الاجتماعية بكلية التربية للمواقع الاجتماعية الإلكترونية على تنمية الوعي السياسي وبعض المهارات الحياتية، كلية التربية، جامعة أسيوط، مصر.

18. فايز جمعة صالح النجار , نبيل جمعة النجار , ماجد راضي الزعبي, 2009 : أساليب البحث العلمي , دار حامد للنشر و التوزيع, عمان.
19. القرآن الكريم : سورة طه, الآية 76.
20. ليلي أحمد جرار . (2012) الفيس بوك و الشباب العربي . الكويت : مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع.
21. محمد أمين بيومي, علي عبد الرزاق الحلبي : مناهج البحث الاجتماعي, ط2 , دار المعرفة الجامعية, 2007.
22. محمد راكان الدغمي : الجرائم المترتبة على حوادث المرور و عقوباتها في الشريعة الإسلامية, عمان, ص6.
23. محمد سيد ريان . (2012) الإعلام الجديد . القاهرة : مركز الأهرام للنشر و الترجمة و التوزيع.
24. ناهدة عبد زيد الدليمي : أسس و قواعد البحث العلمي , دار الصفاء للنشر و التوزيع , عمان , 2016 .
25. وسام كمال . (2014) . الإعلام الإلكتروني و المحمول بين المهنية و التطور, القاهرة : دار الفجر لنشر و التوزيع.
26. يوسف النعيمي , (مارس 2011) . سياقات انتشار الفيس بوك في العالم , الشارقة , دائرة الثقافة و الإعلام , مجلة الرائد , 163.

البحوث العلمية:

1. رضا عبد الواحد أمين . (2009) استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت, أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد. جامعة البحرين.
2. عماد الدين تاج السر : اللغة العربية ووسائل الإعلام المتعددة, بحث مقدم لمؤتمر اللغة العربية الثاني, الإمارات

الدراسات:

1. أم لرقاب سمية . (2020) . فعالية الحملات الإعلامية في مجال التوعية المرورية بالجزائر : دراسة ميدانية
2. جمال سند السويدي . (2013) . من القبيلة إلى الفيس بوك , دراسات إستراتيجية, مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية.
3. عبد الأمير مويث الفيصل . (2014) دراسات في الإعلام الإلكتروني. الإمارات العربية المتحدة : دار الكتاب الجامعي.

المعاجم :

1. إبراهيم مذكور 1975 , : معجم العلوم الاجتماعية, القاهرة, مصر, الهيئة المصرية العامة للكتاب.

الرسائل والمذكرات:

1. أحمد حمودة . (2013) . دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية . رسالة ماجستير . (جامعة الدول العربية) القاهرة.
2. إيمان كشيد . (2018) . دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية المرورية . مذكرة ماستر .
3. بالمركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق . مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (جامعة محمد لامين دباغين) سطييف 2.
4. تباري عبير . (2012) . الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر : دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السائقين بولاية سطيف . مذكرة ماجستير . جامعة محمد خيضر , بسكرة.
5. جفال زينب . (2015) . الإعلام الأمني و دوره في التقليل من ظاهرة حوادث المرور . مذكرة ماستر .
6. شدان يعقوب خليل أبو يعقوب . (2015) . أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية . رسالة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية . نابلس، فلسطين.
7. مايدي هشام . (2019) حملة توعية للسلامة المرورية في الملصق الإعلاني . مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة ماستر في التصميم الجرافيكي . (جامعة عبد الحميد إبن باديس) مستغانم.
8. المشخص عبد الله : التوعية الأمنية في وسائل الإعلام , السعودية, رسالة ماجستير, أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض, السعودية, 1415.
9. مقني أسماء . (2014) . دور الإعلام المحلي في التقليل من حوادث المرور . مذكرة مقدمة ضمن متطلبات ماستر. (جامعة عبد الحميد إبن باديس) مستغانم.

المجلات :

1. فاض مشتاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي . مجلة تكريت للعلوم السياسية ، (12)
2. رامي زاهر , (2003) . استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي . مجلة التربية ، جامعة عمان الأهلية.
3. طاهر عبد القادر , (2013) . تكنولوجيا الاتصالات و التراث بالجزائر, مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية و الإعلامية .
4. شيماء ذو الفقار , حامد زغيب , (ديسمبر 2011) . استخدام موقع التدوين المصغر تويتر في تغطية الانتخابات التشريعية, المجلة المصرية لبحوث الإعلام, (38) .

5. حامد سعيد الجبر و آخرون , (ديسمبر 2017) . " واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت " . مجلة كلية التربية جامعة الأزهر , (176) .

6. بوبصلة إيمان , صوالحية غنية. (مارس 2019). التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي, دراسة تحليلية لصفحة المركز الوطني للوقاية و الأمن عبر الطرق فايسبوك. مجلة دراسات في علوم الإنسان و المجتمع , (2).

المقالات :

1. نوال مغزلي . دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التوعية المرورية – التوعية الإلكترونية- مقال .
المواقع الإلكترونية:

1. الموقع الإلكتروني www.alma3raka تاريخ التصفح 10/04/ 2023 ساعة التصفح 16: 00 سا

2. العينات في البحث العلمي <http://mothakirat-takharoj> تاريخ التصفح 12-04-2023 , ساعة التصفح 14 سا.

3. [http://.eleagyp.com/downloads/2009/amina heba.doc](http://.eleagyp.com/downloads/2009/amina%20heba.doc).2013/1/3
عادل و خليفة هبة



الملاحق



السلام عليكم!
تأتي هذه الاستمارة استكمالاً لنيل شهادة الماستر
في علوم الاعلام و الاتصال حول موضوع مواقع
التواصل الاجتماعي و دورها في التوعية من
حوادث المرور، و عليه سنكون جد ممتنين
باجابتكم على هذا الاستبيان الذي سيتم توظيف
الردود المحصلة من خلاله في حدود ما يخدم
أهداف البحث العلمي

* Indique une question obligatoire

1. * الجنس

Une seule réponse possible.

- ذكر
 انثى

2. السن

Une seule réponse possible.

- 18-25
 26-30
 31-35
 36-40
 فما فوق 41

3. * المستوى التعليمي

Une seule réponse possible.

- ابتدائي
 متوسط
 ثانوي
 جامعي

4. * هل لديك رخصة سياقة

Une seule réponse possible.

- نعم
 لا

5. * كم عدد سنوات خبرتك في السياقة

Une seule réponse possible.

- لم يسبق لي أن قددت سيارة
 قددتها لمدة تقل عن سنة
 قددتها لمدة تناهز سنة الى سنتين
 أكثر من سنتين الى أربع سنوات
 اكثر من أربع سنوات الى ثماني سنوات
 اكثر من ثماني سنوات الى عشر سنوات
 أكثر من عشر سنوات

6. هل انت معتاد على سيطرة
السيارة؟ *

Une seule réponse possible.

- دائما
 غالبا
 احيانا
 نادرا
 ابدا

7. قيم مستوى معارفك بقوانين المرور و إجراءات السلامة المرورية *

Une seule réponse possible.

- ممتازة
 جيدة
 حسنة
 متوسطة
 ضعيفة

8. متى كان آخر حادث سير كنت أنت المتسبب فيه؟ *

Une seule réponse possible.

- لم أتسبب في أي حادث سير
 منذ بضعة أشهر أو سنة مضت
 منذ أكثر من سنة إلى أقل من خمس سنوات
 منذ 5 سنوات أو أقل من 10 سنوات مضت
 قبل 10 سنوات خلت أو أقل من 15 سنة
 قبل 15 سنة أو أقل من 20 سنة مضت
 منذ 20 سنة مضت فما فوق

9. * متى كان آخر حادث سير تعرضت له و لم تكن متسببا فيه؟

Une seule réponse possible.

- لم أتعرض لأي حادث سير
- منذ بضعة أشهر أو سنة مضت
- منذ أكثر من سنة إلى أقل من خمس سنوات
- منذ 5 سنوات أو أقل من 10 سنوات مضت
- قبل 10 سنوات خلت أو أقل من 15 سنة
- قبل 15 سنة أو أقل من 20 سنة مضت
- منذ 20 سنة مضت فما فوق

10. * أذكر حوادث السير التي تعرضت لها من جملة الحوادث التالية

Une seule réponse possible par ligne.

	نعم	لا
اصطدام سيارتين	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
اصطدام سيارة وزن خفيف مع سيارة وزن ثقيل	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
اصطدام سيارة او شاحنة بدراجة او دراجة تارية	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
تم دهسي وانا مترجل	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(قمت بدهس شخص بسيارتي (دراجتي، شاحنتي	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. * سواء اكنت متسببا في حادث مرور او كنت ضحية له، أذكر الاسباب الفعلية التي كانت كامنة (وراء ذلك الحادث) (إختبر الأسباب التي عشتها فعليا فقط

Une seule réponse possible par ligne.

	نعم	لا
التحدث اثناء السياقة مع السائق	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
التحدث بالهاتف اثناء السياقة	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
التجاوز الخطير	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
تجاوز السرعة القانونية	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
عدم السير حسب السرعة الإجبارية الأدنى	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
عدم ربط حزام الأمان	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
عدم احترام اشارات المرور و الممهلات	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
السياقة في ظل التعب و قلة النوم	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
السياقو في ظل سوء الحالة النفسية	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
العبور المجازف للطريق	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
عدم وجود ممرات عبور في مناطق حساسة	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
عدم احترام مسافة الأمان القانونية	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
عدم صيانة اعطاب السيارة خاصة الأضواء و العمازات	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
عدم التدرب بشكل كاف على السياقة	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
عدم إدراك الخطر كما يجب و سوء التعامل معه (الأحوال الجوية مثلا)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
اهتراء الطرقات	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
تعاطي الكحول و المخدرات	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
خروج الحيوانات	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
غياب اشارات في الطرق	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. * المحور(2): أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور

هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ؟

Une seule réponse possible.

- دائما
 غالبا
 احيانا
 نادرا
 أبدا

13. * ما هي موقع التواصل الإجمالي التي تفضل استخدامها ؟

Une seule réponse possible par ligne.

	استخدمه دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	ابدا
الفايسبوك	<input type="radio"/>				
الانستغرام	<input type="radio"/>				
التويتر	<input type="radio"/>				
ستاب شات	<input type="radio"/>				
التيك توك	<input type="radio"/>				
اليوتوب	<input type="radio"/>				
الواتساب	<input type="radio"/>				
اللينكد إن	<input type="radio"/>				

14. * كم عدد الساعات التي تقضيها يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

Une seule réponse possible.

- أقل من ساعة
 من ساعة إلى ساعتين
 أكثر من ساعتين

15. * (منذ متى بدأ استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، اليوتوب و غيرها... الخ

Une seule réponse possible.

- لا أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي
 منذ سنة
 منذ أكثر من سنة الى خمس سنوات
 منذ أكثر من خمس سنوات إلى عشر سنوات
 منذ أكثر من عشر سنوات

16. * ما الشكل الذي تأخذه مواضيع التوعية المرورية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

Une seule réponse possible par ligne.

	نعم	لا
منشورات مكتوبة	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
صور	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
فيديوهات	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
منشورات متعددة الوسائط	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
منشورات متعددة الوسائط تشمل على مؤثرات صوتية (و بصرية) (أنفوغراف	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. * ما القنوات الاتصالية التي تصلك من خلالها المنشورات المتعلقة بمواضيع السلامة المرورية

Une seule réponse possible par ligne.

	دائما	غالبا	احيانا	نادرا	أبدا
مجموعات فيسبوكية عامة	<input type="radio"/>				
مجموعات فيسبوكية خاصة بمواضيع السلامة المرورية	<input type="radio"/>				
صفحات فايسبوك عامة	<input type="radio"/>				
صفحات خاصة بمواضيع السلامة المرورية	<input type="radio"/>				
هاشتاغات لحملات التوعية المرورية منظمة من طرف هيئات و منظمات	<input type="radio"/>				
مشاركات الأصدقاء للمنشورات الخاصة بمواضيع المرور	<input type="radio"/>				
و فيديوهات قصيرة stories ستوريزها reels	<input type="radio"/>				
رسائل غير الخاص	<input type="radio"/>				

18. * المحور (3): مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر حملات التوعية المرورية ؟

كيف تتابع المنشورات الخاصة بكل ما يتعلق بحوادث المرور و إجراءات السلامة المرورية

Une seule réponse possible par ligne.

	أبدا	نادرا	احيانا	غالبا	دائما
تتابع صفحات و مجموعات و تختار اشعارك بمضامينها الجديدة	<input type="radio"/>				
تهتم بتصفح مضمون المنشور بعناية	<input type="radio"/>				
تهتم بما ورد في التعليقات الاحاطة بمعلومات كبر	<input type="radio"/>				
تتفاعل مع المضامين بالتعليق و طرح الأسئلة	<input type="radio"/>				
تشارك مضامينها على حسابك أو مع اصدقائك أو عبر مجموعات أخرى	<input type="radio"/>				
تعبّر عن مشاعرك عبر الضغط على زر الإعجاب و اختيار الشكب الذي يعبر عن مشاعرك	<input type="radio"/>				

19. * كيف تقيم دور الحملات التوعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تلافي حوادث المرور و التقليل منها ؟

Une seule réponse possible.

- فعالة جدا
- فعالة
- متوسطة الفعالية
- غير فعالة
- غير فعالة على الإطلاق

20. * كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور

Une seule réponse possible par ligne.

	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إيصال و تبادل المعلومات الخاصة بالسلامة المرورية	<input type="radio"/>				
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الاقتناع بالتوصيات الخاصة بالسلامة المرورية	<input type="radio"/>				
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تجنب حوادث المرور	<input type="radio"/>				
تشكل مواقع التواصل الاجتماعي آلية لبناء اتصال فعال في المجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية ؟	<input type="radio"/>				
تحسيس المواطنين بمخاطر حوادث المرور	<input type="radio"/>				
اقتراح حلول و آليات مناسبة للحد من هذه الظاهرة	<input type="radio"/>				
تنمية الاحساس بمسببات حوادث المرور حتى التي أجهلها، و تبيان خطورتها	<input type="radio"/>				
تنمية الضمير الجمعي لدى الفرد بالتفكير دون أنانية	<input type="radio"/>				
اكتساب سلوك جديد للحفاظ على الامن المروري	<input type="radio"/>				
التعريف بالاساليب الحسنة للتعامل مع الشرطة و الدرك الوطني	<input type="radio"/>				
معرفة كيفية التعامل مع المركبات الأخرى على الطريق يتجاوز الحالات الانفعالية المتولدة عن الموقف	<input type="radio"/>				
معرفة كيفية التعامل بين السائقين و المشاة لتلافي كافة المخاطر الناجمة عن الطرفين	<input type="radio"/>				
تبادل المعلومات والتجارب بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	<input type="radio"/>				

إعلام الأفراد بالمعلومات الحديثة عن حوادث المرور والإجراءات القانونية المتخذة	<input type="radio"/>				
توفير المنصات اللازمة لتقديم الشكاوى والتقارير عن المشاكل التي تؤثر على السلامة المرورية	<input type="radio"/>				
تعزيز دور حملات التوعية و التثقيف من خلال تنمية روح التعاون مع المؤسسات والهيئات المختصة بالسلامة المرورية	<input type="radio"/>				
تعزيز التواصل والتفاعل بين المستخدمين والمجتمع المحلي لتعزيز الوعي بأهمية السلامة المرورية، وتشجيع المشاركة الفعالة في الحملات التوعوية والتثقيفية لتحقيق أعلى مستويات السلامة على الطرق	<input type="radio"/>				

21. * هل تأخذ بعين الاعتبار نصائح حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

Une seule réponse possible.

- نعم
- لا
- نوعا ما

2- الاحصائيات الوصفية و الاستدلالية للدراسة :

الصدق

Corrélations						
		تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إيصال و تبادل المعلومات الخاصة بالخدمة الضرورية	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الإقناع بالتوصيات الخاصة بالخدمة الضرورية	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تجنب حوادث المرور	تشكل مواقع التواصل الاجتماعي آلية لبناء اتصال فعال في المجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية	تخصيص المواطنين بمعايير حوادث المرور
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إيصال و تبادل المعلومات الخاصة بالخدمة الضرورية	Corrélation de Pearson	1	,715**	,374**	,459**	,338**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000
	N	127	127	127	127	127
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الإقناع بالتوصيات الخاصة بالخدمة الضرورية	Corrélation de Pearson	,715**	1	,502**	,361**	,379**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	127	127	127	127	127
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تجنب حوادث المرور	Corrélation de Pearson	,374**	,502**	1	,580**	,471**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	127	127	127	127	127
تشكل مواقع التواصل الاجتماعي آلية لبناء اتصال فعال في المجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية	Corrélation de Pearson	,459**	,361**	,580**	1	,542**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	127	127	127	127	127
تخصيص المواطنين بمعايير حوادث المرور	Corrélation de Pearson	,338**	,379**	,471**	,542**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	127	127	127	127	127
اقترح حلول و آليات مناسبة للتد من هذه الظاهرة	Corrélation de Pearson	,382**	,397**	,403**	,409**	,680**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	127	127	127	127	127

IBM SPSS Statistics Viewer - Document2

فichier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse Graphiques Utilitaires Extensions Fenêtre Aide

Log	Corrélations	Titre	Remarques	Jeu de données actif	Corrélations	Log	Fiabilité	Titre	Remarques	Echelle : ALL VARIABLES	Titre	Récapitulatif de traitement	Statistiques de fiabilité
افتراح حلول و آليات مناسبة لهذه الظاهرة	Corrélation de Pearson	,382**	,397**	,403**	,409**	,680**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
تنمية الإحساس بمسببات حوادث المرور حتى التي أجهلها، و تبيان خطورتها	Corrélation de Pearson	,235**	,307**	,355**	,479**	,528**							
	Sig. (bilatérale)	,008	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
تنمية الشعور الجمعي لدى الفرد بالتفكير دون أنانية	Corrélation de Pearson	,422**	,483**	,471**	,528**	,532**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
اكتساب سلوك جديد للحفاظ على الأمن المروري	Corrélation de Pearson	,462**	,509**	,559**	,521**	,620**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
التعريف بالإساليب المناسبة للتعامل مع الشريطة و الدرك الوطني	Corrélation de Pearson	,401**	,461**	,383**	,362**	,500**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
معرفة كيفية التعامل مع المركبات الأخرى على الطريق بتجاوز الحالات الانعكاسية المتولدة عن الموقف	Corrélation de Pearson	,328**	,488**	,429**	,362**	,480**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
معرفة كيفية التعامل بين السائقين و النساء لتأني كافة المضطرب الملاحمة عن الطرفين	Corrélation de Pearson	,326**	,398**	,293**	,404**	,433**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,001	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
تبادل المعلومات والتجارب بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	Corrélation de Pearson	,357**	,376**	,321**	,416**	,506**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
إعداد الأفراد بالمعلومات الحديثة عن حوادث المرور والإجراءات القانونية المتخذة	Corrélation de Pearson	,309**	,418**	,258**	,274**	,403**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,003	,002	,000							
	N	127	127	127	127	127							

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt | Unicode:ON

IBM SPSS Statistics Viewer - Document2

فichier Edition Affichage Données Transformer Insérer Format Analyse Graphiques Utilitaires Extensions Fenêtre Aide

Log	Corrélations	Titre	Remarques	Jeu de données actif	Corrélations	Log	Fiabilité	Titre	Remarques	Echelle : ALL VARIABLES	Titre	Récapitulatif de traitement	Statistiques de fiabilité
معرفة كيفية التعامل مع المركبات الأخرى على الطريق بتجاوز الحالات الانعكاسية المتولدة عن الموقف	Corrélation de Pearson	,328	,488	,429	,362	,480							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
معرفة كيفية التعامل بين السائقين و النساء لتأني كافة المضطرب الملاحمة عن الطرفين	Corrélation de Pearson	,326**	,398**	,293**	,404**	,433**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,001	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
تبادل المعلومات والتجارب بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	Corrélation de Pearson	,357**	,376**	,321**	,416**	,506**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
إعداد الأفراد بالمعلومات الحديثة عن حوادث المرور والإجراءات القانونية المتخذة	Corrélation de Pearson	,309**	,418**	,258**	,274**	,403**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,003	,002	,000							
	N	127	127	127	127	127							
توفير التمنصات اللازمة لتقديم الشكاوي والتفادي عن المشاكل التي تؤثر على السلامة المرورية	Corrélation de Pearson	,330**	,409**	,362**	,358**	,396**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
تحديد دور حملات التوعية و التثقيف من خلال تنمية روح التعاون مع المؤسسات والهياكل المتخصصة بالسلامة المرورية	Corrélation de Pearson	,308**	,336**	,323**	,413**	,434**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
تحديد التفاعل بين المستخدمين والمجتمع المحلي لتحديد الوعي بأهمية السلامة المرورية، و تشجيع المشاركة الفعالة في الحملات التوعوية	Corrélation de Pearson	,419**	,368**	,392**	,507**	,540**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							
M5	Corrélation de Pearson	,578**	,644**	,627**	,658**	,718**							
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000							
	N	127	127	127	127	127							

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الثبات

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

Observations		N		%		
		Valide	Exclue ^a	Total	Valide	Exclue ^a
	Valide	127	0	127	100,0	,0
	Exclue ^a					
	Total	127		127	100,0	

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,939	17

الفرضية الأولى

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variabiles introduites	Variabiles éliminées	Méthode
1	إمتلاك_رخصة_سيارة, مستوى_المعارف_بقوانين_المرور, سنوات_الخبرة_في_السياقة, التعود_على_السياقة b	.	Introduire

a. Variable dépendante : M6

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,216 ^a	,046	,015	,54305

a. Prédicteurs : (Constante), إمتلاك_رخصة_سياقة, مستوى_المعارف_بقوانين_المرور, سنوات_الخبرة_في_السياقة, التعود_على_السياقة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
--------	------------------	-----	-------------	---	------

1	Régression	1,754	4	,439	1,487	,210 ^b
	de Student	35,978	122	,295		
	Total	37,732	126			

a. Variable dépendante : M6

b. Prédicteurs : (Constante), إمتلاك_رخصة_سياقة, مستوى_المعارف_بقوانين_المرور, سنوات_الخبرة_في_السياقة, التعود_على_السياقة

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,765	,337		5,240	
	سنوات_الخبرة_في_السياقة	,028	,051	,104	,542	
	مستوى_المعارف_بقوانين_المرور	,028	,058	,062	,483	
	التعود_على_السياقة	,054	,070	,164	,765	
	إمتلاك_رخصة_سياقة	,306	,144	,279	2,124	

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT M5

/METHOD=ENTER التعود_على_السياقة_مستوى_المعارف_بقوانين_المرور_سنوات_الخبرة_في_السياقة

.إمتلاك_رخصة_سياقة

الفرضية الثانية

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variabes introduites	Variabes éliminées	Méthode
1	إمتلاك رخصة سباق مستوى المعارف ب قوانين المرور سنوات الخبرة في السياقة التعود على السياقة b	.	Introduire

a. Variable dépendante : M5

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,258 ^a	,067	,036	,57693

a. Prédicteurs : (Constante), إمتلاك رخصة سباق, مستوى المعارف بقوانين المرور, سنوات الخبرة في السياقة, التعود على السياقة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2,900	4	,725	2,178	,075 ^b
	de Student	40,607	122	,333		
	Total	43,507	126			

a. Variable dépendante : M5

b. Prédicteurs : (Constante), سنوات_الخبرة_في_السياسة, إمتلاك_رخصة_سياسة, مستوى_المعارف_بقوانين_المرور, التعود_على_السياسة

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,025	,358		8,453	
	سنوات_الخبرة_في_السياسة	-,018	,054	-,063	-,332	
	مستوى_المعارف_بقوانين_المرور	,141	,061	,293	2,296	
	التعود_على_السياسة	,029	,075	,083	,393	
	إمتلاك_رخصة_سياسة	,333	,153	,283	2,173	

الفرضية الثالثة

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	بداية_إستخدام_المواقع; إستخدام_مواقع_التواصل_الإجتماعي; عدد_ساعات_التصفح طح	.	Introduire

a. Variable dépendante : الإمتثال نصائح حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,233 ^a	,054	,030	,541

a. Prédicteurs : (Constante), بداية_إستخدام_المواقع, استخدام_مواقع_التواصل_الإجتماعي, عدد_ساعات_التصفح

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	1,977	3	,659	2,255	,086 ^b
	de Student	34,490	118	,292		

Total	36,467	121			
-------	--------	-----	--	--	--

a. Variable dépendante : الإمتثال نصائح حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

b. Prédicteurs : (Constante), بداية_إستخدام_المواقع, إستخدام_مواقع_التواصل_الإجتماعي, عدد_ساعات_التصفح

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	
1	(Constante)	1,357	,765		1,773	
	إستخدام_مواقع_التواصل_الإجتماعي	,131	,136	,087	,962	
	عدد_ساعات_التصفح	-,092	,113	-,074	-,817	
	بداية_إستخدام_المواقع	,186	,079	,211	2,359	

الفرضية الرابعة

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	بداية_إستخدام_المواقع, إستخدام_مواقع_التواصل_الإجتماعي, عدد_ساعات_التصفح_طاح	.	Introduire

a. Variable dépendante : M5

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,325 ^a	,105	,083	,55316

a. Prédicteurs : (Constante), بداية_إستخدام_المواقع, استخدام_مواقع_التواصل_الإجتماعي, عدد_ساعات_التصفح

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
--------	------------------	-----	-------------	---	------

1	Régression	4,258	3	1,419	4,639	,004 ^b
	de Student	36,107	118	,306		
	Total	40,365	121			

a. Variable dépendante : M5

b. Prédicteurs : (Constante), بداية_إستخدام_المواقع, إستخدام_مواقع_التواصل_الإجتماعي, عدد_ساعات_التصفح

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	
	B	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1,134	,783		1,448	
إستخدام_مواقع_التواصل_الإجتماعي	,476	,139	,300	3,416	
عدد_ساعات_التصفح	,049	,115	,038	,427	
بداية_إستخدام_المواقع	,098	,081	,106	1,211	

CORRELATIONS

/VARIABLES=الإمتثال_لمضامين_الحملات M5

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

الفرضية الخامسة

Corrélations

		الإمتثال نصائح حملات التوعية المروية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	M5
الإمتثال نصائح حملات التوعية المروية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	Corrélacion de Pearson	1	,354**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	127	127
M5	Corrélacion de Pearson	,354**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	127	127

Fréquences

Statistiques

	N		Moyenne	Médiane	Ecart type
	Valide	Manquant			
الجنس	127	0	1,64	2,00	,483
السن	127	0	1,56	1,00	1,081
المستوى التعليمي	127	0	3,93	4,00	,287
إمتلاك رخصة سيطرة	127	0	1,45	1,00	,499
سنوات الخبرة في السيطرة	127	0	2,69	2,00	2,064
التعود على السيطرة	127	0	2,66	2,00	1,668
مستوى المعارف بقوانين المرور	127	0	3,09	3,00	1,224
آخر حادث سير تسببت فيه	127	0	1,16	1,00	,555

آخر حادث سير تعرضت له	127	0	1,50	1,00	1,097
اصطدام سيارتين	127	0	1,81	2,00	,393
اصطدام سيارة وزن خفيف مع سيارة وزن ثقيل	127	0	1,94	2,00	,229
اصطدام سيارة او شاحنة بدراجة او دراجة نارية	127	0	1,92	2,00	,270
تم دهسي وانا مترجل	127	0	1,91	2,00	,294
قمت بدهس شخص بسيارتي (دراجتي، شاحنتي)	127	0	1,97	2,00	,175
التحدث اثناء السياقة مع السائق	127	0	1,80	2,00	,405
التحدث بالهاتف اثناء السياقة	127	0	1,83	2,00	,380
التجاوز الخطير	127	0	1,76	2,00	,426
تجاوز السرعة القانونية	127	0	1,78	2,00	,416
عدم السير حسب السرعة الإلزامية الأدنى	127	0	1,83	2,00	,380
عدم ربط حزام الأمان	127	0	1,91	2,00	,294
عدم احترام اشارات المرور و الممهلات	127	0	1,77	2,00	,421
السياقة في ظل التعب و قلة النوم	127	0	1,82	2,00	,387
السياقو في ظل سوء الحالة النفسية	127	0	1,84	2,00	,366
العبور المجازف للطريق	127	0	1,83	2,00	,373
عدم وجود ممرات عبور في مناطق حساسة	127	0	1,86	2,00	,350
عدم احترام مسافة الأمان القانونية	127	0	1,79	2,00	,411
عدم صيانة اعطاب السيارة خاصة الأضواء و الغمازات	127	0	1,88	2,00	,324
عدم التدرب بشكل كاف على السياقة	127	0	1,86	2,00	,350
عدم إدراك الخطر كما يجب و سوء التعامل (معه) الأحوال الجوية مثلا	127	0	1,89	2,00	,314
اهتراء الطرقات	127	0	1,80	2,00	,399
تعاطي الكحول و المخدرات	127	0	1,87	2,00	,333
خروج الحيوانات	127	0	1,83	2,00	,380
غياب اشارات في الطرق	127	0	1,85	2,00	,358

إستخدام_مواقع_التواصل_الإجتماعي	122	5	4,84	5,00	,364
الفايسبوك	127	0	4,36	5,00	,888
الانستغرام	127	0	3,94	4,00	1,233
التويتتر	127	0	2,08	2,00	,939
سناپ شات	127	0	2,78	3,00	1,259
التيك توك	127	0	2,97	3,00	1,419
اليوتوب	127	0	3,94	4,00	,949
الواتساب	127	0	3,18	3,00	1,312
اللينكد اين	127	0	2,06	2,00	,986
عدد_ساعات_التصفح	127	0	2,75	3,00	,471
بداية_إستخدام_المواقع	127	0	4,17	4,00	,664
منشورات مكتوبة	127	0	1,22	1,00	,416
صور	127	0	1,19	1,00	,393
فيديوهات	127	0	1,14	1,00	,350
منشورات متعددة الوسائط	127	0	1,41	1,00	,494
منشورات متعددة الوسائط تشتمل على (مؤثرات صوتية و بصرية (أنفو غراف	127	0	1,43	1,00	,496
مجموعات فيسبوكية عامة	127	0	3,55	4,00	1,220
مجموعات فيسبوكية خاصة بمواضيع السلامة المرورية	127	0	3,22	3,00	1,345
صفحات فايسبوك عامة	127	0	3,57	4,00	1,225
صفحات خاصة بمواضيع السلامة المرورية	127	0	3,28	3,00	1,315
هاشتاغات لحملات التوعية المرورية منظمة من طرف هيئات و منظمات	127	0	3,27	3,00	1,244
مشاركات الأصدقاء للمنشورات الخاصة بمواضيع المرور	127	0	3,02	3,00	1,165
و فيديوهات قصيرة stories ستوريات reels	127	0	3,00	3,00	1,285
رسائل عبر الخاص	127	0	2,41	2,00	1,211
تتابع صفحات و مجموعات و تختار اشعارك بمضامينها الجديدة	127	0	3,04	3,00	1,243
تهتم بتصفح مضمون المنشور بعناية	127	0	3,11	3,00	1,107

تهتم بما ورد في التعليقات الاحاطة بمعلومات كبير	127	0	3,26	3,00	1,183
تفاعل مع المضامين بالتعليق و طرح الأسئلة	127	0	2,72	3,00	1,168
تشارك مضامينها على حسابك أو مع اصدقائك أو عبر مجموعات اخرى	127	0	2,57	2,00	1,138
تعبر عن مشاعرك عبر الضغط على زر الإعجاب و اختيار الشكيب الذي يعبر عن مشاعرك	127	0	3,39	3,00	1,298
تقيم دور الحملات التوعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تلافي حوادث المرور و التقليل منها	127	0	3,46	3,00	,974
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إيصال و تبادل المعلومات الخاصة بالسلامة المرورية	127	0	4,22	4,00	,654
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الاقناع بالتوصيات الخاصة بالسلامة المرورية	127	0	3,99	4,00	,751
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تجنب حوادث المرور	127	0	3,57	4,00	1,043
تشكل مواقع التواصل الاجتماعي آلية لبناء اتصال فعال في المجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية	127	0	3,96	4,00	,877
تحسيس المواطنين بمخاطر حوادث المرور	127	0	4,23	4,00	,704
اقترح حلول و آليات مناسبة للحد من هذه الظاهرة	127	0	4,07	4,00	,828
تنمية الاحساس بمسببات حوادث المرور حتى التي أجهلها، و تبيان خطورتها	127	0	4,07	4,00	,726
تنمية الضمير الجمعي لدى الفرد بالتفكير دون أنانية	127	0	4,03	4,00	,723
اكتساب سلوك جديد للحفاظ على الامن المروري	127	0	3,94	4,00	,829
التعريف بالاساليب الحسنة للتعامل مع الشرطة و الدرك الوطني	127	0	3,94	4,00	,894
معرفة كيفية التعامل مع المركبات الأخرى على الطريق بتجاوز الحالات الانفعالية المتولدة عن الموقف	127	0	3,94	4,00	,843

معرفة كيفية التعامل بين السائقين و المشاة لتلافي كافة المخاطر الناجمة عن الطرفين	127	0	3,88	4,00	,793
تبادل المعلومات والتجارب بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	127	0	3,94	4,00	,843
إعلام الأفراد بالمعلومات الحديثة عن حوادث المرور والإجراءات القانونية المتخذة	127	0	3,94	4,00	,885
توفير المنصات اللازمة لتقديم الشكاوى والتقارير عن المشاكل التي تؤثر على السلامة المرورية	127	0	3,94	4,00	,902
تعزيز دور حملات التوعية و التثقيف من خلال تنمية روح التعاون مع المؤسسات والهيئات المختصة بالسلامة المرورية	127	0	3,94	4,00	,848
تعزيز التفاعل بين المستخدمين والمجتمع المحلي لتعزيز الوعي بأهمية السلامة المرورية، وتشجيع المشاركة الفعالة في الحملات التوعوية	127	0	3,91	4,00	,830
الإمتثال نصائح حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	127	0	2,51	3,00	,547

Table de fréquences

		الجنس			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ذكر	46	36,2	36,2	36,2
	أنثى	81	63,8	63,8	100,0
Total		127	100,0	100,0	

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	18-25	92	72,4	72,4	72,4
	26-30	14	11,0	11,0	83,5
	31-35	13	10,2	10,2	93,7
	36-40	1	,8	,8	94,5
	41 فما فوق	7	5,5	5,5	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

المستوى_التعليمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	متوسط	1	,8	,8	,8
	ثانوي	7	5,5	5,5	6,3
	جامعي	119	93,7	93,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

إمتلاك_رخصة_سياقة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	70	55,1	55,1	55,1
	لا	57	44,9	44,9	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

سنوات_الخبرة_في_السياقة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	لم يسبق لي أن قُدت سيارة	59	46,5	46,5	46,5
	قُدتها لمدة تقل عن سنة	20	15,7	15,7	62,2
	قُدتها لمدة تتأخر سنة إلى سنتين	6	4,7	4,7	66,9
	أكثر من سنتين إلى أربع سنوات	13	10,2	10,2	77,2
	أكثر من أربع سنوات إلى ثماني سنوات	13	10,2	10,2	87,4
	أكثر من ثماني سنوات إلى عشر سنوات	4	3,1	3,1	90,6
	أكثر من عشر سنوات	12	9,4	9,4	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

التعود_على_السياقة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	52	40,9	40,9	40,9
	نادرا	16	12,6	12,6	53,5
	أحيانا	14	11,0	11,0	64,6
	غالباً	13	10,2	10,2	74,8
	دائماً	32	25,2	25,2	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

مستوى_المعارف_بقوانين_المرور

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ضعيفة	11	8,7	8,7	8,7
	متوسطة	39	30,7	30,7	39,4

حسنة	21	16,5	16,5	55,9
جيدة	39	30,7	30,7	86,6
ممتازة	17	13,4	13,4	100,0
Total	127	100,0	100,0	

آخر حادث سير تسببت فيه

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	لم أتسبب في أي حادث سير	116	91,3	91,3	91,3
	منذ بضعة أشهر أو سنة مضت	4	3,1	3,1	94,5
	منذ أكثر من سنة إلى أقل من خمس سنوات	5	3,9	3,9	98,4
	منذ 5 سنوات أو أقل من 10 سنوات مضت	2	1,6	1,6	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

آخر حادث سير تعرضت له

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	لم أتعرض لأي حادث سير	98	77,2	77,2	77,2
	منذ بضعة أشهر أو سنة مضت	11	8,7	8,7	85,8
	منذ أكثر من سنة إلى أقل من خمس سنوات	7	5,5	5,5	91,3
	منذ 5 سنوات أو أقل من 10 سنوات مضت	7	5,5	5,5	96,9
	قبل 10 سنوات خلت أو أقل من 15 سنة	2	1,6	1,6	98,4
	قبل 15 سنة أو أقل من 20 سنة مضت	2	1,6	1,6	100,0

Total	127	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

اصطدام سيارتين

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	24	18,9	18,9	18,9
	لا	103	81,1	81,1	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

اصطدام سيارة وزن خفيف مع سيارة وزن ثقيل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	7	5,5	5,5	5,5
	لا	120	94,5	94,5	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

اصطدام سيارة او شاحنة بدراجة او دراجة نارية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	10	7,9	7,9	7,9
	لا	117	92,1	92,1	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تم دهسي وانا متزجل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

Valid e	نعم	12	9,4	9,4	9,4
	لا	115	90,6	90,6	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

(قمت بدهس شخص بسيارتي (دراجتي، شاحنتي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	4	3,1	3,1	3,1
	لا	123	96,9	96,9	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

التحدث اثناء السياقة مع السائق

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	26	20,5	20,5	20,5
	لا	101	79,5	79,5	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

التحدث بالهاتف أثناء السياقة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	22	17,3	17,3	17,3
	لا	105	82,7	82,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

التجاوز الخطير

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	30	23,6	23,6	23,6
	لا	97	76,4	76,4	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تجاوز السرعة القانونية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	28	22,0	22,0	22,0
	لا	99	78,0	78,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

عدم السير حسب السرعة الإجبارية الأدنى

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	22	17,3	17,3	17,3
	لا	105	82,7	82,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

عدم ربط حزام الأمان

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	12	9,4	9,4	9,4
	لا	115	90,6	90,6	100,0

Total	127	100,0	100,0	
-------	-----	-------	-------	--

عدم احترام اشارات المرور و الممهلات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	29	22,8	22,8	22,8
	لا	98	77,2	77,2	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

السياقة في ظل التعب و قلة النوم

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	23	18,1	18,1	18,1
	لا	104	81,9	81,9	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

السياق في ظل سوء الحالة النفسية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	20	15,7	15,7	15,7
	لا	107	84,3	84,3	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

العبور المجازف للطريق

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	21	16,5	16,5	16,5
	لا	106	83,5	83,5	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

عدم وجود ممرات عبور في مناطق حساسة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	18	14,2	14,2	14,2
	لا	109	85,8	85,8	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

عدم احترام مسافة الأمان القانونية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	27	21,3	21,3	21,3
	لا	100	78,7	78,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

عدم صيانة اعطاب السيارة خاصة الأضواء و الغمازات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	15	11,8	11,8	11,8
	لا	112	88,2	88,2	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

عدم التدريب بشكل كاف على القيادة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	18	14,2	14,2	14,2
	لا	109	85,8	85,8	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

(عدم إدراك الخطر كما يجب و سوء التعامل معه (الأحوال الجوية مثلا

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	14	11,0	11,0	11,0
	لا	113	89,0	89,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

اهتراء الطرقات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	25	19,7	19,7	19,7
	لا	102	80,3	80,3	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تعاطي الكحول و المخدرات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid	نعم	16	12,6	12,6	12,6

e	لا	111	87,4	87,4	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

خروج الحيوانات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	22	17,3	17,3	17,3
	لا	105	82,7	82,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

غياب اشارات في الطرق

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	19	15,0	15,0	15,0
	لا	108	85,0	85,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غالبا	19	15,0	15,6	15,6
	دائما	103	81,1	84,4	100,0
	Total	122	96,1	100,0	
Manquant	Système	5	3,9		
	Total	127	100,0		

الفيسبوك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نادرا	6	4,7	4,7	4,7
	أحيانا	17	13,4	13,4	18,1
	غالبًا	29	22,8	22,8	40,9
	استخدمه دائما	75	59,1	59,1	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

الانستغرام

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	5	3,9	3,9	3,9
	نادرا	16	12,6	12,6	16,5
	أحيانا	22	17,3	17,3	33,9
	غالبًا	23	18,1	18,1	52,0
	استخدمه دائما	61	48,0	48,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

التويتر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid	ابدا	33	26,0	26,0	26,0

e	نادرا	65	51,2	51,2	77,2
	أحيانا	19	15,0	15,0	92,1
	غالبا	6	4,7	4,7	96,9
	استخدمه دائما	4	3,1	3,1	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

سناپ شات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	17	13,4	13,4	13,4
	نادرا	46	36,2	36,2	49,6
	أحيانا	32	25,2	25,2	74,8
	غالبا	12	9,4	9,4	84,3
	استخدمه دائما	20	15,7	15,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

التيك توك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	21	16,5	16,5	16,5
	نادرا	37	29,1	29,1	45,7
	أحيانا	23	18,1	18,1	63,8
	غالبا	17	13,4	13,4	77,2
	استخدمه دائما	29	22,8	22,8	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

اليوتوب

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نادرا	11	8,7	8,7	8,7
	أحيانا	28	22,0	22,0	30,7
	غالبا	46	36,2	36,2	66,9
	استخدمه دائما	42	33,1	33,1	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

الواتساب

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	12	9,4	9,4	9,4
	نادرا	33	26,0	26,0	35,4
	أحيانا	32	25,2	25,2	60,6
	غالبا	20	15,7	15,7	76,4
	استخدمه دائما	30	23,6	23,6	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

اللينكد إين

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	38	29,9	29,9	29,9
	نادرا	59	46,5	46,5	76,4
	أحيانا	20	15,7	15,7	92,1
	غالبا	5	3,9	3,9	96,1
	استخدمه دائما	5	3,9	3,9	100,0

Total	127	100,0	100,0	
-------	-----	-------	-------	--

عدد_ساعات_التصفح

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	أقل من ساعة	2	1,6	1,6	1,6
	من ساعة إلى ساعتين	28	22,0	22,0	23,6
	أكثر من ساعتين	97	76,4	76,4	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

بداية_إستخدام_المواقع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	منذ سنة	1	,8	,8	,8
	منذ أكثر من سنة إلى خمس سنوات	16	12,6	12,6	13,4
	منذ أكثر من خمس سنوات إلى عشر سنوات	71	55,9	55,9	69,3
	منذ أكثر من عشر سنوات	39	30,7	30,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

منشورات مكتوبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	نعم	99	78,0	78,0	78,0
	لا	28	22,0	22,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

صور

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

Valid e	نعم	103	81,1	81,1	81,1
	لا	24	18,9	18,9	100,0
Total		127	100,0	100,0	

فيديوهات

Valid e	نعم	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
		لا	109	85,8	85,8
	لا	18	14,2	14,2	100,0
Total		127	100,0	100,0	

منشورات متعددة الوسائط

Valid e	نعم	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
		لا	75	59,1	59,1
	لا	52	40,9	40,9	100,0
Total		127	100,0	100,0	

(منشورات متعددة الوسائط تشمل على مؤثرات صوتية و بصرية (أنفوغراف

Valid e	نعم	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
		لا	73	57,5	57,5
	لا	54	42,5	42,5	100,0
Total		127	100,0	100,0	

مجموعات فيسبوكية عامة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	5	3,9	3,9	3,9
	نادرا	25	19,7	19,7	23,6
	أحيانا	30	23,6	23,6	47,2
	غالبا	29	22,8	22,8	70,1
	دائما	38	29,9	29,9	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

مجموعات فيسيوكية خاصة بمواضيع السلامة المرورية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	12	9,4	9,4	9,4
	نادرا	34	26,8	26,8	36,2
	أحيانا	28	22,0	22,0	58,3
	غالبا	20	15,7	15,7	74,0
	دائما	33	26,0	26,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

صفحات فيسبوك عامة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	5	3,9	3,9	3,9
	نادرا	24	18,9	18,9	22,8
	أحيانا	31	24,4	24,4	47,2
	غالبا	27	21,3	21,3	68,5
	دائما	40	31,5	31,5	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

Total	127	100,0	100,0	
-------	-----	-------	-------	--

صفحات خاصة بمواضيع السلامة المرورية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	12	9,4	9,4	9,4
	نادرا	26	20,5	20,5	29,9
	أحيانا	37	29,1	29,1	59,1
	غالبا	18	14,2	14,2	73,2
	دائما	34	26,8	26,8	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

هاشتاغات لحملات التوعية المرورية منظمة من طرف هيئات و منظمات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	10	7,9	7,9	7,9
	نادرا	27	21,3	21,3	29,1
	أحيانا	37	29,1	29,1	58,3
	غالبا	25	19,7	19,7	78,0
	دائما	28	22,0	22,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

مشاركات الأصدقاء للمنشورات الخاصة بمواضيع المرور

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valid e	ابدا	9	7,1	7,1	7,1
	نادرا	37	29,1	29,1	36,2
	أحيانا	43	33,9	33,9	70,1
	غالبا	18	14,2	14,2	84,3
	دائما	20	15,7	15,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

reels و فيديوهات قصيرة stories ستوريبهاات

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	12	9,4	9,4	9,4
	نادرا	45	35,4	35,4	44,9
	أحيانا	24	18,9	18,9	63,8
	غالبا	23	18,1	18,1	81,9
	دائما	23	18,1	18,1	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

رسائل عبر الخاص

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	28	22,0	22,0	22,0
	نادرا	55	43,3	43,3	65,4
	أحيانا	21	16,5	16,5	81,9
	غالبا	10	7,9	7,9	89,8
	دائما	13	10,2	10,2	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تتابع صفحات و مجموعات و تختار اشعارك بمضامينها الجديدة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	10	7,9	7,9	7,9
	نادرا	42	33,1	33,1	40,9
	أحيانا	31	24,4	24,4	65,4
	غالبا	21	16,5	16,5	81,9
	دائما	23	18,1	18,1	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تهتم بتصفح مضمون المنشور بعناية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	6	4,7	4,7	4,7
	نادرا	33	26,0	26,0	30,7
	أحيانا	49	38,6	38,6	69,3
	غالبا	19	15,0	15,0	84,3
	دائما	20	15,7	15,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تهتم بما ورد في التعليقات الاضافة بمعلومات كبر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	5	3,9	3,9	3,9
	نادرا	35	27,6	27,6	31,5
	أحيانا	35	27,6	27,6	59,1
	غالبا	26	20,5	20,5	79,5
	دائما	26	20,5	20,5	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تفاعل مع المضامين بالتعليق و طرح الأسئلة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valid e	ابدا	17	13,4	13,4	13,4
	نادرا	46	36,2	36,2	49,6
	أحيانا	32	25,2	25,2	74,8
	غالبا	20	15,7	15,7	90,6
	دائما	12	9,4	9,4	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تشارك مزامينها على حسابك أو مع اصدقائك أو عبر مجموعات اخرى

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	17	13,4	13,4	13,4
	نادرا	58	45,7	45,7	59,1
	أحيانا	27	21,3	21,3	80,3
	غالبا	13	10,2	10,2	90,6
	دائما	12	9,4	9,4	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تعبر عن مشاعرك عبر الضغط على زر الإعجاب و اختيار الشكيب الذي يعبر عن مشاعرك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ابدا	7	5,5	5,5	5,5
	نادرا	33	26,0	26,0	31,5
	أحيانا	27	21,3	21,3	52,8
	غالبا	23	18,1	18,1	70,9
	دائما	37	29,1	29,1	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تقييم دور الحملات التوعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تلافي حوادث المرور و التقليل منها

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	غير فعالة على الإطلاق	6	4,7	4,7	4,7
	غير فعالة	6	4,7	4,7	9,4
	متوسطة الفعالية	59	46,5	46,5	55,9
	فعالة	36	28,3	28,3	84,3
	فعالة جدا	20	15,7	15,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إيصال و تبادل المعلومات الخاصة بالسلامة المرورية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	محايد	16	12,6	12,6	12,6
	أوافق	67	52,8	52,8	65,4
	أوافق بشدة	44	34,6	34,6	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في الاقتناع بالتوصيات الخاصة بالسلامة المرورية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض	5	3,9	3,9	3,9
	محايد	21	16,5	16,5	20,5
	أوافق	71	55,9	55,9	76,4
	أوافق بشدة	30	23,6	23,6	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تجنب حوادث المرور

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	8	6,3	6,3	6,3
	معارض	10	7,9	7,9	14,2
	محايد	30	23,6	23,6	37,8
	أوافق	60	47,2	47,2	85,0
	أوافق بشدة	19	15,0	15,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي آلية لبناء اتصال فعال في المجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	2	1,6	1,6	1,6
	معارض	3	2,4	2,4	3,9
	محايد	30	23,6	23,6	27,6
	أوافق	55	43,3	43,3	70,9
	أوافق بشدة	37	29,1	29,1	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تحسيس المواطنين بمخاطر حوادث المرور

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	1	,8	,8	,8
	معارض	1	,8	,8	1,6
	محايد	11	8,7	8,7	10,2
	أوافق	69	54,3	54,3	64,6

أوافق بشدة	45	35,4	35,4	100,0
Total	127	100,0	100,0	

اقتراح حلول و آليات مناسبة للحد من هذه الظاهرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	1	,8	,8	,8
	معارض	5	3,9	3,9	4,7
	محايد	18	14,2	14,2	18,9
	أوافق	63	49,6	49,6	68,5
	أوافق بشدة	40	31,5	31,5	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تنمية الاحساس بمسببات حوادث المرور حتى التي أجهلها، و تبيين خطورتها

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	1	,8	,8	,8
	معارض	2	1,6	1,6	2,4
	محايد	17	13,4	13,4	15,7
	أوافق	74	58,3	58,3	74,0
	أوافق بشدة	33	26,0	26,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تنمية الضمير الجمعي لدى الفرد بالتفكير دون أنانية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	1	,8	,8	,8
	معارض	2	1,6	1,6	2,4

محايد	19	15,0	15,0	17,3
أوافق	75	59,1	59,1	76,4
أوافق بشدة	30	23,6	23,6	100,0
Total	127	100,0	100,0	

اكتساب سلوك جديد للحفاظ على الامن المروري

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	2	1,6	1,6	1,6
	معارض	3	2,4	2,4	3,9
	محايد	26	20,5	20,5	24,4
	أوافق	65	51,2	51,2	75,6
	أوافق بشدة	31	24,4	24,4	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

التعريف بالاساليب الحسنة للتعامل مع الشرطة و الدرك الوطني

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	3	2,4	2,4	2,4
	معارض	3	2,4	2,4	4,7
	محايد	27	21,3	21,3	26,0
	أوافق	59	46,5	46,5	72,4
	أوافق بشدة	35	27,6	27,6	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

معرفة كيفية التعامل مع المركبات الأخرى على الطريق بتجاوز الحالات الانفعالية المتولدة عن الموقف

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valid e	معارض بشدة	1	,8	,8	,8
	معارض	5	3,9	3,9	4,7
	محايد	28	22,0	22,0	26,8
	أوافق	60	47,2	47,2	74,0
	أوافق بشدة	33	26,0	26,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

معرفة كيفية التعامل بين السائقين و المشاة لتلافي كافة المخاطر الناجمة عن الطرفين

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	1	,8	,8	,8
	معارض	5	3,9	3,9	4,7
	محايد	27	21,3	21,3	26,0
	أوافق	69	54,3	54,3	80,3
	أوافق بشدة	25	19,7	19,7	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تبادل المعلومات والتجارب بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	1	,8	,8	,8
	معارض	6	4,7	4,7	5,5
	محايد	25	19,7	19,7	25,2
	أوافق	63	49,6	49,6	74,8
	أوافق بشدة	32	25,2	25,2	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

إعلام الأفراد بالمعلومات الحديثة عن حوادث المرور والإجراءات القانونية المتخذة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	2	1,6	1,6	1,6
	معارض	7	5,5	5,5	7,1
	محايد	20	15,7	15,7	22,8
	أوافق	65	51,2	51,2	74,0
	أوافق بشدة	33	26,0	26,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

توفير المنصات اللازمة لتقديم الشكاوى والتقارير عن المشاكل التي تؤثر على السلامة المرورية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	1	,8	,8	,8
	معارض	8	6,3	6,3	7,1
	محايد	25	19,7	19,7	26,8
	أوافق	56	44,1	44,1	70,9
	أوافق بشدة	37	29,1	29,1	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تعزيز دور حملات التوعية و التنقيف من خلال تنمية روح التعاون مع المؤسسات والهيئات المختصة بالسلامة المرورية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	1	,8	,8	,8
	معارض	6	4,7	4,7	5,5
	محايد	25	19,7	19,7	25,2
	أوافق	62	48,8	48,8	74,0
	أوافق بشدة	33	26,0	26,0	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

تعزيز التفاعل بين المستخدمين والمجتمع المحلي لتعزيز الوعي بأهمية السلامة المرورية، وتشجيع المشاركة الفعالة في الحملات التوعوية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	معارض بشدة	1	,8	,8	,8
	معارض	5	3,9	3,9	4,7
	محايد	29	22,8	22,8	27,6
	أوافق	62	48,8	48,8	76,4
	أوافق بشدة	30	23,6	23,6	100,0
	Total	127	100,0	100,0	

الإمتثال نصائح حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	لا	3	2,4	2,4	2,4
	نوعا ما	56	44,1	44,1	46,5

نعم	68	53,5	53,5	100,0
Total	127	100,0	100,0	