الإعلام والتوعية من حوادث المرور

قراءة نظرية للخصائص والاستراتيجيات المتبعة في الإذاعات الجزائرية

The information and awareness of traffic accidents A theoretical reading of the characteristics and strategies used in Algerian radio

أمال قاسيمي * kacimi amel

كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر3

Kassimi.amel@univ-alger3.dz

تاريخ الإستلام: 2019/11/22 تاريخ قبول النشر: 2019/12/25 تاريخ النشر: 2019/12/01

ملخص:

حاول نص المقال مناقشة الدور الذي تلعبه الإذاعة كوسيلة من وسائل الإعلام في المساهم في التوعية المرورية من مخاطر حوادث المرور ، نظرا للخصائص التي تتمتع بها الإذاعة، فمن قدرتها على تخطي الحاجز المكاني إلى قدرتها على مخاطبة كافة الشرائح في المجتمع إلى غيرها من الخصائص التي تمنحها الفرصة في أن تحتل المرتبة الأولى مقارنة لغيرها من الوسائل الإعلامية

ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها تأكيد مقولة الباحث الأمريكي في الاتصال" مارشال ماكلوهان" أن الإذاعة وسيلة ساخنة تؤثر بدرجة كبيرة على الجمهور و المستمعين وبالتالي فهي وسيلة إعلامية ذات دور فعال في التوعية من حوادث المرور.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الإذاعي؛ وسائل الإعلام؛ التوعية المرورية؛ حوادث المرور ؛ استراتيجيات وخصائص الإذاعة

Abstract:

The text of the article attempted to discuss the role played by radio as a means of media information in contributing to traffic awareness of the dangers of traffic accidents, given the characteristics of the radio. It can move beyond the spatial barrier to its ability to address all segments of society to other characteristics that give it the opportunity to rank first compared to other medi

One of the most important results were the confirmation that the researcher in communication, " Marshal McLuhan ", said that the radio is a hot means It has a significant impact on the public and the audience and is therefore an effective media tool in raising awareness of traffic accidents.

Keywords: radio information; media information; awareness of traffic accidents ; traffic accidents.; characteristics and strategies

* **المؤلف المرسل: أمال قاسيمي**

1. مقدمة:

اجمع معظم العلماء والباحثين على أن الإعلام بوسائله المقروءة والمسموعة والمرئية أصبح الوسيلة الأكثر تأثيراً وحضوراً لدى الجمهور حتى أصبح يتحمل المسؤولية الكبرى كغيره من الجهات في معالجة أية مشكلة أو في الإشارة إلى أي خطأ أو تقصير أو سلبية أو إيجابية تنعكس نتائجها على كافة شرائح المجتمع وتؤثر فيهم.

وما يميز الإعلام كذلك قدرته على الوصول إلى كل شرائح المجتمع على عكس بعض الجهات التي تصل إلى شريحة معينة دون أخرى وهذا طبعاً حسب اختصاصها، كما انه يصل برسائله إلى إدارات مختلفة وعدة كالصحة والثقافة والاقتصاد والتجارة والتعليم والتربية... ويمكنه أيضا أن يحفز العاملين في الإدارات ويشجعهم من خلال آلية حرفية ذات مستوى عال على الاهتمام بقضية الوقاية من حوادث المرور.

وعليه سنحاول أن نناقش في فحوى هذا المقال العلمي النقاط التالية:

2. دور الاعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور. احمد مطهر عقبات (2000)، ص ص 11،10،

إن النتائج المأساوية المترتبة عن المشاكل المرورية المتكررة يوميا وإحصاءات الكوارث التي تحصد أرواح البشر وتتسبب في خسائر مادية وأضرار معنوية ونفسية واجتماعية يصعب إزالتها بسهولة، تستدعي تكاتف جهود الجهات المختصة للبحث في الأسباب على ارض الواقع واتخاذ الإجراءات المناسبة للتقليل من حدوثها .وبما أن العنصر البشري غالبا المتسبب في وقوع الحوادث المرورية فهو يحتاج إلى توجيه وتوعية دائمة للتحكم في سلوكياته أثناء قيادة المركبة بالتبصير إلى الأمور المساعدة في تجنب الحوادث.، بالتقيد بثوابت الحركة والتزام بتنظيم حركة السير، التي تعني تنظيم ديناميكية الأداء في الشوارع العامة والخطوط الطويلة والمعرفة الأكيدة لزاوية حركة المركبة وسير المشاة والتقليل من السرعة ..الخ ، والتقيد بقواعد السير وآداب السلامة، وهنا دور الإعلام هو دور وقائي توعوي ولا يقوم به إلا بتعاونه مع الجهات المعنية ولا يمكن أن يحل مكان أي جهة أخرى بل يقوم بدور مكمل لجميع الجهات ولا بد أن نشير هنا أيضاً إلى أن دوره ليس تابعاً لأي دور آخر.

ووسائل الإعلام تتميز بدور التوعية بناء على ما تمتلكه من خصائص ومميزات، وقبل كل ذلك وانطلاقا من دور المواطن وتنمية إحساسه بالمسئولية وربطها بالدور الذي يمكن أن يقوم به كل فرد في معالجة الأوضاع والسلوكيات غير المرغوبة بتوليد وإنتاج وتبادل وتوزيع كل المعلومات الصحيحة من أجل خلق الوعي بين رجل المرور وقائد المركبة والشخصيات ذات العلاقة بتنظيم السير، فإن أهمية حملات الاتصال التوعوي- المروري قد خضعت لأساليب نظرية وتطبيقية مبرمجة ومنظمة بحسب الإمكانات المتوفرة في البلدان المختلفة من أجل إعداد وسائل اتصالية لتدعم بعضها بعضًا ، وفقًا للقواعد العلمية القادرة على تحقيق نتائج مرجوة على أرض الواقع لإقناع المتلقين باتخاذ أساليب جديدة في ممارسة قيادة المركبة بإتباع القواعد المنظمة في تنظيم حركة السير الهادفة إلى مساعدة الجميع بما يكفل تجنب الكوارث المرورية ويبسط الأمان في المجتمع ..والمبادرات الإعلامية التوعوية

لتنفيذ الأهداف الموضوعة تتخذ أشكال متنوعة باستخدام الملصقات المعبرة عن المشكلة المرمرية في المجتمع وتحديد طبيعتها وتكرارات التجاوزات القانونية والعامة والخاصة وتنظيم المهرجانات الشعبية والحفلات المقامة في المدارس والمناسبات الاجتماعية المختلفة في الإسهام الفاعل والمؤثر لمساندة الحملات الإعلامية الموجهة والمنظمة والمستمرة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية بتكريس تقنياتها الحديثة (كومبيوتر ، انترنت) وأجهزتها الالكترونية والفيلمية ووسائطها السمعية والبصرية من شرائح وصور ثابتة ومتحركة وتصوير سينمائي وفيديو ، سواء لتغطية الفعاليات المرورية (اجتماعات ، ندوات ، مؤتمرات علمية ، لقاءات صحفية...الخ) أو بإنتاج المواد الإعلامية في استوديوهاتها ومطابعها وفق عناصر رئيسية تتبناها حملات الاتصال المروري .وتبقى على الدوام الأسس النظرية العلمية المتعلقة بالتخطيط للحملات الإعلامية المرتبطة بإستراتيجية العمل الإعلامي والتحفيزي ووضع الأهداف المحددة ودراسة الواقع الاجتماعي للجمهور المستهدف وتبني خطة إعلامية واضحة ومتسلسلة والاختبار القبلي للمادة الإعلامية وعملية التنفيذ باستخدام الوسائل والإمكانات والكوادر المدربة ودراسة النتائج وتقويمها ، دليلا نظريًا هامًا للمبادرات الإعلامية لتنفيذ أهداف حملات التوعية المرورية. احمد مطهر عقبات (2000)، ص ص 12،13،

كما يجدر التنويه إلى أن انتشار القنوات الفضائية ووصولها إلى مساحات كبيرة في القرى والمدن المتباعدة قد سهل مهمة القائمين على المبادرات الإعلامية والتوعوية المستمرة باستغلال الزمن المتاح في برامج الحوار والبرامج المتخصصة والفئوية والتثقيفية والترفيهية بتكوين فقرات تثقيفية- إرشادية بمساعدة التِكنولوجيا السمع بصرية الحديثة المتاحة من رسوم وتوضيحات لأشكال تعبيرية على شكل ملصقات واستضافة قادة الرأي والمتخصصين والمهتمين بقضايا المرور الذين يتواصلون مباشرة على الهواء مع المشاهدين لمناقشة مختلف القضايا التي تمس حياة الأفراد وممتلكاتهم والبحث عن أسباب ومسببات الحوادث المرورية، سواء تلك المرتبطة بالطرق أو السرعة أو تجاوزات السائقين المختلفة أو غيرها. إضافة إلى أن امتداد زمن البث الفضائي قد خلق جوًا ملائمًا لمبادرات تحفيزية إرشادية توعية للتعريف بقواعد المرور بمساهمة جادة من المهتمين ورجال المرور والمواطنين ،مع ملاحظة ان البرامج الإذاعية المكرسة لهذا الموضوع لا تخلو من الفائدة والتأثير عندما يستمع إليها السائق أثناء القيادة وخاصة في الوقت الممتد في الخطوط الطويلة، ويمكن القول كذلك أن البث الفضائي المباشر أصبح في الوقت الحاضر من أقرب الطرق لمد الجمهور العريض في المدن والقرى والبوادي بالمعلومات المطلوبة حول قضايا المرور المختلفة وفي مقدمتها الكوارث المرورية وانعكاساته السلبية على الفرد والمجتمع والممتلكات وترسيخ الوعي حول أهمية تعديل السلوك القيادي للمركبة إيجابا لتجنب أية حوادث محتملة. احمد مطهر عقبات (2000)، ص 14.

وعمومًا فإن العمل الإعلامي والتحفيزي يكتمل عندما يتناسق الإيقاع العملي بين القائمين على التخطيط بسياساته وبرامجه وأهدافه ومرورًا بمنفذي هذه السياسات بالإنتاج العلمي السليم القائم على استخدام فنون العمل الصحفي والإذاعي والتلفزيوني وانتهاء باستكمال بحوث القراء والمستمعين والمشاهدين ومعرفة تأثير الرسالة الإعلامية على المستقبل لتقييم النتائج ورجع الصدى والاستفادة من آراء الجمهور إزاء المشكلة المرورية لتحسين الوجبة الإعلامية التالية.

ودخولا في بعض تفاصيل مجالات الدور الإعلامي في نشر التوعية المرورية بما يتناسب مع وسيلة الإذاعة كوسيلة إعلامية على حدة يمكن الإشارة إلى ما يلي

- ✓ ضرورة وضع إستراتيجية إعلامية محددة وواضحة المعالم للوقاية من حوادث الطرق.
- ✓ تحديد الفئات المستهدفة من النشاط الإعلامي بإتباع أسلوب التجزئة في تحديد هذه الفئات
- ✓ تحديد الأهداف الإعلامية المطلوبة بدقة وتقسيمها مرحلياً وزمنياً بحيث يشعر الناس أن هناك مشكلة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحياتهم وحياة أبنائهم وسلامتهم وسلامة المجتمع وأمنه.
- ✓ اختيار أفضل وسائل وأشكال الاتصال الملائمة لكل فئة من فئات الجمهور المستهدف.
- ✓ اعتماد الأسلوب الموضوعي والدقيق لإعداد البرامج الإعلامية والاستعانة بخبراء تربويين ونفسيين واجتماعيين.

كما أن على الإعلام أن يمارس دوره في هذا المجال باستمرار لا أن يقتصر على المناسبات فقط وفي هذا الإطار يمكن القيام بما يلي:

- تخصيص زاوية أسبوعية في كل صحيفة محلية خاصة بالسلامة المرورية.
- تكليف رسامي الكاريكاتير الصحفيين لتسليط الضوء على قضية حوادث الطرق بشكل أسبوعي.
- تخصيص مساحة أسبوعية لعرض صور الحوادث ويفضل أن تكون ملونة.
- برنامج إذاعي يومي مباشر للحديث عن السلامة المرورية.
- عقد لقاءات مستمرة مع الكتاب والفنانين والمخرجين ومعدي البرامج لدمج قضية السلامة المرورية في البرامج الإعلامية.
- تخصيص فترة زمنية لمدة خمس دقائق يومياُ في برنامج صباح الخير للحديث عن كيفية الوقاية من حوادث الطرق.
- تشكيل لجنة إعلامية متخصصة بقضايا السلامة المرورية.

3. خصائص ومميزات الإذاعة كوسيلة إعلام

إن خصائص ومميزات الإذاعة كوسيلة إعلام توعوي لا تنفصل عن الخصائص العامة للإذاعة كوسيلة إعلامية ولذا لابد من استعراض خصائصها التي حددها العلماء والباحثين ومن ثم محاولة إسقاطها أو الاستقاء منها ما يخدم الإعلام التوعوي من حوادث المرور.

هنا ذكر الكاتب أديب خضور "أن العامل الحاسم في الصحافة الإذاعية هو أن الاستماع أداة للتواصل مع الرسالة الإعلامية الإذاعية، والذاكرة السمعية هي وسيلة التفاعل معها، وان الصوت البشري بمضامينه وإمكاناته الدرامية هو العامل الأساسي للرسالة الإذاعية، وتستطيع الإذاعة أن تغير جذريا مفاهيم الزمان والمكان والجمهور والسرعة فهي بسبب إمكاناتها وخصائصها التكنولوجية تستطيع أن تصل إلى أماكن واسعة وبعيدة، وان تحقق انتشارا غير مسبوق وان تفعل ذلك بسرعة أو فور وأثناء

الحدث. كما أنها تستطيع أن تخاطب الجميع ومن ثم جميع البشر وحتى الأميين منهم قادرون على التعرض للرسالة الإذاعية، والاستماع للإذاعة لا يتطلب درجة عالية من التركيز والاهتمام أن مجمل هذه الخصائص جعلت الإذاعة الوسيلة الأكثر مقدرة على التواصل مع الجماهير الواسعة وجعلتها أكثر مقدرة على التأثير في عواطف وانفعالات ومشاعر الجماهير الواسعة ودفعها للسلوك باتجاه معين." أديب خضور (2003)، ص ص 78،79.

ويضيف في هذا المجال الباحث علي بن فايز "إن الكلمة الإذاعية تمتاز بأنها أسرع وسيلة تصل إلى الإنسان في أي مكان، ولأنها من أقوى الوسائل في التأثير على الجماهير ولها قوة ايجابية في الوصول إلى المستمع ذاك لان الإذاعة جامعة شعبية على الهواء، تخاطب المتعلم وغيره وتنقل الثقافة وسائر العلوم الأخرى، والإذاعة وسيلة سهلة تسخر كسلاح في الحرب النفسية لما لها من قدرة على التأثير والاستقطاب فتقوم بعمليات تهيئة الناس المستهدفين لتقبل الأفكار الجديدة، وتعمل على تهييج الجماهير وحثها على فعل شيء آو تركه" . علي بن فايز (2000)، ص159.

وعليه يمكن حصر اهمم الخصائص التي تتسم بها الإذاعة كوسيلة إعلامية ذات هدف توعوي فيما يلي:

- تتميز الإذاعة بما تقوم به من دور فعال في تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود.
- لا يحتاج سماع الإذاعة إلى جهد وعناء كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفاز
- يمكن للمستمع أن يستمع للراديو في اي وقت وفي أي مكان دون عوائق
- يعد الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين وسائل الإعلام لذا يطلق عليه الوسيلة العمياء
- تتيح الإذاعة للمستمعين الأميين فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة الإخبارية والأنشطة التي تقع داخل وخارج الوطن.
- يمكن استخدام الصوت لإضفاء الحيوية والقدرة على الإقناع خاصة في النصوص الإعلامية
- أصبحت الإذاعة في الوقت الحالي سلاحا قويا لمن يجيد استخدامه لتكوين الرأي العام والتأثير عليه بصرف النظر عن الحواجز الجغرافية والزمن فالإذاعة تصل إلى كافة طبقات الشعوب من مثقفين وعمال وفلاحين وبسطاء كبار وصغار على سواء. إيمان محمد عز العرب (2001)، 71.
- يخلق الراديو جوا من الألفة والصداقة بينه وبين مستمعيه ومن ثم فان المستمع يتوقع دائما أن يستمع من هذا الجهاز إلى كل ما هو صادق وواقعي.
- تبدو الأشياء التي يتم سماعها عبر الإذاعة وكأنها تحدث الآن أي على الهواء.
- الإذاعة ليست تقارير حدثت في الماضي بل هي تقدم الأحداث فور وقوعها.

- يتيح الراديو للمستمع فرصة تقبل العمل الإذاعي بشكل أكثر جمالا لمشاركته بخياله وبرغبته التامة في هذه العملية الاتصالي.

ومما ذكرنا يمكن القول أن الإذاعة يمكن أن تكون جهازا فعالا في نشر التوعية المرورية من خلال ما يلي

- يمكن متابعة أحداث حوادث المرور بسهولة ودقة لان الاستماع إلى الراديو لا يحتاج الى جهد وعناء كما انه يتيح للمستمع المتابعة في كل زمان ومكان دون قيود
- ميزة الآنية في الإذاعة تجعلها الوسيلة الأولى لمتابعة الأحداث ومستجدات حوادث الطرق والمرور فور وقوعها، ولكون حوادث المرور من المواضيع التي تملك قوة الجاذبية والترقب فان الإذاعة لديها كل هذه الإمكانات لنقل أحداث الطرق، كما يمكن بث رسائل التوعية المرورية العاجلة بما يفيد الجمهور ويرشده للتصرف الصحيح وفي الوقت المناسب.
- الإذاعة
- وسيلة تخاطب كل شرائح المجتمع بكافة الفئات والمستويات، المتعلم والأمي ولان الوعي المروري رسالة عامة لكل المجتمع، فان الإذاعة خير وسيلة تصل الأمي قبل المتعلم وتقدم له رسالة المعنية التي تراعي الفروق الفردية والمستويات الثقافية المتباينة.
- يمكن استخدام الصوت البشري بنبراته وإيماءاته ودلالاته العميقة في مواضيع التوعية المرورية التي تحتاج إلى أصوات معبرة وقوية تجسد الحدث وتتابع تفاصيله بكل دقة، ولأنه جسر التواصل الأول في الإذاعة وكان لابد أن يتصف بمقومات ومواصفات متكاملة لأداء الرسالة الإعلامية.
- إن التطور الذي حدث في مجال التقنيات وصناعة المعلومات طال كل أجهزة ووسائل الإعلام ولاسيما الإذاعة، ولذا يمكن الاستفادة من ذلك في زيادة رقعة وانتشار وسائل التوعية من حوادث المرور وإنتاجها في صورة تهيء فرصة استفادة اكبر
- إن برامج التوعية من حوادث المرور عبر الإذاعة وبما حققته من تطور يمكن أن تكون أداة جامعة ووحدة وطنية تحمل هموم الوطن وتعمل على لم الشمل وجمع الشتات، كما أن تعدد الموجات وزيادة عدد موجات (اف أم) تتيح فرصة اكبر للتنوع وزيادة برامج التوعية المرورية التي تعمل على زيادة الوعي ورفع الحس .
- تتيح إعادة البرامج من خلال الإذاعة فرصة الاستماع مرة ثانية لذا يجد فيها المستمع للمرة الأولى الفائدة وثبات المعلومات، أما المرة الثانية فتعطي فرصة للذين فاتهم الاستماع، وبذلك تحض البرامج التوعوية (الوعي المروري) بقدر وافر من الذيول والانتشار. اسماعيل سليمان او جلال(2012)، ص147.

4. دور الاذاعات كوسيلة اعلامية في التوعية من حوادث المرور

تتشكل برامج متنوعة عبر أثير الإذاعة للاضطلاع بمهمة نشر التوعية المرورية في كثير من الاتجاهات منها: احمد مطهر عقبات(2007)، ص18.

- تستطيع الإذاعة في سياق نشر التوعية المرورية ربط القرى بالمدن بإتباع أساليب جديدة في تكثيف الفلاشات والتنويهات وباللهجات المحلية وإمداد إذاعات المدارس اليومية الداخلية بنصوص إذاعية (سبق إذاعتها في الإذاعة الرسمية) لأهمية تكرار القضايا المرورية الضرورية ، وخاصة تلك الفقرات التي تحتوي على حوار تمثيلي مبسط ، لأن الأسلوب التمثيلي الإذاعي هو اقرب الطرق لملامسة القضية بصورة مؤثرة وضمان متابعة مستمرة من جميع أفراد الأسرة، نظرًا لان طبيعة الإذاعة المسموعة تمكن المستقبل من الاستماع وممارسة الأعمال في آن واحد ، إلى جانب أن الإذاعة هي الوسيلة الإعلامية ذات الحجم الصغير الذي يمكن حمله إلى أي مكان لاستخدامه من جميع الأفراد المتعلمين منهم والأميين وهذه الخاصية قد عززت دور الإذاعة في هذا المضمار، ولذلك فإن الإذاعة تحتاج على الدوام إلى كتاب دائمين ومتابعة حثيثة للفعاليات المرورية ، واعتماد الأسلوب التمثيلي فنًا هامًا في إيصال الفكرة إلى المتلقين وتشجيع القائمين على إعداد الفلاشات والتنويهات من حضور دورات تدريبية لاكتشاف أساليب وطرق جديدة مؤثرة في استخدامها ضمن البرامج الاجتماعية المختلفة.
- تكثيف فقرات البرامج الاجتماعية- الإرشادية بمواضيع متابعة لنشاطات الحملات المرورية من خلال التغطيات الإخبارية والتقارير الميدانية واللقاءات الصحفية مع رجال المرور والمهمتين لمناقشة أحداث الساعة واستعراض طبيعة الكوارث المرورية المسجلة في البلد وحجمها وأسبابها وطرق معالجتها من خلال التوعية والحملات المرورية وتطبيق القوانين السارية.
- تنويع العرض والأداء بفقرات وثائقية وتسجيلية وفلاشات تمثيلية في تناول التوعية المرورية في البرامج التي تعدها أو تشارك في إعدادها الجهات المختصة في وزارة الداخلية.
- تستطيع البرامج الإذاعية التي تتناول القضية المرورية في فقراتها أن تركز على تعزيز المعارف المرورية والتوعية إزاء القواعد وآداب السلامة ،بمصاحبة المستقبل بعناوين فقرات إيحائية ، مثل (أضف إلى معلوماتك) ، (مشكلة وحل) ، (قطوف الحكمة في قيادة المركبة (، للتذكير) ، (ثقافة مرورية) ، (نصائح مرورية)...وغيرها من العناوين التي تندرج تحتها تسليط الأضواء على أسباب وقوع الحوادث المرورية وخاصة تلك المرتبطة بالسرعة وكيفية تجنب الكوارث المرورية وعبور الطريق بصورة صحية ، وعرض مقتطفات من قوانين المرور وقواعده ، ولفت الانتباه إلى الظواهر الشائعة من المخالفات وسبل معالجتها ، والإرشاد إلى طريق السلامة.
- من المفيد فتح قنوات اتصال مع جموع المستمعين في أوقات بث البرامج للاستئناس بآرائهم وتجاربهم ومقترحاتهم إزاء المادة المعروضة، وفتح المجال للإضافات المفيدة والاستفسارات حول مجمل القضايا المطروحة ، لأن مشاركة الجمهور ليس فقط ستلفت انتباه القائمين على البرامج لتناول مواضيع أكثر حيوية وأداء يتناسب مع ثقافة عامة الناس ومستوى إدراكهم

لطبيعة وحجم المشكلة المرورية ومعارفهم بالقوانين والقواعد والإرشادات المنظمة لحركة المرور وقناعاتهم بالموضوع المتناول في البرنامج وطريقة عرضه، بل وكذلك ستفتح هذه المشاركات أفاق رحبة لملاحظات واقعية لحقيقة الحوادث المتكررة وأفكار جديدة ستترك تأثيرها على المستقبل وتشجع المهتمين والصحفيين على تناول التفاصيل في نشاطاتهم الإعلامية .إضافة إلى أن هذه المشاركات ستؤكد على أهمية إيجاد حلول وحماية من الأخطار والحوادث، باعتبارها قضية تهم كل شرائح المجتمع وتفسح المجال أمام مساهمة المواطنين والباحثين والمهتمين في إيجاد حلول عملية لمعالجة القضايا المطروحة كتحرك شعبي يلقي بمسئولية التوعية على كاهل جميع أفراد المجتمع.

- وعليه نصل الى ان نقول أن الإذاعة كوسيلة إعلامية مهمة جدا في خدمة المجتمع و تقديم الأخبار بالكلمة المسموعة التي تنفذ إلى أذان و قلوب المستمعين لتوصل معاني و قيم الأخبار و الأحداث المنقولة ، و في أسرار العمل الإذاعي الكثير من التقنيات والمميزات التقنية التي تجعل من العمل الإذاعي مشوق لدى الكثير من الصحفيين ، فالإذاعة مدرسة و أكثر وسيلة تدريبية تكون الصحفي المكلف بنقل الأخبار ونشرها وتقديمها لجمهور المستمعين وهذا لقول العالم الأمريكي في الاتصال" مارشال ماكلوهان" أن الإذاعة وسيلة ساخنة تؤثر بدرجة كبيرة على الجمهور و المستمعين . حسن عماد مكاوي (1998)، ص80.

5. خلاصة وتوصيات

وبصفة عامة ومن أجل أداء فاعل لدور إعلامي يساهم في نشر التوعية المرورية يعتقد الباحث بأن تنويع نمطية الأداء الإعلامي ستحقق هذا المطلب بالإضافات التالية:

- اعتماد مساحات كافية في وسائل الإعلام المختلفة لبحث وتوضيح القضايا المرتبطة بالمرور ، ويدخل في هذا الإطار جميع الصحف والمجلات الرسمية والأهلية والحزبية.
- متابعة نشاطات المؤسسات ذات العلاقة بالمرور في برامج إعلامية مدروسة ومخططة بالتعاون معها، وبما يضمن التوجه الاستراتيجي الإعلامي في نشر التوعية الفاعلة.
- الحصول على دعم الجمهور العام للقضية المرورية من خلال المشاركة في البرامج الإعلامية وحضور الفعاليات الثقافية وتشجيع القدرات التطوعية لدى المجتمع وخاصة طلاب الكشافة في المدارس والجامعات للمساهمة في أنشطة التوعية.
- تشجيع الصحفيين على تناول المواضيع المرتبطة بهذا المجال وبما يسهم في رفع الوعي المروري في المجتمع ، حيث يشير في هذا الصدد الباحثين طلال محمد (2004)، ص57 إلى أن المعلومات التي يتطلبها الممارس الإعلامي تتعدى الأنباء إلى كل ما يحدث للنتاج الثقافي والمعرفي بصلة، غير أن الأحداث ذات الطبيعة الآنية أو الظرفية تلزم الإعلامي بان يكون ملما بمعظم الحيثيات المكونة لعملية التداول الإنبائي ،وهي من الناحية المبدئية ترتبط بجميع الفعاليات الإنسانية والاجتماعية. ومن ثم فإن خبرا ما لا يمكن فصله عن محيطه،حتى يمكن تحديد العوامل المباشرة أو غير المباشرة التي تسببت فيه.

- ولتمكين هذا المتتبع من تكوين نظرة عامة ومفصلة على ما يدور من أحداث، لابد من تقديم عمل يتضمن شروط الإفادة ويتوفر على رصيد من المعلومات التي تفي بالغرض المطلوب. وهذا لن يتم ما لم تتوفر عناصر الوعي بأهمية المعلومات وإحداث مؤسسات معلوماتية تساعد على ذلك. إضافة إلى ذلك، فإنه لابد من أن يكون واضحا لدى الممارس كيفية توظيف المعلومات، وبالتالي كيفية تصنيفها وتحديد نوعيتها. وإنه لمن شأن هذه العملية أن تجعل الممارس يتعامل مع موضوع الحدث طبقا لإمكاناته المتاحة وفي حدود ما هو مسموح به ، فليس بالإمكان التعامل مع المعلومات بطريقة غير معيارية لما هو سائد من قيم وتقاليد تعكس القوانين الجاري بها العمل، وأسس التحرير الصحفي العام تبقى دليلا للصحفي لتناول موضوع التوعية المرورية بالطرق العلمية السليمة.
- إجراء الدراسات والبحوث التقييمية لأثر الرسالة الإعلامية بغرض تطويرها وتوسيع فائدتها.
- إيجاد أقسام أو وحدات خاصة بالتثقيف المروري في الهيكل الإداري للمؤسسات الإعلامية.
- رفع مستوى التدريب والتأهيل للعاملين في هذا المجال.
- التنسيق والتخطيط مع الجهات المختصة لتحديد المواضيع التي ينبغي تناولها وتضافر الجهود لإنتاج برامج إعلامية مشتركة، مع مراعاة الاعتماد على طاقم إنتاج مدرب في كتابة السيناريو و وضع خطة عمل دقيقة بنص لفظي بحثي وأوصاف مشاهد تعبيرية تجسد المعاني العميقة للرسالة المرورية ومصورين سينمائيين محترفين ومخرجين مدربين على إنتاج هذا النوع من العمل الإعلامي.
- تخصيص شهادات تقدير وجوائز دورية للأعمال المرورية الجيدة سواء كانت دراسات أو أبحاث أوراق عمل أو مسرحيات أو برامج إذاعية وتلفزيونية أو ملصقات . وتخصيص مثل هذه الشهادات والجوائز سيشجع على للتنافس في تناول القضايا المرورية وبأفضل أساليب الدعاية والتحفيز وسيوسع عملية المشاركة في أوساط المثقفين والكتاب المبدعين كما أن إجراءات لقاءات صحفية وإذاعية معهم بمشاركة الجمهور سيدعم هذا الاتجاه بصورة فاعلة.

وعموما فإن دور وسائل الإعلام بصفة عامة والإذاعة بصفة خاصة في نشر التوعية المرورية يتكامل بتعاون الجهات المختصة الأخرى والسائقين وعابري الطرق والمجتمع كاملا لتحقيق الأهداف المرجوة في تعميق الوعي المروري حفاظا على سلامة الجميع.

6. قائمة المراجع

1. أوجلال إسماعيل سليمان (2012)، **الإذاعة ودورها في الوعي الأمني**، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
2. خضور أديب (2003)، **تخطيط برامج التوعية الأمنية، لتكوين رأي عام ضد الجريمة**، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

3. بن فايز علي(2000)، **الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة**، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
4. عقبات احمد مطهر(2007)، دور وسائل الإعلام في نشر التوعية المرورية (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
5. عز العرب ايمان محمد (2001)، **الاعلام والمجتمع في ظل النظام العالمي الجديد**، طنطا: دار المصطفى للطباعة والنشر.
6. طلال محمد (2004)، **الممارسة الإذاعية والتلفزيونية ومسالة التوثيق الإعلامي**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس عدد 2.
7. مكاوي حسن عماد (1998)، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.