

جامعة مولود معمري تيزيوزو-تامدة-

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال



الموضوع

الحملات الإعلامية التوعوية للوقاية من حوادث المرور عبر
مواقع التواصل الاجتماعي

- دراسة تحليلية لعينة من الحملات الإعلامية لدى المديرية العامة للحماية- المدنية-
-حيدرة- الجزائر

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال
تخصص سمعي بصري

تحت إشراف:

الاستاذ الدكتور:
بوصابة عبد النور

مناعداد الطالبين:

- سوريا تشينة

- أمال نايت داود

السنة الجامعية: 2024/2023

شكر و عرفان

نحمد الله حمدا كبيرا الذي وفقنا إلى إنجاز و إتمام هذا البحث المتواضع و عملا بقوله صلى الله عليه و سلم "من لا يشكر الناس لم يشكره الله سبحانه".

لنتقدم بأخلص عبارات الشكر و التقدير إلى الأستاذ الفضل و مشرفنا البروفيسور "عبد النور بوصابة" الذي تولى عملية الإشراف علينا و الذي ما بذل علينا بوقته و عمله و توصياته و أعطى لهذه المهمة معنى و مسؤولية.

و الشكر موصول إلى كل الأساتذة الذين ساهموا يد العون في الأطوار التعليمية.

و إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد: خاصة العاملين بالمديرية العامة للحماية المدنية.

شكرا

اهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

من قال أن لها.....نالها.

و أنا لها و إن أبت رغما عنها أتيت بها.

نلت و ما نقت اليوم مجددا عظيما لم يكن الحلم قريبا و لا الطريق سهلا
و لكن....وصلت.

الحمد لله حبا و شكرا و امتنانا، الحمد لله الذي بفضلله أدركت أسس
الغايات.

اهدي بكل حب مذكرة تخرجي إلى:

إلى نفسي العظيمة الفنية التي تحملت كل الفترات و أكملت رغم
الصعوبات.

إلى أعظم أشخاصو أعز الناس على روعي، داعمي الأول، سندي و
ملاذي بعد الله، فخري و اعتزازي.....أمي و أبي.

إلى من دامت لي أيادهم وقت ضعفي، إلى ضلعي الثابت و أمان
قلبي....إخوتي (بسمة- أية) وسيط العيلة رواء.

إلى من ساعدني بكل حب و ووفاء وقت ضعفيمحمد أمين.

إلى كل من أعطاني يد العون من قريب أو بعيد و ساعدني في هذا
المشوار.

صوريا تشينة

اهداء

"و أخير دعواهم أن الحمد لله رب العالمين بسم الله خالقي و ميسر أموري و
علامة أمري لك الحمد و الامتنان"

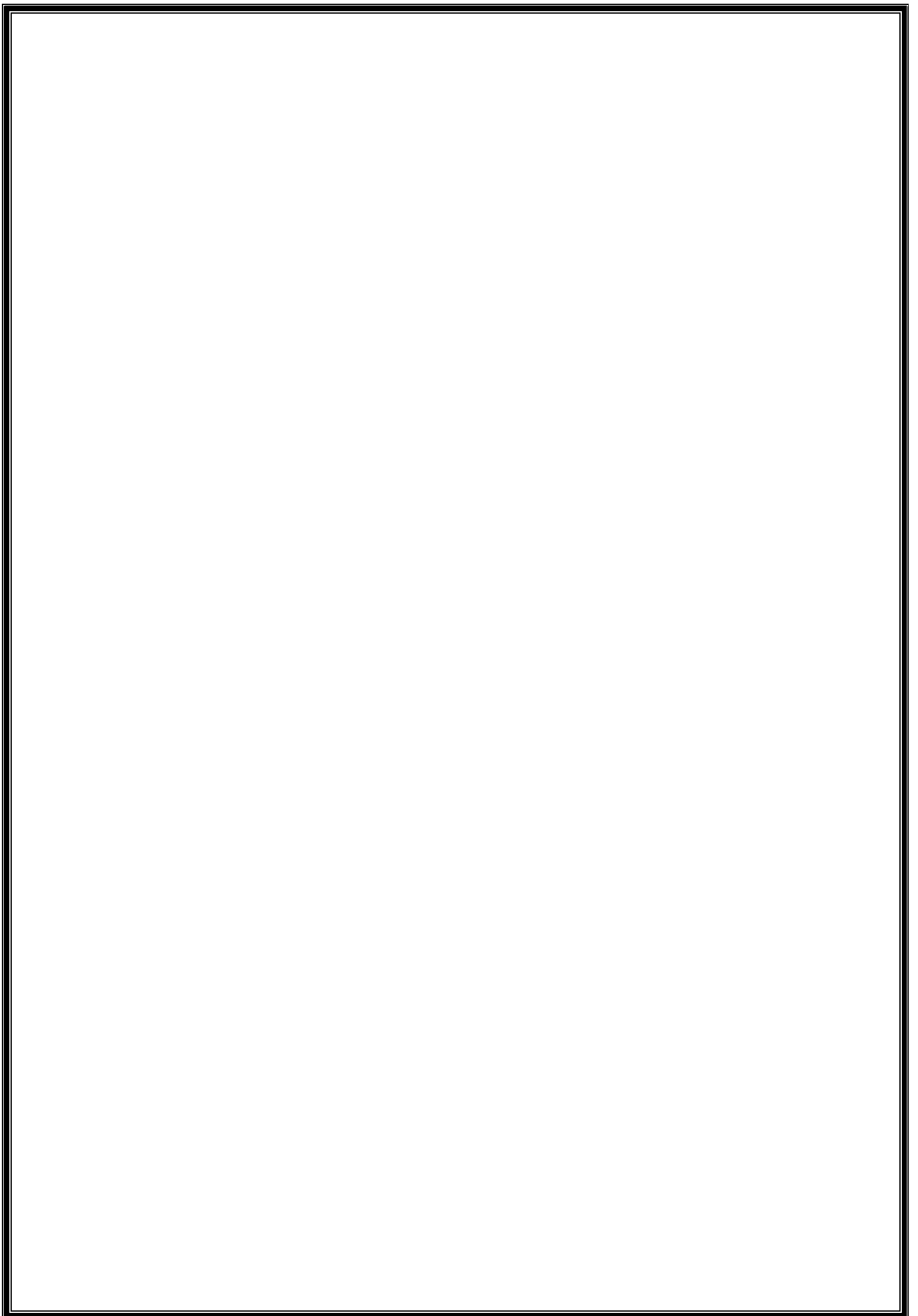
لم تكن الرحلة قصيرة و لا ينبغي لها أن تكون لهم يكن الحلم قريبا و لا الطريق
كان محفوظا بالتسهيلات لكن فعلتها.

أهدي هذا النجاح إلى نفسي الطموحة أولا ثم إلى كل من سعي معي لإتمام هذه
المسيرة دمت لي سندا و عمرا من علمني العطاء بدون مقابل إلى من احمل اسمه بكل
افتخار يا من كنت سند لي و لازلت الحمد لله الذي مدني عمرك لأكون خريجة لك "يا
أبي" الذي حصد الاستواء عن دربي ليمهد لي طريق العلم طاب بك العمر يل سيد
الرجال و طببت عمرا يا أبي والذي الغالي "نايت داود الجيلالي".

إلى ملاكي في الحياة قررة عيني و أعز ما أملك غاليتي و حبيبة قلبي التي سهرت
و كانت معي في كل ظروف و حالاتي و ضغوطاتي إبالمرأة التي صنعت مني فتاة
طموحة إلى من كان دعاؤها سر نجاحي و حنانها أمة الغالية.
إلى تلك النجوم التي تخير طريقي دوما إلى ضلعي ثابت الذي لا يميل و أمان
أيامي إلى قررة عيني أخي و أخواتي كل باسمه و مقامه. إلى الدكتور المشرف "عبد
النور بوصابة" شكرا كل ما قدمته لي من توجيهات و معلومات قيمة جزاك الله منا كل
خير.

و الله السكر كله أولا وفقني لهذه اللحظة واجبة من الله تعالى أن ينفعني بما
علمني و أن يعلمني ما أجهل.
و يجعله حجة لي لأعلي.

نايت داود أمال



- كلمة الشكر.

- إهداء.

- ملخص الدراسة.

- مقدمة.

خطة البحث

الإطار المنهجي

1- إشكالية وتساؤلاتها.

2- أسباب اختيار الموضوع.

3- أهداف الدراسة.

4- أهمية الدراسة.

5- منهج الدراسة و أدواته.

6- مجتمع البحث و عينة الدراسة.

7- مصطلحات ومفاهيم الدراسة.

8- الدراسات السابقة.

الإطار النظري

الفصل الأول: التأصيل النظري للحملات الإعلامية

المبحث الأول: تعريف الحملات الإعلامية.

المبحث الثاني: أنواع الحملات الإعلامية.

المبحث الثالث: خطوات الحملات الإعلامية.

المبحث الرابع: شروط القيام بالحملات الإعلامية.

المبحث الخامس: أهداف الحملات الإعلامية.

الفصل الثاني: ماهية التوعية المرورية

المبحث الأول: تعريف التوعية المرورية.

المبحث الثاني: أساليب التوعية المرورية.

المبحث الثالث: خصائص التوعية المرورية.

المبحث الرابع: أهمية التوعية المرورية.

المبحث الخامس: أهداف التوعية المرورية.

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

المبحث الأول: ظاهرة حوادث المرور في الجزائر.

المبحث الثاني: آخر إحصائيات حوادث المرور سنة 2023-2024.

المبحث الثالث: عوامل إرتفاع حوادث المرور في الجزائر.

المبحث الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التحسيس التوعوية.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: التحليل السيميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

تمهيد:

المبحث الأول: لمحة موجهة عن المديرية العامة للحماية المدنية.

المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي للنماذج من الحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث

المرور لدى المديرية العامة للحماية المدنية

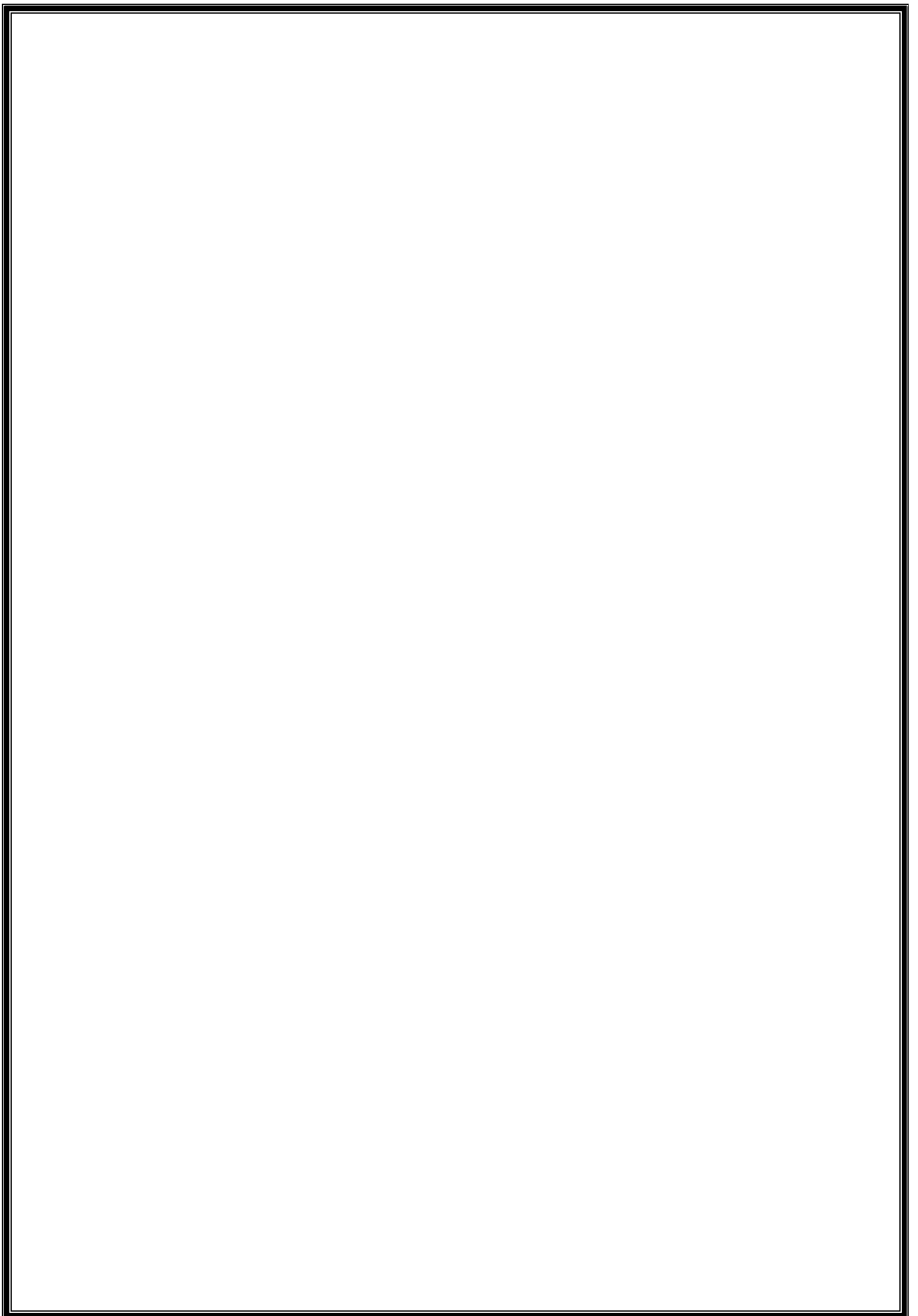
المبحث الثالث: النتائج الجزئية للتحليل.

- النتائج العامة للدراسة.

- خاتمة.

- قائمة المراجع و المصادر الدراسة.

- الملاحق.



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 و المجتمعات لما أتاحتها من سرعة و سهولة في التواصل وتبادل الأفكار والخبرات، وهذا ما جعل الدول المتطورة الكبرى تتفق على وسائل الإعلام و الاتصال أموالا كبيرة نظرا لأهميتها و سهولة استعمالها بأساليب متنوعة وقدرة الإعلام على مخاطبة شرائح إجتماعية واسعة وفي كل الميادين والمجالات: ومن بينها المديرية العامة للحماية المدنية في التوعية و التحسيس للمحافظة على السلامة المرورية وتماشيا مع التطورات الحاصلة في مجال الإعلام و الإتصال، انتقلت الحملات الإعلامية التوعوية من الإعلام الجديد من ميزات وخصائص كالسرعة الفائقة الانتشار الواسع و التفاعلية في دمج الوسائط المتعددة من صوت، صور، فيديوهات قلة التكلفة.... وغيرها من الميزات، التي جعلت مواقع التواصل أكثرها شيوعا في الجزائر حسب ما تؤكد الإحصائيات. وبالتالي الأكثر شيوعا في الجزائر حسب ما تؤكد الإحصائيات، وبالتالي الأكثر اعتمادا من طرف المستخدمين في اكتساب ثقافة مرورية و الأكثر توظيفا من طرف الهيئات و المؤسسات الحكومية التي تسعى جاهدة لإيجاد حلول للتقليل من حجم الظاهرة، حيث تعد المسألة المرورية من المسائل الهامة و الحيوية في حياتنا اليوم نظرا لما تذكره من آثار اجتماعية و إقتصادية 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

المروية التي تساهم بشكل كبير في التقليل من حوادث السير إلا أن المشكلة السلوكية بالدرجة الأولى وترتبط وثيقا بقيم الشباب السائقين، و اتجاهاتهم ودرجة إدراكهم ، و اهتماماتهم بالمواضيع التي تقدمها حملات التوعية المرورية الهادفة إلى تغيير السلوكيات.

ومن خلال دراستنا هذه والتي تهدف أساسا إلى تقييم حملات التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة مدى فعاليتها.

ومن أجل الوصول إلى معرفة ذلك ارتأينا وضع خطة بحثية خصص إطارها الأول لإجراءات الدراسة المنهجية: إشكالية الدراسة و تساؤلاتها، أسباب اختيار موضوعها وأهدافها و أهميتها، و كذا ضبط للمصطلحات و المفاهيم الواردة فيها، كما أن ضرورة استناد أي مرجعية معرفية محددة تمثل الإطار العام الذي يمكن الباحث من طرح مشكلة دراسته وتفسير نتائجها من خلاله جعل من تبني مقارنة نظرية محددة أمرا غاية في الأهمية، ليتم بعد ذلك تحديد نوع الدراسة و منهجها المناسب و أدوات جمع بياناتها و تحليلها، و نظرا للطبيعة التراكمية للبحث العلمي كان من الضروري الوقوف على التراث العلمي و الجهود و الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، حيث تم تقديم ملخصات عن طريق بعض هذه الدراسات لتبيان علاقتها بموضوع دراستنا و مدى اعتمادنا عليها و استنادنا إلى نتائجها. أما الإطار النظري للدراسة فقد تم تقسيمه إلى ثلاثة فصول، تناول الفصل الأول منه التأسيس النظري للحملات الإعلامية حيث تم من خلاله التعريف بالحملات الإعلامية و أنواعها، خطواتها، وشروط القيام بها بالإضافة إلى أهدافها، في حين خصص الفصل النظري الثاني لماهية التوعية المرورية، أساليبها، وخصائصها، وكذا معرفة أهداف التوعية المرورية وأهميتها، أم الفصل النظري الثالث تناول موضوع الاتصال الفعال و ينقسم إلى أربعة مباحث، حيث تحدث في المبحث الأول عن ظاهرة حوادث المرور في حين تم التركيز أيضا من خلال المبحث الثاني عن آخر إحصائيات حوادث المرور سنة 2023 و 2024 و

تم التطرق في المبحث الثالث عن عوامل ارتفاع حوادث المرور، إضافة الى توظيف في المبحث الرابع الدور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية و التحسيس وبلي ذلك الإطار التطبيقي و الأخير الذي تضمن التحليل السميولوجي لنماذج من الحملات الإعلامية التوعوية التي تنشرها المديرية العامة للحماية المدنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء المقاربة السميولوجية المعتمدة لنصل في الأخير الى عرض النتائج وخاتمة الدراسة.

الإطار المنهجي

- 1- إشكالية و تساؤلاتها.
- 2- أسباب اختيار الموضوع.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- منهج الدراسة و أدواته.
- 6- مجتمع البحث و عينة الدراسة.
- 7- مصطلحات و مفاهيم الدراسة.
- 8- الدراسات السابقة.

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

نعيش اليوم في عصر المعلومات، وتبرز الحاجة بذلك إلى وسائل الإعلامية لنقل ونشر هذه المعلومات 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 خصيا لتداول المعلومات و نشرها خاصة ما يتعلق بأخبار الحوادث بصفة عامة و حوادث السير بشكل خاص و تلعب مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و تويتر و انستغرام و يوتيوب و قوقل، دورا هاما في عملية انتشار المعلومات و الأخبار المتعلقة بالحوادث السير و التوعية المرورية،و لقد أصبح الوعي المروري فالمجتمع الجزائري يمثل مطلبا و دعامة هامة في الوقاية من الحوادث المرور إذ يتزايد اهتمام بالآلات التحسيسية الخاصة بالتوعية المرورية التي أصبحتتتشكلا أساسيا في سبيل ترسيخ الوعي المروري، و التي تشكل بذلك ثقافة مرورية تسهم في توفير قواعد السلامة المرورية، و بناء على ما سبق ذكره فان لورقتنا البحثية أهمية تتمثل في أنها تسلط الضوء على موضوع جد مهم و هي الحملات التوعوية حول حوادث المرور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى الدور الذي تلعبه و تقدمه باعتبارها أحد أشكال الإعلام الجديدة و ما يميزها عن خصائص تسمح بأصال الوسائل الاتصالية و تزويد الأفراد بالمعلومات و الإرشادات مدعمة بصور و الفيديوهات التي من شأنها أن تزود وعيهم بتقفيهم ولمختلف المواضيع المرورية وذلك بهدف التقليل من حوادث المرور بالتالي المحافظة على أرواحهم.

الإطار المنهجي

وبناء على هذا سنحاول من خلال هذه الورقية البحثية طرح التساؤل الآتي: كيف ساهمت الحملات الإعلامية في التوعية المرورية والتقليل من حوادث المرور المقدمة من طرف مديرية العامة للحماية المدنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ وتندرج إشكالية دراستنا إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي سنحاول الإجابة عليها عبر دراستها وهي كالتالي:

- ما هي الأساليب التي تستخدمها الحملات الإعلامية التوعية المرورية، عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف تستطيع الحملات الإعلامية أن تعالج ظاهرة حوادث المرور؟
- ما هو دور الحملات الإعلامية، وما هو دورها في التوعية الصحية؟
- ما مدى فعاليتها الخاصة بالتوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

1- أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع خاصة وإن له علاقة بعلوم الاعلام والاتصال شغفا.
- شغفا في محاولة معرفة دور الحملات الإعلامية التوعوية في الحد من حوادث المرور.

2- أسباب موضوعية:

- أهمية الموضوع وأنيته من حيث انه يمثل أحد التحديات في المجتمع الجزائري.
- محاولة إبراز أهمية الحملات الإعلامية التي تقوم في المؤسسات الأمنية من أجل التوعية الجمهور.
- إبراز الدور الذي تقوم به الحملات الإعلامية التوعوية من حوادث المرور بالمؤسسة الحماية المدنية.

3- أهمية الدراسة:

تتطلب أهمية دراستنا من أهمية موضوعها في حد ذاته، فقد تناولنا متغيرين أساسيين هما: مواقع التواصل الاجتماعي و حملات التوعية إذ تعد مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما باعتبارها أحد الإعلام الجديد وما يميزها من خصائص تسمح في تمرير رسائل إعلام توعوية تسعى إلى نشر الثقافة المرورية بين مختلف الفئات، و إكتساب الفرد سلوكيات التي تحفظ سلامته المرورية، أما عن حملات التوعية فهي أهم عنصر بكونها تعمل على نشر ثقافة مرورية وقائية.

4- أهداف الدراسة:

فيما يخص أهداف الدراسة فتمثل فيما يلي:

- معرفة مدى أهمية الحملات الإعلامية التوعوية في حد من حوادث المرور.
- تامين الحملات الإعلامية من خلال البحث العلمي الأكاديمي.
- التعرف على أهم الوسائل والآليات المستخدمة من طرف المؤسسة للحد من حوادث المرور.
- إبراز مختلف الإيحاءات والمعاني الخفية لهذه الحملات محل الدراسة.
- استخراج الإبعاد السيكولوجية لاستخدام تقنيات التصور في معالجة مشكلة حوادث المرور.
- محاولة معرفة دور هذه الحملات في التأثير على سلوكيات الجمهور.

- الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة "الحملات الإعلامية التوعوية التحسيسية للوقاية من حوادث المرور عبر مواقع التواصل الاجتماعي" ضمن الدراسات التحليلية السيميولوجية التي يرتبط البحث فيها بدراسة الظواهر والمواقف وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة تفيد الموضوع المدروس.

كما نعرف أنها الدراسات التي تضمن دراسة المواقف الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة، وأن هذه الدراسات التحليلية السيميولوجية تسعى إلى تحقيق أهداف عديدة يمكن حصرها فيما يلي:

- دراسة مراحل ونماذج التطور أو التغير الذي ساد على الظاهرة في فترة زمنية محددة حسب مجالات البحث وأهدافه.

- تحليل الظاهرة بمعرفة المتغيرات أو العوامل التي ترتبط بينهما وتعد هذه الدراسة "الحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور عبر مواقع التواصل الاجتماعي" من الدراسات السيميولوجية التحليلية التي تهدف من خلالها تحليل ظاهرة التوعوية من خلال الحملات الإعلامية ومعرفة مختلف العوامل التي لها علاقة بها ومحاولة تفسير وتحليل مختلف الاتجاهات وإعطاء حلول مناسبة وصولاً إلى استنتاجات معينة تخدم كل أطراف المعينة بهذه الدراسة.

5- منهج الدراسة ومقارباته:

إن المنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم أو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة.¹

1 - صلاح الدين الشيخ، منهجية العلوم الاجتماعية. دار العلوم، الجزائر، 2003، ص 39.

الإطار المنهجي

ولما كان المنهج طريقة بحث فان يتبع دوما خصائص الموضوع المدروس وكذا الأهداف المرجوة من الدراسة، وبالتالي فكل بحث علمي يقوم على منهج معين يسير عليه ويحددبتعيين على الباحث العلمي الاعتماد والالتزام لمجموعة من القواعد والأنظمة التي تحدد مسار بحثه ودراستهوبناء على هذا نستنتج أن المناهج تصلح للبحث في حقيقة ظاهرة معينة تختلف باختلاف الموضوعات المطلوبة البحث من قبل الباحثين.

وانطلاقا من هذه الفكرة فان دراستنا الحالية تندرج ضمن التحليل السيميولوجي التوعوية للوقاية من حوادث المرور فنرى انسب طريقة لذلك هو التحليل السيميولوجي وذلك بالوقوف على الدلالات الخفية والمعاني الباطنية التي تتضمنها الحملات التوعوية. بحيث يعد المنهج السيميولوجي المنهج الأنسب للتحليل في مثل هذا النوع من الدراسات وهذا لكونه يبحث في الرموز والعلامات وكشف دلالاتها.

كما يتكون من عنصرين أساسيين وهما:

- شريط الصوت:

وتتمثل في الصوت الموسيقى المؤثرات الصوتية الأخرى.

- شريط الصورة (الصورة المتحركة):

تتكون من سلم اللقطات زوايا التصوير حركات الكاميرا، وحسب كريستيان ما تز فان هذه المركبات (الصورة المتحركة، الملاحظات المكتوبة، الصوت، الموسيقى، المؤثرات الصوتية) كلها عبارة عن خمس لغات سينمائية متميزة من بعضها البعض.

أ- المنهج التحليل السيميولوجي:

كلمة المنهج هي مصدر بمعنى طريق، أي سلوك وهي مشتقة من فعل نهج بمعنى سلك.¹ أما المنهج كما عرفه "موريس أنجرس" هو مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ الهدف.¹

1- غازي سامية، منهجية البحث العلمي عند المسلمين، دار البحث، الجزائر، 1995، ص 94.

الإطار المنهجي

أما التحليل فهو عملية ذهنية تتضمن تفكيك الواقع إلى عناصر بهدف معرفة طبيعته.² أما السيميولوجية كلمة مشتقة من اليونانية *sémion* وتعني علامة العلامة مع الملاحقة *logo* التي تعني الخطاب أو علم وتعني علم العلامة والمقصودة بالعلامات كل علامة لغوية كانت أو غير لغوية تكون أساسية في التواصل الأنسب في سمعية أو بصرية، صامتة أو.....³ وتقتضي طبيعة الدراسة الاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي الذي يعرف بعلم..... وهو علم يدرس نظم العلامات وخاصة منها اللغوية والصورية (الأيونية).⁴

ويصنف الباحث الدانماركي لويس هاميسلاف منهج التحليل السيميولوجي على أنه "مجموعة من التقنيات والخطوات المستخدمة لوصف وتحليل على أنه مجموعة من التقنيات والخطوات المستخدمة لوصف وتحليل بشيء باعتباره دلالية في حد ذاته."⁵

ونجد أن المنهج التحليل السيميولوجي يعتمد على عدة مقاربات، واقتضت طبيعة دراستنا

الاعتماد على مقارنتين مقارنة رولان بارث ROLAND BARHES

ب- مقاربات التحليل:

1- مقارنة رولان بارث:

والتي تقوم على مستويين أساسيين وهما المستويان التعييني الذي يعني المعنى الفوري البديهي والمستوي التضميني والذي يعني المعنى الحقيقي السطحي للصور، الذي يعني المعنى الأصح للرسالة أو الصورة، وهو عميق وغير ظاهر.

1- مورييس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبة لنشر، الجزائر، 2001، 2006، ص 30.

2 - صلاح الدين الشيخ، مرجع سبق ذكره. 2003، ص 422.

3- خليفة بوجادو، محاضرات في علم الدلالة مع خصوص وتطبيقات، الدعمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 18.

4- لا رامبولغاري، البحث في الاتصال، ترجمة ميلود بلغاري وآخرون، مخبر علم الاجتماعي والاتصال البحث لترجمة، 2009، ص 23.

5 - GUDITH Lazar, *la sociologie de la communication de mass*, colin ,Paris, 1991.

الإطار المنهجي

"المعرفة مختلف الدلائل والمعاني المرتبطة بالتوعية المرورية وتحديد المضمون الفني لتلك الدلالات الإعلامية التوعوية.

رولان بارث أول من قام بتحليل دراسة الصورة الإشهارية، وقد طور بارث النظرية الخاصة بالسميولوجي الصورة، عند قيامه بتحليل الصورة الإشهارية لمنتجات "عماتهن بالوالي" سنة 1964م، بحيث أشار أن الصورة تحتوي على ثلاثة رسائل وبالتالي يتم تحليلها من خلال كل رسالة من الرسائل الثلاث وهي:¹

1- رسالة ألسنية.

2- رسالة أيقونية غير مدونة.

3- رسالة أيقونية مدونة.

6- مقارنة تحليل الفيلم لمقاربة جاك أمون:

اعتمد الباحث في تحليله للغة السينمائية على التحليل النصي كأداة نقدية لسير أطوار الفيلم واكتشاف الفكر أو الدال الفيلمي المكون للوسيط السردي السينمائي. ويقوم التحليل النصي للقيام على مسالة المقومات البنيوية للقيام واستقراء مختلف الجوانب الوظيفية للشفرات من اجل تحديد المعنى السينمائي العام، الأمر الذي يتطلب دراسة.

1- الأدوات الوصفية:

تضم تقنيات التقطيع التقني، محددات التقييم الدرامي بالإضافة إلى وصف صور الفيلم، يشير التقطيع التقني الى إيجاد الوحدات القاعدية المكونة للفيلة (أي اللقطات) وهي مسألة تؤكد انفصال اللقطة زمانيا عن اللقطة التي تسبقها وتلك التي تليها، أنها ليست صورة ساكنة اتصلت بلقطة تالية ساكنة أيضا، لذلك لا نستطيع أن نوازي بينها وبين الصورة

1- فايزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الداخلي للرسالة الإعلامية، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من العلامات مجلة الثورة الإفريقية، رسالة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جوان، 1996، ص 14.

الإطار المنهجي

الفوتوغرافية المستقلة أو بينهما أو شريط الفيلم، وبهذا المعنى تكون اللقطة ظاهرة ديناميكية تسمح داخل حدودها بالحركة □

2- التقسيم الدرامي:

وهو الأسلوب الإجرائي الذي يكشف عن جليات العلاقات الوظيفية فيما بين اللقطات.

3- وصف صور الفيلم:

وصف الذي يتم فيه تحليل الصورة ومكوناتها من الألوان والإضاءة.

4- الأدوات الاستشهادية:

وتشمل تقني نسخة من الوصف بالإضافة إلى الإجراء الوقوف عند الصورة.

5- نسخة من الفيلم:

وهي أولا تقنيات المستخدمة في الأدوات الاستشهادية هدفها التسهيل في عملية التحكيم في التحليل.

5- الأدوات الوثائقية:

وتتضمن الأدوات السابقة واللاحقة للفيلم:

- المعلومات السابقة للفيلم: وتشمل مختلف المعلومات والوثائق عن السيناريو.

- المعلومات التي تلي البث: وتشمل المعلومات المتعلقة بتوزيع عدد النسخ الموزعة، أماكن البيع والنشر.¹

وفي تحليلنا السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور سنقوم بتحديد "المستوى التقني" وذلك برصد الأفكار الجزئية والثانوية لهذه الحملات واستخراج الشكل عن طريق تحديد ووصف الصورة، اللقطات وشريط الصوت، أما في "المستوى التضميني"

1- ابتسام مريكتش، الدلالة الرمزية لأفلام السينما الجزائرية حول الهجرالغير شرعية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه،
شعبة علوم الإعلام والاتصال، 2017-2018، ص 117-118.

الإطار المنهجي

سنتطرق إلى تحليل الشرفات البصرية كحركات الكاميرا، زوايا التصوير، وسلم اللقطات ودلالات الصور بالإضافة للمستوى الألسني بشكليته المنطوق والمكتوب.

6- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

- مجتمع الدراسة:

يعتبر مجتمع الدراسة هو الهدف الأساس من الدراسة حيث أن الباحث سوف يعمم في النهاية النتائج عليه.¹

ويعرف على أنه مجموعة من الحملات التي تستهدف الباحث لدراساتها للوصول إلى نتائج مفيدة وهو يمثل الجمهور المستهدف الذي يريد الباحث دراسته وتعميم نتائج الدراسة.² بما أن مجتمع البحث في دراستنا هو جميع الحملات الإعلامية لدى مديرية العامة للحماية المدنية فهو مجتمع كبير لا يمكن إجراء مسح شامل عليه لهذا اخترنا في دراستنا أسلوب بالعينة.

وتعرف العينة بأنها جزء من المجتمع الكلي في الدراسة، حيث يختارها بعناية وتكون ممثلة للمجتمع الكلي تمثيلاً صادقاً وسليماً.³

وأنسب طريقة لاختيار عينة مجتمع البحث هذا هو العينة القصدية أو ما يعرف بالعينة العمدية، وهي العينة التي يتم اختيار أفرادها بشكل مقصود من طرف الباحث نظراً لتوفر بعض الخصائص هي من الأمور العامة بالنسبة للدراسة، ولهذا فقد وقع اختيارنا على الحملات الإعلامية التوعوية للوقاية من حوادث المرور لدى مديرية العامة للحماية المدنية.

1- منال هلال الزاهرة، **مناهج البحث الإعلامي**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص 92.

2- سماح حسن القاضي، **تلفزيون الواقع**، طبعة الأولى، دار جلسين الزمان للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 141.

3- عدنان حسين الجابري ويعقوب عبد الله أبو جلو، **الأسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في البحوث التربوية والإنسانية**، طبعة 2، للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 43.

7- أدوات الدراسة:

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات قد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أدوات لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو الإجابة عن أسئلتها.

ويجب على الباحث أن يقرر مسبقاً الطريقة المناسبة لبحثه أو دراسته وأن يكون علماً بأدوات وأساليب جمع المعلومات لأغراض البحث العلمي.¹

وقد اعتمدنا في دراستنا أداة رئيسية المقابلة والملاحظة كأدوات ثانوية.

أ- المقابلة:

المقابلة يوصفها أداة البحث هي حوار ثم بين القائم بالمقابلة وبين الشخص أو المجموعة من الأشخاص بهدف الحصول على معلومات حول موضوع معين، وتتعلق خاصة بالآراء والاتجاهات أو السلوك أو المعلومات تفيد تفسير المشكلة واختيار الغرض.² والمقابلة أنواع بتحديد اختيار النوع المناسب حسب المعلومات المراد جمعها وعلى هذا الأساس تم اختيار المقابلة الحرة وهي نوع من المقابلة تتميز بالمرونة المطلقة، فلا تحدد الأسئلة للمبحوثين ولاحتمالات الإجابة يترك فيها قدر كبير من الحرية للمبحوثين للإدلاء بآرائهم.³

لقد اعتمدنا على المقابلات لتدعيم التحليل وتوظيف المعلومات المتوصل إليها في الدراسة الميدانية التحليلية ختمنا بإجراء مقابلات مع رجال المديرية العامة للحماية المدنية «العقيد نسيم إسلام برناوي نائب الإحصائيات والإعلام».

النقيب مرابحي نعيمة رئيسة مكتب الإحصائيات، النقيب زهير بن أمزال مكلف بالإعلام

1 - العينة القصدية: تسمى أيضا العينة الفرضية، التحكيمية، النمطية و العمدية.

1- محمد بن عبد المجيد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، عالم الكتب والنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص 154.

2 - حامد خالد، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، طبعة الأولى، جسر للنشر، 2008، ص 128.

3- حامد خالد، مرجع نفسه، ص 139.

الإطار المنهجي

والاتصال".

ب- الملاحظة:

تعد الملاحظة أداة هامة من أدوات البحث العلمي، وجزءاً جوهرياً من المنهج العلمي الإمبريقي، فهي عملية مقصودة هدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة.¹ ليس بالمعنى التسجيلي السلبي لهذه الجوانب - عبر استخدام الحواس - بل يتعدى إلى تدخل العقل في إجراء المقارنات واستخلاص النتائج " ونظراً لحاجة بحثنا إلى معلومات دقيقة لا نستطيع ملاحظتها في المجال المبحوث، لكونها معلومات لا يملكها إلا أصحابها فقد اعتمدنا على الملاحظة كأداة مساعدة فحسب، وهو الأمر الذي جعلنا نقتصر على استخدام أبسط أنواعها وهي الملاحظة البسيطة والتي يقصد بها ملاحظة الظواهر والوقائع كما تحدث تلقائياً وفي ظروفها الطبيعية ودون إخضاعها للضبط والشروط العلمية ودون استخدام أدوات دقيقة للقياس.² ويرغم من ذلك لعبت دوراً مهماً منذ المراحل الأولى للدراسة بحيث:

- ساهمت وبشكل أكبر في استطلاع موضوع الدراسة وإعطاء فكرة واضحة عنه.
- أكدت على أهمية محل الدراسة وضرورتها.
- لعبت دوراً في تشكيل التصور المبدئي لإشكالية الدراسة وبلورة أفكارها وتساؤلاتها.

1- أحمد بن مرسلبي حسين، بحوث الإعلام، دراسات مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص ص 203، 204.

2- رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2007، ص 261.

7- تحديد المصطلحات والمفاهيم:

1- الحملة الإعلامية:

- الحملة:

- لغة: جمعها "حملات" فهو ما يحمل دفعة واحدة، حملة عسكرية وهي كل عملية ذات مدة زمنية معيشة ومعدن دعائي.¹

- اصطلاحاً:

تعرف الحملات عموماً على أنها تصميم وتنفيذ وعمل برنامج محكم يستهدف زيادة نسبة تقبل فكرة اجتماعية أو اكتساب عادة أو سلوك معين لدى الجماهير المستخدمة.²

- الحملة الإعلامية:

هي استخدام المخطط لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية والأساليب الابتكارية لحث المجتمع عامة أو بعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة أو أفكار تتجاليها تعتمد.

- التعريف الإجرائي:

يقصد بالحملات التوعوية في دراستنا البحثية أنها الوسائل الإعلامية التي تحمل أفكار ومواضيع التي تناولت وعالجت قضية حوادث المرور في التحسيس والتوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2- مفهوم التوعية:

- لغة:

الوعي الفهم والسلامة.³

1- بدون مؤلف، المنجد في اللغة العربية، طبعة الثانية، دار الشروق للطباعة، الأردن، 2001، ص 332.

2- فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملة الإعلامية، طبعة الأولى، عالم الكتب، مصر، 2007، ص 63.

3- عقيل فتيحة، مذكرة الإعلام الجديدة والنشر الوعي البيئي، الجزائر، 2012، ص 25.

الإطار المنهجي

من الوعي مصدر وعي أي توعية الناس من أسس المواظبة.

- اصطلاحاً:

هي نشاط يهدف لتركيز انتباه مجموعة واسعة من الناس إلى مسألة أو قضية معينة.¹

- مفهوم التوعية:

ولقد عرفتها "مي عبد الله" على أنها النشاط الذي يطلع موضوع أو قضية، تهدف إلى التوعية والإرشاد للتزويد بالمعرفة واكتساب الخبرة.²

- التعريف الإجرائي:

نقصد بالتوعية في دراستنا بأنها هي النشاط الذي تقوم به مديرية الحماية المدنية العامة من أجل لفت الجمهور حول قضية أو مشكلة حوادث المرور.

3- حوادث المرور:

يعرف الباحث المروري على أنه: "الفعل الخاطئ الذي يصدر بدون قصد سابق أو عمد، وينجم عنه ضرر، سواء كان وفاة أو إصابة أو تلفيات بسبب استخدام المركبة أثناء حركتها على الطريق العام."³

ويسير محمد حسين منصور "إلى أن أبسط صورة لحدث المرور تتمثل في الأضرار التي تقع من السيارة أثناء مرورها في الطريق العام وعن طريق اصطدامها بأحد الأشخاص أو من خلال ارتطامها بسيارة أخرى.

1- ياسين بودراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي لدى الجامعيين، رسالة الماجستير، قسنطينة، ص 15.

2 - مي عبد الله، معجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، لبنان، بيروت، طبعة الأولى، 2004، ص 124.

3- أماني عبد المعطي السيد، الآثار الاقتصادية لحوادث المرور، جامعة نايف العربية للعلوم المهنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 2005، ص 8.

الإطار المنهجي

- تعريف الإجرائي:

وفي دراستنا هذه نقصد بالحوادث المرور هي كل الاصطدامات التي تقع في الطرقات بسبب قائد المركبة نفسها أو طرف خارجي في الطريق وتحدث بشكل مفاجئ وغير موقع مما يترتب عن وقوع أضرار وخسائر بشرية ومادية على اختلاف تصنيفاتها.

4- مواقع التواصل الاجتماعي:

- لغة:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها شبكة إلكترونية اجتماعية تتيح عملية التواصل بين مستخدميها وقد وصفت الشبكات الإلكترونية بأنها اجتماعية نسبة لزيادة المتواصل عدد مراتيها.¹

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء مواقع خاص، ولهما طريق نظام اجتماعي إلكتروني معاً أعضاء آخرين لذيها لاهتمامات والهوايات نفسها.²

- اصطلاحاً:

المواقع التواصل الاجتماعي هي الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المعلومات والمنافع وهي بيئة تسمح للأفراد بإسماع صوتهم "صوت مجتمعاتهم للعالم أجمع".³

- إجرائياً:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي أو تعتبر المكان الذي يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها

1- عماد الدين تاج السر، اللغة العربية ووسائط الإعلام المتعددة، بحث مقدم لمؤطر اللغة العربية التعييني الإمارات، 2007، ص 3.

2- الموقع الإلكتروني www.alma3raka.com تاريخ التصفح 30/06/2024 ساعة التصفح 00:15 سا

3- بشرى جميل الراوي، دور التواصل الاجتماعي في التغيير، جامعة بغداد، العراق، 2012، ص 02.

الإطار المنهجي

البرنامج وتعرف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في الترويج أكثر.

- الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى:

عنوانها: "دور الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب؟

انطلقت الباحثة في هذه الدراسة من فكرة مفادها دور الحملات الإعلانية فيباقة MBC في تحقيق التوعية الدينية للشباب وأثارها المتدلة عليهم.

حيث اعتمدت الباحثة على التساؤلات التالية ما دور الحملات الإعلانية في باحثة MBC في التوعية الدينية للشباب سطيف؟

والإجابة على هذه التساؤلات اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة من خلال أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستمارة، استبيان، وزعت على 302 شاب عن طريق العينة القصدية، فتمثلت أهمية هذه الدراسة في التعريف بالإعلان كوجه آخر في التعريف بالدين الإسلامي ومحاولة ترسيخ مبادئه خاصة بعد العولمة البث الفضائي والدعم الهائل من البرامج التي تستهدف قيم وأخلاق الشباب، لقد توصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة للنماذج التالية:

- يشاهد الشباب الحملات الإعلانية نسبة 49% و19% وهي نسبة مرتفعة لدى الإناث أكثر من ذكور، وأن الحملة "أنتم ملائكة" من أكثر الحملات التي أثارت اهتمام الشباب.

- أما نسبة 66.09% من أفراد العينة يوافقون على أن الحملات الإعلانية الدينية حسنت من أدائهم للصلاة، وأن نسبة 54% لا يؤدون أن هذه الحملات حسنت من طريقة تعاملهم مع الخير.

الإطار المنهجي

تختلف دراستنا مع دراسة الباحثة صابري لامية في تطبيق المنهج المستخدم و أدواته حيث استخدمنا في دراستنا المنهج التحليل السميولوجي، أما الباحثة استخدمت في دراستها المنهج المسح بالعينة من خلال أدوات جمع البيانات في الاستمارة و الاستبيان و أيضا تشابهت دراستنا مع دراسة لامية صابري في استخدام العينة القصدية، بالإضافة إلى اختلافهما في الظروف حيث كل دراسة باحث لديه أهداف خاصة يريد الوصول إليها، كما أن دراستنا تشابهت مع دراسة الباحثة في تسليط الضوء على ظاهرة معينة و لفت الانتباه إليها و نشر الوعي و تثقيف الجمهور تجاه ما يدور من حوله نهيك على ذلك يكمن التشابه في إبراز دور وسائل الإعلام في نشر الوعي و دوره في بلورة الرأي العام، اتجاه قضايا راهنة و كذا إبراز التوعية من فوائد في التقليل أو الحد من الظواهر السلبية.¹

- الدراسة الثانية:

بعنوان: "دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر".

حيث انطلقت هذه الدراسة من عدة تساؤلات رئيسية من بينها: ما هي حالة حوادث المرور في المنطقة الحضرية؟ ما هو دور الإعلام وما هي أهدافه في التوعية والوقاية من حوادث المرور؟

فلقد اعتمدت وسعت الباحثة في هذا الحدث على لغة الأرقام والدلالة الإحصائية في إطار وصفي استطلاعي، أما بالنسبة للأدوات البحث فقد اعتمدت على الملاحظة والمقابلة و الاستبيان.

حيث قسمت الباحثة خطة الدراسة إلى قسمين القسم الأول والذي يمثل في الإطار النظري

1- صابري لامية، دور الحملات الإعلانية باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق جامعة الحاج لخضر، جامعة باتنة، 2010.

الإطار المنهجي

ويندرجتحت فصلين الفصل الأول بعنوان الإعلام المفهوم والوظائف، أما الفصل الثاني بعنوان "تأثير وسائل الإعلام على سلوك الأفراد"، أما بالنسبة للقسم الثاني فهو يمثل الإطار التطبيقي مقارنة بين حوادث المرور في المنطقة الريفية والمناطق الحضرية.

ومن أبرز النتائج التي توصلت لها الباحثة هي:

- اعتماد خطة إعلامية وطنية شاملة في التوعية والوقاية للحد من حوادث المرور تشتمل على تحديد دور كل مؤسسة ومصصلحة وحق كل مواطن.

- التأكيد على إجراء الفحوص الطبية الدورية لسائقي المركبات العامة ومرتكبي الحوادث المتكررة لغرض التأكد من الحالة السماعية والنفسية.

تختلف دراستنا مع دراسة الباحثة بن عباس فتيحة في اختلاف أدوات جمع البيانات بحيث دراستنا وضعنا المقابلة مع الملاحظة، أما دراسة بن عباس اعتمدت على الاستبيان و الملاحظة نهيك على ذلك لقد تشابهت دراستنا مع دراسة بن عباس فتيحة في إبراز دور وسائل الإعلام في نشر الوعي و دوره في بلورة الرأي العام اتجاه قضايا راهنة تهم جل أفراد المجتمع و أيضا اختلفت دراستنا مع دراسة الباحثة بن عباس فتيحة في تطبيق المنهج المستخدم ففي دراستنا البحثية وضعنا المنهج التحليل السميولوجي بدأت دراسة الباحث فتيحة بن عباس وضعت المنهج الوصفي الاستطلاعي، و لقد تشابهت و تشاركت في نشر الوعي و تثقيف الجمهور تجاه ما يدور من حوله، كما يكمن الاختلاف في المجال المكاني و الزماني.¹

1- فتيحة بن عباس، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر، مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة وصفية استطلاعية)، أطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، سنة 2012.

- الاستفادة من الدراسات السابقة:

حيث استفدنا من خلال هذه الدراسات السابقة في بنا إشكالية الدراسة واختيار الإجراءات المنهجية المناسبة للدراسة وكذا اختيار نظرية الدراسة.

ساعدتنا هذه الدراسات في إثراء دراستنا الحالية من الجانب النظري خصوصا فيما يتعلق بحوادث المرور والحملات الإعلامية.

نبهتنا هذه الدراسة إلى عدد المراجع والمصادر المعلوماتية الجزائرية منها ذات العلاقة المباشرة بموضوع دراستنا.

الوقوف على أهم الإستراتيجيات المتبعة في تصميم الحملات الإعلامية التوعوية للحد من حوادث المرور.

لقد أفادتنا هذه الدراسات في التعرف أكثر على موضوع حوادث المرور في الجزائر أو بصفة عامة والعوامل المسببة لهذه الظاهرة كذلك في خطة البحث التي اعتمدها في تقسيم البحث والتي عرضت من خلالها المراجع التي اعتمدها في تقديم بحثنا وإثرائه.

ساعدتنا هذه الدراسات في توضيح أبعاد المشكلة المرورية وكل ما تعلق بها في الجهات القائمة عليها، كما أفادتنا في الجانب التطبيقي للدراسة من خلال تحليل وتفسير البيانات والمعطيات المحصل عليها، إضافة إلى عقد المقارنات بين نتائج الدراسة الحالية ونتائج الدراسات السابقة وهو الأمر الذي سينتج أفاق جديدة لدراسة الموضوع الحالي من جوانب أخرى.

هذه الدراسات أفادتنا في التعرف أكثر من الموضوع حوادث المرور في الجزائر بصفة عامة والعوامل المسببة لهذه الظاهرة كذلك خطة البحث التي اعتمدها في تقسيم البحث والتي عرضت من خلالها كم هائل من المعلومات كذلك ساعدتنا هذه الدراسات من خلال المراجع التي اعتمدها في تقديم بحثنا وإثرائه.

الفصل الأول: التأسيس النظري للحملات الإعلامية

المبحث الأول: تعريف الحملات الإعلامية.

المبحث الثاني: أشكال الحملات الإعلامية.

المبحث الثالث: خطوات الحملات الإعلامية.

المبحث الرابع: شروط القيام بالحملات الإعلامية.

المبحث الخامس: أهداف الحملات الإعلامية.

المبحث الأول: مفهوم الحملات الإعلامية

الحملات الإعلامية تعتبر سلسلة من الإعلانات المختلفة أو إعلان واحد في واحد وأكثر من وسائل الإعلام، يجمعها هدف واحد وتستهدف جمهورا محددًا وتقوم على امتداد الفترة قد تطول أو تقصر حسب هدف المعلن فمن هذه الحملة غالبًا تستخدم التكرار المكثف لتحقيق الهدف المرجو.²⁹

فإن الحملات الإعلامية تنطوي على تحليل للمواقف والظروف المتعلقة بالجمهور، وبما يمكن من اتخاذ قرارات إستراتيجية فعالة، ممكنة التنفيذ من خلال تصميم سلسلة من الإعلانات ووضعها في رسائل الإعلام.³⁰

وقد عرفها الدكتور "تاجي المعلى" في كتابه إستراتيجية الإعلان بأنها تفسر المعلومات الخاصة بفكرة أو خدمة أو سلعة، وذلك بصورة مخططة مستقرة ولفترة متواصلة لهدف الحصول على ردة فعل تتلاءم مع هدف المعلن.³¹ وهناك تعريف آخر للحملة الإعلامية:

فالحملة الإعلامية إذ تعرف على أنها مجموعة من الجمهور المنتظم التي تقوم بها جهة معينة منشأة ما يهدف ترويج أفكار معينة أو زيادة القبول لفكرة اجتماعية وذلك لأحداث تغيير في اتجاهات وسلوكيات الأفراد وإقناعهم لقبول فكرة أو سلوك اجتماعي معين أو بهدف ترويج مذمة أو منتج معين خلال فترة زمنية معينة وتحقيق نتيجة مهمة والوصول إلى رد فعل يتلاءم مع هدف المرسل أو القائم بالاتصال.³²

29- محمد صالح سلمان، وسائل الإعلام والاتصال، طبعة السابعة، دار المسيرة والنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 150.

30- فجير العلق، إدارة الحملات الإعلامية، طبعة الثانية، البازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 150.

31- عبد الله بدران، الحملات الإعلامية التصميم والتنفيذ والتقويم، طبعة الأولى، دار المكتبي للنشر والتوزيع، الشارقة، 2013، ص 15.

32- الدكتور رفعت عارف الضبع، الحملات الإعلامية، الطبعة الأولى، المكتب المصري المطبوعات، 2012،

الفصل الأول: التأصيل النظري للحملات الإعلامية

المبحث الثاني: أنواع الحملات الإعلامية

بالرغم أنه من الصعب الفصل بين مختلف أنواع الحملات وكذا تحديد الحدود الفاصلة بينها، إلا أن الباحثين حاولوا تقديم بعض التقسيمات للحملات الإعلامية وفيما يلي بعض منها:¹

- حملات التغيير المعرفي

- حملات التغيير في الفعل.

- حملات التغيير السلوكي.

- حملات التغيير في القيم

- حملات التغيير المعرفي:

وتعرف بحملات المعلومات العامة أو التعليم العام، عادة ما تهدف إلى تزويد الأفراد بمعلومات وزياد وعيهم بقضية ما، هذا النوع من الحملات يعتبر من أسهل حملات التغيير الاجتماعي، لأنه تهدف إلى إحداث تغيير عميق في السلوك وإنما يتحقق هدفها في إعطاء الأفراد المعلومات التي تتعلق بالقضية الاجتماعية، ومن أمثلة هذه الحملات: الحملات التي تتعلق بالقيمة الغذائية لأنواع الطعام المختلفة، زيادة وعي الأفراد بأهمية التغذية الصحية.

- حملات التغيير في الفعل.

وتعرف بحملات العمل، عادة ما تهدف إلى إقناع أكبر عدد ممكن من الأفراد للقيام بعمل معين خلال وقت محدد، هذا النوع لا يتطلب فقط إخبار الجماهير وإعطائهم معلومات ولكن حثهم على عمل أو فعل ما، وقد يتطلب هذا الفعل أو العمل بعض المصروفات أو الوقت

1- منى سعيد الحديدي، سلوى إمام على، الإعلام والمجتمع، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006،

الفصل الأول: التأصيل النظري للحملات الإعلامية

أو الجهد، وهذا ما قد يمنع الأفراد من الإقبال عليه وهنا يجب على الجهة المعنية توفير الحوافز التي قد تشمل تغطية النفقات والمصروفات التي قد يتطلبها الفعل كنوع من التشجيع للأفراد إضافة إلى توفير آليات التنفيذ.

ومن أمثلة هذه الحملات: حث الأمهات على تطعيم الأطفال، التبرع بالدم، حث النساء بعد سن الأربعين على ضرورة الخضوع للاختبارات لاكتشاف بعض الأمراض مبكراً.....

- حملات التغيير السلوكي:

ويعرف هذا النوع بالحملات السلوكية حيث تهدف إلى حث الأفراد على تغيير بعض أنماط السلوك، تعتبر من أصعب الحملات حيث يصعب تغيير بعض أنماط السلوك والعادات التي دأب الأفراد على القيام بها لفترة طويلة، حيث يجب على الأفراد أن يتخلصوا من عادات قديمة ويتعلموا عادات جديدة مختلفة ويستمروا في ممارستها، وعادة لا تكفي رسائل وسائل الإعلام الجماهيري وحدها لإحداث التغيير المطلوب وإنما يجب أن تصحبها أنواع أخرى من المقابلات والاتصال الشخصي ومن أمثلتها: الحملات التي تحث الأفراد على الإقلاع عن التدخين أو تغيير عادات الأكل والشرب...

- حملات التغيير في القيم:

وتهدف إلى تغيير القيم والمعتقدات وعادة ما ينخفض معدل النجاح فيها إلى حد كبير، حيث يصعب تحريك القيم والمعتقدات التي يحتفظ بها الأفراد منذ فترة زمنية طويلة، وقد تلجأ الجهات التي ترغب في التغيير في هذا النوع من الحملات إلى استخدام القوانين والتشريعات التي تلزم الأفراد بتغيير قيمهم ومعتقداتهم والتي لا يمكن أن يغيروها من تلقاء أنفسهم وبشكل طوعي، وبعدها فإن الالتزام بالقوانين يمكن أن يؤدي إلى إحداث التغييرات المطلوبة في الاتجاهات والمعتقدات.¹

1- منى سعيد الحديدي، سلوى إمام على، مرجع سبق ذكره، ص 34-36.

الفصل الأول: التأصيل النظري للحملات الإعلامية

2- كما حدد الباحثون في تقسيم آخر أربعة أنواع رئيسية لحملات التوعية وهي:

- الحملات الإخبارية. -الحملات التعليمية.
- حملات الصورة الذهنية.-الحملات الإقناعية.
- الحملات الإخبارية: وتعمل على إيصال المعلومات إلى الجمهور وتقديم الحقائق والبيانات عن موضوع الحملة.
- حملات الصورة الذهنية: المعنية أساسا بنشر وترسيخ صورة ذهنية عن الجهاز أو المؤسسة أو المشكلة وترسيخها في أذهان المتلقين.
- الحملات التعليمية: والتي يكثر استخدامها أثناء الكوارث والأزمات وتعنى بتعليم الناس كيف يتصرفون ويسلكون.
- الحملات الإقناعية: يمتاز هذا النوع بصعوبته وحاجته للتخطيط والتصميم والتنفيذ الدقيق، حيث تعنى أساسا بزرع اتجاهات جديدة أو تغيير أو تعديل اتجاهات قديمة.

3- ويقسم "مشال لونات" حملات الاتصال الاجتماعي حسب المواضيع المتناولة إلى:¹

- حملات الاتصال الرامي إلى تغيير السلوك.
- حملات الاتصال الإخباري الرامي لتوضيح الحقوق والحقائق.
- حملات الاتصال الرامي إلى تحسين صورة المهنة أو المؤسسة.
- الاتصال الرامي إلى تغيير السلوك:
- من مقتضياته التركيز على تحسين عادات الأفراد والمجموعات والسعي للتأثير من أجل تحقيق منهج قويم لحياة اجتماعية مترفة، وللغرض يتم القيام بحملات توعية من أجل التشهير بحوادث الطرقات والشغل والحوادث المنزلية وتقديم الحلول الناجحة لاجتنابها،

1- مشال لونات، الإعلام الاجتماعي، ترجمة صلاح حليمة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس،

الفصل الأول: التأصيل النظري للحملات الإعلامية

وبصفة عامة فهي تتناول حماية وإنارة وتثقيف وتوعية الأفراد والجماعات كي يتفادوا جميع الآفات والأمراض الاجتماعية المتفشية في المجتمع ويتجنبوها مع جعلهم مشاركين فاعلين في الحملات والدعايات المنظمة للغرض ولا يكونوا مجرد هدف لها،

- الاتصال الإخباري الرامي لتوضيح الحقوق والحقائق:

تمثل في تعريف المواطنين بالعناصر الجديدة لما لهم من حقوق وما عليهم من واجبات، ويمكن أن يكون الخبر المقدم مجموعاتي أو اقتصاديا كحقوق المرأة والمسنين والمهاجرين وإشارات الطريق ومشاكل التشغيل أو حقوق العاطلين وميزانية الدولة بالنسبة لحياة المواطنين اليومية والتصريح بالمداخل.

- الاتصال الرامي إلى تحسين صورة المهنة أو المؤسسة:

إن الاتصال من أجل التنمية يركز على المبدأ التجاري الثابت المتمثل في أن المنتج يباع بسهولة عندما تكون المؤسسة التي أنتجته ذات سمعة طيبة ولهذا السبب نلاحظ أن المؤسسات القومية الفرنسية توجه عنايتها القصوى إلى الشهرة المكتسبة وتعمل من أجل الحفاظ عليها وتوسيعها وتمييزها وتحسينها.¹

المبحث الثالث: خطوات الحملات الإعلامية

إن نجاح الحملة الإعلامية مرهون بنجاح خطواتها المتتابعة وهي:

- تحديد الشكل وجمع المعلومات:

ونقصد بها الوضع أو رسم استراتيجية إعلامية متكاملة ضرورية لجمع العديد من المعلومات الأساسية التي تتيح اتخاذ أنسب القرارات ويسمى البعض هذه الخطوات بتحليل الموقف والهدف.

1- مشال لونات، مرجع سبق ذكره، ص 21.

الفصل الأول: التأصيل النظري للحملات الإعلامية

بحيث تتضمن خطوة البحث وجمع البيانات مجموعة من العوامل والمتغيرات التي تأثر في نجاح الحملة الإعلامية ومن أهمها:

- معرفة الجمهور لوضع الوسائل التي تتناسب معه.
- الظروف والعوامل البيئية والاقتصادية والاجتماعية ودراساتها دراسة.....على أن تتضمن العوامل القانونية.
- السياسات الإدارية العامة للمنشأة أو الجهات المنافسة من حيث السياسات والاستراتيجيات العامة للمنشأة أو الجهات المنافسة.
- السياسات الترويجية الأخرى كالعلاقات العامة والرعاية والنشر.¹
- **الخطوة الخاصة لتحديد الأهداف:**

بعد تحديد الأهداف من الخطوات لعامة باعتبارها الأساس الذي تبنى عليه خطوات التخطيط وللجماعة الإعلامية وتعد معيار لقياس كفاءة وفاعلية الحملة الإعلامية، ويجب أن المخطط في الاعتبار الأهداف حاملة وأن تكون قابلة تكيف والملائمة مع المواقف المختلفة في الحملة الإعلامية ويفضل تتسم الأهداف بالموضوعية.

ومن المعروف أن الهدف من الحملة الإعلامية هو إيجاد تغير في الأفكار والاتجاهات لدى الجمهور المتلقين ودفعهم إلى أن يتخذوا مواقف جديدة وإيجابية وداعمة للفكرة موضوع الاستخدام.²

1- رفعت عارف الضيع، الحملات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 14.

2- مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 78.

الفصل الأول: التأسيس النظري للحملات الإعلامية

- مخطط يوضح أهداف الإعلامية والجمهور المستهدف

المؤيدون المحايدون المعارضون المؤيدون

مؤيدون بشدة مؤيدون بدرجة كبيرو مؤيدون

المحايدون: محايدون بدرجة أقرب (التأثير محايدون بدرجة أقرب إلى المعارضة).

المعارضون: معارضون، معارضون بدرجة كبيرة، معارضون بشدة.

إلا أن الهدف الأساسي والأسس يبقى لدى القائم بالاتصال في الحملة الإعلامية هو أحداث استقالة مؤثر على عدد كبير من الجمهور غير أن الهدف إستراتيجي الذي لابد من تقسيمه إلى أهداف تكتيكية.¹

- تحديد وتحليل جمهور الحملة الإعلامية:

إن الجمهور هو العنصر الرئيسي في عملية الاتصال والذي يعمل على المضمون في الحملات الإعلامية والوصل إليه والتأثير فيه وأن المبدأ في الحملات الإعلامية الأساسي في العملية الاتصالية هو "أعرف جمهورك" ومعرفة الجمهور من الأسس الهامة لنجاح الحملة الإعلامية لأنه إن لم تستطيع أن تصل إلى الجمهور فلن تستطيع التأثير فيه.²

1- فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق السياسي وتخطيط الحملة الترويجية، القاهرة، عالم الكتب، 2007، ص

2- فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق السياسي وتخطيط الحملة الترويجية، مرجع سبق ذكره، ص 10.

الفصل الأول: التأصيل النظري للحملات الإعلامية

المبحث الرابع: الشروط القيام بالحملات الإعلامية

هناك مجموعة من الشروط أو العناصر التي يجب أن تتوفر في الحملة الإعلامية وهي:

- قضية الحملة: أن تكون هناك قضية محل احتياج واهتمام الناس.
- الجمهور: ضرورة وجود جمهور له مصلحة مباشرة في القضية التي يتم الدفاع عنها، أو تغييرها.
- الموارد: يجب توفير الموارد البشرية والمادية ومصدر المعلومات الأساسية.
- الرسالة: دقة ووضوح حملة التغيير واعتمادها على حقائق ومعلومات صحيحة مع مراعاة تعدد بيانات الرسالة وفقا للجمهور الذي يتم مخاطبته.
- الجهات المستهدفة: من الضروري التحديد الجهات المستهدفة من الدعوة والتي بيدها صناعة واتخاذ القرارات أو التأثير على صانعي ومتخذي القرار.
- حسنا اختيار قائمين لتوصيل الرسالة، من حيث مدى وملاءمتها للجمهور الذي يتم مخاطبته ونوع الوسيلة المستخدمة.¹

المبحث الخامس: أهداف الحملات الإعلامية

تعود خطوة تحديد الأهداف هامة حيث على أساسها مهمة الحملة وتحصر الجمهور لتحقيق هذه الأهداف وتحديد الأهداف يمكن استخدامها كمقياس للرقابة أثناء التنفيذ وبعده لأنها تحدد ما يجب تحقيقه بالإضافة إلى أنها وسيلة من وسائل

1- كمغان علي عبد الفتاح، إدارة الحملات الإعلامية، الطبعة العربية، دار مجد لنشر و التوزيع، عمان، الأردن،

الفصل الأول: التأصيل النظري للحملات الإعلامية

تقييم الحملة ومعرفة النجاح الذي يتم، كما يفيد تحديد الأهداف في مساعدة على وضع الميزانية الدقيقة للحملة وتوجيهها الاتجاه السليم اختيار السائل والوسائل الإعلامية المناسبة واستخدامها بطريقة سليمة.¹

ويمكن إيراد الأهداف التي تسمى الحملات الإعلامية التي تحقيقها بشكل عام على النحو التالي:²

- تزويد الجماهير المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم المطلوب بأحداث التعديلات المطلوبة فيها.

- التأثير على مواقف اتجاهات الجماهير المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة.

- إقناع الجماهير المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أحداث سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

- تعديل الأنماط السلوكية للجماهير المستهدفة بما يحقق وفورات مادية أو بما يقلل من حجم الخسائر في أنماط سلوكية.

ويضاف إلى ذلك:

- تحسين صورة الذهن وذلك لغرض تنمية الحيوية والدافعية لإتقان تلك المهنة ودفع المواطنين للاتصال عليها.

- تحسين الرأي العام بقضية معينة في فئات تتعرض للنسيان كالقيم لحملات إعلامية لتحسيس بقضية ذو الاحتياجات الخاصة أو فئة مختلفة أخرى.

- توضيح الحقائق الاجتماعية وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع كالحملات التي تستهدف توعية المواطنين بقوانين المرورية واحترام الإشارات والتقليل من السرعة.¹

1 - محمد إبراهيم عبيدات، التسويق الاجتماعي المحضر والبيئي، دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص

2- مصباح عامر، الإقناع الاجتماعي، خلفية النظرية وآلياته العلمية ديوان المطبوعات الجامعية،

الفصل الأول: التأصيل النظري للحملات الإعلامية

- تنبيه إلى مخاطر الآفات الاجتماعية، وتبرز مضارها فهي بمثابة الدعامة القوية والركيزة الهامة للبحث عن أرضية مشتركة لتبادل المفاهيم، كما أنها تعمل على إيقاظ الضمائر، فالأمراض الخطيرة وتعاطي الكحول والتدخين والحوادث والطرقات تكلف الدولة عديد المليارات من العملة، ضيف إلى ذلك تغني عن التدخلات الترتيبية من قوانين أو أسر أي حل للمشاكل بالقوة، و عيه فإن الأهداف المنوي تحقيقها من قبل الحملات الإعلامية بحيث أن تكون واضحة و مقنعة للجماهير المستهدفة بالإضافة إلى ضرورة توفر عنصر الشفافية و الوضوح بالإضافة إلى ضرورة توفر القدرة لدى المطالبين بتعديل أنماط السلوك.²

وعليه فإن الأهداف المنوي تحقيقها من قبل الحملات الإعلامية يجب أن تكون واضحة ومقنعة للجماهير المستهدفة بالإضافة الى ضرورة توفر عنصر الشفافية الوضوح، بالإضافة الى ضرورة توفر القدرة لدى المطالبين بتعديل أنماط السلوك.

1- عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، خلفية النظرية والآليات العلمية، مرجع سبق ذكره، ص 27.

2- مشال لونات، الإعلام الاجتماعي، ص 93.

الفصل الثاني: ماهية التوعية المرورية

المبحث الأول: تعريف التوعية المرورية.

المبحث الثاني: أساليب التوعية المرورية.

المبحث الثالث: خصائص التوعية المرورية.

المبحث الرابع: أهمية التوعية المرورية.

المبحث الخامس: أهداف التوعية المرورية.

المبحث الأول: التعريف التوعية المرورية

تتعدد مفاهيم التوعية وتختلف باختلاف اتجاهات الباحثين، وعلماء النفس يرون أن الوعي يعني حالة من اليقظة تتمثل في مجموعة من أنشطة العقلية، تعكس درجة من درجات الأسباب والفهم التلقائي لمجموعة من الأفكار أو تعينه على الإدراك باختلاف درجاته القضايا التي تحيط به.

ويعرف بعض علماء النفس الوعي بأنه شعور الفرد والإدراكية للذاته وأحواله إدراكا مباشرا، والوعي أساس كل معرفة وله مجموعة من المراتب والدرجات التي تتفاوت من حيث الوضوح، والتعقيد أي أن الوعي يعطي مجموعة عمليات إدراك الفرد لذاته والعالم الخارجي و الاستجابة لها.

أما علماء المجتمع فيعرفون الوعي بأنه إدراك الفرد لذاته باعتباره عضو في جماعة معينة ويرى البعض الآخر بأن الوعي هو الحصيلة المستمرة للعمليات الإدراك الشامل التي يقوم بها الإنسان أينما وجد، وبإجمالية المتعاقبة منذ ظهور في هذا الكون، وهي عملية مستمرة ما دام الإنسان موجودا، وتتضمن أربعة عناصر هي الإدراك والفهم والتقويم والسلوك.¹

"ويقصد بالوعي المروري بمفهوم الشامل بأنه: اليقظة الحسية والمعنوية والمعرفة والإلمام الواسع كل ما يتعلق بالمرور من مركبة وطريق وإشارات وأنظمة وقوانين وغيرها، مما ينعكس إيجابيا على الشخص وحسن قيادته ومراعاته للأنظمة المرورية المختلفة".²

ومن جهة نظر الباحث أن التوعية المرورية هو اكتساب المواطنين الثقافة المرورية وربطها بأهداف نظرية وعملية عن التعليمات المرورية التي تضمن السلامة على الطريق سواء المشاة أو السائقين أو المركبات.

1- أديب محمد خضور، دور الإعلام في التوعية الوقائية من حوادث المرور في الجزائر، مرجع سابق، ص

299 (نسخة PDF)

2- أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث،

طبعة أولى، الرياض، 2007، ص 10 (PDF)

المبحث الثاني: أساليب التوعية المرورية

تتحقق التوعية المرورية من خلال أساليب رئيسية وهي:

- **الأسلوب المعرفي:** ويعين تزويد الفرد بكل المعارف والمعلومات الخاصة بالمرور، وقواعد تنظيمية، أي تمكينه من الإلمام بقواعد تنظيم السير والقوانين والتنظيمات التحكم سير المركبات والمشاة في الطريق العام مثل الإشارات والعلامات، ومبادئ الأولوية وشروط التجاوز والمكوث وغيرها، والإلمام الجمهور بهذه المعارف يتحقق وحدة الفكر والمفاهيم مستخدم الطريق العام.

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

- **الأسلوب السلوكي:** ويعني تهذيب سلوك مستعمل الطريق خلال التركيز على الجوانب النفسية له، والسعي بإقناعه بتقليل قواعد السلامة المرورية وجعله يؤمن بها لامتثالها، وغرس التسامح في نفسه والإحساس بالمسؤولية على سلامة وسلامة غيره من مستخدمي الطريق.¹ وعليه يمكن القول إن التوعية المرورية تهدف في الأساس لتحقيق غاية واضحة

وهي تمكين مستعملي الطريق من تفادي الأخطار التي تحدث بهم مما يترتب عنه التقليل من الحوادث المرورية وكذلك التقليل من المآسي والخسائر التي يسببها الاستعمال السيئ للطريق. ويرتبط تحقيق هذا الوعي بجملة من الغايات المقصودة والتي نلخصها في النقاط التالية:

- اكتساب المعلومات والمعارف الجديدة أو التذكير بها والتأكيد عليها وتحديد مضامينها بدقة وتوضيح الغايات المقصودة سواء كان منها موجه لصالح الفرد ذاته أو الجماعة

1- بوطالب بن بوزيد، فعاليات الحملات التوعوية المرورية، مؤتمر التعليم والسلامة المرورية، جامعة نايف

العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص 62.

والعمل على ترسيخ القناعة بأهميتها.

- تنمية مهارات الأفراد والجماعات عن طريق الإرشاد والتوعية بغية الحفاظ على السلامة وضمان صلاحيته والاستمرارية للحملات الإعلامية التوعوية والإرشاد المروري.
- تعديل الاتجاهات والسلوكيات والعمل على إقناع الفرد والمجتمع هذا التغيير والتعديل في بعض السلوكيات المرورية والاعتماد على التقاليد السائدة ودورها في الوصول إلى الصالح العام وخلق جو من التواصل النفسي بين الفرد والجماعة يتم من خلاله التبصير بصفة مستمرة بأهمية الالتزام بسلوكيات مرورية.

المبحث الثالث: خصائص التوعية المرورية

يمكن تحديد أهم خصائص التوعية المرورية وشروطها على النحو التالي:

- **الاستمرارية:** يجب أن تتصف بالاستمرارية والديمومة، فهي بالتالي عملية مستدامة وليست مجرد حدث أو مجموعة أحداث متفرقة، وذلك حتى تترسخ الثقافة المرورية لدى الفئة الموجهة إليها وتخلق لديهم نسقا معرفيا سلوكيا إيجابيا، لذا فإن الاستمرارية شرط أساسي لتحقيق أهداف التوعية المرورية.¹
- والقاعدة العامة تقول إن التعليم الهادف يهذب السلوك والتوعية المستمرة تعزز المعرفة لذلك فإن إفرازات التعليم والتوعية حول سلامة المرور تجعل الفرد أكثر وعيا بها ويستجيب في ذاته لندائها.
- **المقولية:** القاعدة العامة تقول إن التعليم الهادف يهذب السلوك والتوعية المستمرة وتعزز المعرفة لذلك فإن إفرازات التعليم والتوعية حول سلامة المرور تجعل الفرد أكثر وعيا.
- **الشمولية:** التوعية المرورية عملية شاملة، بمعنى أنها تشمل مختلف المجالات المرورية، وجميع جوانب الحياة المرورية، وتستهدف الوصول إلى جميع الشرائح الاجتماعية.

1- بوحصلة إيمان، مراحل غنية، التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة لصفحة المركز الوطني للوقاية

والأمن عبر الطرق فايسبوك، مجلة الدراسات في علوم الإنسان والمجتمع (3) 2013، ص 3.

- **التكامل:** التوعية المرورية عملية متكاملة، بمعنى أنها تهتم بمختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية (البشرية، الهندسية، القانونية....) وتهتم بمختلف جوانب المشكلة المرورية (الاقتصادية، النفسية والاجتماعية) وتتعلق من حقيقة إن هذه الأطراف متكاملة.¹

وبالتالي فإن الجهد التوعوي المروري يجب أن يكون متكاملًا.

- **المنهجية والانتظام المتناسك:** التوعية المرورية هي عملية منهجية منتظمة ومتناسكة، تحدد أسسها ومن طاقاتها وأهدافها، وتضع الخطط والبرامج الكفيلة بتحقيق هذه الأهداف. وهذا ما يفسر كون التخطيط والبرمجة هما الدعامتان الأساسيتان التي تقوم عليهما التوعية المرورية.

- **التجدد والتطور:** التوعية المرورية عملية متجددة ومتطورة، حيث تستطيع أن تواكب المتغيرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية (أنظمة تقنيات بقوانين وأنماط معيشة ومتغيرات تديموغرافية واجتماعية واقتصادية....)، من الضروري التجديد والابتكار في مضمين التوعية المرورية، وفي الخطأ المروري، وفي الوسائل والموضوعات وأساليب المعالجة المستخدمة.

- **التفاعلية:** التوعية الناجحة هي التي تبتعد عن التلقين والإكراه، وتعتمد أسلوب التفاعل وتنجح في رفع فاعلية الناس وتفاعلهم مع الأهداف الاستراتيجية للتوعية المرورية².

- **تنوع الوسائل وتكاملها:** إن تنفيذ التوعية المرورية في أوساط المجتمع يستوجب استغلال واستعمال جميع وسائل الإعلام والاتصال، والتي تعتبر جزء ضروري مكون لتنظيم الاجتماعي للمجتمعات الحديثة كالمدارس، المساجد، مدارس السياقة، فكلما تعددت وسائل

1- عبد الرحمان شداد، دور برامج وحملات التوعية المرورية في زيادة الوعي المروري، رسالة الماجستير، جامعة الجزائر، 2، الجزائر، 2008، ص 63.

2- أديب محمد خضور، حملات التوعية العربية، مرجع سبق ذكره، ص ص 13-15.

الدعم المعتمدة أمكن إيصال الرسالة التوعوية الوقائية.¹ أمكن الإيصال الرسالة التوعوية الوقائية إلى أكبر عدد ممكن من الفئات المستهدفة وبالتالي يمكن توعية شرائح عريضة من المجتمع.

المبحث الرابع: أهمية التوعية المرورية

تكمن أهمية التوعية المرورية في تعذيب المفاهيم التي إعتاد عليها الأفراد في مجتمعنا، بحيث تكون نظرتهم للتقيد بأنظمة المرور و آدابه ليس على أساس الخوف من العقاب، وإنما الانصياع الذاتي لها لما لمخلفتها من مخاطر على حياتهم أولاً، و لأنها تجافي السلوك القويم و الأخلاق الفاضلة ثانياً، و هي ذات علاقة بمطامحنا للمستقبل لأن يكون المواطنين متعاونين مؤمنين بأهمية تعليمات المرور و الأسس التي يقوم عليها الوعي المروري 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 مستخدم الطريق.²

وتحقيق السلامة المرورية بين المسلمين في مجتمعهم الكبير ليست مسؤولية رجال المرور وحدهم فحسب، بل هي مسؤولية جماعية يؤدي رجل المرور فيها وظيفة مشكورا، ولا بد يتعاون أفراد المجتمع الحضاري جميعا بعد أن أخذ وحفظهم من التوعية المرورية اللازمة، ولا يكتفي في هذا الصدد بكفاءة من يقوده عملية القيادة فحسب بل لابد من توفر السائقين.³

1- الهاشمي بوطالبي، الإستراتيجية الوطنية للوقاية من حوادث المرور (مجلة الوقاية والسياسة)، العدد 06، المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق، ص 39.

2- عبد الله حامد عبد الله الخليف، دور الإعلام المرورية في رفع مستوى الوعي المروري، رسالة الماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض ص ص 61، 60 نسخة (PDF)

3- عبد الله حامد عبد الله الخليف، دور الإعلام المرورية في رفع مستوى الوعي المروري، مرجع سبق ذكره، ص 61، نسخة (PDF)

السلامة المرورية وظيفة أساسية من وظائف المجتمع الواعي المتحضر والذي تقوم عدة جهات بخدمته وفي مقدمتها المؤسسة التعليمية من خلال مشاركة الطلاب وأسابيع المرور بعمل اللوحات وحمل الشعارات والاشتراك في الندوات والمحاضرات والمهرجانات الخاص بذلك.¹

وتعتبر التوعية المرورية من أهم الإجراءات الوقائية بضمان السلامة المرورية على مدى الطويل وتكمن أهميتها في نقطتين أساسيتين هما:

- تصحيح المفاهيم حول المجال المروري ومسؤوليات كل طرف.
- تعتبر التوعية المرورية مؤشرا دالا على مدى تحضر المجتمع ووعيه وذلك من خلال تعرف ووعي كل طرف بمسؤولياته تجاه محيطه، حيث أن هذا الشعور بالمسؤولية يؤول الفرد لإنتاج السلوك الملائم والسوي في المواقف المختلفة.²

المبحث الخامس: أهداف التوعية المرورية:

وتهدف التوعية المرورية إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية الخمسة التالية:³

- تكوين نسق معروفة بمختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية عن مختلف جوانب الحياة المرورية، وذلك من خلال تقسيم المعلومات وبيانات وحقائق من شأنها تعريف المواطن حقائق الأهداف والظواهر والتطورات والمشاكل المرورية، وإن من شأن هذه المعلومات أن تتيح للمعني بالمسألة المرورية أن يكون الاطلاع معرفي بواقع الحياة المرورية وهذا من شأنه أن يؤدي تراكميا إلى تكوين النسق المعرفي المروري لدى الأفراد والمجتمع.

1- أديب محمد خضور، حملات التوعية العربية، مرجع سبق ذكره، ص 14.

2- أم لرقاب سمية، فعالية الحملات الإعلامية في مجال التوعية المرورية في الجزائر، دراسة ميدانية بالمركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق، اطروحة الدكتوراه (جامعة محمد أمين دباعين سطيف 2)، 2000، ص 62.

3- أم لرقاب سمية ، مرجع نفسه، ص 90.

- تكوين نسق فكري مروري لدى الفرد والمجتمع فيما يتعلق بمختلف جوانب الحياة المرورية، إن الاقتصار على تقديم المعلومات قد تمكن الفرد من الدراية بما يحدث، ولكنها لا تمكنه بالضرورة من قيما ما حدث، حيث يمثل الاطلاع على الوقائع الخطوة الأولى في عملية التوعية، أما الخطوة الثانية فهي تفسير هذه الوقائع وشرحها وتحليلها وإيضاح معانيها ووضعها السياق العام الذي أنتجها ويجب أن يكون واضحا.

لذلك يجب أن تسعى التوعية المرورية إلى تكوين نسق قيمي مروري يتضمن:

1- القيم الإنسانية: والتي تدفع إلى الحفاظ على حياة الإنسان وحمايته من أخطار الحوادث المرورية.

2- القيم الوطنية: التي تدفع إلى الحفاظ على الثروة الوطنية البشرية والمادية وتلخيص الوطن من الآثار الاقتصادية لحوادث المرور.

3- القيم الاجتماعية: التي تدفع إلى الحفاظ على تماسك الأسرة والمجتمع، والحد من هذا الخطر المتمثل في تدمير الحياة الأسرية.

4- القيم الأخلاقية: التي تدفع باتجاه احترام القانون والنظام والغير وتستطيع التوعية المرورية النجاح في تكوين هذا النسق من خلال إبراز النماذج والتجارب والسلوكيات المرورية الصحية والإيجابية ونقد النماذج والتجارب والسلوكيات السلبية والخاطئة.

- تكوين نسق سلوكي مروري تتمثل فيه معرفة الفرد و فكرة اتجاهاته و قيمه: صحيح أن هدف التوعية المرورية هو إيجاد مواطن مطلع و مدرك المسألة المرورية، و الذي يمتلك منظومتي قيم و اتجاهات سليمة، و لكن الهدف الاستراتيجي التوعية المرورية هو إقناع الفرد أن يترجم معرفته المرورية و أفكاره و قيمه و اتجاهاته المرورية إلى سلوك مروري سليم، و لهذا فمن الضروري إيجاد الآليات و الأشكال الإدارية و التنظيمية و الاجتماعية المناسبة و الكفيلة بأن تدفع الفرد ليرجم معارفه و أفكاره و قيمه المرورية في تحقيق السلوك المروري السليم ليس على العقوبة و الغرامة بل على القناعة الذاتية و الالتزام التطوعي.

الفصل الثالث: الاتصال الفعال لحوادث المرور

المبحث الأول: ظاهرة حوادث المرور في الجزائر.

المبحث الثاني: آخر إحصائيات حوادث المرور سنة 2023-2024.

المبحث الثالث: عوامل ارتفاع حوادث المرور في الجزائر.

المبحث الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي للتحسيس التوعوية.

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

المبحث الأول: ظاهرة حوادث المرور في الجزائر

يشير الدكتور " عبد القادر تومي" إلى أن حوادث المرور تعتبر من أهم موارد التهلكة فالسيارات و وسائل النقل الأخرى المستخدمة للتنقل من مكان لآخر لقضاء حوائجهم و الأمور الناس المعيشية، بحيث أصبحت هذه الوسائل من ضروريات الحياة المحاضرة، و في ذات الوقت فإنها من أبرز الوسائل التي تصنع الوفيات و الإعاقات و الإصابات و تختلف الخسائر البشرية من قتلى و جرحى، إضافة إلى خسائر مادية معتبرة بسبب الإعاقات و الأضرار الناجمة عن الحوادث، و لا يمكن أن نفل آثار الحوادث على نفسية المصابين و ما تتركه من أثر عميق في نفوسه.¹

فالمشكلة المرورية في الجزائر تعد من أبرز المشكلات المعاصرة التي تقف عائقا أمام تحقيق التنمية، حسب ما أكدته العديد من الإحصائيات والبحوث العلمية، حيث ترتب عن تصاعد وتيرة حوادث المرور في الجزائر العديد من الآثار الاجتماعية والاقتصادية والبشرية والنفسية الخطيرة على الفرد والمجتمع، وذلك رغم ما اتخذته الدولة من إجراءات وسياسات وقائية لتحقيق الأمن المروري كإصدار قوانين جديدة لضبط وتنظيم النقل والمرور عن طريق، وردع المخالفين لها، والقيام بالحملات توعوية في مختلف وسائل الإعلام.

مما يتطلب إعادة النظر في الاستراتيجيات المعتمدة باشتراك مختلف فعاليات المجتمع ومؤسساته والتنسيق فيما بينهما، وتسخير مختلف الإمكانيات البشرية المتاحة، من أجل مواجهة أخطر حوادث المرور والتقليل منها.²

1- وليدة حدادي، مجلة العلوم الإنسانية، المشكلة المرورية في الجزائر، الأسباب وسبل الرقابة، جامعة سطيف

2، العدد 50، ص 178.

2- وليدة حدادي، مرجع سبق ذكره، ص 149.

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

المبحث الثاني: آخر إحصائيات حوادث المرور 2024/2023 (1)

الجدول رقم 1: جدول يمثل تصنيف حوادث المرور حسب التوقيت الزمني وأيام الأسبوع

أيام الأسبوع							التوقيت الزمني							عدد الحوادث	الولاية
السبت	الجمعة	الخميس	الأربعاء	الثلاثاء	الإثنين	الأحد	00h-6h	20h-00h	16h-20h	14h-16h	12h-14h	9h-12h	6h-9h		
34	28	40	31	39	34	35	25	43	46	34	22	55	24	249	أدرار
334	260	331	288	252	282	285	115	332	473	317	277	340	178	2031	الأغواط
84	82	107	84	88	83	85	61	119	142	77	71	93	50	513	أم البواقي
11	116	135	153	143	158	114	87	123	182	153	140	149	97	943	باتنة
288	239	332	288	286	263	319	131	257	473	346	273	312	220	2014	عنابة
201	221	204	206	186	195	211	126	211	347	197	201	213	129	1424	بسكرة
157	120	147	195	136	134	101	77	177	277	124	142	161	92	1050	بشار
33	40	36	55	41	43	41	32	64	61	36	25	45	26	289	البليدة
438	446	424	361	379	322	394	212	449	649	426	357	381	290	2764	البويرة
244	286	255	232	374	268	192	237	266	323	260	257	149	260	1852	تمنراست
16	31	23	37	29	31	34	18	44	34	26	26	30	20	201	تبسة
65	75	105	126	123	91	55	30	101	177	148	125	87	37	729	تلمسان
156	272	331	315	260	232	211	30	29	141	345	406	495	251	1777	تيارت
114	102	133	121	97	113	119	8	139	212	81	92	123	72	799	تيزي وزو

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

234	266	243	259	241	225	153	141	239	420	142	210	292	177	1721	الجزائر
913	775	957	874	838	809	894	589	1117	1399	684	745	888	638	6060	الجلفة
86	123	198	131	122	108	159	81	124	137	132	132	173	95	847	جيجل
238	225	289	249	266	270	239	99	247	520	284	202	171	153	1776	سطيف

الجدول رقم 2: يمثل هذا الجدول حوادث المرور حسب السن السائقين فقط

فوق 60 سنة		من 51 إلى 60 سنة		من 41 إلى 54 سنة		من 31 إلى 40 سنة		من 21 إلى 30 سنة		من 18 إلى 20 سنة		عدد التدخلات	عدد الحوادث	الولاية
وفيات	جرحي	وفيات	جرحي	وفيات	جرحي	وفيات	جرحي	وفيات	جرحي	وفيات	جرحي			
1	7	0	17	0	22	0	41	2	50	0	5	500	249	أدرار
1	85	2	100	1	151	4	252	3	437	1	129	3315	2031	الأغواط
1	26	2	89	5	40	5	75	2	142	0	48	1201	613	أم البواقي
2	51	0	106	6	153	4	202	2	162	0	107	1934	943	باتنة
3	89	2	100	7	182	3	255	3	272	2	98	3934	2014	عناية
6	218	4	194	3	268	5	453	8	604	4	501	2354	1424	بسكرة
0	46	0	46	1	66	3	151	5	190	0	71	1839	1050	بشار
0	14	0	18	1	28	3	53	0	76	0	27	580	289	البلدية
2	72	1	184	2	354	5	510	5	572	11	226	3883	2764	البويرة

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

6	107	3	132	4	182	9	268	2	252	1	90	3639	1852	تمنراست
3	15	0	12	7	29	6	59	24	136	10	65	424	201	تبسة
1	7	2	47	5	91	1	108	6	73	0	29	1478	729	تلمسان
3	188	6	158	9	242	10	348	13	584	2	319	2780	1777	تيارت
2	11	0	24	3	33	4	64	2	59	0	7	1033	799	تيزي وزو
1	63	3	84	1	112	3	122	1	126	0	50	3307	1721	الجزائر
0	78	1	159	0	226	7	331	8	1200	1	1390	11182	6060	الجلفة
5	106	3	126	4	128	3	163	3	143	2	64	1632	847	جيجل
0	73	1	73	2	150	2	316	3	494	3	229	3404	1776	سطيف

الجدول رقم 3: هذا الجدول يمثل حصيلة حوادث المرور على مستوى البسار شرق-غرب

الولاية	عدد الحوادث	عدد	الجرحي	الوفيات	الحصيلة السنوية
---------	-------------	-----	--------	---------	-----------------

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

الوفيات	الجرحي	المجموع	أطفال	نساء	رجال	المجموع	أطفال	نساء	رجال	التدخلات		
4	22	4	0	1	3	22	4	4	14	39	19	الطارف
1	25	1	0	0	1	25	5	5	15	44	21	عنابة
0	14	0	0	0	0	14	1	2	11	18	9	قالمة
13	138	13	0	1	12	138	22	28	88	166	80	سكيكدة
10	355	10	1	1	8	355	21	66	268	538	273	قسنطينة
9	155	9	4	1	4	155	23	30	108	235	119	ميلة
9	264	8	0	1	7	264	22	56	186	329	165	سطيف
27	529	27	1	1	25	529	68	80	381	648	291	برج بوعريج
3	102	3	0	0	3	102	17	33	52	92	43	بجاية
21	879	21	0	40	17	879	96	243	540	1247	44	البويرة
0	8	0	0	2	0	8	0	0	8	16	99	تيزي وزو
21	497	31	4	0	15	497	48	131	318	643	8	بومرداس
5	83	5	0	1	5	83	4	14	65	144	22	الجزائر
20	742	20	1	0	18	742	68	182	492	1191	670	البلدية
7	227	7	2	2	5	227	29	64	134	304	184	الشفلف
25	465	15	2	2	21	465	49	111	305	626	300	عين الدفلى
13	303	13	1	0	10	303	39	74	190	368	176	غليزان
0	16	0	0	0	0	16	2	3	11	21	12	مستغانم
17	209	4	1		3	209	21	59	129	261	130	معسكر

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

الجدول رقم 4: يمثل مجموع الإحصائي للحوادث المرور سنة 2023

عدد الموتى	عدد الضحايا	عدد التدخلات	عدد حوادث المرور	
134	5118	8448	4478	جانفي
113	4854	7449	4051	فيفري
140	6207	9501	5126	مارس
158	7718	11420	6118	أفريل
162	6176	9702	5753	ماي
125	6310	9084	4959	جوان
240	8910	11479	6253	جويلية
213	8943	12154	6610	أوت
179	6867	9791	5278	سبتمبر
163	7341	10890	5887	أكتوبر
142	6110	9401	5110	نوفمبر
124	5679	8364	4574	ديسمبر

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

1893	79771	117689	63697	المجموع

(1) مقابلة مع النقيب رابحي نعيمة، رئيسة مكتب الإحصائيات، المديرية العامة للحماية المدنية الجزائر (حيدرة)، يوم الاثنين 8 جويلية 2024 على الساعة

□ 10:55

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

المبحث الثالث: عوامل ارتفاع حوادث المرور

هناك أسباب وعوامل تعود إلى سلوكيات خاطئة وممارسات غير حكيمة قد يقوم بها السائق كسماع الأغاني وتعاطي الكحول والمخدرات أثناء القيادة.

تعتبر أسباب حوادث المرور مختلفة ومتعددة توصلت إليها المصادر الأمنية إلا أن العنصر البشري سواء كان ماسيا أو سائق أم راكب يعتبر لهذه الأسباب ويتحمل الكم الأكبر والمسؤولية العظمى لهذه الحوادث ناهيك عن مساهمة الأطراف الأخرى من: طريق، مركبة، ظروف جوية وبيئية محيطة بهذه الحوادث، بحيث ترتبط الأسباب المباشرة لوقوع حوادث المرور أساس بثلاث عناصر وهي:

السائق المركبة المحيطة وحالة الطريق، وقد توصلت الدراسات إلى أن السائق هو العنصر البشري الأساسي في حوادث المرور لتأثره بالظروف الاجتماعية، الاقتصادية، والنفسية ومجموعة من العادات والمعتقدات والقيم الاجتماعية المؤثرة في سلوكه كالعصبية وسرعة الانفعال وعدم التقبل النقد التي تميز الشخصية الجزائرية تؤدي إلى التهور وزيادة سرعة القيادة.¹

ويمكن التطرق إلى مشكلة المرورية كما يأتي:

1- الإنسان:

تعتبر أسباب حوادث المرور مختلفة ومتعددة إلى أن العنصر البشري سواء كان ماشيا أو سائق أم راكب يتصدر هذه الأسباب ويتحمل الكم الأكبر والمسؤولية العظمى لهذه الحوادث ناهيك عن مساهمة الأطراف الأخرى من طريق، مركبة، ظروف شبيهة محيطة لهذه الحوادث.

¹ - حاسم خليل ميرزا، الإعلام الأمني بين نظرية والتطبيق، مركز الكتاب والنشر، القاهرة، طبعة الأولى، 2006،

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

- عوامل متعلقة بالمشاة:

بسبب الافتقار إلى الثقافة مرورية تحصل الكثير من الحوادث على الطرق نتيجة من التجاوزات.¹

- عدم الاستجابة المواطنين للحملات الإعلامية التوعوية من الناحية مرورية.

- إهمال الإنسان أماكن عبور المشاة، وعدم تقييمهم بالأماكن المتخصصة لعبورهم.

- إفتقار وسائل الإعلام والتوعية الحديثة للتعريف بأهمية مراعاة قواعد وقوانين المرور.

- عوامل وأسباب متعلقة بالسائقين:

يعتبر سائق السيارة مسؤولاً عن كل ما يحدث بسيارته واختلافات وأضرار واصطدامات لأنه المسير لها وهي آلة في يده تتحرك بإدراكاته وكل ما ينسأ منها.

فالسائق السيارة من الأطراف المهمة الرئيسية التي تسبب في الحادث المرور للأسباب التالية:²

- عدم التحلي السائقين الأخلاق العامة وخاصة آداب أخلاق السير خلال تعاملهم مع الركاب.

- افتقار الكثير من السائقين الكفاءة القاعدية.

- أسباب تعود إلى سلوكيات خاطئة:

وهناك أيضاً أسباب تعود إلى سلوكيات خاطئة ممارسات غير حكيمة قد يقوم ها

السائق سماع الأغاني والموسيقى تعاطي الكحول أثناء القيادة.

1- ناجح محمد حسين عميدة، حوادث السيارات في التشريع الجنائي للإعلام، (دراسة فقهية مقارنة)، رسالة

الماجستير في الفقه والتشريع، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2010، ص 60.

2- عدنان عمار الفدارية، أصول القيادات السيارات بالطرق العلمية الحديثة، دار النشر، طبعة الأولى، 2003،

ص 144.

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

2- المركبة:

تعتبر المركبة من العناصر الرئيسية لتحقيق السلامة المرورية والتي لها علاقة مباشرة بمشكلة حوادث المرور، فالزيادة الكبيرة والسريعة في عدد من المركبات تشكل ضغطا كبيرا على الشوارع والطرق.

وجعل المركبات من الأطراف المباشرة والمسببة لحوادث المرور السيارات في جميع دول العالم.¹

لذلك لا بد أن نذكر بعض الأمور المتعلقة بالمركبة غير الملائمة للاستعمال لتحقيق أسباب السلامة المرورية منها.²

- اختلاف في المواصفات التقنية الملائمة للمركبة من بلد لآخر.
- عدم القيام بالاختبارات الفنية وبشكل درزي للمركبة وحسب ما هو مطلوب لتحقيق أسباب السلامة المرورية.
- عدم القيام بالصيانة المركبات بشكل عام وخاصة الإطارات.

3- الطريق:

فيعد الطريق عنصرا أساسيا في الحادث المروري ويرجع ذلك إلى سبب من الأسباب التالية:

- الإهمال في تزويد الطرق وتجهيزات بالعلامات التحذيرية والإرشادية.
- سقوط ثلوج وتراكمها.
- وجود بعض المواقع الحرجة للرؤية على الطريق مثل المباني والأشجار.³

1- عوض قاسم محمد عطاء عبد الله الفواعير، حوادث السيارات وما يتعلق بها من أحكام في الفقه الإسلامي، ماجستير، جامعة البلقاء التطبيقية، عمان، 2006، ص 32.

2- ناجح محمد حسين عميدة، مرجع سبق ذكره، ص 59.

3- وليدة حدادي، مرجع سابق، ص 147.

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

4- العوامل الطبيعية والظروف الجوية:

لا يمكن تجاهل الأثر العوامل الطبيعية، من تضاريس ومناخ وتقلبات الطقس المفاجئة وخاصة الظروف الجوية المحيطة على حوادث السير والمرور وهي تضاريس والعوامل الجوية والمناخية والتي يمكن إجمالها كالآتي:¹

- الأمطار والثلوج، الرطوبة والضباب الكثيف.

المبحث الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التحسيس والتوعية:

رغم مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة من شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح لمستخدميها التواصل مع بعضهم البعض أي وقت وفي أي مكان وزمان فمفهوم الشبكات الاجتماعية ظهرت المصطلح فلسفي اجتماعي منذ القرن الثامن عشر، ولكن الجديد هو تحويله من فرضية اجتماعية تقنية عبر الانترنت و وسائل الاتصال المتقدمة ما نقل الفرضية إلى الفضاء الإلكتروني و شكلت ظاهرة جديدة على العالم و تعد ظاهرة الإعلامية الأبرز في العالم كونها تستقطب فئات كبيرة.

فيعرفه علي خليل: "بأنها مواقع على شبكة الانترنت يستطيع من يملك حسابا فيها القيام بالتواصل بعدة طرق كتابة، صوت، صورة."²

بحيث يشكل الفضاء الافتراضي حبلًا خصبًا لتداول المعلومات، حيث يمكن اعتبار مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كآلية لبناء اتصال فعال أي مجتمع في مجال نشر ثقافة السلامة المرورية داخل المجتمع وتحفيز الناس على المشاركة والتعاون في تحقيق التحسيس حول حوادث المرور.³

وفيما يلي بعض الأمثلة عن دور التواصل الاجتماعي في التوعية من حوادث المرور:

- 1- عوض قاسم محمد عطاء عبد الله الفواعير، المرجع السابق، ص 56.
- 2- علي خليل، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، المطبعة، الطبعة الأولى، الأردن، 2014، ص 60.
- 3- نوال مغزلي، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في نشر التوعية المرورية، التوعية الإلكترونية، مقال، ص

الفصل الثالث: الإتصال الفعال لحوادث المرور

- مشاركة صور وفيديوهات حول حوادث المرور وتحذير المستخدمين من الممارسات الخطيرة والمخالفات المرورية التي يجب تجنبها.
 - نشر المعلومات عن أهمية ارتداء حزام الأمن والقيادة وانتباه والتزام قواعد السير لتجنب حوادث المرور.
 - نشر النصائح والإرشادات للسائقين الجدد لتجنب قيادتهم وتجنب الحوادث.
 - توفير المعطيات اللازمة لتقديم الشكاوى والتقارير عن المشاكل التي تؤثر على السلامة المرورية والحث على تبادل الخبرات والتجارب.
 - تعزيز التواصل والتفاعل بين مستخدمي والمجتمع المحلي لتعزيز الوعي بأهمية السلامة المرورية وتشجيع المشاركة الفعالة والحملات التوعوية والتنفيذية لتحقيق السلامة المرورية.
- ونظرا لدور المهام الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية حول حوادث المرور عبر ما تنشره من صور وتعليقات تحث على التقليل من حوادث المرور.¹

1- نوال مغزلي، مرجع سبق ذكره، ص 14.

الفصل الرابع: التحليل السيميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى
مديرية الحماية المدنية العامة.

تمهيد:

المبحث الأول: لمحة موجهة عن المديرية العامة للحماية المدنية.

المبحث الثاني: التحليل السيميولوجي للنماذج من الحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث

المرور لدى المديرية العامة للحماية المدنية

المبحث الثالث: النتائج الجزئية للتحليل.

- النتائج العامة للدراسة.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

تمهيد:

في هذا الجزء التطبيقي سنقوم بتحليل الحملات الإعلامية التوعوية التي تعد عينة دراستنا، إذ اخترنا هاته المفردات بالضبط كونها تحمل الدلالات والمعاني السميولوجية والتي استندنا بالدرجة الأولى على الملاحظة العلمية لهاته الحملات و التحليل السميولوجي وفقا للمقاربة السميولوجية للصورة المتحركة لرولان بارث والاستعانة بمقاربة جاك أمون في تحليل الرموز و الدلالات الخاصة بالصورة، معتمدة في ذلك على التقطيع التقني للحملات و قراءتها تعيينيا أي وصف الرموز كما هو ظاهر في هذه الحملات، بعد ذلك تأتي مرحلة قراءة المحتوى ضمنيا من أجل فك الرموز و تحليلها و التعرف على الأبعد و الدلالات التي تحملها.

لكن قبل البدء في عملية التحليل لابد أن نذكر لمحة موجزة عن المديرية العامة للحماية المدنية، حيث كانت تنشر هذه الحملات في كل من الفايسبوك والإنستغرام والتويتتر.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

المبحث الأول: لمحة موجهة عن المديرية العامة للحماية المدنية:¹

الحماية المدنية بالفرنسية La protection Civil ، هو الجهاز الخاص برجال الإطفاء والدفاع المدني في الجزائر للخدمة العمومية تابع للوزارة الداخلية و الجماعات المحلية مديره العام الحالي **العقيد مصطفى لهيري**، جهاز له مجموعة من الإجراءات والأعمال اللازمة لحماية السكان والممتلكات العامة والخاصة من أخطار والحرائق والكوارث والحروب والحوادث المختلفة و إغاثة المتكولين و تأمين سلامة المواصلات و الاتصالات وسير العمل في المرافق العامة وحماية مصادر الثروة الوطنية في زمن السلم وحالات الحرب والطوارئ، الرقم الأخضر 14.

بصدور المرسوم رقم 76- 39 المؤرخ في 1976/02/20 المتضمن إعادة تنظيم المديرية المركزية الداخلية، تحولت المصلحة الوطنية للحماية المدنية في المديرية العامة للحماية المدنية و هي مؤسسة عمومية ذات طابع خدماتي إنساني.

- المقر: شارع قارا بارادو - حيدة - الجزائر .

- طبيعة النشاط: خدماتي إنساني.

- رقم الهاتف: 023.56.48.18

- الفاكس: 023.56.48.48

- الموقع الإلكتروني: www.protectioncivile.dz

- الشارة تتمثل في رمز الحماية المدنية في الشكل الموالي.

1- الموقع الرسمي للمديرية العامة للحماية المدنية، زيارة الموقع يوم 3 جويلية 2024 على الساعة 10:49

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

الشكل رقم (5): يمثل رمز الحماية المدنية:



المصدر: الموقع الرسمي للمديرية العامة للحماية المدنية، زيارة الموقع يوم 3 جويلية

2024 على الساعة 10:49 www.protectioncivile.dz

- الموارد البشرية:

عدد الموظفين بالمديرية العامة للحماية المدنية هو 486 موظف موزعين كالتالي:

- سلك الضباط الساعون: رائد (Commandant)، عقيد (Colonel)، مقدم

(Lieutenant) = 26.

- سلك الضباط المرؤوسون: ملازم (Sous- Lieutenant)، ملازم أول (Lieutenant)،

نقيب (Capitaine) = 220.

- سلك الضباط الصف: عريف (Caporal)، رقيب (Sergent)، مساعد (adjudant) =

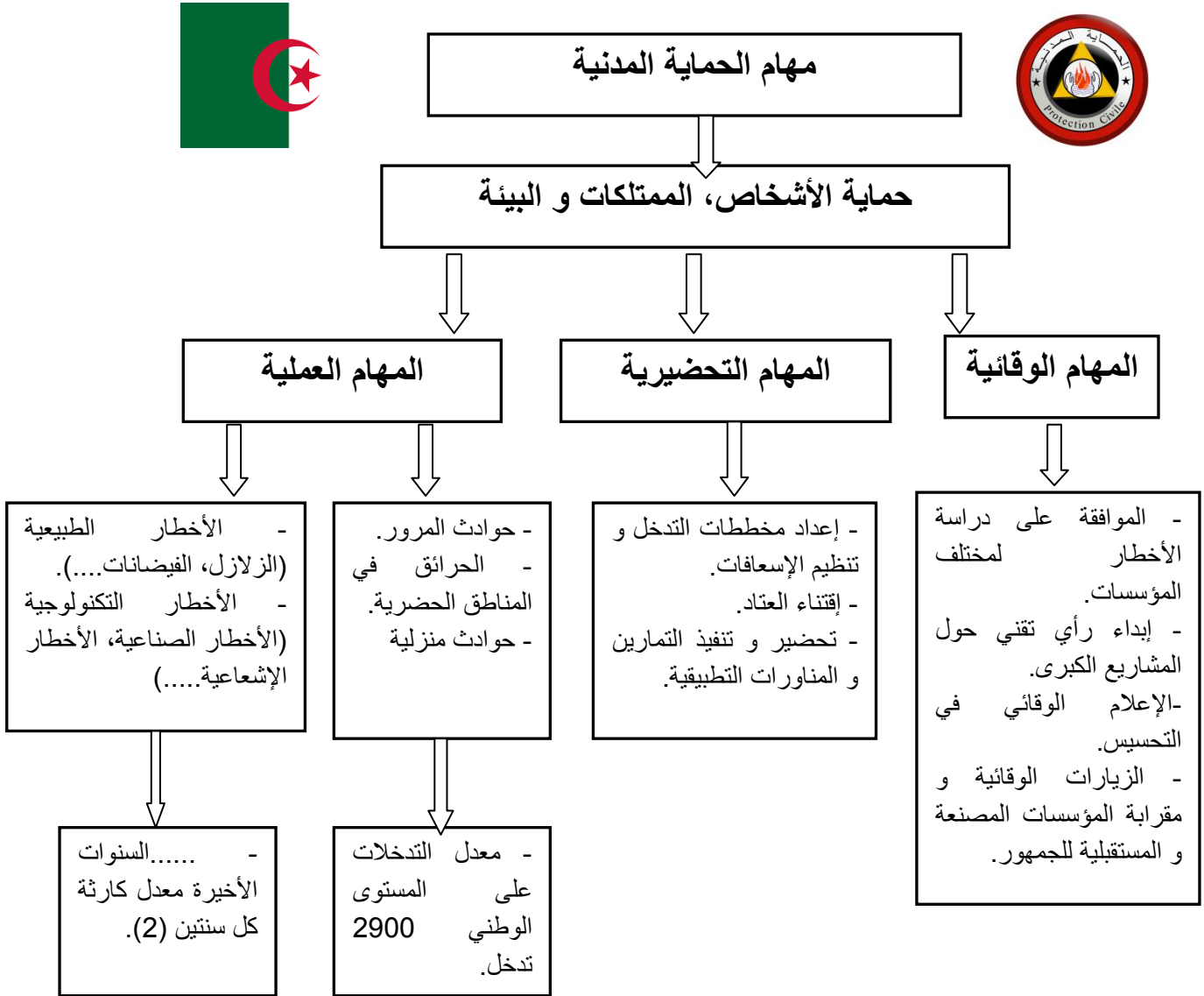
80.

- سلك الأعوان: (Agent) = 160.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

- المهام الرئيسية للحماية المدنية:



إن التحولات المتعددة و المتتالية التي عرفتها الحماية المدنية سمحت لها بتدعيم مختلف مصالحها، استجابة لمتطلبات و المهام غير المقسمة نظرا لتطور و تعقد الأخطار الطبيعية و التكنولوجية و انطلاقا من هذا المنظور اتخذت مجموعة من الإحتياجات التنظيمية و كذا تحسين الإطار التنظيمي و العلمي للمصالح المرتبطة بظهور التنظيم القانوني لسنة 1991 ليكرس هذا التغيير الجذري في الإدارة المركزية لمديرية الحماية العامة للحماية

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

المدنية، تمثل هذا التنظيم القانوني في المرسوم التنفيذي رقم 91 - 503 المؤرخ في 21 ديسمبر 1991 المتعلق بتنظيم الإدارة المركزية للمديرية العامة للحماية المدنية المعدل و المتمم و الغاية من هذا التنظيم الجديد يكمن في تحسين التسيير على المستوى المركزي وكذا القدرة على التحكم الفعلي و النوعي في النشاطات التقنية و العملية المكلفة بأدائها هي و التي تقوم بها من خلال مصالحها الخارجية.

إذ اكتمل التنظيم الإداري بنصوص أخرى تتمثل في م ت 92 - 54 المؤرخ في 12 فيفري 1992 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للحماية المدنية و عملها و المرسوم التنفيذي رقم 92 - 43 المؤرخ في 04 فيفري 1992 يتضمن إنشاء المفتشية العامة لمصالح الحماية المدنية و تنظيمها و سيرها.تضمن المرسوم رقم 91 / 503 المؤرخ في 21 ديسمبر 1991 التعلق بتنظيم الإدارة المركزية للمديرية العامة للحماية المدنية المعدل و المتمم بواسطة المرسوم 93 - 147 المؤرخ في 22 جوان 1993.التعديلات الأساسية المتضمنة في التنظيم الجديد تتعلق كذلك بالهيكل و المهام المسندة لكل المرافق.

أ- مديرية الوقاية:

مديرية الوقاية مؤهلة في إطار نشاطاتها المطورة من طرف الحماية المدنية لدراسة وتحديد القواعد العامة ومقاييس الأمن المطبقة في مجال الوقاية في مختلف قطاعات النشاط المحددة لقواعد مراقبة تطبيقها. مؤهلة لدراسة و المساهمة في دراسة القواعد العامة أو الخاصة للوقاية من الأخطار الطبيعية أو التكنولوجية الكبرى . في هذا المجال فإن المديرية الوقاية مكلفة ب:

- دراسة و تحديد القواعد والمقاييس الأمنية المطبقة في مجال الدفاع ضد الحريق، الانفجار.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

- دراسة و تحضير النصوص ذات الطابع التشريعي و التنظيمي المتعلقة بمجال أمن الأشخاص و الممتلكات.

- مديرية الوقاية بها 03 مديريات فرعية:

1- المديرية الفرعية للدراسات و التنظيم :

- دراسة و تحضير النصوص ذات الطابع التشريعي و التنظيمي المتعلقة بنشاط الوقاية لمصالح الحماية المدنية.

- مكاتبها:

مكتب التنظيم، مكتب الوقاية و قواعد الأمن، مكتب المؤسسات المصنفة.

2- المديرية الفرعية للكوارث الكبرى:

- جمع و توزيع المعلومات و المعطيات المتعلقة بالأخطار الكبرى.

-تباشر وتساهم في إعداد الدراسات التقنية و العلمية لمعرفة الظواهر العامة المسببة للكوارث الطبيعية و التكنولوجية.

- مكاتبها:

- مكتب التخليص و خرائط الأخطار.

- مكتب الأخطار الطبيعية.

- مكتب الأخطار التكنولوجية.

3- المديرية الفرعية للإحصائيات و الإعلام:

- جمع ومعالجة و تحليل إحصائيات التدخلات لمصالح الحماية المدنية و ضمان توزيعها.

- دراسة تنظيم و متابعة الحملات الإعلامية و التحسيسية حول مختلف الأخطار.

-الإعلام عن كل النشاطات العملية (الميدانية) و التقنية لمصالح الحماية المدنية.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

مكاتبها:

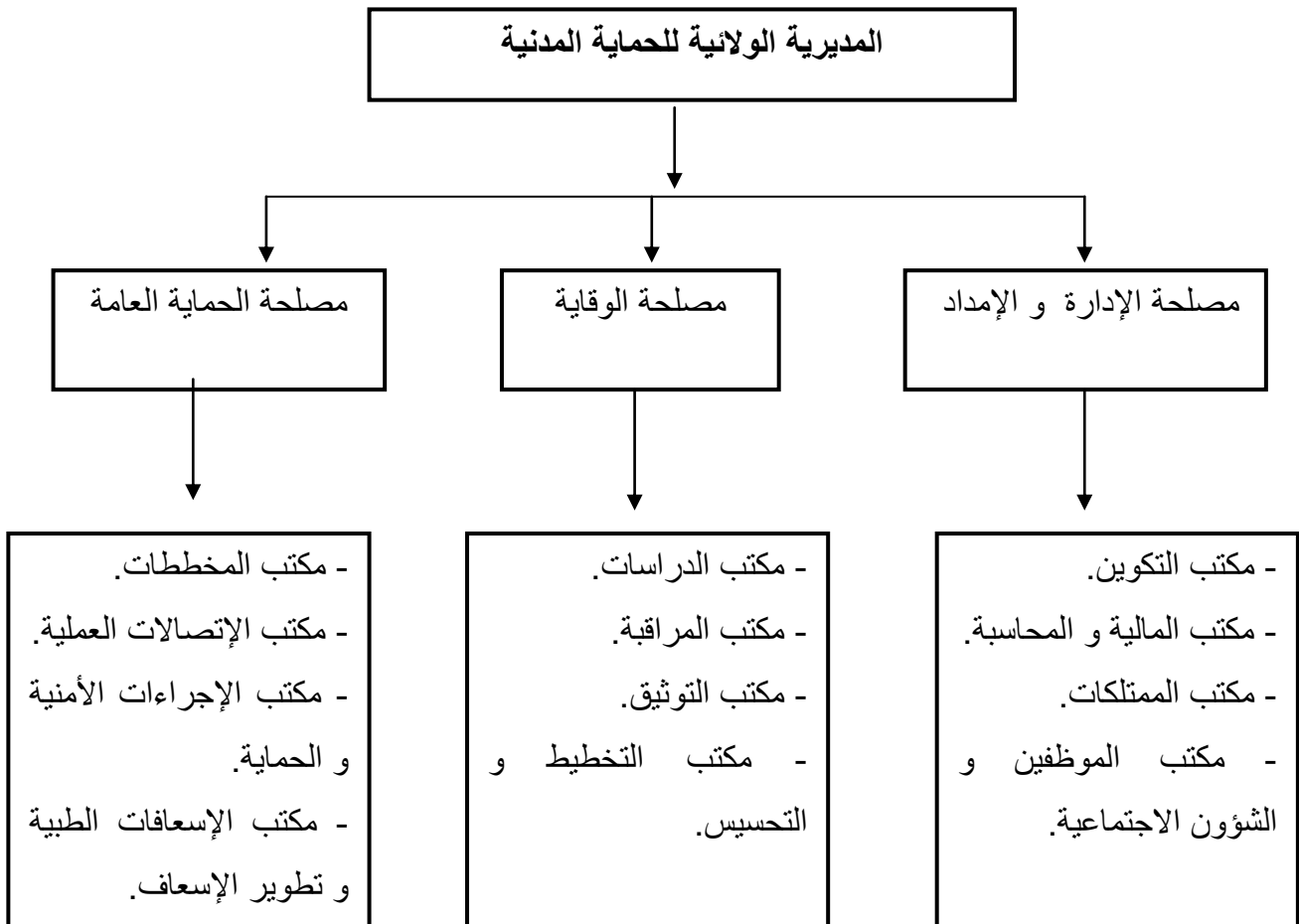
مكتب الإحصائيات و التحليل، مكتب الإعلام و التحسيس.

II - مديرية الموظفين و التكوين:

مديرية الموظفين و التكوين مؤهلة لتسيير و توزيع الموارد البشرية، تحدد سياسة التكوين و تحدد البرامج البيداغوجية و تضع قواعد و شروط تطبيقها.

- مكلفة ب:

- تقييم التسيير و توزيع الموارد البشرية للحماية المدنية.
- تحضير (إعداد) و توجيه سياسة التوظيف و تسيير مستخدمي الحماية المدنية.
- ترقية النشاط الطبي وسط مستخدمي الحماية المدنية.



الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

1- المديرية الفرعية للموظفين:مكلفة بـ:

- تحديد التعداد الضروري لسير مصالح الحماية المدنية، التسيير الإداري للحياة المهنية.

- إثراء القوانين الأساسية الخاصة و النوعية لمختلف الأسلاك و وضعها حيز التطبيق.

- مكاتبها:

- مكتب التسيير التوقعيو التوظيف.

- مكتب تسيير الحياة المهنية.

مكتب الامتحانات المهنية و الترقية.

مكتب قوانين الطاعة و المنازعات.

2- المديرية الفرعية للتكوين: مكلفة بـ:

- اقتراح و ضبط سياسة التكوين الإلتقان لفائدة مستخدمي الحماية المدنية.

-تعريف و تقييم بمعية المصالح المعنية حاجيات التكوين اللازم لنشاط مصالح الحماية المدنية.

- مكاتبها:

- مكتب الدراسات و البرامج.

- مكتب التمدرس و تحسين المستوى و الرسكلة.

- مكتب التدريب و التخصصات.

3- المديرية الفرعية للنشاط الإجتماعي : مكلفة بـ:

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

- ترقية و تطوير النشاط الطبي و الصحي بالقطاع و تقييمه.
- ضمان المتابعة الطبية لمستخدمي الحماية المدنية.
- تطوير و تنمية الممارسة الرياضية للقطاع.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

المبحث الثاني: التحليل السميولوجي للنماذج من الحملات الإعلامية توعوية حول حوادث المرور لدى المديرية العامة للحماية المدنية:

1- تحليل سيميولوجي للحملة الأولى:

هذه الحملة الإعلامية التوعوية ما تنتجه المديرية العامة للحماية المدنية حول حوادث المرور عبر مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تحمل مجموعة من الرموز والدلالات التي تعبر عن سلوكيات الفرد أثناء القيادة، وهنا ما سنتعرف عليه من خلال عملية التقطيع إلى وحدات أساسية مثل اللقطات والزوايا، الموسيقى و المؤثرات....الخ.

مدة الحملة 1.26 دقيقة.

عدد اللقطات 20 لقطة.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

1- التقطيع التقني للحملة الأولى حملة توعوية تحسيسية للوقاية من حوادث المرور:

شريط الصوت		شريط الصورة							
مضمون الصورة	المؤثرات الصوتية	التعليق	الموسيقى الموظفة	البيانات المكتوبة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	سلم اللقطات	مدة اللقطة	رقم اللقطة
في صورة المحورية الأمامية يظهر لنا سعار لمديرية العامة. عليه مكتوب الحماية المدنية عليه دائرة بلون الأحمر و تحته مكتوبة المديرية العامة للحماية المدنية.	/	/	موسيقى حماسية	البيانات و العمليات المحلية التهيئة و العمران مديرية الحماية المدنية العامة.	ثابتة	عادية	لقطة عامة	4 ثواني	1
توضيح صورة رجال الحماية المدنية، حاملون ضحايا (الجثة) حوادث المرور و يدخلونها داخل سيارة الإسعاف.	/	سرد صوتي باللغة العربية العامية على شدة في روحك للهلاك	موسيقى حزينة	/	ترافلينغ أمامي	عادية	متوسطة	6 ثواني	2
جاءت الصورة مركزة رجل من رجال الحماية المدنية يحذر السائقين و يقدم النصائح لتقادي حوادث المرور و حماية أنفسهم من حوادث المرور. بالحركة البانورامية يظهر بجانب سيارة الإسعاف أحد رجال الحماية المدنية واقف و يسيرنا بأصبعه (الساعة) من الجهة اليمنى يعطي نصائح إرشادية لسائقين و يقول النفس عزيزة تبقى أمانة.	/	سرد صوتي باللغة العربية. النفس عزيزة و غالية على ألف لويزة و لويزة، الحياة طويلة و لا قصيرة تتحاسب عليها يوم الآخرة، الحية تبقى أمانة كبيرة أدي من عندي من الحاكم تذكرة.	موسيقى حزينة جدا	/	بانورامية من اليسار إلى اليمين	عادية	لقطة قريبة حتى الصدر و مقربة من الخصر	14 ثانية	3
على خط في هذه اللقطة أسرار الناتجة للحدث		سرد صوتي	موسيقى		بانورامية	غطسية	لقطة قريبة	2 ثواني	4

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

					دائرية		جدا		
	/	باللغة العربية العامية -علاش مدرتشالسننورة حزام الأمن.	حزينة	/					
المأسوي لسيارة. بالحركة البانورامية تظهر نتيجة لحادث سير- زجاج.....									
في هذه اللقطة نلاحظ نتائج وخيمة ما بعد الحادث المروري مأساوي شاحنة تقلبت من زاوية الزوم نلاحظ عدم احترام إشارة المرور.	/	سرد صوتي باللغة العربية العامية. علاش.... الإشارة"	موسيقى حزينة جدا	/	ترافلينغ	الزوم	متتالية	3 ثواني	5
وقوف أحد رجال الحماية المدنية بجانب سيارة الإسعاف يظهر في الصورة المحورة معبر على الحصرة و الحزن لعدم احترام السائقين لشروط السياقة معبرا " علاش هدرت في التلفون و أنت تسوق السيارة".	/	سرد صوتي باللغة العربية العامية. "علاش هدرت في التلفون و أنت تسوق السيارة"	موسيقى حزينة جدا	/	ثابتة	عادية	لقطة قريبة من الصدر	4 ثواني	6
ركز مجموع الحملة فيظهر سيارة مركبة في الطريق الاجتماعي هذه دلالة على السائق لم يتحكم في السرعة المناسبة.	/	سرد صوتي باللغة العربية العامية. "السياقة ماهي ماهي زوج شطارة".	موسيقى حزينة جدا	/	ثابتة	عادية	لقطة الجزء الصغير	2 ثواني	7
في اللقطة هذه نلاحظ داخل سيارة جهاز قياس السرعة يفوق 80 بحيث المؤشر يفوق قياس سرعة تفوق 80.	/	سرد صوتي باللغة العربية العامية. "السياقة ماهي	موسيقى حزينة جدا	/	ثابتة	زوم	لقطة قريبة	2 ثواني	8

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

		زوخ ماهي شطارة".							
9	2 ثواني	لقطة جامعة جزء كبير	عادية	ترافلينغ أمامية	/	موسيقى حزينة جدا	-سرد صوتي باللغة العربية العامية. -دير في بالك طريق غدارة.	/	في صورة حادث مأساوي لمركبة من صنف (ب) محطة نهيك رجال الحماية واقفين و منهمكين في إنقاذ الجرحى.
10	1 ثانية	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	رقم لمؤشر السرعة يقدر ب.....	موسيقى حزينة جدا	-سرد صوتي باللغة العربية العامية. -علاش تدي روحك للهلاك.	/	تبين هذه الصورة جهاز قياس السرعة المؤشر يفوق قياس الإجباري لسائق المركبة المحتمل أن يقوم به في الطريق الوطني.
11	2 ثواني	لقطة جامعة جزء كبير	غطسية	بانورامية دائرية	/	موسيقى حزينة جدا	-سرد صوتي باللغة العربية العامية. "و تدي الناس معاك".	/	تبين هذه الصورة لحادث مأساوي مروع راح ضحيته شاب، و رجال الحماية المدنية يحملون هذا الشخص.
12	1 ثانية	لقطة متوسطة	عادية	ثابتة	/	موسيقى حزينة جدا	-سرد صوتي باللغة العربية العامية. "رانا نشوفوا".	/	من خلال هذه اللقطة نلاحظ حادث مأساوي لمركبتين في الطريق الوطني مما أدى إلى تعرقل حركة السير.
13	1 ثانية	لقطة قريبة جدا	عادية	ثابتة	/	موسيقى هادئة	سرد صوتي باللغة العربية العامية. "ورانا نشوفوا".	/	في هذه الصورة نشاهد حادث سير مأساوي خلف ضحايا و اصطدام شاحنة داخل شجرة.
14	1 ثانية	لقطة الجزء الصغير	غطسية	بانورامية دائرية	/	موسيقى هادئة جدا	سرد للنص باللغة	/	نلاحظ في الصورة المحورية بقايا الحادث المأساوي نصف من مركبة بالحركة البانورامية

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

الدائرية من بقايا نصف مركبة موجودة بجانب الطريق الوطني.		العربية العامية. "ورانا نعيشوا"							
في الصورة الأمامية نلاحظ رجل من رجال الحماية المدنية يقف بجانب سيارة الإسعاف من الجهة اليسرى باللباس المعتمد، يروي مأساة الحادث المرور.	/	سرد صوتي للنص اللغة العربية العامية. "كل يوم لساكسيدو"	موسيقى حزينة	/	ترافلينغ أمامي	عادية	لقطة مقربة حتى الخصر.	3 ثواني	15
هنا في اللقطة نرى حادث مرور المركبة لأجرة حيث خلف هذا الحاد موتى. و رجال الحماية حاضرون بقوة لإسعاف الجرحى و الموتى مع حضور الشعب في عين المكان.	/	سرد صوتي للنص اللغة العربية العامية. "الجرحى و الموت". راهم غير يزيدوا.	موسيقى حزينة جدا	/	ثابتة	عادية	لقطة الجزء الكبير	1 ثانية	16
جاءت الصورة مركزة على أحد من رجال الحماية المدنية واقف على الجهة اليمنى من سيارة الإسعاف يروي بحسرة و الحزن على ضحايا حوادث المرور.	/	سرد صوتي للنص اللغة العربية العامية. "علاش تدي روحك للهلاك"	موسيقى حزينة جدا	/	ثابتة	عادية	لقطة قريبة على الخصر.	2 ثواني	17
توضع الصورة طريق الوطني مليء بالمركبات و الشاحنات تسير في الأمان.	/	سرد صوتي للنص اللغة العربية العامية. تلك السياقة يقول عليها من"	موسيقى حزينة جدا	/	ثابتة	غطسية	لقطة مضافة	4 ثواني	18
نرى في هذه اللقطة الأمامية مشاهد أليمة نتيجة لحوادث السير، و في النهاية رجال الحماية المدنية يحملون	/	سرد صوتي للنص اللغة العربية العامية.	موسيقى حزينة جدا	/	ترافلينغالخلفي	عادية	لقطة الجزء الكبير	6 ثواني	19

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

		"علاش رجعت"							
20	6 ثواني	لقطة قريبة	عادية	ثابتة	قريبون منكم على الرقم 14 أو 2021 مواقع الحماية المدنية الجزائرية، فايسبوك، يوتوب، توتير،	//	//	//	هنا في اللقطة الأخيرة نرى بأن مديرية الحماية المدنية توصي بالمواطنين بأنها قريبة منهم على الأرقام الأخضر و حتى مواقع التواصل الاجتماعي.

2. القراءة التعيينية للحملة الإعلامية الأولى.

الوصف:

بدأ المخرج بالتنوع اللقطات حيث استعمل في أغلب المشاهد اللقطة القريبة حتى الصدر، ليتم الحملة بلقطات أخرى متمثلة في اللقطة المتوسطة بثلاثة مرات، ثم اللقطة العامة مرتين، بعدها اللقطة القريبة جدا ثلاثة مرات بعدها اللقطة الجامعة الجزء الكبير مرتين ثم القريبة حتى الخصر مرتين، تليها اللقطة الجزء الصغير ثلاثة مرات، في آخر الحملة وظف المخرج اللقطة المضافة مرة واحدة، بالنسبة لحركات الكاميرا كانت أغلبها ثابتة تتخللها أربع حركات بانورامية وبقية اللقطات ترافلينغ جانبي وأمامي، كما اعتمد المخرج الزاوية العادية في أغلب اللقطات تتخللها زوايا غطسية فيكل مشهد في مجمل الحملة.

كانت بداية الحملة باللقطة عامة على نوتات موسيقية حماسية أظهر فيها المخرج شعار المديرية العامة للحماية المدنية شكليا وكتابيا، وبعدها قام بالتحويل حركة الكاميرا ترافلينغ أمامي يبين فيها رجال الحماية المدنية بلقطة متوسطة يبرز لنا الصورة الحقيقية في تأدية مهامهم المدني في حمل جثث ضحايا حوادث المرور مصاحبة بمؤثر صوتي حزين بعبارة "علاش تدي روحك للهلاك وتدي الناس معاك" بمعدل قدره 10 ثواني، وبعدها جاءت الصورة بلقطة قريبة حتى الخصر بسرد صوتي نلاحظ فيها أحد رجال الحماية المدنية يقف بجانب سيارة الإسعاف يوجه رسالة توجيهية محمولة بكلمات لفئة الشباب (السائقين) من نقادي حوادث المرور معبرا "نفس العزيزة وغالية على ألف لويزة و لويزة"، بينما الصورة التالية جاء مخرج الحملة بلقطة جامعة جزء الكبير لإيصاله صورة الحقيقية في مكان وقوع الحادث المأساوي المتمثل في تحطم و اشتباك سيارتين من صنف ب بمعدل قدره 10 ثواني، مصاحب برنات حزينة جدا وسرد صوتي بعبارة **وتدي الناس معاك**، بينما اللقطات المتتالية التي وظفها مخرج الحملة بينت لنا أضرار الناتجة لحوادث المرور متمثلة في شاحنة

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

متقلبة بزواوية الزوم بحيث استعمل المخرج اللقطة القريبة جدا على حامل ثابت بظهر فيها عداد السرعة لمركبة يفوق السرعة المناسبة المسموحة للقيادة المرورية ثم باللقطة القريبة جدا وبزواوية الزوم تظهر لنا مؤشر العداد يفوق 80 كلم في الساعة مرفقة بموسيقية هادئة حزينة وبسرر صوتي بعبارة **علاشمرتحت رموش الإشاره** بمعدل 3 ثواني، ثم تلي اللقطة القريبة حتى الصدر أحد رجال الحماية ببدلته المدنية ذات اللون الأزرق يقف جانب سيارة الإسعاف الحزن و الأسى معبرا ويشير بأصبع اليد اليمنى (السبابة) عن عدم احترام السائقين الشروط السياقة معبرا **علاش هدرت فتلفون و كنت تسوق السيارة** مصاحب برنة حزينة منخفضة بمعدل قدره 6 ثواني، و بعدها يأتي المخرج بلقطة مضافة وزاوية غطسية على حامل ثابت جاء ليبرز لنا صورة الطريق الوطني ممتلئ بالمركبات من كل الأصناف وبسرر صوتي باللغة الدارجة وكلمات حزينة مؤثرة بعدم احترام القواعد الإجبارية لسلامة المرورية **الجرحي راهم غير يزيدوا نرى** مخرج الحملة ختم الحملة بلقطة القريبة جدا نلاحظ فيها شعار المديرية العامة للحماية المدنية بحيث توصي جميع السائقين بأنها في خدمتكم نحو الأرقام الخاصة بها.

3. القراءة التضمينية للحملة الأولى:

من خلال عملية القراءة للمعاني الخفية التي تحملها الحملة الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور يتضح لنا أن هذه الحملة لها أبعاد عديدة الأبعاد الإنسانية والاجتماعية وحتى الاقتصادية وهذا عائد لطبيعة الحملة المعلنة وطبيعة الرسالة.

أولاً: الشخصيات:

في هذه الحملة وظف المخرج مجموعة كبيرة من الأشخاص مختلفة الأعمار، من بينهم رجال شباب أطفال أغلبهم ضحايا حوادث المرور ومنهم من ساعدت في إنقاذ الجرحى متعاونين مع رجال الحماية المدنية أثناء الحادث حيث نرى أحد رجال الحماية في عدة

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

لقطات 3,4,15,17 الذي يعتبر أساس وعصب الحملة في تقديم في رسالته مجموعة من النصائح و الإرشادات التحسيسية لسلامة المرورية لشباب الجزائريين، في حين جاء دور الحماية المدنية تأدية مهامهم المدني أثناء ارتكاب الحوادث المأساوية في عملية إنقاذ الجرحى حيث اعتمد المخرج في توظيف فئة الشباب دلالة على أنهم أكثر عرضة لحوادث المرور بعبارة "علاشمتحترمش الإشارة وأنت تسوق في سيارة السيارة ماهي زوخ ماهي شطارة".

وهذا ما صرح به مدير الإعلام والإحصائيات حوادث المرور السيد نسيم برناوي بأن فئة الشباب أكثر عرضة لحوادث السير وذلك لما تتميز هذه المرحلة في حياة الفرد من اندفاع وسرعة وعدم التأني بالسلامة المرورية،بالإضافة إلى عدم احترامهم لقواعد القيادة الآمنة كما أنهم لا يتفقدون مركباتهم قبل القيادة ولا يحترمون قواعد الصيانة الدورية لها وعدم توفر أغلب المركبات على وسائل ومعايير السلامة التي تسمح للسائق بالتحكم فيها.



الصورة رقم 01: تمثل رجال الحماية المدنية يؤدون مهامهم المدني

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

ثانيا: المكان:

قام مخرج الحملة بتوظيف عدة لقطات أماكن من ولايات مختلفة الأكثر عرضة لحوادث المرور على رأسها الولايات الوسطى الجزائر الوسطى وضواحيها، فعلى ذلك أن المخرج بقية داخل النمطية في تقديمه لصور حية آنية في مكان وقوع الحوادث المرورية في مكانها المروج فعلى سبيل المثال ولاية بومرداس والجزائر الوسطى.



الصورة رقم 02: تمثل حوادث السير مروعة في الطريق الوطني رقم 05.

ثالثا: الرسالة اللغوية:

جاءت لغة الموظفة في الحملة واضحة بالغة العربية (الدارجة) حيث استهل المخرج جملة من الكلمات تحسيسية توعوية بعبارة "علاش تدي روحك للهلاك الطريق غدارة"، ثم ينتقل في اللقطة الموالية الأخرى بتحذير السائقين "الطريق غدارة" فهنا أراد المخرج أن يرسخ في ذهن المتلقي الوعي في تعاطي الحيطة والحذر أثناء القيادة.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

رابعاً: وظيفة الترسخ:

من ملاحظة أن المخرج قام بترسيخ الوعي والتحسيس في ذهن السائقين وخاصة فئة الشباب من خلال عملية التكرار المضمون الحملة منذ بداية الحملة إلى نهايتها، حيث في كل مرة نشاهد صور الحوادث بدقتها في التقاطها لصوره مع الرسائل الألسنية بذكر فكرة الحملة وخصائصها وعرضها بأنواعها المختلفة، وإبراز قيمتها الإنسانية والاجتماعية بحماسة كما استعمل المخرج مؤثرات صوتية مثل المديرية العامة للحماية المدنية في خدمتك مع توظيف موسيقى هادئة حزينة طيلة الحملة.

خامساً: الموسيقى:

قد وظف مخرج الحملة صوتي ألا وهما، الموسيقى حزينة والكلمة المنطوقة تتماشى مع طبيعة الحملة ومضمونها في تحسيس السائقين خاصة فئة الشباب في التزام القواعد القيادة السليمة وتوجيهات مرشدة لسائق، فوجد الموسيقى والكلمات المنطوقة تكمن الغاية منهما لإثارة المتلقي والتشويق منذ بداية الحملة.

سادساً: الديكور:

اعتمد المخرج في تصوير الواقع الحقيقي لهذه الحوادث بأنواعها، أي أن المخرج قدم لنا ديكور يتميز بالبساطة والوضوح والمرونة لتعزيز الرسالة بحيث قام في تصوير اللقطات داخليا وخارجيا لإضفاء واقعية أكثر في ذهن المتلقي.



الصورة رقم 03: تمثل رجل الحماية يوجه رسالة توعوية للسائقين (كل فئات العمرية).

سابعاً: الإضاءة:

تعرف الإضاءة على أنها عنصر فني يقيم موضوع ما من خلال حصرها وعزلها في دائرة الضوء LE HALO DE LUMIERE، بحيث اعتمد مخرج الحملة توظيفاً لوان مضيئة بارزة للتحذير من الخطر وفي بعض اللقطات استخدم فيها الأضواء الطبيعية لتقديم الصورة الحقيقية للمتلقي.

ثامناً: المدونة اللونية:

تستمد الألوان رمزياتها ومعانيها الجمالية والفنية من البيئة الاجتماعية والثقافية، ويتم توظيفها في الحملات بعين التأثير في الجمهور وإقناعه بالقيادة الآمنة لأجل السلامة وسلامة الغير، وقد تم التركيز في هاته الحملة الإعلامية على مجموعة من الألوان حيث أن كل لون له دلالة ومعنى.

بحيث استخدم المخرج اللون الأحمر المصنف ضمن الألوان النارية الساخنة استعمله بكثرة في هذه الحملة التوعوية حيث وجدناه على الألبسة المدنية لأحد رجال الحماية المدنية

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

مكتوب "المديرية العامة للحماية المدنية" كما تم توظيفه في الاشارات المرورية إشارات الخطر.

ركز المخرج على اللون الأصفر الموجود في سيارات الإسعاف التي لعبت دور أساسي في هذه الحملة، إذ تعتبر سيارة الإسعاف عصب ضروري لتسهيل العملية الإنقاذ حيث يدل اللون الأصفر التنبيه والحيلة والحذر.

استعمل مخرج الحملة اللون الأزرق كمدون لوني للبدلة التي ارتداها بعض الشخصيات الرئيسيين لرجال الحماية المدنية لإظهار مهامهم النبيل والدلالة على الرسالة العامة المتعلقة للإنقاذ.

تواجد اللون الأبيض بكثرة في هذه الحملة تحسيسية عبارة عن "خطوط" متواجدة في اللباس المدني لرجال الحماية المدنية، ويدل على إضاءة البدلة في الظلام كذلك نجده في لون "الكفن" يغطي به ضحايا حوادث المرور.

وفق مخرج الحملة في اختيار اللقطات بحيث وظف في أغلب لقطاته اللقطة المقربة حتى صدر، وهذا ما توصلنا إليه في أغلب المشاهد لتعبيرات وإيماءات الوجه لدى الشخصيات ومن خلالها الوصول إلى الدلالات التضمينية لهذا ما جعل مخرج الحملة يوظف حركة الكاميرا على حامل ثابت في أغلب اللقطات لعدم تشتيت المشاهد وجعله يركز على الملامح.

تاسعا: دليل الرسالة الألسنية:

حياتك وحياة غيرك.... مرهونة بسيافتك إذ يعتبر النص اللغوي في هذه الحملة التوعوية المرورية باستعمال المخرج اللغة العربية لتنبيه المواطنين وإرشادهم في أخذ الحيطة والحذر أثناء القيادة، بحيث أن السلامة الآمنة لسائق المركبة تعتبر سلامة الغير ويمكن القول بأن الرسالة الألسنية حققت وظيفة الترسخ في رسخ المعنى الحقيقي المستمد من الرسالة البصرية التي جاءت بها الحملة بتزامن مع الصورة البصرية.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

2- تحليل سميولوجي للحملة الإعلامية الثانية حول السرعة:

تعتبر هذه الحملة الإعلامية التوعوية حملة تحمل مضمون الوعي المروري لاستهداف السائق والتأثير فيه أثناء القيادة، بحيث أن المديرية العامة للحماية المدنية قامت ببناء عام في هذه الحملة بنصح وتوجيه المواطن حول السرعة أثناء السياقة، لأنها ليست محمودة باعتبار الزيادة في السرعة تفريظا من السائق المركبة بحيث تحمل في طياتها معاني خفية تعبر عن السرعة المفرطة وهذا ما سنتعرف عليه من خلال عملية تقطيع وحدات أساسية مثل اللقطات والزوايا والموسيقى والمؤثرات.... الخ

مدة الحملة 30 ثانية.

عدد اللقطات 5 لقطات.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

1- التقطيع التقني للحملة الثانية التوعوية حول الوقاية من تساقط الأمطار أثناء القيادة:

مضمون الصورة	شريط الصوت			شريط الصورة					
	المؤثرات الصوتية	التعليق	الموسيقى الموظفة	البيانات المكتوبة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	سلم اللقطات	مدة اللقطة	رقم اللقطة
هنا ركز المصور على إظهار لنا شعار المديرية العامة للحماية المدنية مكتوب بداخله الحماية المدنية و تحته مكتوب المديرية العامة للحماية المدنية... واضح بالإضافة إلى الأرقام التواصل مع المديرية، على اليمين نرى رقم الأحمر للنجدة و يليه رقم الأخضر، كذلك من الجهة اليسرى نرى مواقع التواصل الاجتماعي للحماية المدنية العامة منهم فايسبوك، تويتر، انستغرام.	رنة موسيقية خفيفة	/	عادية حماسية	-المديرية العامة للحماية المدنية. - رقم النجدة 14. - رقم الأخضر 1021. - أنواع التواصل مع مديرية فايسبوك، تويتر، انستغرام.	ثابتة	عادية	لقطة عامة	3 ثواني	1
في هاته الصورة نشاهد فقرات الأمطار غالية في الصورة.....على الصورة نهيك عن الأضواء.		تعليق صوتي باللغة العربية يحث على الوقاية من تساقط الأمطار في فصل الشتاء.	هادئة جدا	للوقاية من حوادث المرور خاصة عند تساقط الأمطار في بدايتها.	ثابتة	عادية	لقطة متوسطة	5 ثواني	2
السيارات ناصعة في ظلام و شتاء أدت إلى تعرقل حركة السير بسبب المطار و الضباب. في هذه الصورة نرى تعرقل حركة السير بسبب حوادث المرور و عدم اتخاذ الحيطة و الحذر أثناء القيادة. من هذا تدعوا الحماية المدنية اجتنبا السرعة المفرطة و التركيز أثناء القيادة.	/	تعليق صوتي باللغة العربية "تدعو الحماية المدنية جميع مستعملي الطريق إلى أخذ الحيطة و	موسيقى حماسية 77	تدعو الحماية المدنية مستعملي الطريق إلى أخذ الحذر أثناء قيادة المركبة".	ثابتة	عادية	قريبة	9 ثواني	3

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

		الحذر أثناء القيادة المركبة"							
طريق وطني بحيث تظهر في الصورة سيارة تمر بعقلانية باحترام القوانين المرورية. فهنا طبيعة الصورة الموجودة توصي الحماية المدنية باحترام السرعة القانونية لتفادي من حوادث المرور.	/	تعليق صوتي باللغة العربية "و ذلك باحترام السرعة القانونية".	رنة موسيقية حماسية	و ذلك باحترام السرعة القانونية	ثابتة	عادية	لقطة جامعة جزء الصغير	3 ثواني	4
جاءت الصورة مركزة على مركبتين من صنف (ب). يحترمان القوانين المرورية منها ترك مسافة بينهما لتفادي من حوادث السير.	/	تعليق صوتي باللغة العربية "و ذلك بترك مسافة الأمان"	رنة موسيقية حماسية	ترك مسافة الأمان	ثابتة	عادية	لقطة عامة	2 ثواني	5
في هذه اللقطة نلاحظ و نرى إشتباك المركبات و تعرقل الحركة المرورية بسبب المناورة الخطيرة أثناء القيادة و تجاوز المفرط أثناء القيادة بين المركبات نهيك على تقلبات الجوية بسبب تساقط الأمطار".		تعليق صوتي باللغة العربية "عدم المناورة و التجاوز الخطير".	رنة موسيقية حماسية	عدم المناورة و التجاوز الخطير	ترافلينغ أمامي	عادية	لقطة متتالية	4 ثواني	6
هنا في اللقطة الأخيرة من الحملة التوعوية أظهر المخرج سعار لدى مديرية الحماية المدنية مع أرقام النجدة. بالإضافة للمواقع التواصل الاجتماعي نستنتج أن مديرية الحماية المدنية توصي السائقين بغاية السلامة و الأمن عبر الطرقات، أيضا أنها في خدمة المواطنين	/	تعليق صوتي باللغة العربية "غايتنا سلامتكم".	رنة موسيقية عادية	المديرية العامة للحماية المدنية STFETY FIRST غايتنا سلامتكم رقم النجدة 14 و رقم الأخضر 1021 مواقع التواصل	ثابتة	عادية	لقطة عادية	5 ثواني	7

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

			 الفيسبوك					
--	--	--	--	----------------	--	--	--	--	--

2. القراءة التعيينية لحملة الإعلامية الثانية:

الوصف:

قام مصمم الحملة بالتنوع اللقطات بين اللقطة العامة التي استعملت مرتين واللقطة المتتالية مرة واحدة، بينما اللقطة القريبة جدا والمضافة مرة واحدة، أما حركات الكاميرا كانت أغلبها ثابتة إلا حركتين ترافلينغ أمامي وترفلينغ خلفي، حيث اعتمد مصمم الحملة أغلب الزوايا الزاوية العادية وزاوية الزوم مرة واحدة.

استهل المصمم في هذه الحملة بدايته باللقطة العامة ذات زاوية عادية بخلفية سوداء اللون، يظهر عليها شعار المديرية العامة للحماية المدنية مكتوب باللغة العربية بعبارة "حملة تحسيسية" وتحتها شعار المديرية في شكل دائري وبداخله مثلث متوازي الأضلاع باللون الأصفر، وعليه مكتوب pro traction civelle باللون الأسود على حامل ثابت وبحركة ثابتة متوازنة على رنات مصاحبة لهذه اللقطة بمعدل قدره ثانيتين، أما اللقطة الثانية كانت عبارة عن لقطة متتالية يظهر عليها جهاز قياس السرعة لمركبة صنف ب، يتصاعد بداخلها مؤشر عداد بسرعة فائقة ثم بحركة ترافلينغ أمامي تأتي وتمر تحت هذا العداد سيارة بيضاء اللون مفاجئة بعبارة مرفقة في الصورة "بدايتها متعة ونهايتها مأساة" وتعني أن السرعة العالية أثناء القيادة تعتبر في البداية ممتعة وإن لن يحترم السائق الشروط القيادية اللازمة تنتهي بمأساة فاجعة بمعدل قدره 14 ثانية، وفي اللقطة الموالية ركز مصمم الحملة على سيارة ذات اللون الأبيض تأتي مسرعة نحو الأمام بزاوية الزوم ناتجة عن انعدام قوانين القيادة المرورية لسائقين مصاحبة بصوت قوي لها، وفي نفس السياق جاء مصمم الحملة باللقطة قريبة جدا حيث نلاحظ فيها مؤشر عداد السرعة يتصاعد و بحركة ترافلينغ نرى سيارة بيضاء اللون قادمة بسرعة فائقة تصحب بصوت عالي جدا مختلط بأشباك السيارات بمعدل قدره ثلاثة ثواني ، ثم يأتي مصمم الحملة بلقطة رابعة التي تحمل في طياتها خطر السرعة وكلما ازداد سائق

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

المركبة في السرعة أثناء القيادة معبرا نقل فرصتك في البقاء على قيد الحياة بحيث جاء بها مصمم الحملة بخلفية سوداء اللون عليها أضواء مشتعلة وألوان مختلفة بين الأحمر والأزرق والأصفر معبرا "السرعة المفرطة أقرب طريق إلى الموت" ليبرز لنا خطورة السرعة برنتين مختلفتين، رنة سيارة الإسعاف عالية جدا مستمرة إلى نهاية الحملة مدعم بصوت جهاز الإنعاش المتواجد داخل سيارة الإسعاف بمعدل قدره 7 ثواني، وفي الأخير اختتم لنا المصمم بلقطة عامة يظهر عليها كل ما يتعلق بالمديرية العامة للحماية المدنية منالناحية التواصل حيث من الجهة اليسرى لصورة نرى شعار المديرية شكليا باللون الأحمر و في داخله يحمل PRODICTION CIVIL، بينما الجهة اليمنى قد وظف المصمم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمديرية الفايسبوك والتويتير ضيف إلى ذلك الرقم الأخضر 1021 والرقم الأحمر 14 المعروف برقم النجدة نهيك عن الموقع الإلكتروني الخاص بالمديرية العامة للحماية WWWPROTECTIONCIVILE DZ

3. القراءة التضمنية للحملة الثانية:

من خلال عملية التقطيع الفني لهذه الحملة التوعوية حول السرعة التي تحمل معاني ضمنية ودلالات ترمز للخطر والموت ناتجة لحوادث المرور وهذا من خلال هاته العناصر التالية:
أولا: المكان:

من الملاحظ أن المصمم بقية داخل النمط المظلم لحوادث السير حيث تم عرض الصورة الحقيقية عن عدم احترام السائقين السرعة القانونية أثناء القيادة حيث ركز مصمم الحملة تصاعد مؤشر عداد السرعة داخل المركبة يفوق المعدل القانوني.

من مسببات حوادث المرور العنصر (السائق) البشري، (السرعة) حيث يساهم بشكل كبير في حوادث المرورية، وفي هذا الصدد تؤكد المديرية العامة للحماية المدنية من الأسباب الرئيسية



الصورة رقم 01: الصورة تمثل كحوصلة للسرعة المفرطة.

لحوادث المرور في الجزائر العنصر البشري بالدرجة الأولى الذي يعتبر من أهم العوامل المؤدية لوقوع الحوادث السير المؤثرة نتيجة عدم احترام السرعة القانونية والسياسة في حالة سكر أو تحت تأثير مخدر وبعدها يأتي العامل الثاني المركبة والعامل الثالث الطريق ومن خلال ما سبق فان العنصر البشري هو المسبب الرئيسي لحوادث السير في الجزائر.

ثانيا: الرسالة اللغوية:

من خلال سماع صوت الموسيقى الحماسية في بداية الحملة يتضح أن مصمم الحملة اعتمد في استخدام اللغة العامية لتصبح وتكون لغة سهلة على المواطن الجزائري، ثم وفق فيربط بينالخطاب البصري واللغوي حيث تم توظيف في طريقة الخطاب عبارات سهلة وبسيطة باللهجة الجزائرية موجهة للسائقين بدايتها متعة ونهايتها مأساة، كما استخدم في الخطاب البصري لقطات مصورة معبرة عن حوادث مرورية حقيقية في عين المكان على سبيل المثال انقلاب السيارات وارتفاع مؤشر عداد المركبة مع أضواء مشتعلة ناصعة لسيارة الإسعاف

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

ممزوج بصوت جهاز الإنعاش أي يمكن للمشاهد أن يفهم معنى الصورة دون الحاجة إلى الكلام وذلك من خلال تسلسل العرض للحملة.

ثالثا: الموسيقى:

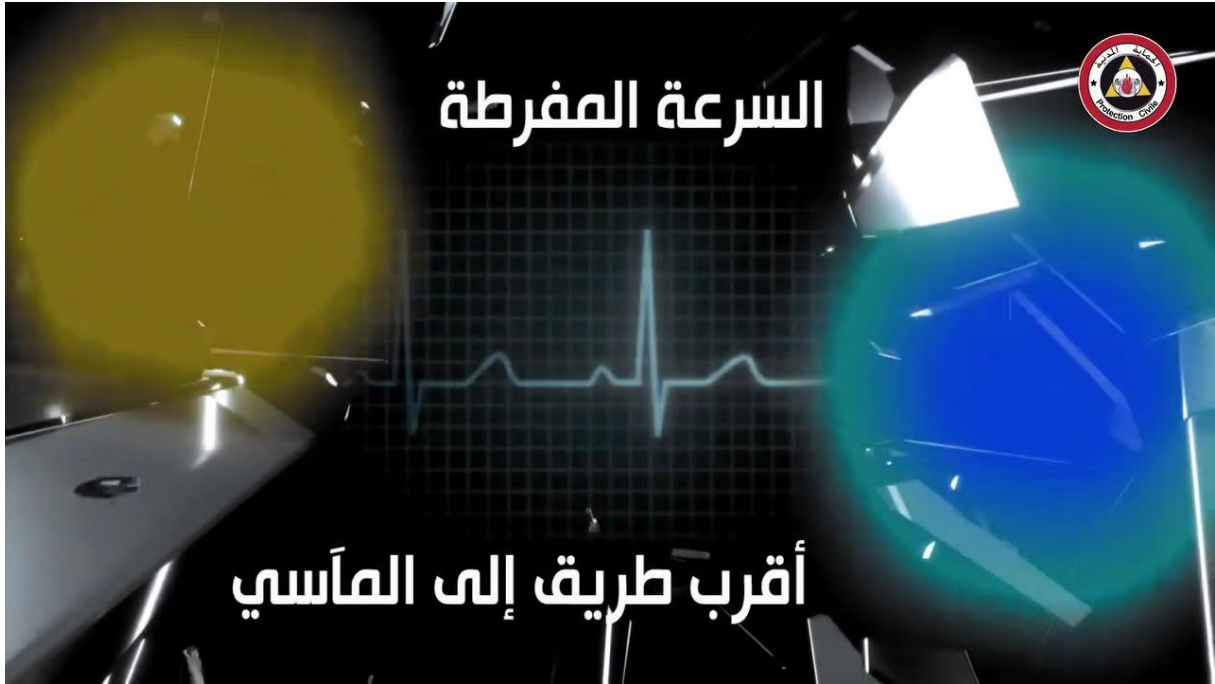
من خلال تعرضنا للحملة التحسيسية حول حوادث السير اعتمد مصمم الحملة الموسيقى عالية جدا متناغمة مع طبيعة الرسالة الألسنية ونوع الحملة نحو التحسيس والتوعية، قام المصمم بتوظيف موسيقى ممزوجة بمؤثرات صوتية ناتجة عن الحادث الأساس والمتمثل في صوت المركبات مع رنة سيارة الإسعاف وأيضا رنة جهاز الإنعاش، فكانت الغاية منهما جعل الرسالة أكثر إيضاحا وقوة أي التأثير على المتلقي فقد استعمل مصمم الحملة موسيقى منخفضة في درجة التشويق لدى المشاهد والهدف من هذا التعريف العوامل المباشرة والغير المباشرة لحوادث المرور والأضرار الناتجة لحوادث السير منذ بدايتها إلى نهايتها.

رابعا: الديكور:

يعد الديكور أحد الأسس الفنية المؤثرة في حياتنا المعاصرة وبالتالي تعتمد المصمم تصوير مشاهد الحملة في مكان مظلم (السواد) لأجل إبراز خطورة القيادة الغير آمنة، وقد اعتمد مصمم الحملة ديكور يتميز بالبساطة لتعزيز الرسالة لتوعية والتحسيس في استخدامها للألوان الساخنة والباردة مثل الأحمر والأزرق والأصفر، الأخضر، الأبيض لجذب انتباه المتلقي وقد وظف رموز توضح سرعة المفرطة غايتها مأساة .

خامسا: الإضاءة:

تعتبر الإضاءة عنصر فني ودرامي يقيم موضوع ما أو شخصية من خلال حصرها وعزلها داخل دائرة الضوء حيث اعتمد مصمم الحملة في استخدام لافتات مضيئة بارزة للتحذير من الخطر ممزوجة بأضواء ساطعة لجذب انتباه السائق.



الصورة رقم 02: تمثل الطريق السريع نحو الهاوية.

سادسا: المدونة اللونية:

لم يتم المصمم استعمال ألوان كثيرة في هذه الحملة التوعوية وهذا راجع لعدم وجود لقطات كثيرة مدة الحملة صغيرة حيث وجدت ألوان متمثلة في الأصفر والأزرق اللقطات والأسود بحيث كل لون له دلالة.

ظهر اللون الأبيض في كتابة العبارات المكتوبة والموجودة لطيلة الحملة منذ بدايتها إلى نهايتها كما نجده في المركبات ويدل على السلام والنقاء من الناحية النفسية.

استعمل المصمم اللون الأسود طيلة الحملة في خلفية اللقطات حيث تمت كلها باللون الأسود ونجده أيضا في عداد السرعة للمركبة لدلالة على السهولة ووضوح الرسالة.

تواجد اللون الأخضر في هذه الحملة المتمثل في الرقم الأخضر 1021 الخاص بالمديرية العامة للحماية المدنية ويرمز لسلامة وسلوك الأمن.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

تم توظيف اللون الأحمر في الحملة بكثرة في كتابة الرقم الأحمر (الرقم النجدة) الخاص بالمديرية العامة للحماية المدنية بالإضافة للمواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمديرية التويتر، الفيسبوك، الانستغرام واللون الأحمر يرمز للتحذير.

ركز مصمم الحملة استعمال اللون الأزرق في أضواء سيارة الإسعاف بالإضافة إلى تواجده في جهاز الإنعاش وهو يرمز للتنبيه والحذر والاستعلام.

تم استعمال اللون الأصفر في أضواء سيارة الإسعاف وهو يدل للتنبيه والحذر.

نستطيع القول بأن المدونة اللونية والترميز الدلالي للألوان جاءت وفق رؤية دراسة معبرة للصورة ولعبت دورا هاما في تعزيز فعالية الحملة التوعوية.

سابعاً: الرسالة الأسنية:

إن النص اللغوي الموظف في بداية الحملة حملة تحسيسية مرفوق بالشعار المديرية العامة للحماية المدنية جاء كهيئة تمهيد لهذه الحملة باستخدام اللغة العربية باعتبار السرعة المفرطة أحد مسببي حوادث السير الموضوع الذي عالجه المصمم طيلة الحملة فقد جاءت الرسالة اللسانية مصاحبة لكل أحداث الحملة بما فيها اللقطات بمضمونها اللغوي المكتوب (عبارات أو جمل مكتوبة) مرافقة مع صورة ذلك السرد كان بمثابة سرد للقطات الحملة فمن دون سرد لما استطاعت هذه الأخيرة من الحوصلة الإنتاجية للمعنى المقصود بينت أن السرعة ترجع أساساً إلى قصور الوعي المروري لدى السائقين.

أي يمكننا القول بأن هذه الحملة من الناحية اللغوية استخدم المصمم الجمل البسيطة بلغة سهلة يمكن أن يفهمها المتلقي بكل وضوح أما من الناحية الأيقونية استهل مصمم الحملة عدة صور باعتبارها تمثيلاً بصرياً لمختلف الأفكار.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

3-تحليل سميولوجي للحملة التوعوية الثالثة حول خطر تساقط الأمطار أثناء القيادة:

تعد العوامل الطبيعية سببا من أسباب وقوع حوادث السير خاصة في الأيام الممطرة والشديدة الحرارة، بحيث تؤكد المديرية العامة الحماية المدنية في هذه الحملة مضمون خطورة العوامل الطبيعية، بالنسبة لحوادث السير فعلى السائق أن يتخذا الحيطة الزائدة عند توافر هذه الظروف، وهذا ما سنتعرف عليه من خلال عملية التقطيع إلى وحدات أساسية مثل: اللقطات والزوايا والموسيقى والمؤثرات.....الخ

مدة الحملة 31 دقيقة.

عدد اللقطات 7 لقطات.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

- التقطيع التقني للحملة الإعلامية الثالثة حملة توعوية تحسيسية حول المركبة:

مضمون الصورة	شريط الصوت			شريط الصورة					
	المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	الموسيقى الموظفة	البيانات المكتوبة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	سلم اللقطات	مدة اللقطة	رقم اللقطة
-نشاهد في هذه الصورة حملة تحسيسية كذلك تحتها مكتوب المديرية العامة للحماية المدنية. بدلالة على التعريف بالمصدر الحملة التوعوية".	/	/	موسيقى حماسية جدا	-شعار مديرية الحماية المدنية. - حملة تحسيسية لمديرية العامة للحماية المدنية.	ثابتة	عادية	لقطة عامة	2 ثواني	1
توضح الصورة لنا جهاز قياس السرعة لمركبة يتصاعد بسرعة فائقة.	صوت قوي جدا لمركبة مسرعا جدا.	/	/	عبارة باللغة العربية "بدايتها متعة و نهايتها مأساة".	ترافلينغ أمامي	عادية	لقطة متتالية	14 ثانية	2
جاءت الصورة مركزة على سيارة تأتي بسرعة فائقة و توضح لنا عندما يتصاعد قياس السرعة لمركبة تكون نهايته مأساة.	صوت عالي جدا لمركبة مسرعة جدا.	/	/	شعارات الحماية المدنية.	ترافلينغ خلفي	الزوم	لقطة قريبة جدا	3 ثواني	3
ركز المخرج في هذه اللقطة على جهاز الطب الانعاش و هذه نتيجة السرعة المفرطة تكون نهايتها فاجعة أليمة	صوت سيارة الإسعاف مع	/	-رنة سيارة الإسعاف.	شعارات الحماية المدنية. -السرعة المفرطة أقرب طريق إلى المأسي.	ثابتة	عادية	مضافة قريبة	7 ثواني	4

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

2- القراءة التعيينية للحملة التوعوية الثالثة.

الوصف:

تضمنت الحملة لقطات عديدة، بحيث استخدم المخرج اللقطة العامة ثلاث مرات واللقطة المتوسطة مرة واحدة، تليها اللقطة المقربة جدا، وبعدها اللقطة المتتالية واحدة لكل منهما مع اللقطة الجزء الصغير مرة واحدة، أما الزوايا فغلبت عليها الزاوية العادية، بالنسبة لحركات الكاميرا فأغلبها ثابتة تتخللها حركة واحدة ترافلينغ.

حيث بدأ مخرج الحملة بعرض صورة باللون البرتقالي الفاتح باللقطة عامة عليها شعار المديرية العامة للحماية المدنية مرفقة بمواقع التواصل الاجتماعي والأرقام الخاصة بالمديرية، التويتير والفيسبوك والرقم الأخضر 1021 والأحمر 14 وتزامنا مع هذه اللقطة رنة موسيقية عالية بمعدل قدره 3 ثواني، ثم تليها لقطة ثانية جاء المخرج فيها لقطة متوسطة عليها قطرات الماء، بما أن الحملة توحى إلى التوعية والتحسيس بالمواطن أثناء القيادة عند تساقط الأمطار، بزوايا عادية على حامل ثابت، أظهر لنا المخرج أضواء السيارات في جو مظلم راجع لعوامل الطبيعية ترجعت تعرقل حركة السير بتعليق صوتي "للقاية من حوادث المرور خاصة عند تساقط الأمطار في بدايتها" بمعدل قدره 5 ثواني، أما اللقطة الثالثة فقد جاء المخرج بلقطة مقربة لبيبرزيان المديرية للحماية المدنية تدعوا جميع السائقين إلى أخذ الحيطة والحذر أثناء السياقة في مواجهة الظروف الجوية والطبيعية المفاجئة بمعدل قدره 9 ثواني، ثم ينتقل بنا المخرج إلى اللقطة الرابعة ذات الجزء الصغير بحركة ثابتة نرى فيها سيارة تمر بعقلانية تترك مسافة الأمان محترمة القوانين القيادة الآمنة بمعدل قدره 3 ثواني، بينما اللقطة الخامسة كانت لقطة عامة برنة موسيقية حماسية يوضح فيها المخرج احترام المسافة بين مركبتين إجبارية ودليل على ذلك "المديرية العامة للحماية المدنية توصي جميع السائقين بترك مسافة الأمان لتفادي تعرقل حركة السير" بمعدل قدره ثانيتين،

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

بالإضافة إلى اللقطة السادسة وظف لقطة متتالية لمديرية الحماية تحذر فيها جميع السائقين بعدم المناورة والتجاوز الخطير، لتفادي حوادث السير وأخذ الحيطة عند سقوط الأمطار والتقلبات الجوية التي تكمن بدايتها مع دخول فصل الشتاء، وفي الأخير ختم المخرج حملته بلقطة عامة وزاوية عادية برنات موسيقية عادية مصاحبة بتعليق صوتي بعبارة "غابتنا سلامتكم" ويقصد بها أن المديرية العامة للحماية المدنية تدعو جميع السائقين "تحفي خدمتكم" بمعدل قدره 5 ثواني.

3- القراءة التضمينية للحملة التوعوية الثانية:

من خلال عملية التقطيع الفني لهذه الحملة توصلنا أن الحملة تحمل معاني ضمنية ودلالات ترمز لتحسيس المواطن الجزائري خاصة عند تساقط الأمطار وهذا من خلال هاته العناصر التالية:

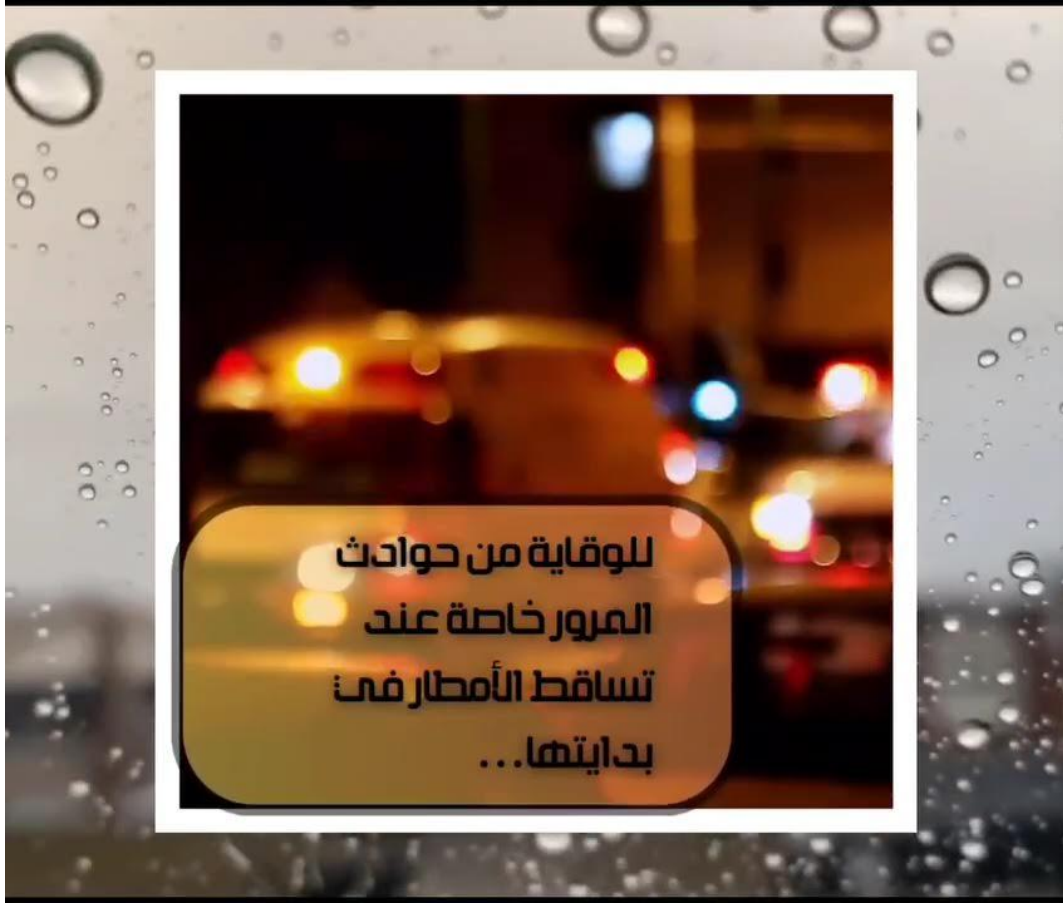
أولاً: المكان:

يتحدث المخرج في هذه الحملة التوعوية عن خطورة السياقة أثناء تقلبات الجوية، وقد احتوت على علامات بصرية تشكيلية في عرض الأحداث وتسلسلها حيث قام بتصوير لقطات في أماكن معروفة ومختلفة بالجزائر العاصمة وضواحيها ليبرز لنا مضمون الحملة.

وفي هذا الصدد برر مدير الإعلام والإحصائيات العقيد السيد نسيم برناوي سبب ارتفاع عدد حوادث السير خاصة فصل الشتاء، ترجع عدم احترام السائقين التعليمات والقوانين القيادة المناسبة عند حدوث اضطرابات الجوية مختلفة خلال هطول الأمطار والرياح والتلوج الشديدة والتي من شأنها أن تؤثر على سيطرة السائق على المركبة مثل انزلاق، مما ينتج على ذلك غياب الثقافة المرورية الخاصة للمواطنين بمثل هذه الظروف حيث ترتفع نسبة حوادث المرور في فصل الشتاء خاصة بنسبة عالية راجع لعدم احترام الأسس السياقة.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.



الصورة رقم 01: تمثل السلامة في القيادة المرورية تبدأ عند تساقط الأمطار

ثانيا: الرسالة اللغة:

جاءت لغة الحملة واضحة وباللغة العربية الفصحى حيث استهل مخرج الحملة بعض الكلمات لوصف الحملة في التحسيس من حوادث المرور خاصة عند تساقط الأمطار، وكأنه يوضح للمتلقي ما يميز هاته الحملة بتوصيات السائقين في مواجهة الظروف الجوية والطبيعية المفاجئة ضيف إلى ذلك استخدام مخرج عبارات النصح والإرشاد بعبارة إحترام السرعة القانونية وترك مسافة الأمان وهي ما ختم بها المخرج الحملة التوعوية.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.



الصورة رقم 02: تمثل المديرية العامة للحماية المدنية تنبه مستعملي الطرق

ثالثا: الموسيقى:

قام المخرج بتوظيف موسيقى متنوعة تتماشى مع طبيعة الحملة ومضمونها حيث يوحى فيها خطر القيادة أثناء تساقط الأمطار كما استعملت العديد من الرنات الموسيقية وغيرها، التي أعطت نغم جميلة ومن جهة أخرى تأثير الجمهور فكانت المؤثرات أو الموسيقى توحى تشويق لدى المتلقي.

رابعا: الديكور:

اعتمد المخرج في تصوير الحملة الإعلامية على ديكور يتميز بالبساطة والوضوح في النقاط الصورة النمطية لسيارة متعرضة لحادث مروري وتدل على الحوادث السيريهيئت استعمال إشارة

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

صفراء اللون عليها SAFTY FIRST وتعني السلامة الآمنة ليأتي اللون فيلفت الانتباه السائقين والخطورة الحوادث.

خامسا: الإضاءة.

اعتمد مخرج الحملة أضواء ساطعة لجذب انتباه متلقي الحملة أثناء المواقف الخطرة، كما استخدم إشارات أو لافتات مضيئة بألوان بارزة (ساخنة) للتحذير من الخطر، كذلك الطرقات والمركبات التي تعد كرسائل هامة متعلقة بالقيادة المرورية.

سادسا: المدونة اللونية:

تعددت الألوان في الحملة الإعلامية وتمثلت في كل من الأصفر و الأحمر والأبيض و الأزرق و الأخضر.

اللون الأحمر:

ظهر اللون الأحمر بكثرة في الرقم النجدة 14 الخاص بالمديرية العامة للحماية المدنية، حيث جاء مرة أخرى ويتكرر في كتابة شعار المديرية العامة للحماية المدنية بحيث تكمن دلالاته الرمزية لخطر ولفت انتباه الخطورة المرورية.

اللون الأصفر:

تواجد اللون الأصفر في سيارة الإسعاف وإشارات المرور بحيث تكمن دلالاته الحالات العاجلة.

اللون الأبيض:

تكمن دلالاته لنصح و الإرشاد، كما تم توظيف هذا اللون في المركبات وإشارات المرور.

اللون الأخضر:

تم توظيف اللون الأخضر بأقلية في هذه الحملة التوعوية حيث نجده في الأشجار والحقول.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

اللون البرتقالي:

تجسد في خلفية الصور في أغلب اللقطات بحيث تكمن دلالاته للحماية والمناعة.

اللون الأزرق:

حيث جاء اللون الأزرق في هذه الحملة في المركبات وأضواء ناصعة للمركبات أثناء التقلبات الجوية وتكمن دلالاته في التحذير والتنبه أثناء المخاطر.

الرسالة الألسنية:

يعد النص اللغوي الموظف "للقااية من حوادث المرور خاصة عند تساقط الأمطار" في هذه الحملة يتمحور حول السلامة والأمن أثناء تساقط الأمطار، بحيث تم توظيف اللغة العربية الفصحى التي تهدف إلى التزام بالتعليمات المرورية، فيمكننا القول بأن الرسالة الألسنية قد حققت بشكل كبير وظيفة الترسخ في رسخ المعنى الحقيقي لرسالة البصرية حيث جاءت الكلمات متوازنة مع الصورة البصرية ومعبر لها.

4- تحليل سميولوجي للحملة الإعلامية الرابعة:

تهدف هذه الحملة إلى زيادة الوعي بأهمية احترام قوانين المرور والسلامة على الطرق، وأيضا تعديل سلوكيات السائقين والمشاة من خلال توعية الجمهور نحو المخاطر المحتملة لعدم احترام القوانين المرورية وتعزيز السلوكيات الآمنة والمسؤولية على الطرق.

مدة الحملة 6 ثواني.

عدد اللقطات لقطة واحدة

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

- التقطيع التقني للحملة الرابعة حول احترام قوانين المرور:

مضمون الصورة	شريط الصوت			شريط الصورة				
	المؤثرات الصوتية	التعليق أو الحوار	الموسيقى	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
نلاحظ في الصورة سيارة تسير على الطريق مع لافتة نهية بارزة يظهر عليها "احترموا قوانين المرور".	صوت الإنذارات و الشعارات الصوتية (دقات قلب إنسان).	/	عادية	حركة البانورامية الأفقية	الزاوية العادية	اللقطة الجامعة (الفرد الكثير)	6 ثواني	1

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

2- القراءة التعيينية للحملة الإعلامية الرابعة.

استهلت الحملة بلقطة جامعة حيث نلاحظ فيها طريق أرضي نلاحظ عليه شعار المديرية العامة للحماية المدنية (احترموا قوانين المرور) مرفقة بموسيقى عادية بمعدل زمني قدره 6 ثواني بحيث كانت حركة الكاميرا حركة بانورامية أفقية.

3- القراءة التضمينية للحملة الرابعة:

من خلال عملية التقطيع الفني للحملة الإعلامية التوعوية توصلنا الى أنها تحمل معاني ضمنية ودلالات ترمز للوقاية وتعاطي الحيطة الحذر أثناء القيادة، وهذا من خلال هاته العناصر التالية:

أولاً: الزمن:

زمن هذه الحملة كان قصيرا ربما راجع لأسباب اقتصادية أو يمكن أن يكون راجع لأسباب فنية حتى يتجنب ملل المشاهد.

ثانياً: الديكور:

يتخذ الديكور دورا هاما في جذب انتباه المتلقين و أحداث تأثير على أنفسهم فالديكور يختلف في موضوع الحملة، فمن خلال الحملة التي نحن بصدد دراستها نجد مصمم الحملة ركز على استخدام صور ورسومات توضح الحوادث المرورية المأساوية، على سبيل المثال صور لسيارات و إشارات المرور حتى الطرقات.

ثالثاً: الألوان:

اللون حسب فرانسوا راسي ان اللون مثل باقي الرسائل عبارة عن رصيد مدخر لدى المصمم، ويصبح عظيم الفائدة إن استطاع التحكم في إنتاجه بينما يصيح مثل القيد الذي يحدد من قدرته على التغيير إذ ما جهل وظائفه الرمزية، ففي هذه الحملة استخدم مصمم الحملة ألوان متباينة تتضاد في التصميم البصري مما يساهم في جذب الانتباه وإبراز الرسالة

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

بشكل أكثر ووضوحاً وتأثيراً، فقد استخدم مصمم الحملة الألوان المتباينة لجعل الرسومات والنص أكثر بروزاً وسهولة القراءة، مما يعزز من فعالية الحملة في نقل رسالتها وزيادة الوعي بمخاطر السلوكيات غير الآمنة على الطرق في هذه الحملة، وتدل الألوان المستخدمة. الأزرق: السلامة والثقة تكمن دلالاته في نقل الرسائل عن القيادة الآمنة والالتزام بقوانين المرور.

الأصفر: الحذر والتنبيه بحيث تكمن دلالاته فعالية في جذب الانتباه وتعزيز الوعي وتحفيز التغيير في سلوكيات أكثر على الطرق.

الرمادي: تمثل في لون الأرض بحيث يعتمد تأثير استخدام اللون الرمادي في الحملات ضد حوادث المرور على السياق والتصميم البصري للحملة، مع التركيز على تحقيق أهداف التوعية والتأثير الإيجابي على سلوكيات القيادة الآمنة.

رابعاً: الموسيقى:

للموسيقى أهمية كبيرة شأنها شأن الألوان و الإضاءة فهي تعمل على زيادة العمل بحيث تعطي طابعا عاما ينسجم مع العمل، وكأنها تضع المشاهد في حالة مزاجية يستقبل من خلالها الحملة الإعلامية، بحيث نلاحظ في هذه الحملة استعمال مصمم الحملة الموسيقى التقنية المبتكرة بحيث تعمل على زيادة في فعالية الحملة، وتعزيز الوعي بأهمية السلامة المرورية تغيير السلوكيات الخطرة في الطرق.

خامساً: الإضاءة:

لها أهمية كبيرة فلا معنى للون من دونها تعطي قيمة للموضوع، فالإضاءة في هذه الحملة كانت مزيجا بين إضاءة تفاعلية غرضها تحسين ملاحظة السائقين والمشاة لعلامات المرور.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

سادسا: على مستوى الصورة:

جاءت بداية الحملة عبارة عن لقطة جامعة لصورة تظهر عليها سيارة تمشي إلى الأمام مع لافتة نصية بارزة احترموا قوانين المرور، فهذا دلالة عن التوعية بأهمية الالتزام بقوانين المرور لضمان السلامة على الطرق، وتذكير السائقين والمشاة بضرورة إتباع الإرشادات المرورية فهذا يساعد في تقليل الحوادث وتحسين الأمان للجميع.



الصورة رقم 01: تمثل الإلتزامبقانون المرور مسؤولية الجميع

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

القراءة الأسنية:

إن النص اللغوي الموظف (احترموا قوانين المرور) في هذه الحملة تتمحور حول حوادث المرور، باستخدام اللغة العربية الفصحى الذي تشير إلى ضرورة احترام والالتزام بالقوانين والتعليمات المرورية، بحيث تهدف إلى الحفاظ على سلامة السائقين والمشاة و المركبات، فيمكن القول أن الرسالة الأسنية حققت وظيفة الترسخ بحيث رسخت المعنى المقصود من الرسالة البصرية إن جاءت الكلمات متزامنة مع الصورة و معبرة عنها حيث استخدم كلمة قوانين يشير إلى وجود نظام مجتمعي يجب إتباعه بالصيغة المستخدمة أمري موجهة للجمهور مباشرة مما يجعل الرسالة أكثر قوة وإلحاحا باستخدام كلمة احترموا بدلا التزموا أو اتبعوا ضيف إلى الرسالة بنغمة توجيهية و أخلاقية مما يعزز الإحساس بالمسؤولية الشخصية فهذه القراءة، تساهم في فهم كيفية تصميم الرسائل العامة للتأثير على السلوكيات و توجيهها نحو الإمتثال لقوانين المرور.

5- تحليل سميولوجي للحملة الإعلامية التوعوية الخامسة حول نصائح وإرشادات لتفادي حوادث المرور.

تهدف هذه الحملة إلى تقليل خطر وقوع حوادث المرور وتعزيز السلامة العامة على الطرقات، وذلك بإعطائها لمختلف النصائح التي يحتاجها السائق.

عنوان الحملة: بعض نصائح لتفادي حوادث المرور.

مدة الحملة: دقيقة و18 ثانية.

عدد اللقطات: 10 لقطات.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

1- التقطيع التقني للحملة الخامسة حول بعض النصائح حوادث المرور:

مضمون الصورة	شريط الصوت			شريط الصورة				
	المؤثرات الصوتية	التعليق	الموسيقى	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	نوع اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
صورة توضح لنا سعار الحماية المدنية مع كتابة باللغة العربية.	صوت المعلق	سرد صوتي باللغة العربية العامة.	عادية	ثابتة	زاوية موضوعية	لقطة عامة	3 ثواني	1
صورة تظهر لنا سيارة باللون الأسود مع نص كتابي باللغة العربية و بعض النصائح لتفادي حوادث المرور.	صوت المعلق	سرد صوتي باللغة العربية.	عادية	ثابتة	زاوية العادية	لقطة القريبة	7 ثواني	2
تبرر هذه اللقطة صورة مكبرة لعداد المركبة و الضغط باللون الأسود مع خلفه باللون الأصفر مكتوب عليها في الثاني السلامة و في العجلة الندامة.	صوت المعلق	سرد صوتي باللغة العربية.	عادية هادئة	ثابتة	الزاوية الزوم	لقطة القريبة جدا	2 ثواني	3
لقطة توضح خلفية باللون الأخضر مكتوب فيها شعار حياتك أولى من إجراء إتصال مع ظهور يد و هي تمسك هاتف.	صوت المعلق	سرد صوتي باللغة العربية.	عادية	ثابتة	عادية	لقطة متناهية القرب	7 ثواني	4

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

5	3 ثواني	اللقطة القريبة	زاوية الكاميرا منحرفة	ثابتة	عادية	سرد صوتي باللغة العربية.	صوت المعلق	توضح هذه اللقطة صورة مكبرة لطروقات و إشارات المرور باللون الأصفر و الأخضر و الأخضر مع شعار قانون المرور هو لغة الطريق.
6	7 ثواني	لقطة متتالية القرب	الزاوية الزوم	ثابتة	عادية و بسيطة	سرد الصوت باللغة العربية.	صوت المعلق	لقطة تظهر يد و هو يقوم بصيانة و تفقد المكابح مع ظهور كتابه باللغة العربية.
7	8 ثواني	اللقطة الجامعة	عادية	ثابتة	عادية و بسيطة	سرد الصوت باللغة العربية.	صوت المعلق	لقطة توضح عدة مرارات و هناك مساحة بند كل المركبة.
8	7 ثواني	القريبة	عادية	ثابتة	عادية و بسيطة	سرد الصوت باللغة العربية.	صوت المعلق	لقطة توضح مأكولات و مشروبات مع ظهور كتابة باللغة العربية مكتوب فيها لإنتقال عن القيادة للحظات ممكن يكلفك الكثير.
9	7 ثواني	المقربة	زاوية الزوم	ثابتة	عادية و بسيطة	سرد الصوت باللغة العربية.	صوت المعلق	لقطة توضح سائق سيارة فوق الكابينة و قد قام بوضع حزام الأمن.
10	6 ثواني	لقطة عامة	عادية	ثابتة	عادية و بسيطة	سرد الصوت باللغة العربية.	صوت المعلق	لقطة توضح صوت لخلفية بيضاء مكتوب عليها شعار الحماية المدنية تحتوي على عناصر ترمز إلى الحماية و الإستجابة الطارئة.

2- القراءة التعيينية للحملة الإعلامية الخامسة:

استهلّت الحملة باللقطة عامة لصورّة توضح لنا شعار المديرية العامة للحماية المدنية، باللون الأصفر والأحمر والأسود في داخلها أيدي إنسان تمسك بالنار مرفقة بصوت المعلق بمعدل زمني قدره 30 ثانية، بينما اللقطة الموالية فهي عبارة عن لقطة قريبة وبزاوية أولية تصويرية عادية حيث كانت حركة الكاميرا ثابتة لسيارة شديدة السواد بموسيقى عادية قدره 7 ثواني، ثم تلي اللقطة القريبة وبزاوية منحرفة بحركة ثابتة للطرق وإشارات المرور باللون الأصفر و الأحمر والأخضر مع شعار قانون المرور فيعد لغة مرفقة بموسيقى هادئة و عادية بمعدل قدره 8 ثواني، ثم تلي لقطة متناهية القرب بزواوية تصويرية المنخفضة وبحركة كاميرا الثابتة ليد وهي تقوم بصيانة وتفقد الكابح باللون الأسود مع ظهور كتابة ثم تلي لقطة الجامعة بزواوية تصويرية عادية وحركة الكاميرا الثابتة لقطة توضح عدة سيارات و هناك مساحة بين كل مركبة بمدل زمني قدره 8 ثواني، ثم اللقطة القريبة مع زاوية عادية مرفقة بحركة ثابتة يوضح لنا المخرج مأكولات و مشروبات مع (الانشغال عن القيادة للحظات ممكن أن يكلف حياتك) بمعدل قدره 7 ثواني، لتليها اللقطة مقربة نرى عليها كتابة بالغة العربية على حامل ثابت توضح لنا سائق سيارة فوق الكابينة وقد قام بوضع حزام الأمن بمعدل زمني قدره 7 ثواني وتنتهي الحملة باللقطة عامة وبزاوية تصويرية عادية على حامل ثابت ذات خلفية بيضاء مكتوب عليها شعار الخاص بالمديرية العامة ممزوجة بموسيقى عالية و بسيطة بمعدل زمني قدره 6 ثواني.

3- القراءة التضمينية للحملة الخامسة:

من خلال عملية التقطيع الفني لهذه الحملة التوعوية حول نصائح وإرشادات لتفادي حوادث المرور التي تحمل معاني ضمنية ودلالات ترمز للخطر والانتباه.

جاءت بداية الحملة عبارة عن صورة يوضح لنا مخرج الحملة فيها شعار المديرية العامة للحماية الذي يحمل دلالة السلامة الشخصية للأفراد العاملين لدى المديرية، وأيضا يشير إلى الجهود المبذولة لمكافحة حوادث السير و السيطرة عليها فهذه الرموز مجتمعة، بحيث تعبر عن الهدف الأساسي للحماية المدنية ألا وهو حماية الأفراد و تقديم الإعانة في حالة الطوارئ كما توضح الحملة صورة مكتوبة فيها بعض النصائح لتفادي حوادث المرور، ثم تليها لقطة قريبة جدا لعداد سيارة فهي تشير إلى مجموعة من العدادات و المقاييس الموجودة في لوحة القيادة للسيارة بحيث تعني، تعرض معلومات مختلفة عن حالة السيارة و أدائها ثم تليها لقطة متناهية القرب توضح خلفية باللون الأصفر مكتوب عليها شعار (حياتك أولى) فهي ترمز إلى أهمية الحفاظ على سلامة الفرد وأولويتها على أي شيء آخر يهدف إلى نشر الوعي بأهمية القيادة الآمنة و الالتزام بقوانين المرور لتغيير اللقطة إلى لقطة قريبة توضح صورة مكبرة لطرقات، فتعد جزء من النظام التحكم في المرور الذي يهدف إلى تنظيم حركة المركباتو المشاة لضمان السلامة والكفاءة، لتليها لقطة متناهية القرب تظهر يد وهو يقوم بصيانة وتفقد الكابح هذا دلالة على أهمية التأكد من سلامة النظام الفرامل لضمان أمان السيارة، في تقليل المخاطر الناتجة عن تعطلها وتظهر لنا لقطة تحمل في طياتها صورة سيارات و هناك مساحة بين كل مركبة ثم تتغير اللقطة إلى لقطة قريبة لصورة، توضح مأكولات و مشروباتمع كتابة عليه الانشغال على القيادة للحظات، يمكن أن يكلفك الكثير فهنا المخرج أراد أن يوضح لنا قلة التركيز و الاتجاه أثناء القيادة حتى لو كان لفترة وجيزة يمكن أن يتسبب في حوادث خطيرة، مما يؤدي إلى أضرار جسمانية أو إصابات أو حتى

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

فقدان الحياة، بعدها تأتي لقطة مقربة لصورة توضح لنا سائق السيارة فوق الكابينة يقوم بوضع حزام الأمن أثناء القيادة حيث يعتبر حزام الأمن من أهم وسائل الحماية التي تقلل من خطورة الإصابات في حالة وقوع حادث الصورة تعكس التزام السائق بسلامته وسلامة الركاب، ثم تنتهي الحملة بلقطة عامة بيضاء مكتوب عليها شعار الخاص بالمديرية العامة للحماية المدنية، الذي يحتوي و يرمز على عناصر توعي للحماية و الاستجابة الطارئة.

المديرية العامة للحماية المدنية



الصورة رقم 01: تمثل الحرص على السلامة : يرجى الإلتزام بالإرشادات

أولاً: الموسيقى:

نجد في هذه الحملة تلاحق ومزج بين صوتين هما الكلمة المنطوقة و الموسيقى، فالكلمة المنطوقة تعود لصاحب الحملة الذي يعمل على إعطاء نصائح لتقادي حوادث السير، إما الموسيقى لكونها مؤثر صوتي فكانت الغاية جعل الرسالة أكثر إيضاحا و قوة أي أن التأثير على المستمعين فكان الصوت أو الموسيقى العالية أو المنخفضة على درجة التشويق لدى المتفرج و المستمع فقد استخدمت في بداية الحملة موسيقى بسيطة فكانت هادئة في البداية

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

ثم تتخفف ثم تعلق في النهاية، من خلال ما سبق نجد عنصر آخر هو صوت المعلق فكل نقطة يدعمها بنصيحة في هذه الحالة بمثابة مدونة زائدة تؤدي قيمة مضافة للمعنى الذي تبليغه الحملة.

ثانيا: الديكور:

يعد الديكور أحد الأسس الفنية المؤثرة في حياتنا المعاصرة، وبالتالي لا يمكن الاستغناء عنه ففي هذه الحملة استخدم المخرج الديكور الذي يتميز بالبساطة والوضوح لتعزيز رسالة الحذر والتوعية بحيث استعمل الألوان الزاهية مع الألوان الباردة مثل الأبيض والأزرق لجذب انتباه واستخدام رموز ورسومات توضح لنا خطورة القيادة الغير آمنة والطرق السليمة للقيادة.

ثالثا: الإضاءة:

فالإضاءة تعطي جمالا وتقوم على التمثيل الاستيعابي للفضاء فقد اعتمد المخرج في هذه الحملة على استخدام لافتات مضيئة باللون بارز للتحذير من الخطر، وأيضا الطرقات بحيث تهدف عادة إلى جذب الانتباه وتسلط الضوء على الرسائل الهامة المتعلقة بالقيادة الآمنة وفي بعض اللقطات استخدم المخرج الأضواء الساطعة في بعض الأحيان لجذب الانتباه إلى المواقع الخطرة.



الصورة رقم 02: تمثل تجنب استخدام أضواء الغطر الرباعي حفاضا على السلامة

رابعاً: الألوان:

تعتبر الألوان وسيلة للتمييز بين كثير الأشياء المتعلقة بالجانب البصري فهو يعكس عدة معاني ودلالات، فجاءت المدونة اللونية في هذه الحملة معتمدة على مجموعة من الألوان تمثلت في الأحمر يستخدم للتحذير من الخطر والتعبير عن المواقف أو المخاطر الفورية، بينما الأصفر يبر عن التنبيه والحذر المتوسط يستعمل للتنبيه عن المخاطر الفورية.

الأخضر يدل اللون الأخضر لسلامة والسلوك الأمن يستخدم للتأكيد على الممارسات الصحيحة في القيادة والسلامة الشخصية.

استعمل المخرج اللون الأسود عادة في الخلفيات والنصوص لضمان وضوح الرسالة وسهولة القراءة خاصة في الليل.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

نستطيع القول بأن المدونة اللونية والترميز الدلالي للألوان، جاء وفق رؤية و دراسة معبرة للصورة في استخدام هذه الألوان ساهم في تعزيز فعالية الحملة و تحفيز الأفراد على إتخاذ الممارسات الآمنة أثناء القيادة و استخدام الطرق العامة □

القراءة: الألسنية:

إن النص اللغوي الموظف في هذه الحملة يتمحور حول النصائح لتفادي حوادث السير، باستخدام اللغة العربية الذي يشير إلى جذب الانتباه إلى الواقع الخطرة، حيث يبدأ نص التعليق بعبارة(المديرية العامة للحماية المدنية) جاءت في ضمن هيئة تمهيد لهذه الحملة فقد جاءت الرسالة اللسانية مصاحبة لجميع أحداث الحملة فلم ترد لقطة تقريبا ولا تخلو من مضمون لغوي مكتوب ذلك التعليق كان بمثابة سرد للقطات الحملة فمن دون مرافقة نص لفظي لصوت مكتوب لصور لما استطاعت هذه الأخيرة من إنتاج المعنى المقصود فتمثلت هذه الحملة بمجموعة من النصائح و ذلك كانت باللغة العربية المعاصرة □ إذ يمكن القول أن هذه الحملة من الناحية اللغوية ما نلتسه في هذه الحملة من بدايتها إلى نهايتها بحيث استخدم المخرج الجمل البسيطة موجزة بلغة مباشرة، وهذا ما يجعل المتلقي يتابع الحملة بكل سهولة ومن الناحية الأيقونية تمثيلا بصريا لمختلف الأفكار التي تحتويها اللغة المكتوبة.

- تحليل سميولوجي للحملة الإعلامية السادسة:

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

مدة الحملة 40 دقيقة.

عدد اللقطات 8 لقطات.

تحليل العلاقة بين شريط الصورة وشريط الصوتي الحملة الإعلامية حول حوادث المرور يلعب كل من شريط الصورة و الصوت دورا تكميليا لتعزيز الرسالة المراد إيصالها ،فمن خلال ملاحظة هذه الحملة نجد إن الربط بين شريط الصورة و الصوت كان في جو من الانسجام و التوافق حيث ساهم الجمع بين العناصر المرئية و الصوتية في تحسين استدعاء و تذكر الرسالة فالجمهور يميل إلتذكر المعلومات التي تم تقديمها بشكل مرئي و سمعي بشكل أفضل من المعلومات التي تم تقديمها عبر قناة واحدة فقط،ففي هذه الحملة تم استخدام شريط الصوت لإضفاء تأثير عاطفي على الجمهور مثل استخدام نبرة صوت معينة أو موسيقى ملهمة مما يساعد في خلق رد فعل عاطفي قوي مما يعزز تأثير الرسالة المرئية ،و بالتالي يعتبر التنسيق بين شريط الصورة و الصوت في هذه الحملة كأداة فعالة لتعزيز الفهم و التأثير على الجمهور، مما يسهم في تحقيق الأهداف المرجوة

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

- التقطيع التقني للحملة الإعلامية السادسة:

مضمون الصورة	شريط الصوت			شريط الصورة				
	المؤثرات الصوتية	التعليق	الموسيقى الموظفة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	سلم اللقطات	مدة اللقطة	رقم اللقطة
صورة لشعار الحماية المدنية مكتوب باللغة العربية و نوع عريض.	صوت المعلق	سرد الصوت باللغة العربية.	عادية سريعة	ثابتة	عادية	عامة	2 ثانية	1
صورة توضح جزء صغير من يد إنسان يمسك قلم و النصف الآخر خلفية صفراء مكتوب فيه نصيحة بخط عريض.	صوت المعلق	سرد الصوت باللغة العربية.	عادية سريعة	ثابتة	عادية	لقطة متناهية القرب	5 ثواني	2
الصورة تظهر عدادات السيارة حديثة العداد يحتوي على مجموعة من المؤشرات و فيه أرقام واضحة تدل على السرعة بالكيلومترات في السياقة.	صوت المعلق	سرد الصوت باللغة العربية.	عادية سريعة	حركة على اليمين	المائلة	لقطة كبيرة	3 ثواني	3
صورة لسيارة تسير على طريق هادئ الأرض تحت السيارة مرصوفة جدا و الجو العام يوحي بالهدوء.	صوت المعلق	سرد الصوت باللغة العربية.	عادية و سريعة	حركة المتناهية	عادية	لقطة كبيرة	3 ثواني	4
صورة توضح سائق و هو يقوم بتشغيل مدفئة السيارة.	صوت المعلق	سرد الصوت باللغة العربية.	عادية سريعة	حركة محسوبة إلى الأمام	زاوية عين الدودة	لقطة متناهية الكبر	5 ثواني	5
صورة توضح سائق يجلس في مقعد القيادة و يمسك بالعقود بالأرقام بنظره موجه إلى الأمام	صوت المعلق	سرد الصوت باللغة العربية.	عادية و سريعة 109	حركة محسوبة إلى الأمام	منخفضة	لقطة فوق الأفق	5 ثواني	6

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى مديرية الحماية المدنية العامة.

على الطريق المستقيم و السيارة تتحرك.								
صورة توضح سيارة مستعملة متوقفة على جانب الطريق مع إضاءة الخطر الرباعي، أضواء الخطر الرباعي توصف باللون البرتقالي غلى الجانب الخلفي.	صوت المعلق	سرد الصوت باللغة العربية.	عادية و سريعة	ثابتة	عين الدودة	متوسطة	4 ثواني	7
الصورة تحتوي على شعار الحماية المدنية الذي يمثل الأمان و الحماية و الشعار بسيط و واضح مما يجعله رمز معروف للتدخل الربيع و الإستجابة في حالة الطوارئ.	صوت المعلق	سرد الصوت باللغة العربية.	عادية و سريعة	عادية	عادية	اللقطة	5 ثواني	8

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

فكرة الحملة:

تستهدف هذه الحملة جميع فئات المجتمع من سائقين و مشاة و تعمل على تعزيز ثقافة الأمان على الطرق حيث تهدف هذه الحملة إلى تقديم نصائح لتفادي حوادث المرور و تحقيق عدة أهداف رئيسية منها زيادة وعي السائقين و المشاة بقواعد المرور و أهمية الالتزام بها لضمان سلامة الجميع ، تقليل عدد الحوادث المرورية و الإجابات الناتجة عنها من خلال توعية الجمهور بالممارسات الصحيحة و الأمانة أثناء القيادة، ترسيخ فكرة أن السلامة على الطرق مسؤولية مشتركة بين جميع مستخدمي الطرق سواء كانوا سائقين ،ركاب أو مشاة ،تحسين جودة الحياة من خلال تقليل الحوادث المرورية يمكن تحسين جودة الحياة و تعزيز الشعور بالأمان لدى جميع مستخدمي الطريق ،حيث تساهم هذه الأهداف ككل في خلق بيئة مرورية أكثرأمانا ، م تقليل المخاطر المرتبطة بالقيادة على الطرق.

مستوى التعييني:

استهلت الحملة بلقطة عامة حيث نلاحظ صورة لشعار الحماية المدنية مكتوب بخط عريض مرفقة بموسيقى عادية و سريعة بمعدل زمني قدره 2 ثواني حيث كانت حركة الكاميرا ثابتة، ثم تلي لقطة متناهية القرب لصورة توضح لنا جزء صغير من يد إنسان و النصف الآخر خلفية صفراء و عليها كتابة مرفقة بموسيقى عادية بمعدل زمني 5 ثواني و حركة الكاميرا الثابتة،تليها اللقطة الكبيرة نلاحظ صورة لعداد السيارة تشيرإلى حالة السيارة و سرعتها مرفقة بموسيقى عادية و سريعة بمعدل زمني قدره 5 ثواني و حركة الكاميرا حركة إلى اليمين ، ثم اللقطة الكبيرة لمقطع نلاحظ فيه سيارة تسير على طريق هادئ وفي نفس الاتجاه مرفقة بموسيقى عادية بمعدل زمني قدره 3 ثواني مع حركة الكاميرا حركة المتابعة ،ثم تتغير اللقطة إلى متناهية الكبر بزاوية عين الدودة لمقطع يوضح لنا سائق سيارة و هو يقوم بتشغيل مدفئة

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

السيارة بمعدل زمني قدره 5 ثواني مع حركة الكاميرا المقترية إلبالأمام ،ثم تاليها لقطه فوق الكتف بزوايه تصويرية المنخفضة لمقطع يوضح لنا سائق يجلس في مقعد القيادة ويمسك بالمقود بإحكام بمعدل زمني قدره 5 ثواني مرفقة بموسيقى عادية و سريعة حيث حركة الكاميرا كانت حركة مقترية إلبالأمام ، ثم تتغير اللقطة إلباللقطة المتوسطة بزوايه تصويرية عين الدوده لصوره توضح سياره متوقفة على جانب الطريق مع إضاءة الخطر الرباعي بمعدل زمني قدره 6 ثواني مرفقة بموسيقى عادية و سريعة حيث كانت الحركة ثابتة ، ثم تنتهي الحملة باللقطة الجامعة بزوايه تصويرية عادية لصوره تحتوي على شعار الحماية المدنية و كتابة بخط عريض بمعدل زمني قدره 5 ثواني مرفقة بموسيقى عادية و حركة الكاميرا الثابتة .

المستوى التضميني:

إن الموسيقى الموظفة في هذه الحملة كانت موحدة من بداية الحملة إلى غاية نهايتها ،هذه الموسيقى عملت على تحقيق إيقاع و رميتهم يساهم في جذب سمع المتلقي و إثارة اهتمامه بمحتوى الحملة، بشكل عام تعتبر الموسيقى عنصراً أساسياً في الحملات الإعلامية حول حوادث المرور لأنها تساعد في التأثير على الجمهور على مستوى عاطفي عميق ،مما يمكن أن يؤدي إلى تغير سلوكهم بشكل ايجابي .

وفي هذه الحملة يغيب عنصر الصمت لسبب تقليل خطر فقدان الرسالة في بيئة إعلامية مليئة بالضوضاء و التشبث ،يمكن أن يؤدي الصمت إلى فقدان الرسالة إذا لم يتم توظيفه ،فالجمهور قد يتجاهل الإعلانو يعتقد انه خطأ تقني إن لم يكن هناك صوت .

أما بالنسبة للألوان كما نعرف إن اللون وسيلة للتمييز بين كثير من الأشياء المتعلقة بالجانب البصري، وهو يعكس عدة معاني و دلالات مرتبطة بالمجتمع، فالألوان تلعب دوراً مهماً في الحملات الإعلامية حول حوادث المرور لأنها تساعد في تعزيز الرسالة و خلق تأثيرات عاطفية و سلوكية.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

وجاءت المدونة اللونية في هذه الحملة معتمدة على مجموعة من الألوان تمثلت أساسا في الأحمر، يشير بشكل شائع للإشارة إلى الخطر و التنبيه يعكس الطوارئ و العجلة مما يجذب الانتباه بسرعة، البرتقالي يستخدم للتحذير و التأكيد على الخطر، الأبيض يعكس النقاء و السلامة ويستخدم أحيانا لخلق تباين مع الألوان الأخرى لزيادة وضوح الرسالة، الأسود يمكن أن يستخدم لإبراز الحزن و الخسارة مما يخلق تأثيرا عاطفيا قويا في سياق حملات التوعية بحوادث المرور، الأخضر يستخدم أحيانا للترويج للسلامة و الالتزام بالقوانين و قد يرتبط بالسلوكيات الايجابية مثل القيادة الآمنة.

باختصار تستخدم الألوان في الحملات الإعلامية حول حوادث المرور بشكل استراتيجي للتأثير على المشاعر و توجيه السلوك ،مما يعزز الرسالة و يجعلها أكثر فعالية في تحقيق أهداف الحملة.

على مستوى الصورة:

جاءت بداية الحملة عبارة عن لقطة عامة توضح لنا شعار الحماية المدنية مكتوب باللغة العربية يحمل شعارا بألوان محددة، يرمز إلى الحماية و الأمان و الاستجابة للطوارئ يعكس هذا الشعار التزام الحماية بالاستجابة السريعة و الفعالة ويشمل تقديم الدعم و الإنقاذ، ثم تليها لقطة متناهية القرب صورة توضح جزء صغير من يد إنسان يمسك قلم و النصف الآخر خلفية صفراء مكتوب عليها نصيحة باللغة العربية ،ثم تلي لقطة كبيرة لصورة تظهر عدادا لسيارة حيث تكون لوحة العداد مضاءة وهو دائري الشكل ويعرض الأرقام بشكل واضح تدل على السرعة بالكيلومترات في الساعة ثم تلي اللقطة الكبيرة لصورة سيارة تسير على طريق هادئ الأرض تحت السيارة و الجو العام يوحي بالهدوء و السكينة ذلك دليل على السلامة فاختيار طريق هادئ قد يكون لتجنب المخاطر المحتملة المزدهمة مما يزيد من سلامة القيادة، ثم تلي اللقطة متناهية الكبر لصورة توضح سائق سيارة وهو يقوم بتشغيل مدفئة

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

السيارة، ثم تتغير اللقطة إلى لقطة فوق الكتف صورة توضح سائق يجلس في مقعد القيادة و يمسك بالمقود بإحكام نظره موجه إلى الأمام على الطريق المستقيم و السيارة ننحرك في مسار واحد، ثم تلي اللقطة المتوسطة توضح سيارة متوقفة على جانب الطريق مع إضاءة الخطر الرباعي، أضواء الخطر الرباعي تومض باللون البرتقالي على الجانب الخلفي، ثم تنتهي الحملة بلقطة عامة لصورة تحتوي على شعار الحماية المدنية الذي يمثل القوة و الأمان مما يجعله رمزا معروفا للتدخل السريع و الاستجابة في حالة الطوارئ مع ظهور عبارة لأمنكم و سلامتكم تقيدوا بالتعليمات وذلك دليل على توجيه و تحفيز الأشخاص على الالتزام بالإرشادات و القواعد المحددة، و ذلك لضمان سلامتكم و حمايتهم من المخاطر المحتملة.



الصورة رقم 01: تحت شعار المديرية العامة للحماية المدنية: " أمنكم و سلامتكم " رسالة من المديرية.

الرسالة اللسانية:

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

الرسالة اللسانية في الحملة الإعلامية ،تعد بمثابة أهم المعضلات الأساسية في تركيبها ، فهو يخاطب الجمهور حيث تتجسد الرسالة اللسانية للصورة في شعار وعنوان الحملة أو نص مكتوب حول موضوعها ، فالألفاظ الدالة هي التي تؤثر في رغبات المرسل إليه، فهي تهدف إلى إثارة انفعال الإنسان فتقوده نحو سلوك ما.قام المخرج في هذه الحملة الإعلامية باستخدام رسالة لسانية باللغة العربية ذلك لأنها موجهة إلى فئة معينة، حتى يتسنى لهم فهمها و التأثير بها حيث بدأت الحملة بشعار الحماية المدنية وظفه عمدا ليسهل التواصل بين المشاركين و يخلق هوية بصرية قوية تعبر عن الحملة ،فالشعارات غالبا ما تكون سهلة التذكر مما يسهل الحملة بسرعة،فالشعار الجيد يمكن أن يزيد من انتشار الحملة و يساهم في تعزيز تأثيرها.

فالملاحظة أن هذه الحملة جاءت على شكل فيديو مع وجود صورة ترفقها بنصيحة وهدف المخرج هنا بتحقيق بيئة مرورية أكثرأمانا للجميع وتعتبر سلوكيات غير الآمنة لدى السائقين أو المشاة مثل السرعة الزائدة أو عدم استخدام حزام الأمان،استعمال أضواء الخطر الرباعي،يحاول المخرجمن خلال رسالته تحقيق وظيفة الترسيع ،فالصورة وحدها غير قادرة على توصيل المعاني المختلفة،بل لابد أن تكون مصاحبة بنص أو جمل قصيرة تعبر عن المحتوى.

المبحث الثالث: النتائج الجزئية للتحليل:

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

بعد تحليل الحملات الإعلامية عبر تفكيك بنية صور وصوت الحملة توصلنا إلى نتائج التالية:

✓ اعتمد المخرج في أغلب الحملات في اختيار الموسيقى الحزينة والحماسية لإثارة العواطف وتمثيل الموضوع بالمعادلة musique message في معظم الحملات، لغرض اللجوء إلى هذا نوع من الموسيقى لسهولة ترسيخ الوعي في ذهن المتلقي.

✓ استخدم مصممي هذه الحملات اللهجة العامية "الدارجة" في الخطاب اللغوي، باعتبار أن الحملات التوعوية تخاطب فئات متنوعة ومستويات عديدة مثل ماورد في الحملة الأولى في استخدام المصمم عبارات موجهة لفئات معينة "الشباب"، "علاه تدي روحك للهلاك"، "علاشمدرتشالسننورة".

✓ استعمل المخرج عنصر التكرار لإظهار التحسيس والتوعية في أغلب الحملات من الناحية اللفظية والكتابية، في ترسيخ الفكرة في ذهن المتلقي وإقناعه بالسلامة الآمنة.

✓ التطابق الحاصل بين ما هو مقصود أيقوني في الحملات إذ تعد عمليات مقصودة لإنتاج معاني ضمنية يدركها المتلقي بعد تأويل دلالات الرسالة البصرية، حيث أن أغلب الحملات حصلت فيها تطابق بين الرسالة الأيقونية والرسالة المدونة، أي الجانب اللغوي تميز بنسق أيقوني جعلها تصل إلى المعنى البعيد جراء تكثيف الرموز البصرية وسرعتها التي تكمن من فعل التبليغ، فاستطاعت الصورة تسرد المعنى المقصود من خلال الفضاء البصري.

✓ لقد وفقوا مصممي ومعدّي هذه الحملات في استخدام الإضاءة المناسبة التي تعود إلى التخصص والتحكم في الإخراج من طرف مصممي الحملة.

✓ جاءت عناوين الحملات شاملة في المضمون بحيث يستطيع المتلقي من خلالها فهم الحملة كاملاً لكونها تملك دلالات أجنبية عميقة جداً.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

- ✓ صور المخرج الدلالات الضمنية لحوادث المرور في هذه الحملات من خلال ظهور شخصيات المتمثلة في رجال الحماية المدنية والدرك الوطني يؤدون مهامهم " عملية الإنقاذ".
- ✓ تناول المخرج الهاجس الخطير الذي يواجه أي سائق، ألا وهو الحوادث السير كونها منتشرة بصورة ملفتة للنظر.
- ✓ استخدم المخرج للراوي في التعليق لتغطية الفراغ الموجود في اللقطات وخاصة حينما يخيم الهدوء داخل اللقطة.
- ✓ حاول مصمم الحملة إظهار الجانب الإنساني المتمثل في رجال الحماية المدنية بالدرجة الأولى نهيك على ذلك الأمن الوطني والدرك الوطني.

النتائج العامة:

- من خلال تحليلنا للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تحليلاً تعيينياً وتضمينياً توصلنا في الأخير إلى النتائج العامة التالية:
- ✓ لقد اشتركت هذه الحملات في طرح موضوع واحد ألا وهو التوعية والتحسيس حول حوادث المرور، بحيث أنها تميزت بتحليل الوقائع من خلال وصف وسرد الأحداث والمعاناة التي يتعرض لها السائقين.
 - ✓ نلاحظ طغيان شريط الصورة على شريط الصوت، وهذا حسب قراءة لعنصر الإيحاء بالواقعية في بناء صورة الحملة بحيث من خلال هذه الحملات حاول المخرج تصوير الواقع الحقيقي لسرعة المفردة، وتعرض السائقين لحوادث السير أي أن المخرج قدما لنا صورة حية.
 - ✓ نستخلص أن نقص الحملات يساهم في دفع السائق إلى التهور لأنها تعد بمثابة تذكير لهم.
 - ✓ تسعى المديرية العامة للحماية المدنية في تقديم الرسالة باحترافية، حيث حاول مصمم الحملة في تصوير الواقع الحقيقي لهذه الحوادث بأنواعه أي أن المخرج قدم لنا صورة حية للحوادث.

الفصل الرابع: التحليل السميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى

مديرية الحماية المدنية العامة.

✓ تم توظيف عناصر الصورة البصرية خلال هذه الحملات بطريقة تبرز التوعية والتحسيس في المشاهد عن طريق استعمال لقطات مقربة وكبيرة، وزوايا أفقية وعكس الغاطسة نهيك عن حركات بانورامية وثابتة.

✓ العلاقة بين الرسالة الألسنية والرسالة البصرية هي علاقة إرتباطية حيث نجدها متكاملة ومتناسبة بين الخطاب اللغوي والصورة.

الخاتمة:

من خلال ما تم ذكره، استعرضنا هذا البحث الدور الهام لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بحوادث المرور. بحيث تشير النتائج إلى أن منصات وسائل التواصل الاجتماعي توفر وسيلة قوية و يهلة المنال لنشر المعلومات و التفاعل مع الجمهور وتعزيز السلامة على الطرق من خلال التحليل السيميولوجي للحملات الإعلامية التوعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى المديرية العامة للحماية المدنية، أصبح من الواضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا في نشر الوعي حول حوادث المرور من خلال مشاركة تحديثات الأخبار وتقارير الحوادث في الوقت الفعلي و المحتوى التعليمي. القدرة على الوصول إلى جمهور كبير ومتنوع من خلال هذه المنصات لديها القدرة على التأثير على السلوك والمواقف و الإجراءات المتعلقة بالسلامة على الطرق.

علاوة على ذلك يسلط بحثنا الضوء على أهمية الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي لحملات التوعية العامة و المشاركة المجتمعية الجهود التعاونية التي تقوم بها المديرية العامة للحماية المدنية، ومع ذلك من الضروري الاعتراف بمحدودية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لزيادة الوعي.

وفي الختام برزت مواقع التواصل الاجتماعي كأداة قيمة لزيادة الوعي لحوادث المرور، وتعزيز المشاركة المجتمعية، وتعزيز السلامة الآمنة على الطرق، ويمكن للإستفادة من إمكانات هذه المنصات جنبا إلى جنب مع الاستراتيجيات

التكميلية غير المتصلة بالانترنت أن تساهم في مجتمع أكثر أمانا و أكثر استتارة
عندما يتعلق الأمر بمعالجة القضية الحرجة المتعلقة بحوادث المرور،

قائمة المصادر والمراجع

- المصادر:

- 1- لعقيد نسيم برناوي، مدير الإعلام والإحصائيات حوادث المرور، المديرية العامة للحماية المدنية، حيدرة، الجزائر، 10-50 .
- 2- النقيب زهير أمزال، مكلف بالإعلام لدى المديرية العامة للحماية المدنية، حيدرة، الجزائر، 09.30 .
- 3- النقيب رابحي نعيمة، رئيس مكتب الإحصائيات، المديرية العامة للحماية المدنية، حيدرة، الجزائر، 11-50 .

- المراجع:

1- الكتب العربية:

- 1- صلاح الدين الشيخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، الجزائر، 2003.
- 2- غازي سليمة سامية، منهجية البحث العلمي، دار البحث، الجزائر، 1995.
- 3- موريس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه لنشر، الجزائر، 2001 2006 .
- 4- هلال الزاهرة منال، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة لنشر والتوزيع.
- 5- حسن القاضي سماح، تلفزيون الواقع، طبعة الأولى، دار جليل الزمان لنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 6- الجابري عدنان حسين وأبو جلو يعقوب عبد الله، الأسس المنهجية والاستخدامات الإحصائيات في البحوث التربوية والإنسانية، طبعة 2، لنشر والتوزيع، الأردن، 2009 □
- 7- محمد بن عبد المجيد، البحث، البحث العلمي في الدراسات العلمية، عالم الكتب والنشر والتوزيع، مصر، 2008.

- 8- أحمد بن المرسي حسين، بحوث الإعلام، دراسات مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة، 2005.
- 9- زررواتي رشيد، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2007.
- 10- فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملة الإعلامية، طبعة الأولى، عالم الكتب، مصر، 2007 .
- 11- ميرزا جاسم خليل، الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، مركز الكتاب والنشر، القاهرة، طبعة الأولى، 2006.
- 12- عدنان نمر العدارية، أصول القيادات والسيارات بالطرق العلمية الحديثة، دار النشر، طبعة الأولى، 2003 .
- 13- علي خليل، الإعلام الجديدة شبكات التواصل الاجتماعي في دار الأسامة، طبعة الأولى، الأردن، 2014 .
- 14- ميرزا جاسم خليل، الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، مركز الكتاب والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2006.
- 13- أديب محمد خضور، حملات التوعية المرورية، مركز الدراسات والبحوث، الطبعة الأولى، الرياض، 2007 .
- 14- محمد صالح سلمان، وسائل الإعلام والاتصال، طبعة السابعة، دار المسيرة لنشر والتوزيع، الأردن، 2012 .
- 15- فجير العلق، إدارة الحملات الإعلامية، طبعة الثانية، اليازوني لنشر والتوزيع، الأردن، 2012 .
- 16- رفعت عارف الضبع، الحملات الإعلامية، الطبعة الأولى، المكتب المصري للمطبوعات، 2012.

17- منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، طبعة الثانية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.

18- لونات مشال، الإعلام الاجتماعي، ترجمة صلاح حليلة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1993.

19- فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق السياسي وتخطيط الحملة الترويجية، عالم الكتب، القاهرة، 2007.

20- كمغان علي عبد الفتاح، إدارة الحملات الإعلامية، الطبعة العربية، دار مجد لنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

21- محمد إبراهيم عبيدات، التسويق الاجتماعي، دار وائل لنشر والتوزيع، عمان.

22- مصباح عامر، الإقناع الاجتماعي، خليفة النظرية و آلياته العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

2- الكتب الأجنبية:

1- لرامي وب فالي، البحث في الاتصال، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2009.

2- Judith Lazar , **La sociologie de la communication de mass à colin**, Paris, 1991, P 133-138.

المجلات والمحاضرات والمقالات:

1- بوحصلة إيمان مراحل، التوعية المرورية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة لصفحة المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق (فايسبوك)، مجلة الدراسات في علوم الإنسان والمجتمع، 2013.

2- بوطابي الهاشمي، الإستراتيجية الوطنية للوقاية والسياقة، العدد6، المركز الوطني للوقاية والأمن عبر الطرق.

3- وليدة حدادي، مجلة العلوم الإنسانية، المشكلة المرورية في الجزائر الأسباب وسبل الوقاية، العدد50، جامعة سطيف، 2018.

- الرسائل الجامعية والمذكرات والدراسات:

1- تاج السر عماد الدين، اللغة العربية ووسائل الإعلام المتعددة، بحث مقدم لمؤطر اللغة العربية، الإمارات، 2007.

2- أمني عبد المعطي السيد، الآثار الاقتصادية حوادث المرور، جامعة نايف العربية للعلوم المهنية مركز الدراسات والبحوث، الرياض، 2005.

2- ياسين بدراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي لدى الجامعيين، رسالة الماجستير، قسنطينة.

3- مريكس ابتسام، الدلالة الرمزية للأفلام السينمائية الجزائرية حول الهجرة الغير شرعية، أطروحة الدكتوراه، شعبة الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017 2018.

4- 4فايزة يخلف، دور الصورة في التوظيف الداخلي للرسالة الإعلامية، دراسة تحليلية سميولوجية لعينة من العلامات (المجلة الثورة الأفريقية)، رسالة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جوان1996.

5- ناجح محمد حسن عصيدة، حوادث السيارات في التشريع الجنائي الإسلامي (دراسة فقهية مقارنة)، رسالة الماجستير في الفقه والتشريع، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2010 .

6- عوضقاسم محمد عطاء الله الفواعير، حوادث السيارات وما يتعلق بها من أحكام الفقه الإسلامي، رسالة الماجستير، جامعة البلقاء التطبيقية، عمان، 2006.

7-صابري لامية، دور الحملات الإعلامية باقة mbc و دورها في التوعية الدينية للشباب، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010.

- 8- سامية أم الرقاب، فعالية الحملات الإعلامية في مجال التوعية المرورية بالجزائر (دراسة ميدانية بالمركز الوطني للأمن عبر الطرق)، أطروحة الدكتوراه، شعبة علوم الإعلام والاتصال (تخصص اتصال وعلاقات عامة)، جامعة الجزائر، 2020 2021.
- 9- بن عباس فتيحة، دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر، مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة وصفية استطلاعية) أطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2012.
- 10- الكسواني حنان، دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية، رسالة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية (قسم الإعلام) جامعة الشرق الأوسط، 2009.

- المعاجم والقواميس:

- 1- مي عبد الله، معجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، لبنان، بيروت، طبعة الأولى، 2004.
- 2- بدون مؤلف، المنجد في اللغة العربية، الطبعة الثانية، دار الشروق للطباعة، الأردن، 2001.

- مواقع من الانترنت:

.13:44، 2024/07/30، WWW ALMC 3RAK

الملاحق



الحماية المدنية الجزائرية

1021 الرقم الأخضر

رقم النجدة 14

WWW.PROTECTIONCIVILE.DZ

الملحق رقم 1 يمثل المواقع التواصل الخاصة للمديرية العامة للحماية المدنية



الملحق رقم 2: عدم تجاوز السرعة القانونية 100 كلم في الساعة

2: لا تستعمل الهاتف

”حياتك أولى من إجراء إتصال ..“



ملحق رقم 3: يوضح عدم استعمال الهاتف النقال أثناء القيادة



ملحق رقم 4: يمثل رجال الحماية يؤدون مهامهم النبيل



الملحق رقم 5: يمثل رجال الحماية المدنية ينقلون جثث ضحايا حوادث المرور

الفهرس	
	المواضيع
3	المقدمة
	الإطار المنهجي
5	الإشكالية وتساؤلات
5	إسباب اختيار الموضوع
6	أهداف الدراسة
6	أهمية الدراسة
12	منهاج الدراسة وأدواته
14	مجتمع البحث وعينه الدراسة
17	مصطلحات ومفاهيم الدراسة
23	الدراسات السابقة
الإطار النظري	
الفصل الاول التأهيل النظري للحملات الإعلامية	
26	المبحث الأول: تعريف الحملات الإعلامية
28	المبحث الثاني: انواع الحملات الإعلامية
30	المبحث الثالث: خطوات الحملات الإعلامية
31	المبحث الرابع: شروط القيام بالحملات الإعلامية
33	المبحث الخامس: أهداف الحملات الإعلامية
الفصل الثاني ما هي نوعيه المروريات	
35	المبحث الأول: تعريف التوعية
37	المبحث الثاني: التوعية المرورية
39	المبحث الثالث: ثلاث خصائص التوعية المرورية
40	المبحث الرابع: اهميه التوعية
41	المبحث الخامس: اهداف التوعية المرورية

الفصل الثالث الاتصال الفعال لحوادث المرور	
42	المبحث الأول: ظاهرات حوادث المرور في الجزائر
38	المبحث الثاني: اخر احصائيات حوادث المرور سنة 2024/2023
52	المبحث الثالث: عوامل ارتفاع حوادث المرور في الجزائر
53	المبحث الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسسين التوعية
الإطار التطبيقي	
54	تمهيد
61	لمبحث الأول: لمحمة موجهة عن المديرية العامة للحماية المدنية
114	المبحث الثاني: تحليل السيميولوجي لنماذج من الحملات الإعلامية التوعوية حول حوادث المرور لدى المديرية العامة لحماية المدنية
116	المبحث الثالث: النتائج الجزئية للتحاليل
117	النتائج العامة للدراسة
118	الخاتمة
123	قائمة المراجع والمصادر
	الملاحق