

# الفصل الخامس

## دور الإعلام الأمني في حملات التوعية بشرطة إمارة دبي

المبحث الأول: مشكلة حوادث المرور وأبعادها في إمارة دبي.

المبحث الثاني: دور الإعلام الأمني في مشكلة حوادث المرور

بإمارة دبي.



## دور الإعلام الأمني المروري في حملات التوعية بشرطة إمارة دبي

تخطت مشكلة حوادث المرور نطاق المحلية والإقليمية إلى نطاق العالمية، فقد استأثرت بالكثير من الجهود المشتركة حيث عقدت المؤتمرات الدولية، التي استهدفت دراسة هذه المشكلة من جوانبها المختلفة محددة لأبعادها محذرة من عواقبها مقدمة المقترحات والحلول.

ونظراً للارتفاع النسبي في معدلات حوادث المرور أصبحت هاجساً يؤرق الأجهزة الأمنية، ووضعت الخطط والبرامج التي تساهم في انخفاض نسبة الخسائر البشرية والمادية على حد سواء، ومن هنا جاءت أهمية دراسة مشكلة حوادث المرور بهدف التعرف على أسبابها وتقييمها وذلك من خلال حملات التوعية المرورية التي تعكس بوضوح دور إدارة الإعلام الأمني في شرطة إمارة دبي.

وسيتم في هذا الفصل دراسة الباحثين الآتين:

المبحث الأول: مشكلة حوادث المرور وأبعادها في إمارة دبي.

المبحث الثاني: دور الإعلام الأمني في مشكلة حوادث المرور بإمارة دبي.



## المبحث الأول

### مشكلة حوادث المرور وأبعادها في إمارة دبي

أثبتت الدراسات أن الحوادث المرورية تكون نتيجة محصلة لاشتراك أكثر من عامل، ويمكن تحديد العناصر الرئيسية للمشكلة المرورية في العنصر البشري، والمركبة، والطريق، وأخيراً الظروف البيئية، ومن خلال تحليلنا لتلك العناصر سنلقي الضوء علي حجم المشكلة وأبعادها، فوجود السائق الجيد، والمركبة الصالحة للاستعمال والطريق المهد، والظروف البيئية المواتمة بالإضافة إلى وجود الوعي المروري لقائدي المركبات والمشاة يؤدي إلى الحد من احتمالات وقوع الحوادث.

ولما كانت مشكلة حوادث المرور ذات أبعاد متشابكة ومتداخلة فسوف يتناول هذا المبحث تلك الأبعاد من خلال:

- أولاً: مشكلة حوادث المرور في إمارة دبي.
- ثانياً: عناصر مشكلة الحوادث المرورية في دبي.
- وسوف نتناول بالدراسة كلا منهما بالتفصيل.

#### أولاً: مشكلة حوادث المرور في إمارة دبي:

سبقت الإشارة إلي أن أهم أبعاد مشكلة حوادث المرور: العنصر البشري، والمركبة، والطريق، والبيئة، وإن تفاوتت نسبتهم، فقد أكدت بعض الدراسات التي تناولت تحديد نسبة كل عنصر من عناصر مشكلة حوادث المرور إلى أن العنصر البشري هو المتسبب في ٨٥٪ من الحوادث، وأن الطريق والظروف البيئية تسببان ١٠٪ من الحوادث المرورية بينما ساهمت المركبة بنسبة تقدر بنحو ٥٪ من أسباب حوادث المرور<sup>(١)</sup>.

ونظراً لتأثير هذه العناصر كمسيبات للمشكلة المرورية فسوف نتناول كل عنصر من هذه العناصر لإيضاح دوره، وتأثيره في وقع الحوادث، ولكن بعد عرض موجز لحجم مشكلة الحوادث المرورية في إمارة دبي حيث إن الازدحام

(١) لمزيد من التفاصيل: شاكر الحاج، مرجع سبق ذكره، ١٩٩٨، ص ٢٨ .

لا يشكل إلا وجهاً واحداً لمشكلة المرور، إذ تأتي الحوادث لتبرز الوجه الأكثر خطورة، والجدول (١) يبين التوزيع النسبي والمكاني لحوادث المرور في دبي خلال الفترة الممتدة من العام ١٩٩٥ إلى العام ٢٠٠٠ .

الجدول (١): التوزيع النسبي لحوادث المركبات حسب أماكن حدوثها في

مدينة دبي.

السنوات	الطرق %	الدوارات %	التقاطعات %	أماكن أخرى %
١٩٩٥	٩٦,٥	١٢,٨	٦,٧	١١
١٩٩٦	٦٦,٤	١٤,٥	٦,٧	١٢,٤
١٩٩٧	٦٦,٣	١١,٢	٦,٧	١٥,٨
١٩٩٨	٦٩,١	١٠,٥	٦,٤	١٥,٤
١٩٩٩	٦٤,٦	١٢,١	٦,٣	٢٠
٢٠٠٠	٥٨,٢	١٣,٨	٥,١	٢٣,٦

المصدر: سجلات قسم الإحصاء، شرطة مرور دبي، من ١٩٩٥ - ٢٠٠٠ م.

تصدرت حوادث الطرق قائمة الحوادث المرورية في مدينة دبي - طوال فترة الدراسة - حيث شكلت نسبة قدرها (٢, ٥٨٪) عام ٢٠٠٠، بينما انخفضت هذه النسبة في الدوارات (الميادين الرئيسية) إلى (٨, ١٣٪)، أو في التقاطعات الرئيسية بالمدينة (١, ٥٪) في نفس العام.

ويمكن تفسير الارتفاع النسبي لحوادث الطرق مقارنة بنظيراتها في الميادين والتقاطعات إلى موقع دبي الجغرافي، فهي همزة الوصل بين جيرانها في الشرق (الشارقة، عجمان، أم القيوين)، والغرب (أبو ظبي، ومنها إلى دولة قطر)، والجنوب الشرقي (مدينة العين وسلطنة عمان).

وتجدر الإشارة إلى أن شبكة الطرق الخاصة في دبي تتمثل في ستة طرق رئيسية (شكل ٨) هي:

طريق (دبي/الشارقة)، (طريق دبي/أبو ظبي)، (طريق دبي/العين)، (طريق دبي / العوير)، (طريق دبي / حتا)، (طريق دبي / الخوانيج).



الشكل (٨): شبكة الطرق الرئيسية في مدينة دبي (المصدر: إدارة الطرق بلدية دبي).

ويبدو الانخفاض واضحاً في نسبة الحوادث علي الطرق السريعة، في نهاية الدراسة مقارنة ببداياتها حيث سجلت نسبة قدرها ٩٦,٥٪ في عام ١٩٩٥، بينما انخفضت هذه النسبة في عام ٢٠٠٠ إلى ٥٨,٢٪ وربما يعزى ذلك الانخفاض النسبي لحوادث الطرق إلى حملات التوعية الأمنية المرورية التي قامت بها شرطة دبي والتي بدأت تؤتي ثمارها في نشر الوعي المروري لدى الجماهير وقائدي ومستخدمي المركبات<sup>(١)</sup>.

- وهناك ارتفاع نسبي طفيف في نسبة حوادث المرور داخل مدينة دبي وخاصة في الدورات (الميادين) حيث ارتفعت نسبتها من (٨,١٢٪) عام ١٩٩٥ إلى (٨,١٣٪) عام ٢٠٠٠.

وبالرغم من أن الارتفاع النسبي لحوادث المرور داخل مدينة دبي يعتبر محدوداً للغاية (نسبة الزيادة ١٪)، إلا أنه لا بد أن يؤخذ في الاعتبار ذلك التطور الذي شهدته مدينة دبي في السنوات العشر الأخيرة، التي تمخضت عنها بعض المشكلات المرورية ليس بسبب النمو السكاني فحسب، بل بسبب الرخاء الاقتصادي أيضاً الذي جعل عدد السيارات في دبي يكاد يقارب ثلث عدد سكانها، الأمر الذي يعني ضمناً الاهتمام بالحوادث المرورية التي تقع أثناء الإعداد والتخطيط للحملات المرورية القادمة.

وأخيراً يُلاحظ من الجدول السابق الانخفاض الواضح في نسبة حوادث المرور التي حدثت عند التقاطعات الرئيسية في شوارع مدينة دبي من (٧,٦٪) عام ١٩٩٥ إلى (١,٥٪) عام ٢٠٠٠.

الأمر الذي يدعو إلى جدية واستمرارية السياسة التي تنتهجها شرطة مرور دبي في معالجتها لهذه المشكلة.

### ثانياً: عناصر مشكلة حوادث المرور:

من العرض السابق تم إيجاز الملامح العامة لمشكلة حوادث المرور في دبي، والآن سوف نتناول عناصر مشكلة حوادث المرور، من خلال:

(١) راجع التقرير السنوي لسجلات قسم الإحصاء بالإدارة العام للمرور في دبي ٢٠٠١، ٢٠٠٢.

١- العنصر البشري.

٢- الطريق والبيئة.

٣- المركبة.

### ١- العنصر البشري:

أثبتت معظم الدراسات في مجال المرور أن السائق هو العنصر الأساسي في حوادث المرور، لأنه إنسان تؤثر فيه الظروف الاجتماعية والاقتصادية والنفسية ومجموعة العادات والمعتقدات، وقد تضمنت نصوص قانون المرور في كل دولة الحد الأدنى من الشروط الواجب توافرها لدى قائد المركبة بحيث يكون من شأنها حماية نفسه ومن يركبون معه في هذه السيارة والآخرين الذين يستخدمون الطريق سواء كانوا من قائدي السيارات والمركبات أم المشاة.

لذا تعمل كل دولة من حين لآخر على تطوير وتحديث هذه النصوص القانونية، واللوائح المنظمة لها حتى تسير التطورات الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية التي يشهدها المجتمع.

ومن أمثلة ذلك ما أوضحته بعض البحوث التي تمت في السويد<sup>(١)</sup> بشأن إمكانية السيطرة على حوادث المرور بتحديد السرعة القصوى للسيارات حسب القطاعات المختلفة من الطرق بعد دراسة الظروف والأوضاع المؤثرة في حركة المرور. كما أجريت دراسة عن كيفية تحقيق الأمان من الحوادث المرورية للأطفال، كان من نتائجها صدور قانون بالسويد عام ١٩٨٨ يجبر أصحاب السيارات على استخدام أجهزة ووسائل أمان لحماية الأطفال.

ومما لا شك فيه أن هذه الإجراءات وغيرها تساهم في مساعدة قائدي المركبات على الحد من حوادث السيارات إلى أقل حد ممكن، غير أن الإنسان رغم كل هذه الإجراءات يظل المتسبب الرئيسي في حوادث المرور<sup>(٢)</sup>.

(١) عبد الفتاح إبراهيم، «بحث في حوادث المرور»، الندوة الخاصة بهندسة المرور في المدن، دمشق، ١٩٩٢، ص ٥٤.

(٢) سامي محرم: «كم تحتل الطرق؟»، مجلة الشرطي، العدد الخامس، السنة السابعة، شرطة الشارقة، الشارقة، أكتوبر، ١٩٩٤، ص ٢٤.

ونتيجة للدراسات والأبحاث المقدمة لبحث المشكلة المرورية في المؤتمرات الدولية فقد وجهت الأنظار إلى الأهمية البالغة للعنصر البشري حيث وجد أن هناك إجماعاً لتلك لتقارير والدراسات على أن العنصر البشري يتصدر قائمة العوامل المسببة لحوادث الطرق حيث إنه يمثل نسبة تتراوح بين ٨٠٪ إلى ٩٠٪ من الحوادث كنتيجة لأخطاء قائدي السيارات خلال قيامهم بقيادة السيارات<sup>(١)</sup>.

وقد كان لهذه المؤتمرات الدولية العديد من النتائج الموضحة لأبعاد أهمية العنصر البشري في حوادث المرور حيث كان من أبرز إعلانات هذه المؤتمرات<sup>(٢)</sup>:

- أن السائق يعد السبب الرئيسي لمشكلة المرور على المستوى العالمي.
- أن السائق الجاهل يرك حركة المرور مهما كانت الإمكانيات المتاحة له.
- أن شخصية السائق وإصابته بأمراض نفسية تساهم بشكل كبير في وقوع الحوادث.
- أن السائق كإنسان متحمل للمسئولية هو العامل الأول في تقليل حوادث المرور، إذا ما التزم بقوة الملاحظة والقدرة على التحكم في نفسه وفي قيادة السيارة وأسلوب سيره في الطريق، وقد أوضحت تلك المؤتمرات ضرورة دراسة الحالة النفسية والعصبية للسائق.

ومن هنا لجأت بعض الدول إلى الاختبارات السيكوتكنولوجية: لاختبار مقدرة السائقين وصلاحياتهم لهذه المهنة الصعبة، كما برز الاهتمام في الوقت الحالي بنظرية طبية جديدة تبحث في موضوع التغذية وأثرها المباشر على الحالة النفسية والعصبية للسائق والتي يعبر عنها بالاستجابة السيوكيميائية Psychochemical Response<sup>(٣)</sup> حيث تمثلت هذه الاختبارات فيما يلي:

---

(١) جون إيرنك: «الحقيقة والوهم في علم النفس»، ترجمة قدرى حفني، دار المعارف، القاهرة، ١٩٩٦، ص ٢١٦.

(٢) أحمد ضياء الدين قرش: «سيكولوجية سائق السيارة»، مجلة الأمن العام، العدد ٥١، وزارة الداخلية، ج. م. ع، القاهرة، ١٩٩٣، ص ٨١.

(٣) المرجع السابق، ص ٨٢.

- قياس زمن رد الفعل العصبي للسائق نتيجة للمؤثرات الصوتية والضوئية.
  - قياس مدى صحة تقدير السائق للمسافات.
  - قياس مجال الرؤية.
  - قياس مدى القوة العضلية ومدى قدرة السائق على احتمال الإرهاق.
  - قياس مدى تعاون الحركات العضلية والعصبية والبصرية ومدى استغلال حركات اليدين.
  - قياس مدى القدرة على التركيز والانتباه.
  - قياس مدى تأثير البصر بالإبهار.
  - اختبار الذكاء وقوة الذاكرة.
- ويستعان في إجراء هذه الاختبارات النفسية بأجهزة متعددة تمثل أحدث ما وصل إليه العالم من تكنولوجيا طبية.
- ومن خلال العرض السابق نخلص إلى أن أهم الأسباب التي تؤدي إلى ارتكاب السائقين للحوادث تتمثل فيما يأتي:
- القيادة في حالة غير طبيعية (مجهد، تحت تأثير الخمر أو المخدرات، أو في حالة نفسية سيئة).
  - أخطاء من قائد المركبة تتمثل في عدم مراعاة قواعد المرور وآداب السير، وهي عديدة ومتنوعة.
  - بعض الأمراض العضوية والنفسية التي تؤثر في عملية القيادة.
- ويري الباحث أنه يمكن إدخال طرف آخر من العنصر البشري غير قائدي المركبات كعنصر أساسي أيضاً في حوادث المرور وهذا العنصر يتمثل في المشاة حيث إن هناك العديد من الحوادث يتسبب فيها المشاة نتيجة العوامل الآتية:
- عدم التقيد بأماكن العبور الخاصة بهم.
  - قلة الوعي بأنظمة المرور.

- تعاطي الخمر والمخدرات.
- سير كبار السن والعجزة ببطء وضعف حواسهم.
- التحدث في الهاتف المحمول أثناء العبور.

وما زالت هناك عوامل بشرية أخرى موضع البحث والدراسة، حيث إن النظرية العلمية للسلوك الإنساني تدرك جيداً الطبيعة الخاصة والفريدة وشبكة العوامل النفسية والعضوية المعقدة الكامنة وراء هذا السلوك الإنساني.

## ٢- الطريق والبيئة:

سبقت الإشارة إلى أن ١٠٪ من أسباب الحوادث المرورية التي تقع تكون بسبب الطرق، والظروف البيئية المحيطة بالسائق. لذلك فإن العناية والاهتمام بالطرق تحقق أماناً للسائقين والركاب والمشاة.

لذلك فإن عيوب الطريق وخلوه من مواصفات السلامة يساهم في وقوع الحوادث.

ومن هذه العيوب، عدم وجود ممرات للمشاة في الشوارع الرئيسية، وضيق بعض الشوارع وازدحامها، ووجود منحنيات خطيرة. ومن عيوب الطرق أيضاً: أن يكون الطريق غير مجهز بالإشارات والعلامات الدولية للمرور، أن يكون تصميم الطريق لا يتناسب مع حركة وسرعة السيارات.

وصفة عامة يمكن التمييز بين مجموعتين رئيسيتين من الطرق في مدينة دبي:

### أ- شبكة الطرق الرئيسية الداخلية:

وتشغل نحو ٤٥٪ من مساحة شبكة الطرق بمدينة دبي، وتقوم هذه الشبكة بمهمة الربط بين أجزاء المدينة المختلفة (شكل ٨) ويتمثل في هذه الشبكة نمطان من الطرق:

النمط الأول: طرق حلقيية إشعاعية تتخلل منطقة الأعمال المركزية (C. B. D) وسط المدينة، حيث تبدأ ضيقة ثم تتسع

تدرجياً، ويتركز هذا النمط في بر ديرة على الضفة الشرقية لخور دبي.

النمط الثاني: فهو طرق شبكية متعامدة وتوجد غالبية هذا النمط في مناطق الامتدادات العمرانية الجديدة في الأطراف الجنوبية الشرقية والجنوبية الغربية من المدينة وبخاصة على الضفة الغربية للخور.

ب- شبكة الطرق الرئيسية الخارجية أو الإقليمية:

وتساهم بما يعادل ٥٥٪ من جملة مساحة شبكة الطرق بالمدينة، وتعد هذه الشبكة من الطرق بمثابة الشرايين الحيوية التي تربط دبي بجيرانها في الشرق والغرب والجنوب.

ج- الخصائص الهندسية لشبكة الطرق:

يقصد بالخصائص الهندسية لشبكة الطرق كفاءة الطرق من حيث: الأطوال والاتساع ومستوى الرصف والإضاءة وإشارات المرور لكل من السيارات والمشاة.

فبالنسبة لأطوال واتساع الطرق في مدينة دبي يلاحظ من الجدول (٢) "أطوال واتساع شبكة الطرق الداخلية لمدينة دبي عام ٢٠٠٢".

جدول (٢): أطوال واتساع شبكة الطرق بمدينة دبي

النسبة المئوية	المتغير
	فئات الاتساع بالمتر
١٦,٣	أقل من ١٠
٣٦,١	١٠ - ٢٠
٤٧,٦	٢٠ فأكثر

ومنه يمكن ملاحظة أن نسبة الطرق التي يقل اتساعها عن عشرة أمتار لا تتجاوز  $\frac{1}{3}$  إجمالي طول الطرق بالمدينة، على حين أن أكثر من (١, ٣٦٪) ذات اتساع يتراوح بين (١٠م إلى ٢٠م)، بينما تمثل الطرق ذات الاتساع (٢٠مترًا فأكثر) حوالي نصف جملة الطرق، مما يدل أننا إزاء شبكة جيدة من الطرق من حيث الطول والاتساع، أما من حيث مستوى رصف شبكة الطرق فنجد أن أكثر من (١٧٪) من شبكة الطرق ذات مستوي عالٍ ورصف جيد في حين لا تزيد نسبة الطرق ذات الرصف الرديء عن (١٪)، أما النسبة الباقية (٢٪) فهي ما زالت تحت إعادة الرصف من جديد طبقًا للبيانات الواردة في سجلات مجلس إعمار مدينة دبي.

وفيما يختص بالخدمات والخصائص الهندسية للشبكة المتمثلة في إشارات المرور وعلامات المرور والمشاة فإن غالبية الطرق داخل المدينة وخارجها مخدومة بعناية.

ويقصد بالعوامل البيئية التي يمكن أن تتسبب في وقوع الحوادث: حالة الطقس وقت وقوع الحادث، ففي حالة الضباب والأمطار الفجائية (السيول)، والعواصف الرملية والحرارة المرتفعة تزداد معها معدل حوادث المرور على الطرق السريعة بصفة خاصة، والشوارع داخل المدينة بصفة عامة.

ومن خلال استعراض درجات الحرارة في إمارة دبي نجد أنها تصل في المتوسط إلى ٤٠ درجة (في الظل) وتمتد شهور الحرارة العالية من شهر مايو إلى سبتمبر، وبعد شهر يوليو أكثر شهور السنة ارتفاعًا للحرارة حيث يصل الحد الأقصى إلى ٤٥ درجة مئوية على حين تنخفض إلى ١٢ درجة مئوية في شهري ديسمبر ويناير.

ومن المعروف أن تأثير درجة الحرارة المرتفعة على إطارات السيارات والطرق يعد كبيراً، لأن المادة الخام المصنوعة منها تلك الإطارات عبارة عن مادة مطاطية لينة تتمدد بالحرارة، وإذا ارتفعت درجة الحرارة عن حد معين تنفجر تلك الإطارات، أما من حيث تأثير الارتفاع النسبي في درجة الحرارة على

الطرق فهو تأثير أشد، حيث يعمل على تلف الطرق المرصوفة ويزيد من ليونتها مما يؤدي إلى حدوث إضرار بالسيارات وارتفاع معدل حوادث الطرق.

كما أن للضباب تأثيراً على حركة السيارات وبخاصة على الطرق السريعة وخصوصاً خارج مدينة دبي، حيث يعتبر الضباب عائقاً لحركة السيارات محدداً من سرعتها حاجباً للرؤية، الأمر الذي ترتفع معه احتمالات حوادث الطرق، وتجدر الإشارة إلى أنه أمكن التغلب على هذه المشكلة باستخدام الضوء الأصفر في إنارة الطرق السريعة.

وتعتبر العواصف الرملية من أكثر الظواهر المناخية إعاقة لوسائل النقل والمواصلات نظراً لحركة الرمال على الطرق الرئيسية السريعة، وخاصة المؤدية إلى المناطق الصحراوية.

وعن تأثير السيول على الطرق المرصوفة فتأثيرها على طرق مدينة دبي محدود حيث تتميز منطقة الدراسة بكميات مطر قليلة، إذ بلغ المعدل السنوي لكمية المطر الساقطة ٢,٥٠ مليمترًا وهي كمية قليلة للغاية ولا تمثل خطورة على الطرق، علاوة على أنها تتسم بالتذبذب بين عام وآخر، ويتركز موسم سقوط الأمطار في فصل الشتاء ويقبل في فصل الربيع، أما أمطار الصيف فهي نادرة.

إذا كانت العوامل البيئية - السالفة الذكر - هي عوامل طبيعية في المقام الأول، فإن العوامل البشرية التي تعكسها ساعات الذروة (وقت ذهاب أو عودة الموظفين من وإلى العمل) تمثل في رأي العديد من الباحثين أحد الأسباب التي تعمل على رفع معدلات حوادث المرور، لذلك قد حاول الباحث الاستعانة بأحد الجداول الواردة في الدراسة المعدة من قبل بلدية مدينة دبي عن نظام المواصلات العامة، حيث يوضح الجدول (٣) ل إجمالي السيارات التي تمر بساعات الذروة على عدد من الطرق في مدينة دبي، ومنه يمكن ملاحظة الآتي:

- أن أكثر من نصف حركة المرور تتركز في شوارع رئيسية، هي المكتوم، خالد بن الوليد، والخليج، وصلاح الدين، والميناء، مع ملاحظة أن شارع

المكتوم يستقطب وحده (٣, ١٧٪) من إجمالي حجم المرور في المدينة، ويمكن تفسير كثافة الحركة علي هذه الشوارع في أنها تخترق وسط المدينة فضلاً عن الوظيفة التجارية ووجود المؤسسات المالية والتجارية لبعض منها وخاصة شارع المكتوم، وهو الأمر الذي يتطلب توفير مزيد من الخدمات المرورية بأشكالها وأنواعها في تلك الشوارع.

- احتل شارعي الرقة والرشيدي المركز الثاني بنسبة (٨, ٨٪)، (٥, ٦٪) من إجمالي حجم المرور في المدينة لكل منهما على التوالي، في حين تراوحت نسبة كثافة المرور بين (٢, ٢ إلى ٥٪) في كلا من شارع المطينة وشارع السيف (٧, ٢٪)، وشارع المنخول (٨, ٣٪)، في حين لا يزيد مساهمة شارع البراحة بأكثر من (٩, ١١٪) من إجمالي كثافة حركة المرور عليه.
- جدول (٣): التوزيع النسبي لحجم كثافة المرور في بعض شوارع دبي وقت الذروة.

اسم الشارع	سيارات خاصة
ش السيف	٢,٧
ش خالد بن الوليد	١٢,٩
ش المنخول	٣,٨
ش الميناء	١١,١
ش الخليج	١١,٥
ش البراحة	١١,٩
ش للرشيدي	٦,٥
ش المطينة	٢,٢
ش صلاح الدين	١١,٣
ش الرقعة	٨,٨
ش المكتوم	١٧,٣

المصدر : بلدية دبي، دراسة عن المواصلات العامة لعام ١٩٩٩.

### ٣- المركبة:

تمثل المركبات باختلاف أنواعها وأشكالها العنصر الثالث والأخير من عناصر أسباب حوادث المرور وقد ساهمت بـ ٥٪ من أسباب حوادث المرور. والجدول (٤) يوضح التوزيع النسبي للمركبات المسجلة لدى دائرة مرور دبي خلال الفترة ١٩٩٩-٢٠٠٢ ومنه يمكن ملاحظة الآتي:

جدول (٤): التوزيع النسبي للمركبات المسجلة في مرور دبي من ١٩٩٩ - ٢٠٠٢

السنوات	أنواع المركبات			
	١٩٩٩	٢٠٠٠	٢٠٠١	٢٠٠٢
	٪	٪	٪	٪
سيارات خفيفة (خاصة/عامة)	٨٤,٨	٨٦,٢	٨٨,٨	٨٧,٩
سيارات ثقيلة	٩,٣	٧,١	٧	٦
باصات (عامة)	١,٥	٢,٤	١,٢	٢,٣
وسائل أخرى	٤,٤	٤,٣	٣	٣,٨
المجملة	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

المصدر: سجلات قسم الإحصاء بشرطة مرور دبي.

شكلت السيارات الخفيفة بنوعيتها الخاصة والعامة نسبة تراوحت ما بين (٨٤,٨٪) إلى (٨٧,٩٪) من إجمالي السيارات المسجلة لأي سنة من السنوات، مما يعكس، درجة الاعتماد على السيارة كوسيلة نقل فعالة داخل وخارج مدينة دبي، وفي المقابل لا يتجاوز نصيب وسائل النقل العامة أكثر من (٢,٣٪) من إجمالي المركبات الصالحة للعمل بالمدينة.

وتجدر الإشارة إلى أن مثل هذه الزيادة تتطلب التوسع في مد شبكات الطرق.

أما بالنسبة للسيارات الثقيلة فإنها تمثل نسبة (٩,٣٪) من إجمالي عدد المركبات في مدينة دبي، وبذلك فهي تمثل عبئاً إضافياً على شبكة الطرق وحركة السير في المدينة خاصة في أوقات الذروة.

يخلص الباحث إلى أن هناك أسباباً متعددة تؤدي إلى كثرة الحوادث المرورية على المستوى المحلي، ويمكن إيجازها فيما يأتي:

- عدم التوافق بين المناطق السكانية ومناطق العمل، حيث إن غالبية رحلات العمل اليومية إلى مدينة دبي تكون لسكان مقيمين خارجها في الشارقة وعمان بخاصة، هذا بالإضافة إلى رغبتهم في تحقيق أكثر من غرض خلال الرحلة الواحدة (عمل وتسوق).

- نظراً للموقع الجغرافي لمدينة دبي وتوسطها إمارات الدولة مما يجعلها نقطة تلاق محورية لحركة مرورية كثيفة: إقليمية ومحلية.

- تتميز إمارة دبي بثقلها الاقتصادي والتجاري والتسويقي، مما يجعلها محط زيارة الوافدين، والمقيمين في إمارات الدولة كافة، وهو الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع كثافة الحركة المرورية بها.

- تشهد مدينة دبي واحداً من أعظم المهرجانات العالمية، هو مهرجان "دبي للتسوق"، وعلى الرغم من أنه مناسبة موسمية، إلا أنه يشهد تدفقاً سياحياً غير عادي على مستوى مجلس التعاون الخليجي الذي يفضل سكانه استخدام مركباتهم الخاصة، بالإضافة إلى ازدهار نشاط تأجير السيارات للسائحين الأجانب خلال هذه الفترة.

- وجود ثغرات في تصميم هندسة الطرق تتمثل في قلة أماكن انتظار السيارات على جانبي الطريق أو قلة عرض بعض الشوارع، أو كثرة التقاطعات، حيث إن وجود مثل هذه الأخطاء تتسبب في حوالي (٢٠٪) من إجمالي حوادث المرور في مدينة دبي<sup>(١)</sup>.

ورغبة في الحلولة دون تفاقم المشكلة المرورية بمدينة دبي، يرى الباحث أنه يمكن تطبيق بعض المقترحات في هذا الشأن، وسيتم استعراضها في المبحث التالي:

(١) مقابلة مع رئيس قسم هندسة الطرق بشرطة مرور دبي، وذلك يوم السبت الموافق ١٨/١١/٢٠٠٠ بمكتبه بالإدارة العامة للمرور بدبي - دولة الإمارات .

## المبحث الثاني

### دور الإعلام الأمني في مواجهة مشكلة

#### حوادث المرور بإمارة دبي

تناولنا فيما سبق مشكلة حوادث المرور والعناصر المتسببة فيها، ونظراً لأن هذه المشكلة تؤرق أجهزة الدولة فقد بات من الضروري التصدي لها ومواجهتها من خلال حملات التوعية الأمنية المرورية بتوظيف أفضل الوسائل الإعلامية التي يمكن استخدامها للوصول إلى الجماهير لتحقيق التأثير المنشود بأيسر الطرق.

ومن ثم فإن دور المخطط لحملات التوعية المرورية يتطلب الإدراك الواعي لكل من: الجمهور المستهدف، والرسالة التي يراد توجيهها، والوسائل التي يمكن من خلالها توصيل تلك الرسالة بمفهومها الواضح إلى الجمهور المتلقي. وفي هذا المبحث سوف نتعرض لتخطيط الحملات الأمنية للتوعية المرورية.

كلما تقدم فن المرور وتوسعت مجالاته واكب ذلك الحاجة إلى امتداد خدماته وبروز أهمية تخطيط الخدمة المرورية لكي يتحقق تقليل حوادث الطرق.

وفي هذا الإطار سوف يتناول هذا المبحث:

أولاً : تقييم مشكلة حوادث المرور.

ثانياً: الإعداد والتخطيط لحملات التوعية الأمنية المرورية في إمارة دبي.

#### أولاً: تقييم مشكلة حوادث المرور:

سبقت الإشارة إلى أن مشكلة حوادث المرور، مشكلة معقدة حيث تتسم عناصرها بالتشابك والتعقيد، لذلك لا يمكن التعامل مع هذه المشكلة من منظور واحد فقط سواء كان هندسياً، أو شرطياً أو إعلامياً، بل يجب التصدي لها من منطلق التكامل بين هذه العناصر مجتمعة.

ومن هذا المنطلق ولسهولة تقييم مشكلة المرور يمكن تصنيفها إلى ثلاث مجموعات:

**المجموعة الأولى:** وهي المجموعة الخاصة بالتوعية الأمنية المرورية.

**المجموعة الثانية:** وهي المجموعة الخاصة بالمجال الشرطي والقانوني.

**المجموعة الثالثة:** وتختص بالجوانب الفنية سواء كانت جوانب خاصة بالمرحلة المركبة أم بالطرق وتجهيزاتها.

وسوف نتعرض بالشرح لكل مجموعة من هذه المجموعات في سياق حديثنا الآتي:

#### ١- المجموعة الأولى:

وتهتم بنشر الثقافة الأمنية المرورية من خلال:

- إعداد البرامج التوعوية والإرشادية التي تهدف إلى تعميق المرور لقائدي المركبات ومستخدمي الطرق من خلال وسائل الإعلام المختلفة لتصل إلى معظم الفئات المستهدفة.

- خلق الوعي الأمني المروري لدى الجمهور بما يساعد على تقديم الخدمة المرورية بشكل يحقق الأهداف المرجوة منها، ويتم ذلك من خلال الجهود التعليمية التي تقوم بها الأجهزة المعنية والإعلامية كافة في مجال التوعية المرورية<sup>(١)</sup>.

- بث فقرات قصيرة بشكل يومي على القنوات التليفزيونية الأرضية والفضائية يتم خلالها عرض حادثة طريق جديدة وتحليل أسبابها، من موقع حدوثها نفسه لتوعية الجمهور في محاولة للحد من نزيف الطريق.

#### ٢- المجموعة الثانية:

وهي التي تهدف إلى تطوير الأداء الشرطي القانوني من خلال الآتي:

---

(١) دونالد ولسون: «التخطيط في مجال الشرطة»، (مترجم)، مجلة الطرق العربية، العدد ٤٤، ديسمبر، ١٩٩٧، ص ١٦.

- إعادة صياغة قانون المرور بما يتلاءم مع التغييرات الاجتماعية والسلوكية والاقتصادية والظروف البيئية.
- إنشاء إدارة مستقلة لتحديد مجال العمل لمواجهة مشاكل حوادث الطرق من حيث عنصرها البشري والمركبة والطرق والبيئة المحيطة والتشريعات في إطار نظم وقوانين محددة.
- تسجيل حوادث الطرق الإقليمية أو وضعها على خرائط خاصة تحدد بنقاط حمراء، التي يتكرر وقوع التصادمات فيها لبحث كيفية منعها مستقبلاً.
- مراقبة حركة المرور في الطرق والشوارع الرئيسية: وذلك من خلال تنظيم ومراقبة السير وفقاً لنظام مروري معين، وعلى هذا الأساس يجب أن يكون نظام المرور فعالاً ومناسباً للبيئة من كل النواحي سواء من حيث: طبيعة القواعد المرورية، في وسائل تعريف الناس بها، أو في طريقة وضع الإشارات والعلامات المرورية على الطرق. ومن ثم فإن نظام المرور يعتبر نقطة البداية في العمل المروري كله، لذلك يجب تصميمه بالشكل السليم وتعديله وتطويره بصفة مستمرة.
- كما تلعب شخصية رجل المرور دوراً مهماً في إدارة وتنظيم ومراقبة حركة الطرق وفقاً للنظام المروري المعمول به، ويترتب على ذلك مهمة أساسية وهي العمل على تطبيق الأساليب العلمية في اختيار وتدريب وتوجيه ومراقبة رجال المرور لضمان المستوى المطلوب للأداء، كما يبرز دور الإعلام الأمني في التوعية بكيفية التعامل مع الطريق.
- أعمال التراخيص والإجراءات الإدارية: هذه الأعمال تتعلق بقائد المركبة أو المركبة نفسها، وذلك من خلال التأكد من أنه على مستوى الوعي والكفاءة والخلق اللازمين، والتحقق من كفاءته في القيادة والتزامه بنظام المرور، كما أن هذا الترخيص يعطي الحق في استخدام المركبة ولكن بعد التحقق من صلاحيتها الفنية لاستخدامها على الطرق سواء في أول ترخيص لها، أو عند تجديد الترخيص لها في المرات القادمة<sup>(١)</sup>.

(١) شاكر الحاج: «الإعلام والتوعية المرورية»، دار علاء للنشر والتوزيع، دمشق، ١٩٩٨، ص ٥٣.

ويمكن للإعلام الأمني أن يشير إلى جميع تلك الإجراءات في إطار الحفاظ على حياة قائدي المركبات وأسرههم لخلق صورة ذهنية طيبة لإدارة المرور الشرطية كما يؤخذ في الاعتبار أهمية العناية بالمواصفات الفحصية للمركبات.

### ٣- المجموعة الثالثة:

وهي تتعلق بالجوانب الخاصة بالطرق والمركبة، بالرغم من اختلاف وجهات نظر المهتمين بصناعة الطرق في كثير من الجوانب الفنية إلا أن هناك إجماعاً بينهم على أن الوظيفة الأساسية للطرق هي نقل الركاب والبضائع بطريقة اقتصادية آمنة مريحة من خلال مركبة مطابقة للمواصفات الفنية الموضوعه من قبل الجهات المرورية لضمان السلامة، ويمكن حصر مقترحات حل مشكلة حوادث المرور على النحو الآتي:

- اتباع الطرق العلمية السليمة لهندسة المرور على جميع محاور الحركة في تخطيط شبكات الطرق وتنفيذها وصيانتها وتعديلاتها حتى تتمشى مع الاحتياجات لتوفير الأمان مع سرعة تدفق الحركة، وحتى يمكن تجنب الاختناقات من البداية ومعالجتها عند نشوئها في أسرع وقت ممكن، ويرتبط ذلك بتوفير فواصل إنهاء الحركة وحارات الدوران ووضع اللافتات الصحيحة بالحجم المناسب وفي المواضع السليمة لتوجيه الحركة مع توعية قائدي المركبات بضرورة اتباع التعليمات والإرشادات المرورية<sup>(١)</sup>.
- التنوع والتطوير في الخدمات المرورية يعتبر سمة من سمات التطور في جهاز المرور، وهو ما يؤثر في علاقاته بكل المستفيدين من خدماته والعاملين به ويلعب الإعلام الأمني دوراً بارزاً في إعلام الجمهور بتلك المتغيرات والخدمات الجديدة والمعدلة.
- تُمثل تلك الخدمات المرورية الجديدة على الطرق في وضع لوحات تظهر درجات الحرارة على الطرق السريعة لمراعاة الالتزام بالسرعة المقررة تجنباً لانفجار إطارات المركبات.

(١) سامي محرم: «كم تحتل الطرق؟»، مرجع سبق ذكره، ص ٤٩.

- تجهيز الطرق بشبكة من الهواتف اللاسلكية الثابتة والمحمولة وانتشارها على الطرق الدولية والإقليمية بهدف إنقاذ المصابين حيث تبدأ مهمة الإسعاف بعد إخراج المصابين من سياراتهم.
- تجهيز الطرق بالعواكس الأرضية (الإكريليك) بدلاً من عواكس الألومنيوم التي تتأثر بالحرارة، واستخدام الطاقة الشمسية في الإضاءة الخارجية والداخلية للعلامات المرورية على الطرق السريعة.
- تزويد الطرق بوحدات متنقلة للإسعاف، وربط جميع الطرق بشبكة مراقبة إلكترونية متصلة بإدارة تحكم إلكتروني مركزي تتولى تقييم مدى خطورة الحادث لإرسال أكثر خدمات الطوارئ اختصاصاً.
- استيراد المركبات المجهزة بالمصدات القادرة على امتصاص الصدمات، كذلك تزويدها بمقاعد خاصة للأطفال.

ومن خلال العرض السابق للجوانب المختلفة للمشكلة المرورية يتضح لنا أهمية التوعية المرورية، وتعتبر الحملات إحدى أركانها الأساسية حيث إنها تمثل بؤرة التوجيه التوعوي الأمني، لذلك لا بد من التعرض للتخطيط لهذه الحملات باعتبارها من أحد المهام الرئيسية التي يقوم بها قسم التوعية الأمنية التابع لإدارة الإعلام الأمني بشرطة دبي.

**ثانياً: الإعداد والتخطيط لحملات التوعية الأمنية المرورية في إمارة دبي؛**

من الضروري تحديد مفهوم حملات التوعية الأمنية والتي يعرفها الباحث بأنها: "مجموعة الأنشطة والفعاليات التي تستخدمها إدارة التوعية الأمنية للوصول إلى الجماهير على اختلاف فئاتهم عبر وسائل الإعلام المختلفة، لتزويدهم بالمعلومات الأمنية لضمان تفاعلهم الإيجابي مع جهاز الشرطة في إطار من التفاهم والحرص الكامل على مصلحة المجتمع".

وعلى ضوء هذا التعريف نجد أن حملات التوعية المرورية هي محور عمل إدارة التوعية الأمنية باعتبارها جزءاً من منظومة العمل الشرطي.

## التخطيط لحمالات التوعية المرورية:

يستوجب التخطيط لحمالات التوعية المرورية بصفة عامة التحديد الدقيق لمجموعة من العناصر تتمثل بالترتيب الآتي:

- ١- تحديد الهدف.
- ٢- تحديد الجمهور المستهدف.
- ٣- شكل ومضمون الرسالة.
- ٤- اختيار الوسيلة.
- ٥- مهارات القائم بالاتصال.

وسنوضح هذه العناصر المكونة لحمالات التوعية الأمنية المرورية فيما يأتي:

### ١- تحديد الهدف من حملات التوعية المرورية:

سبقت الإشارة إلى أن مشكلة حوادث المرور تعد من المشكلات الرئيسية التي تعاني منها المجتمعات البشرية، إلى حد جعلها تتبوأ المركز الثاني في قائمة الأسباب المؤدية إلى الوفاة نتيجة ارتفاع نسبة إصابات ووفيات حوادث الطرق<sup>(١)</sup>، ونظراً لتنامي هذه المشكلة عاماً بعد عام، فقد استدعى الأمر ضرورة جذب انتباه الجمهور لخطورتها وذلك عن طريق استخدام أساليب متنوعة وجذابة في لفت انتباه الجماهير إليها<sup>(٢)</sup> لتحقيق مجموعة من الأهداف، منها:

- خلق الوعي المروري لدى الجمهور - بالخدمات المرورية - وذلك عن طريق الجهود التعليمية والإرشادية التي تقوم بها الأجهزة المعنية في مجال التوعية المرورية.

---

(١) حمدي شعبان: «نحو فكر اتصالي جديد للإعلام المروري»، مركز البحوث والدراسات، بشرطة دبي، دبي، ١٩٩٥، ص ٢٢.

(2) Cutlipand Center, Effective of public Realties, 6th edition, Prentice Hall, Fame Englewood Cliffs, New Jersey, 1985, p. 259.

- إعداد البرامج التوعوية والإرشادية التي تهدف إلى نشر الثقافة المرورية بين قائدي المركبات ومستخدمي الطرق من خلال وسائل الإعلام المختلفة.
- خلق صورة ذهنية طيبة لجهاز المرور في عيون وأذهان الجماهير من خلال كسب ثقتهم وتحقيق التكامل والاندماج والتعاون بين الطرفين في التصدي للمشكلات المرورية.
- توضيح الرؤية للجماهير التي تستفيد من الخدمة المرورية القائمة منها والجديدة، ومن ثم الاستجابة للجهود التي تبذلها الحكومة لتحسين هذه الخدمة.

## ٢- تحديد الجمهور المستهدف:

تنبثق أهمية تحديد الجمهور المستهدف بدقة من حاجتنا الماسة إلى تحقيق تأثير فعال للرسالة، حتى لا تشتت الجهود وتضيع الإمكانيات التي تم حشدها هباء.

لذا فقد يكون هدفنا توجيه رسائل إعلامية أمنية إلى عموم الجمهور وهو جمهور كبير ومتنوع، ولكن في الوقت نفسه لا بد من الاهتمام بتوجيه رسائل إعلامية إلى جماعات محددة من الجماهير، أو أفراد لها أهمية خاصة في نشر ثقافة الوعي الأمني المروري، أو لمن لهم دور في تحقيق أهداف السياسة المرورية كالإعلاميين ورجال الشرطة، وخبراء المرور، فلكل جمهور مستهدف ما يناسبه من رسائل كما أن له أيضاً ما يناسبه من الوسائل الإعلامية للوصول إليه<sup>(١)</sup>.

فإذا كنا نريد أن نوجه الرسالة الإعلامية إلى الجمهور العام وجب استغلال كل إمكانيات وسائل الاتصال، لتسليط الضوء على مشكلات حوادث المرور وآثارها الاقتصادية والبشرية، فمن الضروري أن يعلم كل فرد الحد الأدنى من المعلومات عن مشكلات المرور وآثارها.

(١) راشد غرب محمود وآخرون: «حوادث السير في إمارة الشارقة»، دراسة تحليلية، مجلة الفكر الشرطي، المجلد الأول، العدد الثالث، مركز بحوث الشرطة، شرطة الشارقة، الشارقة، ديسمبر، ١٩٩٢، ص ٢٤٧.

أما بالنسبة لجماعات الجمهور الخاص مثل قادة المركبات المختلفة فإنه من المهم أن توجه إليهم معلومات كافية توضح لهم أهمية الالتزام بقواعد المرور وآدابه.

فتوجيه الرسالة لكل الجمهور المستهدف ينبغي أن يتناسب مع مستواه الثقافي والفكري، ومن الواجب أن تحتوي الرسالة على معلومات تفصيلية ومكررة بأشكال مختلفة لقادة المركبات والمشاة.

### ٣- شكل ومضمون الرسالة:

الرسالة هي المضمون أو الموضوع الذي ينقله المرسل إلى المستقبل من خلال الوسيلة، وهي أساس عملية الاتصال وجوهرها. وحتى يتم الاتصال لا بد أن يكون هناك قدر أدنى من الخبرات المشتركة بين المرسل والمستقبل، مع الأخذ في الاعتبار أن هناك مجموعة من الشروط الواجب توافرها في الرسالة حتى يتسنى لها أن تحدث التأثير المقصود ومن أهمها:

١- يجب أن ترسل الرسالة بطريقة تمكنها من كسب انتباه المستقبل ويضم ذلك عناصر التوقيت والعناوين والكلمات التي تشد اهتمام المستقبل.

٢- إن الرسالة يجب أن تستخدم العلامات والرموز التي تجمع بين الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل، حتى يتم نقل المعنى المطلوب بسهولة، ويتعلق ذلك باستخدام نفس (اللغة) التي يتكلم بها المستقبل واستخدام نفس المستوى من التعبير الذي يسمح له بالاستيعاب والفهم.

٣- إن الرسالة يجب أن تثير الحاجة الشخصية للمستقبل وأن تقترح طريقة إشباعها كأن تخلق الرسالة ربط بينها وبين بعض حاجاتنا الشخصية مثل الحاجة إلى (الأمان، المكانة، الانتماء، الفهم، التحرر من القيود) أي أنها يجب أن تخلق أو تثير لدى الشخص اقتناعاً بأنه يحتاج إلى القيام بتصرف ما للخروج من حالة القلق أو إشباع الحاجة المثارة.

### ٤- اختيار الوسيلة:

تنقل وسائل الإعلام الرسائل الإخبارية عبر الزمان والمكان، وتقوم باستعراض الظروف المحيطة، ولهذا توصف - بشكل عام - بأنها أدوات تزيد

قدرة الإنسان على فهم مجتمعه، ويقال: إنها تزيد مقدرة الإنسان على التعامل مع واقعه، بتوفيرها معلومات لم تكن تتواجد من قبل لولا تلك الرسائل، ولهذا يجب أن تتكامل وسائل الإعلام المختلفة حتى تشارك جميعها في إحداث التأثير المطلوب مع الأخذ في الاعتبار جوانب القوة والضعف في كل وسيلة، ونظراً لاختلاف قدرات كل وسيلة إعلامية فإنه يقع على كاهل المخططين لحملات التوعية المرورية أن يضعوا في اعتبارهم عدة نقاط لاختيار الوسائل والأشكال الإعلامية المناسبة، مثل:

- مدى الوسيلة أي: درجة انتشارها.
- درجة الصدق والجاذبية بين الوسيلة والجمهور المستهدف.
- أن تتناسب الوسيلة الإعلامية مع معدل الأمية ونوعية الجمهور المستهدف.
- إمكانية وصول الوسيلة الإعلامية للجمهور، فمثلا الرسائل الإعلامية المطبوعة على شرائط فيديو لن تكون في متناول أيد كثيرة كما أن الأمية تحول دون الاستفادة من الوسائل المطبوعة، ومن أهم الوسائل والطرق التي تستخدم في حملات التوعية المرورية للوصول إلى الجماهير كما يأتي:

#### ● الإعلان:

أصبح الإعلان في الوقت الحالي صناعة مهمة وأداة فعالة في التأثير واستمالة الجماهير خاصة في ظل التطورات الهائلة في مجال الاتصال والتكنولوجيا، فالإعلانات المرئية والمسموعة أو الملصقات واللافتات يمكن استخدامها في نشر الوعي المروري وتنمية الوعي العام تجاه المشكلات المرورية.

فوضع الإعلانات الإرشادية في الطرقات والميادين أو لصقها على الحافلات وأعمدة الإنارة أو من خلال اللوحات الإعلانية المضاءة في الشوارع، كل هذه الوسائل يمكن أن تساهم في نشر التوعية المرورية بين أفراد الجمهور لخلق جيل واعٍ بأنظمة السير والمرور، والتعاون مع جهاز الشرطة للحد من الحوادث المرورية المروعة، ويخدم الإعلان إدارة المرور من خلال تقديم مجموعة من المزايا التي تساهم في تحقيق التوعية المرورية ومن أهمها:

- يساعد الإعلان على قبول الخدمات التي يقدمها جهاز المرور والتعرف عليها، وإمكانية تطويرها بالأساليب الحديثة في تقديمها ثم توجيه مستخدمي الطريق إلى كيفية الاستفادة منها.

- يساهم الإعلان في توجيه وتعريف مستخدمي الطريق على اختلاف أنواعهم بالعناصر الأساسية للخدمة المرورية كنظام متكامل (السائق - الطريق - السيارة - نظام المرور - رجال المرور)، حيث إن المعرفة بتفاصيل هذه المكونات تؤدي إلى زيادة الثقافة المرورية التي تعكس في النهاية كفاءة وأداء الخدمة المقدمة، كما يمكن للإعلان أن يساهم في نشر المعرفة عن نظام المرور، من حيث قواعد وآداب المرور التي تتضمن قواعد السير وتحديد السرعات والسير في التقاطعات، وقواعد مرور المشاة، وواجبات قائدي السيارات تجاه المشاة ..... إلخ.

إن المعرفة بهذه المعلومات وغيرها من قانون المرور تتيح الفرصة أمام مستخدمي الطريق في أن يكونوا على مستوى الوعي والكفاءة والخلق اللازمين لنجاح العمل المروري.

- يعتبر الإعلان وسيلة ملائمة في هذا الصدد لإنشاء قنوات اتصال غير مباشرة بين جهاز المرور والمستفيدين من خدماته من خلال وسائل واسعة الانتشار مثل: الصحافة، والإذاعة، والتلفزيون، ولكن ذلك لا ينفي أهمية الشخص أو المرسل في الترويج للخدمة المرورية<sup>(1)</sup>.

#### ● النشر:

يمثل النشر إحدى الوسائل المهمة المستخدمة في مجال العمل المروري من خلال نشر معلومات وبيانات وأخبار عن الخدمة المرورية عن طريق وسائل النشر المختلفة بدون مقابل، مثل: الصحافة، والمجلات المتخصصة، والدوريات، ومن ثم يمكن أن تساهم - هذه الوسائل - في تقديم الخدمة المرورية للجماهير وتوضيح المشاكل التي تعترضها والحلول المقترحة لها.

(1) Bhushan, S, Introduction to Public Administration. S. Chand co, 1997, p. 351.

## ● العلاقات العامة:

تعد العلاقات العامة عنصراً مهماً في الترويج لخدمة المرور، لأن وجود علاقات طيبة بين طرفي التعامل في مجال الخدمة المرورية يساعد على وجود تفاهم مشترك، ومن ثم يتم تقديم الخدمة بشكل ملائم للاحتياجات المطلوبة، ويتضمن برنامج العلاقات العامة في مجال الخدمة المرورية النواحي الآتية:

- دراسة الشكاوى التي تقدم من الجماهير فيما يتعلق بالخدمات المرورية.
- دراسة رأي الجمهور في مدى كفاءة الخدمة الحالية.
- إطلاع الجمهور باستمرار على الخدمات المرورية الجديدة وما يطرأ عليها.

## ● دور السينما:

تعد السينما من وسائل الإعلام الجماهيري وهي ذات شعبية كبيرة تستقطب جماهير عريضة.

وتحقق السينما العديد من الفوائد والمزايا عند استخدامها في حملات التوعية المرورية، من أهمها<sup>(١)</sup>:

- الاستفادة من السينما في تقديم العديد من المزايا للمحتوى أو المضمون الإعلامي المقدم، ويتمثل ذلك في استخدام تقنيات تلك الوسيلة التي تجمع بين الصوت والمؤثرات الصوتية والحركة واستخدام الألوان واتساع الشاشة واستخدام المؤثرات السمعية والبصرية، وتقديم الأحداث والمشاهد بالحجم الطبيعي مما يساعد القائم بالاتصال في المجال المروري على تقديم رسالته الإرشادية للجمهور بدرجة تتسم بالصدق والواقعية.
- إمكانية تحقيق قدر من المرونة الكافية للتغطية الإعلامية حيث يمكن اختيار دور العرض السينمائي في المناطق المستهدف وصول الرسالة الإعلامية المرورية إليها، أو تركيز بعض المعالجات أو الأفكار المرورية في دور سينما معينة في منطقة جغرافية بعينها دون أخرى، وبما يتناسب مع الأسباب

(١) صفوت العالم: "الإعلام المروري في مصر ودول الخليج"، الطبعة الثانية، مكتبة النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٥٨.

والدوافع وطبيعة الحوادث المرورية في كل منطقة، بالإضافة إلى إمكانية اختيار أكثر من لغة في برامج التوعية المرورية.

- إمكانية توظيف الخصائص المميزة للفيلم التسجيلي في تقديم المعلومات العلمية والمعرفية عن ميكانيكا السيارات، القيادة السليمة، صيانة السيارة، حوادث المرور والسرعة وغيرها من مسببات الحوادث مما يزيد من القدرة الإقناعية للسينما كوسيلة تعليمية في مجال المرور.

- الاستفادة من تركيز اهتمام المشاهدين في دور السينما في إدراك ما يعرض عليهم من أفكار واستمالات إقناعية، إذ إن الاهتمام يكون مركزاً نحو شاشة العرض، بما تحويه من مشاهد قد تصور نتائج السرعة في القيادة، أو عدم الالتزام بأنظمة السير والمرور وغيرها، مما يزيد من فاعلية الرسالة المرورية وتأثيرها.

- في أغلب الأحيان نجد أن السينما تخاطب جمهور الشباب من الجنسين الأكثر تأثراً بالمشكلة المرورية من خلال استخدامهم للسيارات وتوظيف السينما في خدمة الإعلام المروري مما يساعد على مخاطبة الجمهور الأكثر اهتماماً وتأثراً بالمشكلة المرورية.

- يمكن استخدام السينما كوسيلة لقياس واختيار مدى تأثير وفاعلية الأفلام الخاصة بالتوعية والإقناع في مجال المرور، مما يساعد على "التقييم القبلي" للرسالة الإعلامية المرورية، ويتمثل ذلك في إمكانية تعديل أو إلغاء بعض المشاهد في الأفلام.

- السينما وسيلة إعلامية تخاطب جميع الفئات في المجتمع، وأحياناً بكل اللغات، وهذه الخاصية يمكن استغلالها في مخاطبة الجمهور بلغات عديدة. وفي دولة الإمارات تم استغلال هذه الخاصية في بث الإرشادات المرورية والتوعية بأخطار الحوادث بلغات متعددة للناطقين بغير العربية خاصة وأن المجتمع الخليجي يزيد فيه مستخدمو السيارات من الجنسيات الآسيوية وغيرها.

## • الإذاعة:

تساعد الإذاعة عند استخدامها في الإعلام المروري على تحقيق العديد من المزايا أهمها:

- فورية الاتصال، وهي خاصية مهمة في الإعلام المروري يمكن أن تتحقق من خلال استخدام الإذاعة في مخاطبة قائدي السيارات في أي موقع كان وبأسرع وقت وخاصة في مناطق الازدحام المروري والاختناقات التي تحدث بسبب الحوادث المرورية، وتوجيه السائقين إلى استخدام طرق بديلة، وقد استخدمت شرطة دبي هذه الوسيلة من خلال تخصيص قسم للإذاعة بغرفة العمليات مرتبط بإذاعة دبي يتم من خلاله توجيه السائقين، وبث برامج التوعية المرورية بشكل مستمر في فترات الذروة - خاصة - التي تزداد فيها الحركة المرورية.

- من خلال برامج الإذاعة يشعر المستمع أن الرسالة الإعلامية قد أعدت له بصفة شخصية من خلال استخدام بعض الكلمات والجمل الإيحائية، مثل: "عزيزي قائد المركبة" أو "أخي السائق" وهذا في حد ذاته يساهم في تفاعل الجمهور مع مثل هذه البرامج.

- يمكن الاستفادة من تنوع وكثرة عدد البرامج الإذاعية، وقصر المدة الزمنية المحددة لكل برنامج في تقديم بعض الرسائل الإعلامية المختصرة، مثل بعض الرسائل الإعلامية المرورية كالإرشادات المرورية التي تذاع بين فقرات البرامج اليومية، كما يمكن توجيه رسائل توعوية تذاع في فترة الصباح أثناء خروج الموظفين إلى أعمالهم كبرنامج "طريق السلامة" أو برنامج "عيون لا تنام" اللذين يذاعان من خلال إذاعة دبي وتشرف عليهما الإدارة العامة لخدمة المجتمع.

- يساعد استخدام الإذاعة على انتشار الرسالة الإعلامية المرورية نتيجة قدرتها على مخاطبة جميع الفئات بما يتفق مع ثقافتهم واهتماماتهم فضلا عن القدرة الإيحائية للإذاعة، مما يزيد فرص جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بمضمون الرسائل الإعلامية المرورية كالشعارات والجمل الإرشادية المستخدمة في التوعية المرورية.

## ● التليفزيون:

يعد التليفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية جذباً وانتشاراً وتأثيراً، بل أضحت الوسيلة الإعلامية الأولى في مجتمعاتنا العربية على وجه الخصوص نظراً لانخفاض معدلات القراءة، وارتفاع نسبة الأمية، وتراجع الاستماع إلى الإذاعة في ضوء منافسة شرائط الكاسيت والأسطوانات الممغنطة (C. D).

ويتميز هذا الجهاز بقدرته المرتفعة في مجتمعاتنا فهو يلعب دوراً إيجابياً في مجالات التثقيف والتعليم في شتى الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والرياضية والصحية والأمنية.

وتشير الدراسات إلي ارتفاع نسبة المشاهدة التي يحظى بها التليفزيون مقارنة بالوسائل الأخرى<sup>(١)</sup>، وهو ما يجعل منه وسيلة ذات تأثير فعال حيث إنه متواجد داخل كل منزل ولا يتطلب الانتقال إليه وتتوافر له مجموعة من الخواص الأخرى المتمثلة في الصورة الملونة والصوت وإمكانية البث المباشر والفوري لكثير من الفعاليات والأحداث في وقت حدوثها ذاته، وهو الأمر الذي يحقق له التفوق في نقل الأحداث عن غيره من وسائل الإعلام الأخرى مما يمنحه مصداقية عالية.

كما يمكن استخدام هذه الوسيلة كخلفية موسيقية وحركية مصاحبة خلال إنجاز العديد من الأعمال وقضاء أوقات الفراغ من خلال ما يقدمه من مسلسلات وأفلام وبرامج ثقافية وبرامج المنوعات والمسابقات.

وقد أوصت العديد من الدراسات الإعلامية إلى ضرورة التخطيط وإعداد البرامج التليفزيونية المقدمة للمشاهد العربي حتى لا يتوجه إلى القنوات الفضائية الأجنبية والبرامج الأجنبية التي قد لا تتوافق مع قيم مجتمعاتنا العربية وثقافتها<sup>(٢)</sup>.

لذا فإن التليفزيون يجب أن يكون بمثابة وسيلة وقاية للمجتمع بما يحفظ أمنه وسلامته من الأخطار التي قد تحيط به سواء من الداخل أو الخارج.

(١) نسمة البطريق: «التأثير الاجتماعي للدراما في التليفزيون المصري»، مرجع سبق ذكره، ٢٠٠١،

ص ٣٢.

(٢) المرجع السابق، ص ٣٨.

ولتحقيق هذا الدور الإيجابي من خلال تلك الوسيلة الإعلامية المهمة يجب التركيز على ضرورة التكامل والتفاعل بين هذا الجهاز (التلفزيون) ذي التأثير الفعال والأجهزة الأمنية، مما يساهم في تدعيم رسالة الشرطة في المجتمع.

والتلفزيون يمكن أن يحقق العديد من الفوائد والمزايا إذا تم توظيف إمكانياته وتحقيق الاستغلال الأمثل لها في الحملات التوعوية المرورية، وتمثل تلك الفوائد والمزايا في الآتي:

- أسلوب العرض من خلال استغلال إمكانيات التلفزيون من حيث الصوت والصورة والحركة واستخدام الألوان مما يساعد القائم بالاتصال في مجال المرور في تقديم رسالته الإرشادية للجمهور بدرجة عالية من المصداقية.

- إمكانية تحقيق المرونة الكافية في اختيار قالب الذي يمكن تقديم الرسالة الإرشادية والتوعوية من خلاله، فهناك العديد من القوالب الإعلامية في المسلسلات والبرامج الترفيهية وبرامج المسابقات والبرامج الدينية والثقافية والتعليمية.

- يمكن للتلفزيون أن يلفت الانتباه بشدة إلى المشكلة المرورية وأبعادها والتوعية بدرس أخطارها من خلال نقل الفعاليات المصاحبة لها من ندوات ومحاضرات ومسابقات ومناسبات واحتفالات شرطية.

- إمكانية إنتاج دراما تلفزيونية للتوعية بالمشكلة المرورية من خلال الأفلام والمسلسلات.

- يحقق التلفزيون كوسيلة إعلامية مخاطبة جميع فئات وطوائف المجتمع وبجميع اللغات، نظراً لأن المجتمع الإماراتي يضم جنسيات أخرى مقيمة؛ آسيوية وأوروبية وعربية بالإضافة إلى أبناء الدولة.

- يمكن استخدام البرامج التلفزيونية في خلق اتصال مباشر مع الجماهير للتعرف على آرائهم ومقترحاتهم فيما يتعلق بمشكلة المرور وتلقي شكاوهم والرد عليها من خلال برامج مفتوحة يمكن وضع مسميات مختلفة لها،

مثل: "حوار مع مسئول". "أنت تسأل ونحن نجيب". مما يخلق التواصل والتفاعل مع الجماهير ويولد انطباعات ومصداقية عالية للجهاز الشرطي.

- إمكانية إنتاج أفلام تسجيلية تقدم معلومات معرفية وتعليمية عن ميكانيكا السيارات وطرق القيادة، وصيانة السيارات، وإجراءات الفحص وتجديد الملكية.

- يمكن - من خلال التعاون مع الإدارة العامة للمرور - الاستعانة ببعض نماذج القدوة ومشاهير المجتمع من الرياضيين والفنانين والمشاهير في التوجيه والتوعية المرورية من خلال تقديم برامج التوعية أو مسابقات التوعية ومن خلال المشاركة أيضا في الندوات والمحاضرات التي يمكن للتلفزيون بثها خلال أسابيع المرور أو خلال دورته البرمجية.

ويرى الباحث ضرورة أن تقدم رسائل الإرشاد والتوعية المرورية من خلال أوقات الذروة، يقصد بها الأوقات التي تتمتع بنسبة أعلى مشاهدة بين الجمهور، والتي غالباً ما تتمثل في أوقات عرض المسلسلات والأفلام ونشرات الأخبار، وأخيراً مباريات كرة القدم، كما سيأتي تفصيلاً في الفصل السادس.

ويمكن أن تبث رسائل توعية قصيرة غير منطوقة تظهر على الشاشة التلفزيونية خلال عرض المباريات والأفلام والمسلسلات في ثوانٍ معدودة مع توخي الحذر من كثرة التكرار حتى لا تتعرض للإهمال من جانب المتلقي.

#### • المعارض:

المعارض المرورية التوعوية هي إحدى الطرق والوسائل المهمة للتعريف والتوعية بالمشكلة المرورية، تستهدف في المقام الأول تدعيم العلاقات الإيجابية بين الجهة المنظمة والجمهور.

ويتضمن استخدام المعارض في الإعلام المروري - في العادة - المشكلة المرورية والقضايا الرئيسية التي يتم التركيز عليها خلال فعاليات أسبوع المرور وتقام في الأماكن العامة كالحدائق والأسواق والمدارس.

وهذه المعارض يتم من خلالها تقديم الإرشادات المرورية في شكل صور وإحصائيات وأفلام وشعارات توعوية في مجال المرور، وتوزيع المطبوعات والنشرات الصادرة عن دوائر الشرطة، بمناسبة أسبوع المرور أو بمناسبة تنظيم الحملات التوعوية المرورية، كالتي تنظمها شرطة دبي باستمرار للتصدي لمشاكل المرور وأسبابها وفي مقدمتها السرعة الزائدة على الطرقات الداخلية والخارجية.

#### • المسابقات:

تعد المسابقات إحدى الطرق والوسائل لجذب الانتباه وإثارة الجمهور المستهدف، لخلق الاهتمام بالمعلومات الخاصة بالمشكلة المرورية، ومن ثم في نشر الثقافة المرورية وتوعية الجماهير بحجم وأخطار حوادث المرور الناجمة عن عدم الالتزام بقواعد المرور، وذلك من خلال طرح أسئلة قصيرة، ويتم تنظيم مثل هذه المسابقات أحياناً في برامج الحملات المرورية، حيث تذاق هذه المسابقات وتنشر في وسائل الإعلام المختلفة كالإذاعة والتلفزيون والصحف اليومية، مع تخصيص جوائز للفائزين في هذه المسابقات.

وتتميز هذه المسابقات بإمكان توظيفها لتوعية جميع أفراد المجتمع على اختلاف أعمارهم وفئاتهم، ويمكن خلق الانتباه لهذه المسابقات من خلال تقديمها لتلفزيونياً وإذاعياً باستغلال مشاهير النجوم في تقديمها.

#### • الندوات والمحاضرات:

هي نوع من وسائل الاتصال المباشر وجهاً لوجه (Face to face) تتيح للحضور فرصة الحوار والنقاش وتبادل الرأي.

كما تتيح للقاء بالندوة (المرسل) تلمس رد الفعل السريع والمباشر لرسالته من خلال تجاوب الحضور (المتلقي) لذا فإن هذه الوسائل تعد من أفضل أنواع الاتصال والإعلام المستخدم في التوعية المرورية.

وتبرز أهمية تلك الوسيلة خصوصاً مع فئة الشباب لأنها تتيح للمستقبلين فرصة التحاور وطرح الأسئلة والتعقيب عليها وتقديم الآراء والاقتراحات والاستفسارات بحرية دون قيود حول المواضيع المرورية المطروحة.

ويمكن استخدام هذه الوسيلة بفعالية أيضاً عند مناقشة تعديلات مقترحة في قانون المرور أو عند الشروع في تقديم خدمة جديدة مرورية غير مألوفة من قبل.

وتنظم معظم إدارات المرور في الدول العربية مثل هذه الندوات والمحاضرات في المناسبات الخاصة بها كأسابيع المرور مثلاً أو الاحتفالات بيوم الشرطة العربية أو الاحتفال باليوم العالمي للمخدرات، لتجعل منها فرصة للالتقاء بالفئات المستهدفة من الجمهور.

#### ● الإنترنت:

إن الانتشار الهائل لشبكة الإنترنت، والتوسع المستقبلي المتوقع لها جعلها من أبرز وسائل الاتصال في الوقت الحاضر وهو الأمر الذي دفع المؤسسات الشرطية المختلفة إلى الاستفادة من التقنيات العالية للإنترنت للتواصل مع الجمهور.

والجدير بالذكر أن شرطة دبي كان لها سبق في استخدام هذه الوسيلة الفعالة في التوعية والإرشاد حيث طبقت مجموعة من البرامج، مثل: الإرشادات المرورية للمتقدمين لفحص السياقة، بالإضافة إلى برنامج الاستفسار عن المخالفات المرورية ودفع هذه المخالفات، وكيفية تجديد ملكيات المركبات وغيرها من البرامج الإلكترونية التي تستخدم عبر شبكات الإنترنت.

ولكي تؤتي هذه الحملات ثمارها في إنجاح جهود الإعلام المروري يجب أن يكون التخطيط والإعداد لهذه الحملات قائماً على أسس علمية دقيقة، ومن خلال توافر الخبرات والكفاءات القادرة على التخطيط والإعداد والتنفيذ لها بعيداً عن العشوائية والنمطية، مع الأخذ في الاعتبار الخبرات المتراكمة السابقة وتعزيزها بما هو جديد وحديث من تجارب حملات توعية مرورية ناجحة طبقتها الدول الأخرى ودراسة مدى إمكانية الاستفادة منها وتطبيقها لتناسب مجتمعاتنا العربية.

وتجدر الإشارة هنا إلى أنه يجب التركيز على تحديد مضمون الرسالة المراد توصيلها إلى الجمهور المستهدف، مع الأخذ في الاعتبار البعد عن أسلوب الوعظ والإرشاد المباشر، مع ضرورة ربط الموضوع والمعلومات بالاهتمام المباشر للفرد، فعلى سبيل المثال يمكن توضيح أثر عدم الالتزام بقواعد المرور في حياة الأشخاص.

وفي هذا الإطار يجب علينا أن ندرك أن لكل رسالة إقناعية وسيلة وأسلوباً في التقديم تتوقف على بعض الخصائص المتعلقة بالرسالة وطبيعة الوسيلة، وأمور أخرى مثل الجمهور المستهدف ونوعية الرسالة، لذا لا بد من التنوع في أساليب التقديم، وفي نوعية البرامج وأشكالها التي تقدم وفقاً للجمهور المستهدف<sup>(١)</sup> ولنجاح ذلك لا بد من استخدام أنواع مختلفة من الاستمالات، مثل:

#### استخدام استمالات التخويف:

قد يستخدم القائم بالاتصال التهديد أو التخويف لجعل الفرد يُقدم على سلوك معين، وفي هذه الحالة يعاني المتلقي من التوتر، فإن توافرت بالرسالة المعلومات فإن تعاون الفرد على تجنب الخطر سيقبل توتره وقلقه، وهو الأمر الذي يفرض علينا أن نقدم توصيات أو حلولاً تقلل هذا التوتر.

وحتى نشير التوتر يجب أن يكون التهديد له معنى عند المتلقي كأن يكون مفهوماً بوضوح، فكلما كان التهديد المحتمل غير مألوف زادت الحاجة للتطوير والشرح لإثارة التوتر العاطفي.

#### ذكر الهدف بوضوح أو بشكل ضمني:

يتوقف ذلك على درجة ذكاء ومعرفة المتلقي ومدى أهمية الموضوع للفرد، فالفرد الأقل ذكاءً والأقل تعليماً قد لا ينجح في استنتاج الهدف بمفرده وبالتالي فإن على القائم بالاتصال جعل الهدف أكثر وضوحاً، أما إذا كان الفرد

(١) حمدي شعبان: «العلاقات العامة وفن التعامل مع الجماهير»، مرجع سبق ذكره، ص ٢٥ .

لديه معلومات عن الموضوع فمن الأفضل تركه يستنتج الهدف وحده، أما إذا كان الموضوع على قدر كبير من التعقيد فيفضل تقديم النتائج بشكل محدد، كذلك إذا كان مصدر الرسالة أو القائم بالاتصال على شك فإن تأثيره سيقبل إذا قدم الرسالة بشكل محدد، أي أن الرسالة التي تقدم سلسلة من الحجج المعقدة وغير المألوفة لموضوعات غير معلومة ومعروفة للأفراد الأقل ذكاء، تصبح هذه الرسالة أكثر فعالية عندما تقدم نتائجها بشكل محدد عما إذا تركت للجمهور مهمة استخراج النتائج.

### استخدام الاتجاهات أو الاحتياجات الموجودة؛

يكون الفرد أكثر استعداداً للاستماع إلى الرسالة الإعلامية التي تحقق احتياجات قائمة لديه فضلاً عن الرسالة التي تسعى لخلق احتياجات جديدة. تأثير رأي الأغلبية:

كلما بدت المعلومات التي تتضمنها الرسالة وكأنها تتفق مع الرأي السائد في المجتمع ازداد احتمال قبول الأفراد لها، وكذلك كلما بدت الرسالة وكأنها تعكس رأي الخبراء زاد تقبل الجمهور لمضمونها.

### التكرار وتأثير تكرار التعرض؛

مما لا شك فيه أن التكرار من خلال التنوع في مضمون وشكل الرسالة يمثل عنصراً شديداً التأثير، بينما تكرار الرسالة بدون تنوع يجعل تأثيرها يتناقض حتى يختفي بعد تكرارها لمدة سبع أو ثمان مرات على المدى القصير نظراً لإحساس الفرد بالملل والرتابة نتيجة للتعرض لرسالة لا تتضمن عناصر التجديد والتطوير والتنوع.

### 5- مهارات القائم بالاتصال؛

القائم بالاتصال هو المرسل الذي يبدأ عملية الاتصال، وقد يكون هذا المرسل فرداً أو منظمة، ويتوقف تأثير المرسل على كيفية إدراك الجمهور لجدارة المرسل بالثقة، وهذا لا شك يتحدد بناء على درجة خبرة المرسل بالرسالة التي

تصدر عن شركة أو جهة مشهورة ومحترمة في نظر الجمهور، تلاقى قبولاً أكثر من ذلك الذي تلقاه رسالة مشابهة صادرة عن شركة أقل شهرة واحتراماً.

وأخيراً فإن حملات التوعية المرورية، تعتبر ركيزة أساسية من ركائز الإعلام الأمني، الذي حرصت شرطة دبي على تخطيطها وتنفيذها - في وقت مبكر - حتى أصبح لها رصيد جيد من الخبرة في مجال التوعية المرورية ومثل يحتذى به لتعميمه في بقية إمارات الدولة.

وفي الفصل التالي سوف يتم قياس كفاءة حملات التوعية الأمنية المرورية في دبي للوقوف على ملامح هذه التجربة.