

الفصل السادس

تقييم فاعلية حملات التوعية الأمنية المرورية في إمارة دبي

* المبحث الأول: حملات التوعية الأمنية المرورية بإمارة دبي.

* المبحث الثاني: قياس كفاءة حملات التوعية الأمنية

المرورية بإمارة دبي.

تقييم فاعلية حملات التوعية الأمنية المرورية في إمارة دبي

مما لا شك فيه أن الإعلام الأمني يمكن أن يلعب دوراً إيجابياً لدعم رسالة الشرطة في المجتمع من خلال التنسيق والتعاون مع مؤسسات الدولة المختلفة، ولما كانت مشكلة المرور من المشاكل الأمنية التي تسبب القلق للأجهزة الشرطية على المستوى المحلي والعربي من واقع ارتفاع معدلاتها بشكل ملفت للنظر، فقد كان لشرطة إمارة دبي تجربة خاصة في مجال الإعلام الأمني فيما يتعلق بخفض معدلات حوادث المرور، من خلال تنظيم مجموعة من الحملات التوعوية المرورية كأسلوب حضاري في معالجة مشكلات المرور عن طريق القيام بحملات توعوية مرورية مكثفة تستهدف توعية أفراد الجمهور كافة بمخاطر الطريق والمركبات وإجراءات السلامة الواجب اتباعها.

ونظراً لثراء تجربة إمارة دبي في مجال التوعية المرورية فسوف نتعرض لها بالدراسة في هذا الفصل وعنوانه «تقييم وقياس فعالية حملات التوعية المرورية بإمارة دبي» من خلال مبحثين.

المبحث الأول: حملات التوعية المرورية في إمارة دبي بأنواعها :

أولاً : متوسطة المدى.

ثانياً : قصيرة المدى.

ثالثاً : قصيرة جداً.

المبحث الثاني: قياس كفاءة حملات التوعية الأمنية المرورية بإمارة دبي

من حيث :

أولاً : الخصائص العامة للمبحوثين.

ثانياً : أسباب ارتفاع معدلات حوادث المرور.

ثالثاً : وسائل الحد من ارتفاع معدلات حوادث المرور.

رابعاً : تقييم كفاءة برامج التوعية الأمنية المرورية.

المبحث الأول

حملات التوعية المرورية

بإمارة دبي

لعله من المفيد قبل التطرق لدراسة حملات التوعية المرورية بإمارة شرطة دبي الإشارة إلى التعاون الإقليمي في مجال مكافحة ومواجهة المشكلة المرورية من خلال تنظيم أسابيع المرور التي تعد من أهم الأحداث الخاصة التي تقوم بها العلاقات العامة في إدارات المرور بوزارة الداخلية بمجلس التعاون الخليجي بهدف تنشيط الاتصال بالجمهور العام، وتوطيد الصلات الشخصية والتركيز على إحدى المشكلات المرورية من خلال توظيف جميع الأنشطة والأساليب الاتصالية والإقناعية والإعلامية في سبيل إثارة الاهتمام لدى فئات الجماهير النوعية المستهدفة من قائدي المركبات ومستخدمي الطريق بالمشكلة المرورية المثارة.

وتجدر الإشارة إلى أن أسبوع المرور أصبح تقليداً سنوياً تتبعه دول مجلس التعاون الخليجي منذ عام ١٩٨٤، ويتم الإعداد والتنظيم والتنسيق له من خلال اجتماع دوري للجنة التوعية المرورية المنبثقة من الأمانة العامة بدول مجلس التعاون الخليجي والمكون أعضائها من مديري فروع العلاقات العامة والتوجيه المعنوي بإدارات المرور بدول المجلس، حيث يتم اختيار شعار موحد لأسبوع المرور الذي ينظم عادة في شهر مارس أو أبريل من كل عام.

واستناداً لتوصية مديري المرور بدول المجلس لتبادل الخبرات الميدانية خلال أسابيع المرور تم الاتفاق على إرسال ضباط وصف الضباط للقيام بزيارات ميدانية بزيهم العسكري، بهدف المشاركة في الفعاليات والأنشطة واللقاءات التوعوية التي تقام خلال أسبوع المرور الموحد بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربي، ونذكر في هذا الصدد أن أول أسبوع مروري أقيم بدول

مجلس التعاون الخليجي كان في عام ١٩٨٤م تحت شعار (حزام الأمان) وآخر أسبوع^(١) مرور نظم في عام ٢٠٠٢ وكان شعاره (أعط الطريق حقه).

وقد تبين أن التعاون الإقليمي في مجال مواجهة المشكلة المرورية اتجه محمود يستحق الإشادة به والحرص عليه وتفعيله والتطلع إلى تعاون مثمر في مجالات مكافحة المخدرات والجريمة المنظمة، ويمثل تجسيدا لإدراك دول مجلس التعاون بأهمية التعاون الأمني في تحقيق الاستقرار المنشود للمجتمع الخليجي.

أما عن تجربة شرطة إمارة دبي في مجال التوعية المرورية^(٢) فقد سلكت أسلوب الحملات المرورية المكثفة كأسلوب حديث متكامل لمعالجة مشاكل المرور والقضايا الأمنية المتعلقة به.

والجدير بالذكر أن قسم حملات التوعية بالإدارة العامة لخدمة المجتمع بشرطة دبي تتولى مهام وضع الاستراتيجية الخاصة بالحملات المرورية، والإشراف على تنفيذها طبقاً للبرنامج الزمني المحدد بالإضافة إلى رصد نتائج تلك الحملات واتباع الأساليب الحديثة في مجال التوعية وتنوع الوسائل الإعلامية المستخدمة سواء المباشرة أو الوسائل الإعلامية، وإصدار المطبوعات والكتيبات والملصقات الخاصة بتلك الحملات.

ولما كان نجاح هذه الحملات يتوقف في المقام الأول على صيغة التعاون الجماعي بين جميع مؤسسات الإمارة وجهة الاختصاص فإن قسم التوعية الأمنية يقوم بدور كبير في هذا المجال إدراكاً منه لأهمية منظومة العمل الجماعي في إنتاج الأحداث والفعاليات الضخمة (Mega events).

وقد استطاع قسم التوعية الأمنية بإدارة الإعلام الأمني بشرطة إمارة دبي تنظيم عدد من الحملات المرورية بدءاً من عام ١٩٨٤، وانتهاء بعام ٢٠٠٣ وكان عددها ١٧ حملة توعية مرورية، بيانها كالتالي:

(١) تم إلغاء فعاليات أسبوع المرور عام ٢٠٠٣ بسبب العدوان الأمريكي على العراق.
(٢) جاسم خليل ميرزا : «حملات التوعية المرورية بشرطة دبي»، الطبعة الأولى، مطبعة بن دسمال، دبي، ٢٠٠٠م، ص ١٤.

أولاً: حملات التوعية الأمنية المرورية متوسطة المدى:

ويقصد بها الحملات التي استمرت أكثر من أربعة شهور وتضم ثماني حملات مرورية متتابعة منذ الحملة الأولى ١٩٨٥م إلى الحملة الثامنة ١٩٩٣.

الحملة المرورية الأولى «شعارات متعددة»:

(من ١٩٨٤/٩/١٥ إلى ١٩٨٥/١/١٥م):

تعد الحملة المرورية الأولى من الحملات الشاملة، وكان من أهدافها ترسيخ السلوك المروري السليم لدى الجمهور من خلال عدة مواضيع ومحاور منها: السرعة، الحمولة الزائدة، استخدام حزام الأمان، الإطارات ومدى جودتها، التركيز أثناء القيادة، ترك مسافة كافية بين السيارات، عدم دخول الشارع العام قبل التأكد من خلوه، وتوعية الأطفال بمخاطر الطريق. وتم تنفيذ برامج الحملة من خلال أسلوبيين:

أولهما: إعلامي توعوي وذلك من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

وثانيهما: تنفيذي (ضبط المخالفين) وتوقيع العقوبات المناسبة بحقهم، واتخاذ الإجراءات القانونية، ومن أهم البرامج والوسائل الإعلامية التي استخدمت في الحملة إعداد الملصقات والكتيبات الخاصة بالتوعية، بهدف دعوة السائقين لاتباع تعليمات المرور وتجنب الحوادث صيانة لأرواحهم وممتلكاتهم بالإضافة إلى مسابقة للأطفال ممن تراوحت أعمارهم بين ٧ - ١٢ سنة حول كتابة أحسن قصة يرويها الطفل عن حوادث السير بالتعاون مع الطلاب والطالبات. وكان من نتائج الحملة مجموعة من التوصيات، أهمها:

- مطالبة بلدية دبي بضرورة الإسراع في تنفيذ مشروع ترقيم شوارع دبي، خدمة للجمهور.

- رفعت القيادة العامة لشرطة دبي مذكرة إلى لجنة السير والمرور بالمجلس البلدي لاستدعاء وكلاء السيارات اليابانية والكورية بدبي، لمناقشتهم حول مدى توافر وسائل الأمان فيها بعد أن ثبت لشرطة دبي - من خلال الفحص الفني على بعض هذه السيارات - خلوها من المواصفات الفنية المطلوبة، مما

يجعلها تهدد حياة السائقين والركاب بالخطر وتضمنت المذكرة اقتراح شرطة دبي بمطالبة الدول المنتجة والمصدرة لهذه النوعية من السيارات بأن تكون ماثلة لمثانة وجودة السيارات التي تستخدمها في بلدها.

- مطالبة شركة دبي للغاز الطبيعي (دو غاز) إحالة مشروع تسيير السيارات بالغاز الطبيعي بدلاً من الوقود التقليدي إلى لجنة السير والمرور لمناقشته والبت فيه.

- أثبتت وسائل الإعلام المختلفة تعاونها وتجاوبها مع الحملة المرورية، من خلال إجراء التحقيقات حول الشوارع المهمة التي تربط إمارة دبي بالإمارات الأخرى، مثل: (طريق دبي - الشارقة) و(طريق دبي - العين) و(طريق دبي - أبو ظبي) حيث كانت هذه الطرق قبل تعديلها مصدراً للحوادث الخطيرة المروعة، وقد راح ضحيتها العديد من السائقين.

- ومن النتائج المهمة للحملة إصدار سمو الشيخ حمدان بن راشد آل مكتوم - نائب حاكم دبي وزير المالية والصناعة، في يناير عام ١٩٨٧ - قراراً وزارياً بشأن الإجراءات التنفيذية لتطبيق المواصفات القياسية للسيارات الجديدة المستوردة ما لم تحصل على شهادة مطابقة للمواصفات والمقاييس الخليجية المتعمدة من قبل إدارة المواصفات والمقاييس وتكوين «لجنة فنية للمقاييس والمواصفات» بدولة الإمارات العربية المتحدة، وكان من مهامها اتخاذ الإجراءات اللازمة لإيقاف دخول أية شحنة سيارات إلى الدولة إذا كانت لا تتطابق مع المقاييس والمواصفات المطلوبة، وإعادة هذه الشحنة إلى الدولة المنتجة، وذلك من خلال الاتصال المباشر بين إدارة الجمارك في تلك الدولة، ولجنة المقاييس والمواصفات بدولة الإمارات العربية المتحدة.

الحملة المرورية الثانية تحت شعار «حزام الأمان»:

من ١٥/٩/١٩٨٥م حتى ١٥/١/١٩٨٦م.

استكمالاً لحملة التوعية المرورية الأولى في عام ١٩٨٤م جاءت الحملة المرورية الثانية أكثر توفيقاً، حيث توفرت لها المادة والخبرة والدراسة الدقيقة

عن مشاكل المرور بصفة عامة، وكان شعارها «حزام الأمان»، حيث ركزت الشرطة جهودها من أجل توعية السائقين بأهمية استخدام حزام الأمان أثناء القيادة، وقد لوحظ خلال فترة الحملة استجابة السائقين وخاصة الشباب لنداءات الشرطة للالتزام بربط حزام الأمان أثناء القيادة، ومن النجاحات التي حققتها الحملة أن ساهمت عدة جهات حكومية وغير حكومية لدعم هذه الحملة والترويج لها وإيصال أهدافها إلى أكبر قطاع من الجمهور، فقد وافق مجلس الإعمار بدبي على وضع شعار الحملة المرورية على عقود الإيجار التي يتم تحريرها إلى جميع مستأجري الشقق التابعة للمجلس، وكان يزيد عددهم آنذاك عن تسعة آلاف مستأجر.

كما قامت هيئة البريد في دبي بوضع أختام تحمل عبارات التوعوية المرورية على جميع الرسائل الصادرة والواردة إلى دبي، وتحت شعار: «اختبر معلوماتك واريح» نظم مركز الغرير بدبي مسابقة تمثلت في توزيع نماذج تضمنت أسئلة وثلاث إجابات مختلفة، وعلى المتسابق أن يحدد الإجابة الصحيحة من بينها، بالإضافة إلى مسابقة للأطفال بعنوان: «لون واريح» تضمنت بعض الإرشادات المرورية.

كما أن وسائل الإعلام ساهمت بفاعلية في نشر وتوضيح أهداف الحملة، وعلى الخصوص الأجهزة المرئية والمسموعة حيث استحدثت تلفزيون الإمارات العربية المتحدة من دبي برنامجاً، عنوانه: «لحظة من فضلك» يتضمن حوالي ١٥٠ سؤالاً حول المعلومات المرورية والإرشادية الخاصة بقائدي المركبات وذلك حول كيفية تجنب مخاطر المرور، وتم توظيف مسرح العرائس في مجال التوعية المرورية لأول مرة في الإمارات حيث أعد نصاباً درامياً اشتمل على بعض التعليمات والتوجيهات المرورية، وحرصاً من القيادة العامة لشرطة دبي على إنجاح الحملة فقد أعفت مخالفي الرادار الذين يقودون سياراتهم وهم يربطون حزام الأمان بسرعة تقل عن مائة كيلو متر في الساعة بهدف تشجيع السائقين على استخدام حزام الأمان أثناء القيادة.

وقد حققت الحملة نتائج عدة، من أهمها:

أن الجهود التي قامت بها شرطة دبي لإنجاح الحملة المرورية الثانية لفتت أنظار الكثيرين إليها، وفي هذا المجال قامت السفارة السويدية بدولة الإمارات بدعوة وفد الجمعية السويدية للسلامة على الطرق (*) للمشاركة في حملة التوعية المرورية بدبي تطوعاً دون مقابل، حيث حضر وفد من أربعة خبراء في مجال المرور للتباحث مع المسؤولين في شرطة دبي « في مجال قضايا المرور، والمشاركة في حملات التوعية المرورية التي تنظمها شرطة دبي.

كما أن الحملة المرورية الثانية حققت نجاحاً ملموساً، ليس على مستوى دبي فحسب بل على مستوى الإمارات الأخرى حيث كان من نتائج ذلك صدور قرار بإمارة رأس الخيمة يقضي بالزام السائقين باستخدام حزام الأمان اعتباراً من ١٩٨٦م.

وفي إمارة عجمان أصدر المدير العام للشرطة قراراً يقضي بالتزام جميع الضباط وضباط الصف والأفراد في شرطة عجمان باستعمال حزام الأمان سواء كانوا يقودون سيارات الشرطة أو سياراتهم الخاصة.

إن المتتبع لحركة السير في إمارة الشارقة يلاحظ أن النسبة الكبرى من السائقين بدأت تستخدم حزام الأمان أثناء القيادة، هذا بالإضافة إلى سائقي الأجرة القادمين من باقي الإمارات إلى دبي يستخدمون الحزام عملاً بتعليمات ونصائح رجال التوعية المرورية في دبي.

الحملة المرورية الثالثة تحت شعار «خطوط عبور المشاة»:

من ١٠/١/١٩٨٦م وحتى ٣١/١/١٩٨٧م :

هدفت الحملة المرورية الثالثة إلى البحث في أسباب الحوادث المرورية التي يتعرض لها المشاة وخاصة الحوادث والإصابات التي تقع للطلاب والأطفال أثناء

(*) جمعية حكومية تضع قوانين المرور في السويد وتشرف على تنفيذها وتطبيقها.

عبورهم الطرق دون الأخذ بقواعد وأنظمة المرور. وقد اعتمدت خطة الحملة على مشاركة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة لتوعية السائقين والجمهور بشكل عام بمشكلة الحوادث المرورية التي تنجم عن عدم احترام خطوط عبور المشاة، حيث أعدت مجموعة من البرامج الإذاعية والتلفزيونية، من أهمها برنامج أسبوعي باللغة العربية، وآخر بالإنجليزية، من اللقاءات اليومية، مع الجمهور عبر برامج «البث المباشر» كما خصصت كل من إذاعتي رأس الخيمة، وأم القيوين، برامج توجيهية مباشرة ماثلة، وخصصت دائرة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدبي، ووزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية جانباً من خطب الجمعة للمواضيع المتعلقة بالأمن والسلامة واحترام قواعد السير والمرور. وفي إطار مشاركة طلاب المدارس قدمت جماعة التمثيل بمدرسة ثانوية بدبي مسرحية، عنوانها (غلطة صغيرة) تستهدف إقناع الجمهور - من خلال المعالجة الدرامية - بالكثير من مواضيع السلامة المرورية كاستخدام حزام الأمان واحترام المشاة والالتزام بالنظم والقواعد المرورية العامة.

وكان من نتائج الحملة أن باركت جميع وسائل الإعلام نجاح الحملة وتحقيق أهدافها، وتعاونها مع شرطة دبي لنشر التوجيهات والتحذيرات المرورية إلى الجماهير، بالإضافة إلى إشادة لجنة السير والمرور بدبي بالنتائج والتوصية في إحدى جلساتها بضرورة إنشاء أنفاق لعبور المشاة في الشوارع الرئيسية بالمدينة، ووضع إشارات ضوئية لعبور المشاة، وقد رفعت هذه التوصية إلى لجنة الأغراض العامة ببلدية دبي لإقرارها، ومن ثم تنفيذها.

الحملة المرورية الرابعة تحت شعار «سلامة الطفل»:

من ١٩٨٧/٧/١م حتى ١٩٨٧/٩/٣٠م :

بما أن الطفل في الإمارات لا يحصل على كامل حقه من الرعاية والاهتمام فيما يتعلق بالسلامة المرورية؛ فقد اختارت شرطة دبي موضوع «سلامة الطفل» عنواناً لحملةها المرورية الرابعة التي بدأت في الأول من يوليو ١٩٨٧م حتى نهاية سبتمبر ١٩٨٧م، وبذلت فيها الشرطة جهوداً كبيرة من أجل

توعية أولياء الأمور وأفراد الأسر بالمخاطر التي يتعرض لها الأطفال نتيجة الإهمال واللامبالاة، وقد رأت شرطة دبي أن هذه المشكلة تحتاج إلى حل حقيقي ولا يمكن أن يتحقق إلا بتعاون عدة جهات، أهمها: الأسرة ووزارة التربية والتعليم، والبلديات، ووسائل الإعلام ولنجاح فعاليات الحملة اتخذت الشرطة عدة إجراءات، من أهمها القيام بحملات ضبطية على الأطفال الذين يقودون الدراجات الهوائية والنارية في الطرقات العامة ممن تقل أعمارهم عن الثامنة عشرة، وكان يتم استدعاء ولي أمره ومصادرة الدراجة ويوقع ولي الأمر على تعهد بعدم ترك طفله يقود الدراجة في الشوارع والطرقات.

كما أصدرت الشرطة تعميماً إلى المحلات التجارية بعدم بيع مثل هذه الدراجات للأطفال الذين تقل أعمارهم عن الثامنة عشرة.

وبعد نهاية الحملة تأكد أنها حققت نجاحاً ملموساً خلال الشهر الثلاثة حيث أشارت الإحصائيات إلى انخفاض عدد إصابات الأطفال بمعدل (٣٠٪) مقارنة بالفترة نفسها من العام السابق.

الحملة المرورية الخامسة تحت شعار «لا تسرع»:

من ١٩٨٨/٣/١م حتى ١٩٨٨/٥/١م.

هدفت الحملة إلى التركيز على الضبط والمخالفات، من خلال نشر دوريات الشرطة في جميع مناطق الإمارة، وتثبيت أجهزة ضبط السرعة «رادار» على الطرق الخارجية، التي تشهد ارتفاع معدل الحوادث والوفيات بسبب السرعة الزائدة. من هنا فقد جاءت هذه الحملة لتركز على الضبط والمخالفة بعد التوعية الكاملة في الحملات السابقة والتي هيأت الجمهور لقبول المخالفة، وبعد أن تبين أن أسلوب الضبط والمخالفة الرادارية هو الأسلوب الأمثل لتقليل الحوادث الناجمة عن السرعة الزائدة خاصة على الطرق الخارجية التي يقود فيها بعض السائقين مركباتهم بسرعة تصل إلى أكثر من ١٢٠ كيلو متراً في الساعة.

ومن الإجراءات التي تم اتخاذها مع بداية اليوم الأول للحملة هو نشر ما يزيد على ١٥ نقطة تفتيش للتوعية المرورية على طريقي: (دبي-العين)، و(دبي-أبو ظبي)، وشبكة الشوارع الداخلية الأخرى في إمارة دبي، ووضع عدة أجهزة رادار على جانبي طريقي (دبي-أبو ظبي)، (دبي-العين)، بسرعة ١٢٠ كيلو متراً بالساعة بحيث يتم ضبط المخالفين على سرعة ١٢١ كيلو متراً بمخالفة قدرها ١٦٠ درهماً على أن تزيد قيمة المخالفة درهمين عن كل كيلو متر في السرعة الزائدة فوق الحد الأدنى على الطرق السريعة.

كما تضمن برنامج الحملة تكثيف دوريات شرطة المرور في جميع المناطق ليلاً ونهاراً للقيام بعمليات التفتيش على السيارات والمركبات بغية ضبط جميع أنواع المخالفات كالزجاج الملون والأنوار الكاشفة، بالإضافة للقيام بنصح وإرشاد السائقين بضرورة الالتزام بالسرعات المحددة على الشوارع الداخلية والطرق الخارجية، ومن الصدف الجيدة أن يتزامن تنفيذ برنامج الحملة مع إقامة أسبوع المرور الخامس الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي، الذي اتخذ عنواناً له: «لا تنشغل بغير الطريق» الأمر الذي أعطى لحملة التوعية المرورية الخامسة طابعاً مميزاً عن الحملات المرورية التي سبقتها، من خلال تقارب شعاري الحملة: «لا تسرع» و «لا تنشغل بغير الطريق» لأن كليهما يطمحان لتحقيق هدف واحد؛ هو الحد من حوادث المرور وما ينتج عنها من إصابات ووفيات، ومن الفعاليات التي اشتملت عليها الحملة إلقاء محاضرات توعوية في المدارس أثناء طابور الصباح، وبالفصول الدراسية، بهدف نشر الوعي المروري بين طلاب المدارس وإعداد معارض ولوحات توعوية تحمل صوراً للحوادث المرورية وعبارات إرشادية تم تثبيتها في المراكز التجارية ومواقف سيارات الأجرة والأسواق وغيرها من المناطق الأخرى، لكي تساهم في إفساح المجال أمام الجمهور للاطلاع عليها والاسترشاد بها.

الحملة المرورية السادسة تحت شعار «التقدير لمستعملي الطريق الآخرين»:

من ١٥ يناير ١٩٨٩م حتى ١٥ مارس ١٩٨٩م.

انتهجت الحملة السادسة أسلوباً جديداً يختلف عن الحملات السابقة، وهو أسلوب ملاحقة المخالفين من قبل فريق ضبط يتكون من ضباط مراكز الشرطة في أماكن تواجد المخالفين بمناطق الإمارة المختلفة، وقد تم تشكيل لجنة مكونة من ثلاثة ضباط للإشراف على برنامج الحملة ميدانياً في منطقة بر دبي على طريقي (دبي - أبو ظبي)، (دبي - العين) وشبكة الشوارع الداخلية لمدينة دبي وتمثل في شارع الجميرا، شاع الوصل، شارع زعبيل، شارع السطوة، وفي منطقة ديرة تركزت الحملة في الشوارع الداخلية، خاصة في منطقة تحميل وتنزيل الركاب للتأكد من وقوف سائقي الأجرة في الأماكن المخصصة للوقوف كما شملت موضوعات الحملة مخالفات الوقوف الازدواجي، القيادة بطيش، السرعة الزائدة، وغيرها من المخالفات.

ومن أهم الوسائل التي استخدمت في تنفيذ برامج الحملة تنظيم مسابقات مرورية لطلاب المدارس بهدف توعيتهم بالحوادث المرورية، وخلق جيل من الشباب يعي أهمية الالتزام بأنظمة وقواعد المرور.

الحملة المرورية السابعة تحت شعار «دعوة للحد من حوادث المرور»:

من ٢٠/١١/١٩٨٩م حتى ٢٠/١/١٩٩٠م:

هدفت الحملة إلى مناشدة قائدي المركبات للحد من الحوادث المرورية التي تقع على الطرقات بسبب السرعة والرعونة والاستهتار بقواعد وأنظمة المرور ودعوة الجمهور للمشاركة وإبداء الرأي حول المشكلة المرورية للحد منها قدر الإمكان، وقد قامت الشرطة باتخاذ العديد من الإجراءات لضمان نجاح الحملة من أهمها دعوة العديد من المؤسسات والهيئات الحكومية المشاركة في فعاليات الحملة، بالإضافة إلى تخصيص برامج إذاعية وتليفزيونية تهدف إلى نشر

الوعي المروري بين أكبر عدد من السكان، وتم تخصيص محاضرات توعوية لطلاب المدارس وإجراء المسابقات وإعداد الأعمال الفنية من رسم وتمثيل بهدف تدعيم وترسيخ السلوك المروري، وتم توظيف خطب الجمعة للحديث عن المشكلة المرورية بالتعاون مع دائرة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدبي.

الحملة المرورية الثامنة تحت شعار «احذروا السرعة»:

من ١٩٩٢/١٢/٢٨م حتى ١٩٩٣/٤/١٧م.

تهدف الحملة المرورية الثامنة إلى ضبط المخالفين لقوانين السير والمرور، وفرض غرامات مالية على السائقين الذين يستهترون بنظام المرور، وحجز السيارات المخالفة، وقد تم نشر دوريات في جميع الأماكن الممنوع الوقوف فيها، وضبط العديد من السيارات المخالفة وحجزها وتغريم سائقيها.

كما استهدفت الحملة مراقبة السيارات في شوارع المدينة كافة، والتركيز على نوعية المخالفات، وعلى الأخص تلك التي تنتج عنها حوادث مرورية.

ثانياً: حملات التوعية الأمنية المرورية قصيرة المدى:

وهي الحملات التي استمرت من شهر إلى أكثر وتضم ثلاث حملات مرورية، هي الحملة التاسعة والعاشر والحادية عشرة، وسوف نعرض تفصيلاً لهذه الحملات.

الحملة المرورية التاسعة تحت شعار «قانون السير والمرور»:

من ١٩٩٦/٩/٢٨م حتى ١٩٨٦/١٠/٢٨م :

استهدفت الحملة المرورية التاسعة التعريف بقانون السير والمرور الاتحادي رقم ٢١ لسنة ١٩٩٥م وتزويد السائقين ومستعملي الطرق الآخرين بالمواد والنصوص وتعريفهم بالعقوبات التي جاءت في قانون السير، الذي جاء ليواكب حركة النمو العمراني السريع من حيث إنشاء شبكات الطرق السريعة والجسور. ومن أجل ذلك اتخذت العديد من الإجراءات من أهمها:

إعداد نشرة تضمنت المواد والنصوص الخاصة بقانون السير والمرور الاتحادي باللغتين: العربية والإنجليزية. وإجراء لقاءات صحفية مع مديري مراكز الشرطة بدبي وضباط المرور المتخصصين ونشر هذه اللقاءات في الصحف اليومية العربية والإنجليزية، وبث رسالة يومية إذاعية بين الساعة السابعة والنصف والثامنة صباحاً، للتعريف بنصوص القانون الجديد، كما أعدت برامج توعوية.

وأجريت استطلاعات ميدانية أسبوعية مع الجمهور والمخالفين لقواعد قانون السير والمرور بمشاركة دوريات الشرطة والمرور في الشوارع الرئيسية بدبي عبر هذه البرامج، بالإضافة إلى أن هناك مشاركات من جهات خاصة كالبنوك والهيئة العامة للبريد ومؤسسة الإمارات للاتصالات من خلال طبع ملصقات توعوية تحذر السائقين من مخاطر السرعة.

والمجدير بالذكر أن شرطة دبي سجلت خلال فترة الحملة ٤٨٢, ٧٦ ألف مخالفة مرورية من ضمنها ٣٤ ألف مخالفة رادار وذلك على الشوارع الداخلية والطرق الخارجية للإمارة. ونشير هنا إلى أن التوعية بقانون السير والمرور الجديد بالضرورة تكون قد شملت كل هؤلاء المخالفين، حيث إنه عند تحرير المخالفات لهم تم تزويدهم وتنويرهم بعقوبات قانون السير والمرور الجديد وذلك قبل أن يتم وضعه في حيز التنفيذ عقب صدور اللائحة التنفيذية الموحدة للعقوبات (*).

الحملة المرورية العاشرة تحت شعار «أنت في دبي - احترم المشاة»:

من ١٠/١٢/١٩٩٧م حتى ٩/١/١٩٩٨م :

هدفت الحملة إلى ضبط المخالفين من المشاة الذين لا يعبرون من الأماكن المخصصة لهم وكذلك مخالفة السائقين الذين لا يحترمون حقوق الآخرين من المشاة وعابري الطرق.

(*) في الأول من سبتمبر عام ١٩٩٧ بدأت وزارة الداخلية بدولة الإمارات تطبيق اللائحة التنفيذية لقانون السير والمرور رقم (١٣٠) لعام ١٩٩٧م.

وقد بدأ تنفيذ فعاليات وبرامج الحملة عبر وسائل الإعلام المختلفة، فعلى صعيد الصحف أجريت لقاءات صحفية مع الضباط المختصين، ونشرت بعض النصائح المرورية على شكل «فلاشات» بالتعاون مع الصحف اليومية، كما تم إعداد برنامج يومي أطلق عليه «طريق السلامة» بهدف تسليط الضوء على فعاليات الحملة.

كما أعدت نشرات وكتيبات باللغتين العربية والإنجليزية، حول موضوع الحملة تم توزيعها على أفراد الجمهور عن طريق دوريات الشرطة ورقباء السير كما قامت القيادة العامة لشرطة دبي بمخاطبة بلدية دبي بالتنسيق مع إدارة حركة السير على الطرق بالإدارة العامة للمرور بشأن أماكن عبور المشاة وإقامة معابر أخرى في الأماكن العامة التي تتطلب ذلك.

ومع نهاية الحملة لوحظ أنها حققت أهدافها التوعوية من خلال رفع الوعي لدى السائقين والمشاة، وتعريف الجمهور والسائقين بأماكن العبور الصحيحة واحترام هذه الأماكن، كما أسفرت ميدانياً عن ضبط ١٠٤٧ مخالفاً من المشاة و٣٢٥ سائقاً لم يلتزموا بخطوط عبور المشاة.

ومن أهم التوصيات التي خرجت بها الحملة مخاطبة الجهات المسئولة عن تسير الحافلات المدرسية بالالتزام بعدم قيام أي سائق بقيادة حافلة مدرسية ما لم يكن فيها مراقب للطلبة، ويسري ذلك على حافلات المدارس الحكومية والخاصة (*). ابتداءً من يناير ١٩٩٩م كما أوصت بدعوة اللجنة العليا للمرور والسير بدبي وبلدية دبي لإنشاء عشرة أنفاق للمشاة في الشوارع الرئيسية بدبي مثل: شارع الشيخ زايد، شارع المطار، شارع القطايعات، شارع الخليج، شارع المركز التجاري، شارع عمر بن الخطاب، شارع الصفا، شارع أبو هيل، وأن تشمل هذه الأنفاق على محلات تجارية صغيرة أسوة بالدول الأوروبية، حتى لا يكون المعبر أو النفق مملاً بالنسبة للمشاة.

(*) يأتي هذا القرار نتيجة لوقوع العديد من الحوادث المرورية بواسطة الحافلات المدرسية لعدم وجود مراقب فيها، وانشغال السائقين في القيادة وعدم مراقبة الطلبة.

أما عن أهم السلبيات التي تكشفت عن الحملة فهي قلة وجود مناطق لعبور المشاة في بعض الشوارع، مع عدم وجود حواجز أمان لمنع عبور المشاة من الأماكن غير المخصصة، كما طالب البعض باستخدام أكثر من لغة في الحملات المرورية لتعدد الجنسيات المستخدمة للطريق وخاصة الجنسيات التي لا تتحدث اللغة العربية.

الحملة المرورية الحادية عشرة تحت شعار «ترك مسافة كافية»:

من ١٠/١٢/١٩٩٧م حتى ٩/١/١٩٩٨م :

هدفت الحملة إلى توعية سائقي المركبات بأهمية ترك مسافة كافية بين السيارات لتفادي حوادث الاصطدام.

وقد تم تنفيذ برامج الحملة من خلال إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية وإعداد النشرات التوعوية التي اشتملت على معلومات وإحصائيات حول موضوع الحملة تم توزيعها على معاهد تدريب السياقة بدبي وسائقي الحافلات المدرسية وسيارات الأجرة، كما تم تنظيم عدد من المحاضرات على رقباء السير وسائقي سيارات الشرطة، وسائقي ومدربي معاهد القيادة، ومواصلات دبي، ومؤسسة الإمارات للخدمة العامة.

وكان من نتائج الحملة أن تجاوز عدد كبير من سائقي السيارات بالالتزام بترك المسافة الكافية، مما ساهم في انخفاض عدد الحوادث المرورية أثناء فترة الحملة، بالإضافة إلى التأثير على الرأي العام عن طريق نشر أهداف الحملة عبر وسائل الإعلام المختلفة، وإلقاء الضوء على النتائج التي تترتب على عدم ترك المسافة الكافية بين سيارة وأخرى مما أدى إلى تجاوز العديد من السائقين الذين تم تحرير المخالفات لهم بسبب عدم ترك مسافة كافية، وأبدوا استعداداً لعدم تكرار مثل هذه المخالفات مستقبلاً.

أما سلبيات الحملة فقد اقتصر على قلة الرسائل الإعلامية التي وجهت إلى السائقين غير الناطقين باللغة العربية بالإضافة إلى صعوبة ضبط مخالفات «عدم ترك مسافة كافية» نتيجة تعذر وتحديد المسافات الآمنة من قبل القائمين على الحملة.

ثالثاً: حملات التوعية الأمنية المرورية القصيرة جداً:

ويقصد بها الحملات التي استمرت لمدة أسبوع فأقل وتضم ست حملات من الحملة الثانية عشرة إلى الحملة السابعة عشرة.

الحملة المرورية الثانية عشرة شعارها: «إفساح المجال لسيارات الإسعاف والخدمة العامة»:

من ١٢/١٢/١٩٩٨م حتى ٢٤/١٢/١٩٩٨م :

هدفت الحملة إلى توعية سائقي المركبات ومستخدمي الطريق بضرورة إفساح المجال لسيارات الإسعاف والدوريات، ومركبات الخدمة العامة، مثل: الدفاع المدني، والمواكب الرسمية، وقد تم تنفيذ الحملة بأسلوبين: أحدهما من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة المرئية والمسموعة والمقروءة باعتبارها أكثر الوسائل قدرة على توصيل المعلومات وأهداف الحملة إلى الجمهور، وفي هذا الجانب تم نشر رسائل صحفية وبث برامج إذاعية وتلفزيونية.

وتم إعداد نشرات توعوية توضح للسائقين ومستخدمي الطريق كيفية إفساح المجال لسيارات الإسعاف والخدمة العامة، بالإضافة إلى تنظيم المحاضرات التي قام بإلقائها ضباط متخصصون تم إرسالهم إلى المعاهد والمدارس.

أما الأسلوب الثاني فقد جاء استناداً إلى المادة رقم (٤) من اللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي رقم (٢١) لسنة ١٩٩٥م حول إعطاء الأولوية لمرور مركبات الطوارئ أثناء تحركها متجهة للقيام بخدمة طارئة عاجلة - والذي حول مديري مراكز الشرطة في الأسبوع الثاني من الحملة من القيام بحملات ضبطية في شوارع الإمارة لمخالفة السائقين الذين لا يلتزمون بإفساح الطريق والالتزام بالجانب الأيمن، وتهدة السرعة، في حالة مشاهدتهم لإحدى سيارات الإسعاف والخدمة العامة.

الحملة المرورية الثالثة عشرة، شعارها: «المخاطر البيئية الناجمة عن عوادم المركبات»:

من ٢٢/٥/١٩٩٩م حتى ٣١/٥/١٩٩٩م.

استشعرت القيادة العامة لشرطة دبي أهمية موضوع هذه الحملة من خلال التوصيات التي اعتمدها المجلس الأعلى لقيادة دول مجلس التعاون الخليجي بضرورة وسرعة إنتاج الجازولين الخالي من الرصاص، بالإضافة إلى تخفيض نسبة الكبريت في الديزل وتسويقهما بدول المجلس في مدة أقصاها عام ٢٠٠٢م.

- لذلك وضعت خطة إعلامية شاملة تتناول موضوع الحملة وأهميتها عبر وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية.
- أعدت نشرات وكتيبات تتضمن معلومات حول موضوع التلوث الناجم عن عوادم المركبات باللغتين العربية والإنجليزية تم توزيعها من خلال محطات البترول.
- أعدت دراسات عن المخاطر البيئية الناجمة عن عوادم المركبات تناولت ضرورة وضع ضوابط صحية وقانونية حيال المركبات القديمة التي تساهم في الإضرار بالبيئة.
- نظمت ندوة حول المخاطر البيئية الناجمة عن عوادم المركبات بالتعاون مع جائزة زايد الدولية للبيئة حضرها عدد من أعضاء المجلس الوطني ووكلاء الدوائر الاتحادية والمحلية ومديري المرور ووكلاء السيارات والمعارض وشركات البترول العاملة بالدولة. ومن ضمن توصيات هذه الندوة: ضرورة وضع الضوابط الصحية والقانونية حيال المركبات القديمة بهدف الحيلولة دون استمرارها في الإضرار بالبيئة.
- كما أوصى المشاركون بضرورة إصدار مشروع قانون خاص لحماية البيئة وتنميتها والطلب من الهيئة الاتحادية للبيئة إصدار اللوائح التنفيذية، بمشروع القانون في أسرع وقت ممكن.

نتائج الحملة:

- بدأت شرطة دبي بتطبيق إجراءات الفحص العشوائي لعوادم السيارات على الطرق من خلال جهاز حديث يقيس نسبة التلوث الناتج منها.
- فرض عقوبة على المركبات التي تتسبب في الإضرار بالبيئة وتحديد قيمة مخالفة إحداث تلوث من المركبات بـ ٣٠٠ درهم، وقد ورد ذلك في المادة رقم ٧٢ من اللائحة التنفيذية لقانون السير والمرور الاتحادي رقم (١) لسنة ١٩٩٥م.

الحملة المرورية الرابعة عشرة تحت شعار «الصندوق الأصفر»:

من ١٢/١٢/٢٠٠٠م حتى ١٠/١/٢٠٠٠م.

تهدف هذه الحملة المرورية إلى الإرشاد والتوجيه والتوعية والتعليم لقائدي السيارات بكيفية التعامل مع الصندوق الأصفر.

ولذا فإن هذه الحملة التوعوية ركزت على تحقيق عدة أهداف:

- الهدف الأول: هو التعريف بالصندوق الأصفر؛
يعد الصندوق الأصفر من الاصطلاحات المرورية الحديثة، وهو مصطلح يطلق على منطقة تتلاقى أو تتقاطع فيها الشوارع وتكون مخططة بخطوط صفراء متقاطعة على سطح الطريق.
- الهدف الثاني: التوعية بأهمية الصندوق الأصفر؛
من حيث كونه وسيلة تنظيم مروري لتسهيل حركة السير على التقاطعات المزدهمة ومنع الاختناقات المرورية.
توضيح كيفية تعامل السائق مع الصندوق الأصفر في المواقف المختلفة من خلال مواقف متعددة يتعرض لها السائق تتطلب منه اليقظة وحسن التصرف، لأن التعامل مع الصندوق الأصفر يحتاج إلى درجة عالية من انتباه السائق من خلال ملاحظته لسير المرور.

- فإذا كانت حركة السير عادية ومنتظمة علي التقاطع وفي الشوارع المؤدية فليس على السائق اتخاذ أية اجراءات سواء التنبيه بالإشارات الضوئية المعتادة أو أية لافتة مرورية موجودة على ذلك التقاطع.

- توجيه عناية السائق بضرورة ملاحظة حركة السير في الاتجاه الذي ينوي الدخول إليه بعد مغادرته التقاطع، فإذا كانت حركة السير في الاتجاه المقصود طبيعية فيمكنه الاستمرار كالمعتاد.

- في حالة إذا كانت حركة السير معطلة وهناك طابور من الانتظار لسيارات واقفة على الجانب الآخر من الصندوق فعلى السائق أن يوقف حركته، وألا يدخل الصندوق إلا بعد انسياب حركة السير مرة أخرى أو تصبح الظروف مناسبة لحركته بسلامة.

ولقد نبهت هذه الحملة إلى ضرورة مراعاة هذه الإجراءات السالفة الذكر حتى لو كانت الإشارات الضوئية مضاءة باللون الأخضر لمصلحة السائق.

• العقوبة القانونية؛

نبهت الحملة أنظار السائقين إلى أن الدخول إلى الصندوق الأصفر خلافاً للتعليمات الموضحة من قبل يعتبر مخالفة مرورية يعاقب السائق عليها بالغرامة المالية وتدخل في سجل النقاط السوداء للسائق.

الحملة المرورية الخامسة عشرة تحت شعار «عبور الإشارة الضوئية الحمراء»؛

في الفترة من ١٩ إلى ٢٣ يناير ٢٠٠٢:

وقد جاءت هذه الحملة ضمن حملات التوعية المرورية ٢٠٠٢م وقد ركزت هذه الحملة بصفة خاصة على الخطورة التي يسببها تجاوز الإشارة الحمراء، حيث إن كثيراً من الإصابات والوفيات تحدث نتيجة لتجاوز السائق الإشارة عند ظهور الضوء الأصفر مندفعاً بسرعة كبيرة في التقاطعات، في ذات الوقت الذي يحتمل فيه أن يظهر الضوء الأحمر قبل إتمام العبور، ويكون في هذه الحالة احتمال تحرك السيارات القادمة من أحد الجانبين بشكل اندفاعي قوي باعتبار

أن الطريق مفتوح، ومن هنا تأتي شدة التصادم والخسائر الفادحة حيث تشير الإحصائيات لعام ٢٠٠١م إلى وفاة عشرة أشخاص بسبب عبور الإشارة الحمراء بإمارة دبي.

والملاحظ أن تلك الحملة تعالج خطأ من الأخطاء الجسيمة التي اعتاد قائدي السيارات على ارتكابها من خلال التسرع والتهور وعدم الالتزام بآداب وقواعد المرور.

الحملة المرورية السادسة عشرة تحت شعار «عدم صلاحية الإطارات»:

في الفترة من ٩ إلى ١١ يوليو ٢٠٠٢م:

وقد جاءت هذه الحملة ضمن برنامج حملات التوعية المرورية لعام ٢٠٠٢م الذي نظمته القيادة العامة لشرطة دبي.

وكانت هذه الحملة التوعوية خاصة بالشاحنات (عدم صلاحية الإطارات).

وقد تضمنت التوعية ببعض الإرشادات المهمة بفحص إطار السيارة وإيضاح العلاقة بين السيارة والإطار لضمان قيادة آمنة ومريحة تطيل عمر الإطارات، وضرورة التأكد من كمية الهواء المناسبة للإطار والحمولة المناسبة للسيارة والفحص الدوري للإطارات واتباع أسلوب القيادة بطريقة صحيحة وحالة السيارة.

وتؤكد الحملة على ضرورة الالتزام بضغط هواء الإطارات الذي تحدده الشركة المصنعة للسيارة مع ذكر عيوب الضغط الأكثر والأقل للإطارات، وعلى أهمية التأكد من الحد الأقصى المسموح به للحمولة المدونة في دليل السيارة، وعدم تحميلها بحمولة زائدة لتجنب تلف أو انفجار الإطار ومن ثم وقوع الحوادث والإصابات وربما الوفاة.

والملاحظ أن هذه الحملة تعد من الحملات المتخصصة التي تم توجيهها لفئة محددة هي: سائقو الشاحنات، نظراً لتزايد معدلات الحوادث المرورية التي تسببها الشاحنات وسائقوها، كما سبقت الإشارة في الفصل الخامس.

الحملة المرورية السابعة عشرة تحت شعار «المسافة الكافية عند السير على الطريق»:

من ٢٠٠٣/٣/١٥ - ٢٠٠٣/٣/٢١ م:

وقد جاءت هذه الحملة في إطار حملات التوعية المرورية لعام ٢٠٠٣ م وركزت على أهمية ترك مسافة كافية عند السير على الطريق، حيث إن كثيراً من حوادث المرور تقع بسبب عدم ترك مسافة كافية بين سيارة وأخرى، ونظراً لتكرار تلك الحوادث يومياً وارتفاع معدلاتها اليومية فقد حرصت الحملة على تبني هذا الشعار وتوعية السائقين بالمسافات الآمنة التي ينصح خبراء المرور قائدي السيارات بتركها بين سياراتهم والسيارات التي أمامهم وذلك كالاتي:

- إذا كانت السرعة ٧٠ كم في الساعة يحتاج قائد السيارة لمسافة ١٤ متراً على الأقل.

- إذا كانت السرعة ١٠٠ كم في الساعة يحتاج قائد السيارة لمسافة ٥٥ متراً على الأقل.

- إذا كانت السرعة ١٥٠ كم في الساعة يحتاج قائد السيارة لمسافة ١٢٣ متراً على الأقل.

كما ركزت تلك الحملة على ضرورة ترك المسافة الكافية بين السيارات عند الإشارات والجسور وفي حالات انعدام الرؤية والضباب.

كما أكدت تلك الحملة على أهمية ترك المسافة الكافية عند تجاوز سيارة أخرى، حيث إن ترك مسافة آمنة لا تجعل سائق السيارة الخلفية يستعمل (الكوايح) والملاحظ أن عدم اهتمام بعض السائقين بهذه القاعدة المرورية تشكل سبباً مباشراً لمعظم الحوادث بإمارة دبي.

وقد جذبت هذه الحملة الانتباه إلى خطورة النتائج المترتبة على الحوادث التي تقع بسبب عدم الالتزام بترك مسافة كافية بين سيارة وأخرى عند السير على الطريق، والتي تمثلت في تعطيل حركة السير والتسبب في وقوع حوادث أخرى بالإضافة إلى ما ينجم عنها من أضرار مادية للأفراد والمؤسسات وإهدار للوقت والجهد.

المبحث الثاني

قياس كفاءة حملات

التوعية الأمنية المرورية بإمارة دبي

فى هذا المبحث يتم تناول قياس كفاءة الحملات المرورية فى إطار الدراسة الميدانية للباحث، وقد أجريت على عينة قوامها ٦٥٠* من قائدي المركبات من خلال عينة عشوائية من المجتمع الإماراتي متضمنة المواطنين وغير المواطنين (الوافدين)، موضحاً الأدوات المستخدمة فى جمع البيانات وإجراءات اختيار العينة وتحليل الجداول الإحصائية وصولاً للنتائج والتوصيات.

تعتبر استمارة الاستبيان (Questionnaire) إحدى الوسائل التي تستخدم فى جمع بيانات أساسية ومباشرة من العينة المختارة.

ويعتبر الاستقصاء من أكثر الطرق استخداماً لجميع البيانات الأولية فى العلوم الاجتماعية والدراسات الإعلامية^(١).

لذا فقد استخدم الباحث هذه الوسيلة لكفاءة حملات التوعية المرورية، حيث تم توزيع ٦٥٠ استمارة استبيان لعينة عشوائية من المجتمع الإماراتي متضمنة المواطنين وغير المواطنين. وتم الحصول على إجاباتهم بعدة وسائل منها:

- توزيع الاستمارة على بعض المبحوثين مباشرة والحصول على إجابتهم وعلى وجه الخصوص قائدو ومستخدمو المركبات الذين يتحدثون لغات غير العربية وغير الإنجليزية، مثل: الأوردو والفارسية.

(* تمثل ٥٪ من حجم قائدي المركبات.

(١) سمير محمد حسين: «بحوث الإعلام»، دراسات فى مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٢٠٦.

- الزيارة الميدانية لبعض المبحوثين في أماكن عملهم بالمؤسسات والدوائر الحكومية والخاصة.

وصممت استمارة الاستبيان في ثمانى صفحات متضمنة ثلاثة وأربعين سؤالاً تجمع بين الأسئلة المغلقة التي يسهل الإجابة عليها وتحليل بياناتها إحصائياً. وأسئلة مفتوحة تهدف إلى جمع أكبر قدر من البيانات التي تحقق أهداف البحث، وتم تقسيم الاستمارة إلى ستة بنود رئيسية، هي:

- البيانات الأولية.
- الحوادث المرورية.
- أسابيع المرور في دول مجلس التعاون الخليجي.
- حملات التوعية المرورية بشرطة دبي.
- الوسائل الإعلامية المستخدمة في الحملات المرورية.
- مقومات نجاح برامج التوعية المرورية.

وقد قام الباحث بعرض استمارة البحث في صورتها الأولى على مجموعة من المحكمين المتخصصين في المجالين الإعلامي والشرطي لإبداء رأيهم في بناء الاستمارة وبنودها والاستفادة من خبراتهم في هذا الشأن، بهدف تحقيق القدر المناسب من صدق البيانات التي تحتويها استمارة البحث ونقص بالصدق Validly: أن الإجابات على أسئلة الاستمارة يجب أن تكون صادقة وأن كل سؤال يقيس ما صمم لقياسه بالفعل.

كما تم اتخاذ بعض الإجراءات لتحقيق درجة مناسبة من ثبات البيانات التي تحتويها استمارة البحث، والمقصود بالثبات Reliability إعادة تطبيق نفس استمارة الاستبيان على العينة نفسها في أوقات مختلفة، في ظل ظروف متشابهة، وعن طريق الباحث نفسه للتأكد من مدى الاتساق بين البيانات⁽¹⁾.

(1) Michel, M., Macmillan, Student Encyclomedia of Sociology, Macmillan press, London. 1983, p.399.

وقد تم حساب معدل الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق استخدام أسلوب إعادة الاختبار Test Retest حيث تم اختبار استمارة البحث مع بداية العمل الميداني بنسبة ٥٪ من إجمالي العينة التي تم تطبيق استمارة الاستبيان عليها، والبالغ عددهم ٦٥٠ مبحوثاً (عينة الدراسة) وبعد أسبوع واحد^(١) من هذا الاختبار المبدئي تم إعادة تطبيق اختبار استمارة البحث على الحالات نفسها التي سبق تطبيق الاستمارة عليهم.

وقد وجد الباحث أن معدل الثبات يصل إلى ٩٠٪ تقريباً مما يؤكد وجود درجة مرتفعة من ثبات البيانات التي تحتويها استمارة الاستبيان.

ولقد خرجت استمارة الاستبيان على النحو المبين بلاحق الدراسة.

من المؤكد صعوبة دراسة جميع مفردات أو حالات مجتمع البحث، لذلك تم اختيار عينة من قائدي المركبات في إمارة دبي، سواء كانوا من المواطنين أو غير المواطنين (الوافدين) من الجنسين (الذكور والإناث) ومن فئات عمرية مختلفة.

وذلك باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة المنتظمة، حتى يضمن الباحث أنها تعكس جميع شرائح مجتمع الدراسة^(٢).

بعد مرحلة جمع البيانات الضرورية لهذه الدراسة، ثم تفرغها ووضعها في صورة جداول حيث تم معالجتها إحصائياً، ثم قام الباحث بعرض وتحليل هذه البيانات الإحصائية لإعطاء صورة عن التغير الذي طرأ على حجم حوادث السير في دولة الإمارات العربية من حيث الزيادة أو النقصان خلال سنوات الدراسة، والتي سبقت الإشارة إليها في الفصل الخامس.

(١) تم إجراء الاختبار المبدئي لاستمارة الاستبيان يوم السبت الموافق ٢ فبراير عام ٢٠٠٢م ثم تم توزيعها على المبحوثين في ٩ فبراير عام ٢٠٠٢م.

(٢) أحمد فلاح العموش: «مناهج البحث العلمي من منظور شرطي»، مجلة الفكر الشرطي. المجلد الأول، العدد ١٧، شرطة الشارقة، ١٩٩٩م، ص ١٣٢.

ويمكن إيجاز مؤشرات النتائج التحليلية من واقع إجابات عينة الدراسة في العناصر الآتية:

أولاً : السمات العامة لخصائص المبحوثين.

ثانياً : الأسباب الرئيسية التي أدت إلى ارتفاع معدل حوادث المرور.

ثالثاً : وسائل الحد من ارتفاع معدلات حوادث المرور.

رابعاً : تقييم كفاءة برامج التوعية المرورية.

أولاً : السمات العامة لخصائص المبحوثين:

يتناول هذا الجزء السمات العامة لخصائص عينة الدراسة، من حيث

التوزيع العمري والنوعي والتركيب الاجتماعي والتعليمي والمهني.

والجدول (٥) يوضح التوزيع النسبي للفئات العمرية لعينة الدراسة.

جدول (٥)

التوزيع النسبي للفئات العمرية لعينة الدراسة

النسبة %	فئات العمر
٤٧	٢٩ - ١٨
٢٦,٦	٣٩ - ٣٠
١٦,٦	٤٩ - ٤٠
٧,٨	٥٩ - ٥٠
١,٤	٦٠ + من
٠,٦	غير مبين
%١٠٠	الجملة

من الجدول السابق والشكل (٩) بملاحق الدراسة يمكن ملاحظة الآتي:

- أن فئة الشباب من (١٨ - ٣٩) تمثل غالبية الباحثين في العينة، حيث ساهمت الفئة العمرية من ١٨ إلى ٢٩ عاماً بنسبة قدرها (٤٧٪)، بينما ساهمت الفئة العمرية من ٣٠ إلى ٣٩ عاماً بنسبة قدرها (٦،٦٪)، وذلك يعكس إلى حد كبير واقع المجتمع الإماراتي، الذي يتميز هرمه السكاني بسيادة الفئة العمرية الشابة، ويمكن تفسير ذلك على ضوء هجرة العمالة الوافدة إلى دولة الإمارات العربية بحثاً عن فرص عمل أفضل وسعيًا وراء الرزق.

ويشير جدول (٦) إلى التوزيع النوعي لعينة الدراسة.

جدول رقم (٦)

التوزيع النوعي لعينة الدراسة

عام ٢٠٠٢م

المتغيرات	النسبة %
ذكور	٧٩
إناث	١٩,٤
غير مبين	١,٦
الجملة	٪١٠٠

ومن الجدول السابق والشكل (١٠) بملاحق الدراسة يمكن أن نستخلص

ما يلي:

٦ - ارتفاع نسبة الذكور إلى (٧٩٪) مقابل انخفاض نسبي في الإناث (١٩,٤٪) الأمر الذي يعكس أيضاً بطريقة غير مباشرة أن المجتمع الإماراتي يستقبل هجرة وافدة نوعية من الذكور، وهو أمر منطقي في المجتمعات العربية بصفة خاصة حيث تهاجر الذكور بحثاً عن العمل، وهذا ما يؤكدّه جدول (٧) وشكل (١١).

جدول رقم (٧)

توزيع العينة حسب الجنسية

عام ٢٠٠٢م

المتغيرات	النسبة %
مواطن	٤١,٦
وافد	٥٨,٤
الجملة	٪١٠٠

ارتفعت نسبة غير المواطنين إلى ٥٨,٤٪، بينما سجلت نسبة المواطنين ٤١,٦٪ مما يعكس أن المجتمع الإماراتي هو مجتمع مستقبل للهجرة الوافدة في المقام الأول.

والجدول التالي: يوضح التوزيع النسبي للمبحوثين حسب الحالة المهنية.

جدول رقم (٨)

توزيع العينة حسب المهنة

عام ٢٠٠٢م

النسبة %	المتغيرات
١٧,٦	طالب
٦٩,٤	موظف
١,١	متقاعد
٠,٦	سائق
٢,٤	عامل
٨,٩	أخرى
-	غير مبين
%١٠٠	الجملة

ويستخلص من الجدول السابق و(الشكل ١١) تصدر فئة الموظفين قائمة المبحوثين حيث بلغت نسبتهم ٦٩,٤ % أما فئة الطلبة فشكّلت ١٧,٦ % بينما ساهمت فئة قائدي المركبات ٠,٦ % مما يعكس سيادة فئة الموظفين، الأمر الذي يعني ضمناً سيادة المركبات الخاصة في حركة النقل الداخلي في دولة الإمارات.

جدول رقم (٩)
التوزيع النسبي للمبحوثين
حسب المستوى التعليمي عام ٢٠٠٢م

المتغيرات	النسبة %
يقرأ ويكتب	١,٨
ابتدائي	١
إعدادي	٥,٢
ثانوي	٢٤,٦
دبلوم	١٢,٢
جامعي	٤٧
فوق جامعي	٧,٢
غير مبين	١
الجملة	٪١٠٠

جدول رقم (٩) والشكل (١٢) يمثل التوزيع النسبي للمبحوثين حسب المستوى التعليمي ويستخلص من الجدول السابق تصدر فئة حاملي الشهادات الجامعية قائمة المبحوثين، حيث بلغت نسبتهم (٤٧٪)، أما فئة حاملي شهادة الثانوية فقد جاءت في المرتبة الثانية وبلغت نسبتهم (٢٤,٦٪)، بينما بلغت نسبة الحاصلين على شهادات متوسطة (١٢,٢٪).

وفي المقابل انخفضت نسبة حاملي الشهادات أقل من المتوسطة والابتدائية إلى (٥,٢٪)، و(١٪) على التوالي، بينما تذيلت فئة قاندي السيارات ممن يقرءون ويكتبون إلى (١,٨٪).

جدول رقم (١٠)

التوزيع النسبي لحاملي رخص القيادة بالعينة

عام ٢٠٠٢م

المتغيرات	النسبة %
مواطن	٤١,٦
وافد	٥٨,٤
الجملة	%١٠٠

أما جدول (١٠) فيوضح التوزيع النسبي لحاملي رخص قيادة لعينة الدراسة عام ٢٠٠٢م ومنه يمكن ملاحظة الارتفاع النسبي لحاملي رخص قيادة السيارات إلى (٦١,٨١٪) بينما انخفضت نسبة غير حاملي رخص قيادة إلى (٤,١٨٪) الأمر الذي يعني ضمناً أن وسيلة المواصلات الرئيسية في المجتمع الإماراتي هي السيارة، ويؤكد ذلك مقارنة نتائج الجدول العاشر مع نتائج الجدول الثامن وخاصة فئة السائقين ويتضح لنا أن ملكية السيارة مرتفعة بصورة واضحة في هذا المجتمع وهو أمر منطقي لارتفاع متوسط نصيب دخل الفرد إلى ١٨٢٠ دولار شهرياً^(١).

مما سبق تتضح الملامح العامة لخصائص المبحوثين، ويمكن إيجاز هذه الخصائص في:

ارتفاع نسبة الشباب من (١٨ - ٣٩)، والارتفاع النسبي في عدد الذكور مقارنة بمثيله من الإناث، أما عن الجنسية السائدة للعينة فهي الجنسيات الوافدة من المصريين والسوريين والآسيويين. بجانب الأوروبيين حسب

(١) إدارة الإحصاء: «التقرير الاقتصادي السنوي»، العدد ٢٠ وزارة التخطيط، أبوظبي، ٢٠٠٠، ص ١٨.

تقديرات السكان لعام ٢٠٠٠م ويتميز مجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة بارتفاع نسبة حاملي الرخص لقيادة السيارات الخاصة.

ثانياً: الأسباب الرئيسية التي أدت إلى ارتفاع معدلات حوادث المرور:

إذا كان التحليل السابق قد تناول عنصراً مهماً من عناصر الاستبيان وهو السمات العامة لخصائص المبحوثين، فإن التحليل الحالي يتناول العنصر الثاني من عناصر الاستمارة وهو الأسباب الرئيسية التي أدت إلى ارتفاع معدلات حوادث السيارات في دولة الإمارات العربية المتحدة والتي يمكن إيجازها في الجدول (١١).

جدول رقم (١١)

التوزيع النسبي لحاملي رخص القيادة بالعينه عام ٢٠٠٢م

المرتبة	النسبة %	المتغيرات
١	٨٩,٦	السرعة الزائدة
٢	٧٠,٢	عدم الالتزام بقواعد المرور
٣	٦٧	الانشغال بغير الطريق
٤	٦٠,٢	عدم ترك مسافة كافية
٥	٥٩	الهاتف المحمول
٦	٣٢,٦	عدم صلاحية السيارة
٧	٣٠,٤	حزام الأمان
٨	٢٣,٨	أسباب تتعلق بالطريق
٩	٢٣,٢	أسباب أخرى

الجدول السابق و(الشكل ١٣) يمكن أن نستخلص منهما ما يلي:

تصدرت السرعة الزائدة قائمة الأسباب التي أدت إلى ارتفاع معدلات حوادث السيارات في دولة الإمارات العربية المتحدة (٦ , ٨٩٪) بينما جاء سبب عدم الالتزام بقواعد المرور في المرتبة الثانية مساهماً بنسبة قدرها (٢ , ٧٠٪)، وتأخرت الأهمية النسبية للانشغال عن الطريق لتحتل المركز الثالث (٦٧٪) بينما تقاربت الأهمية النسبية لكل من: عدم ترك مسافة كافية، واستخدام الهاتف أثناء قيادة السيارة لتحتل المرتبتين الرابعة والخامسة (٢ , ٦٠٪) و (٥٩٪) على التوالي، بينما تضاءلت الأهمية النسبية للأسباب التي تتعلق بعيوب هندسية وفنية في الطريق كأحد الأسباب التي ساهمت في ارتفاع معدلات الحوادث إلى (٨ , ٢٧٪) من جملة المبحوثين.

كما سبق يتضح أن هناك أسباباً متعددة أدت إلى ارتفاع معدلات حوادث المرور في منطقة الدراسة (دبي)، وإن تفاوتت الأسباب فيما بينها من حيث أهميتها النسبية حيث جاءت السرعة الزائدة أهم الأسباب التي أدت إلى ارتفاع حوادث السيارات بينما تضاءلت الأهمية النسبية للأسباب التي تتعلق بالطريق.

جدول رقم (١٢)

التوزيع النسبي لحاملي رخص القيادة بالعينة عام ٢٠٠٢م

النسبة %	المتغيرات
٦٧ , ٨	توعية الجمهور
٥٥ , ٤	تشديد العقوبة القانونية
٤١ , ٢	حجز مركبات المخالفين
٣١ , ٤	زيادة الغرامة المالية
٢٤ , ٢	وسائل أخرى

أما عن أفضل الوسائل لخفض معدلات حوادث المرور والحد من ارتفاعها فجاءت نتائج العينة على النحو الآتي:

ارتفعت أهمية وسيلة توعية الجمهور إلى (٨, ٦٧٪) (جدول ١٢) والشكل ١٤) يليها تشديد العقوبة القانونية إلى (٤, ٥٥٪)، ثم جاءت وسيلة حجز مركبات المخالفين إلى (٢, ٤١٪)، والغرامة المالية على المخالفين (٤, ٣١٪) في مركزين متأخرين الأمر الذي يعني أن الوسيلتين الأخيرتين ليستا مناسبتين في خفض معدلات حوادث المرور في رأي المبحوثين، ومن وجهة نظرهم أن التركيز على توعية الجمهور وتشديد العقوبة القانونية هما الوسيلتان المناسبتان والناجحتان في خفض معدلات حوادث المرور.

ثالثاً: وسائل الحد من ارتفاع معدلات حوادث المرور:

من العرض السابق يتضح أن أفضل الوسائل للحد من الارتفاع النسبي لمعدلات حوادث المرور هي التوعية، الأمر الذي يقتضي التعرض إلى أساليب التوعية ومنها على سبيل المثال لا الحصر الحملات المرورية وأسابيع المرور وسوف يتم تناول كل وسيلة منهما على نحو تفصيلي:

أ - أسبوع المرور:

وهو تقليد سنوي اتبعته دول مجلس التعاون لدول الخليج العربي، لنشر الوعي المروري بين مستخدمي المركبات لتذكيرهم بأهمية الالتزام بقواعد وأنظمة السير والمرور، وذلك عن طريق تنظيم أسبوع للتوعية المرورية باستخدام وسائل الإعلام المختلفة وإعداد المعارض التي تنمي لديهم «الثقافة المرورية».

ومن خلال اجتماع دوري للجنة التوعية المرورية المنبثقة عن الأمانة العامة بدول مجلس التعاون والمكونة أعضاؤها من مديري فروع العلاقات العامة والتوجيه المعنوي بإدارة المرور بدول المجلس يتم اختيار شعار موحد لأسبوع المرور الذي ينظم عادة في شهر مارس من كل عام.

واستناداً لتوصية مديري المرور بدول المجلس لتبادل الخبرات الميدانية خلال أسابيع المرور تم الاتفاق على إرسال ضباط، وصف ضباط للقيام بزيارات ميدانية بهدف المشاركة في الفعاليات والأنشطة واللقاءات التوعوية التي تقام خلال أسبوع المرور الموحد بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربي.

وبسؤال الباحثين عن مدى علمهم بأسبوع المرور أجاب نحو (٢, ٨١٪) من جملة العينة بمعرفتهم لأسبوع المرور، أما النسبة الباقية (٨, ١٨٪) فقد أجابت بما يفيد عدم معرفتهم لأسبوع المرور.

ب- حملات التوعية المرورية:

الحملة المرورية: برنامج إداري وإعلامي تقوم به الشرطة لإبراز نشاط منظم ومخطط ومحدد الأهداف والتوقيت يستهدف نشر الوعي المروري لدى مستخدمي الطريق والمركبة.

والجدير بالذكر أن شرطة دبي انتهجت منذ عام ١٩٨٤ أسلوباً حضارياً في معالجة مشاكل المرور بصفة عامة، والقضايا المتعلقة بالأمن والسلامة بصفة خاصة عن طريق القيام بحملات توعية مرورية مكثفة تستهدف توعية أفراد الجمهور كافة بمخاطر الطريق والمركبات، وما يتعلق بالمحافظة على حياتهم وأمنهم، ومثل هذه الحملات من شأنها زيادة الوعي المروري عند المواطنين وهي تسهم في خلق روح التعاون والثقة بينهم وبين رجال الشرطة القائمين على أمن وسلامة المجتمع.

أما عن الموضوعات التي يجب أن تتناولها التوعية المرورية ومدى أهميتها فقد أشار نحو ٢٥٦ أي أكثر قليلاً من نصف عدد الباحثين بأن حملات التوعية المرورية تناولت أسباباً مهمة، وإن كانت تتفاوت فيما بينها من حيث الأهمية النسبية، وتأتي في مقدمتها السرعة الزائدة حيث ارتفعت الأهمية النسبية لهذا السبب بين العينة إلى (٨٥٪) يليها مباشرة القيادة بطيش ورعونة (٧٥٪)، بينما سجل كل من ترك مسافة كافية وحزام الأمان كأحد أسباب الحوادث التي تتناولها حملات التوعية أهمية نسبية قدرها (٤٨٪) للأولى و(٤٤٪، ٢) للثانية.

أما بالنسبة لحوادث الأطفال وتحديد أماكن عبور المشاة والالتزام بها فقد سجلت نسبة (٤٤٪، ٨) و(٤٢٪، ٦) كمشكلات خاصة بالمرور يجب أن تتناولها حملات التوعية.

جدول رقم (١٣)

التوزيع النسبي لحاملي

رخص القيادة بالعينة عام ٢٠٠٢م

المتغيرات	النسبة %
السرعة الزائدة	٨٥
القيادة بطيش ورعونة	٧٥
ترك مسافة كافية	٨٤
حزام الأمان	٤٤,٢
حوادث السيارات	٤٤,٨
تحديد أماكن عبور المشاة	٤٢,٦

مما سبق يتضح لنا أن هناك تعدداً واضحاً في الموضوعات التي يجب التركيز عليها - في رأي الجمهور - وهي تجاوز السرعة المحددة والقيادة بطيش ورعونة.

رابعاً: تقييم مدى كفاءة برامج التوعية:

تقاس كفاءة برامج التوعية المرورية في هذه الدراسة من خلال عدة أسئلة تتناول جوانب مختلفة، منها على سبيل المثال لا الحصر: تحديد الخصائص العمرية والنوعية والثقافية والمهنية التي تقدم لها برامج التوعية، وتحديد أفضل الوسائل لنشر برامج التوعية المرورية سواء من خلال التليفزيون أو الراديو أو الصحف، مع حصر العقبات التي تقف أمام برامج التوعية المرورية والتي بإزالتها ترتفع كفاءة تلك الحملات.

جدول رقم (١٤)

التوزيع النسبي لفئات العينة المستهدفة بحملات التوعية

النسبة %	المتغيرات
٦٨,٢	سائقو سيارات الأجرة
٥٦,٦	سائقو الحافلات المدرسية
٥٦,٦	سائقو الشاحنات
٦٦,٦	المشاة
٦٤,٢	الأطفال
٧٥,٢	السائقون من الشباب
٥٠,٢	السائقون من النساء
٤٤,٨	السائقون من الرجال
٢٥,٦	السائقون من كبار السن
١٤,٨	السائقون المتعلمون
٣١,٦	السائقون غير المتعلمين

يوضح الجدول (١٤) و(الشكل ١٥) بالملحق، الفئات العمرية التي تقدم لها برامج التوعية. ومنهما يمكن ملاحظة الآتي:

- أن الفئات العمرية الشابة من السائقين هي التي يجب أن تحظى بنصيب كبير (٧٥,٢ %) من برامج التوعية.
- سجلت نسبة كبار السن الذين يجب أن توجه لهم برامج التوعية إلى (٢٥,٦ %) ونسبة الأطفال (٦٤,٢ %) وهذا أمر منطقي يتناسب مع نسبة خصائص الباحثين في أول الدراسة، حيث إن الأطفال يجب توجيههم بمساعدة الأسرة في المقام الأول بالإضافة إلى عدم قضاء احتياجاتهم في الذهاب إلى المدرسة أو إلى الأندية والأماكن الترويحية بدون أسرهم.

- أما عن الفئات التي يجب أن توجه إليها التوعية بدرجة أكبر من غيرها فكانت فئة سائقي سيارات الأجرة (٢, ٦٨٪)، بينما جاء سائقو الشاحنات والحافلات كأهم الفئات التي توجه إليهم برامج التوعية (٦, ٥٦٪)، الأمر الذي يعكس وجوب التركيز على فئة سائقي سيارات الأجرة في توجيه برامج التوعية، كما ارتفعت نسبة غير المتعلمين كأحد الفئات التي يجب أن توجه إليهم برامج التوعية المرورية للالتزام بقواعد المرور إلى (٦, ٣١٪).

جدول رقم (١٥)

بعض مؤشرات قياس كفاءة برامج التوعية

المتغيرات	النسبة %
هل تخاطب جميع فئات المجتمع؟	٤٤, ٣
هل تخاطب جميع الفئات العمرية؟	٣٧
هل تخاطب جميع المستويات الثقافية؟	٣٩, ١

- يمكن أن نستخلص من الجدول السابق ما يلي:
- أن تلك البرامج تخاطب جميع شرائح المجتمع في الأغلب الأعم حيث سجلت نسبة إجابة المبحوثين (٣, ٤٤٪) بينما انخفضت هذه النسبة إلى (١, ٣٩٪) عند الإجابة عن سؤال: (هل حملات التوعية تخاطب جميع المستويات الثقافية؟) فقد جاءت نسبة الإجابة عند سؤال المبحوثين: هل تخاطب برامج التوعية جميع الفئات العمرية؟ (٣٧٪) من عدد العينة.
- من التحليل السابق يتضح أن برامج التوعية المرورية تخاطب معظم فئات المجتمع الإماراتي.

جدول رقم (١٦)

التوزيع النسبي لأفضل الطرق للإعلان عن حملات التوعية المرورية

المتغيرات	النسبة %
الصور	٦٣,٢
لفظية سمعية	٤٧,٢
الرسوم المتحركة	٤٩
البوسترات	٤٦,٤
لفظة مكتوبة	٣٠,٤
الإذاعة	٥١
التلفزيون	٨٤,٤
السينما	١٦,٤
الصحف	٥٢,٨
الإنترنت	٢٥,٤
أخرى	٧,٦

- الجدول السابق يوضح التوزيع النسبي لأفضل الطرق للإعلان عن حملات التوعية المرورية، ومنه يمكن أن نستنتج ما يأتي:
- ارتفعت نسبة وسائل الإعلام المرئي وخاصة التلفزيون كأحد الوسائل الرئيسية التي يمكن الاعتماد عليها في نشر الوعي المروري إلى (٨٤,٨٪)، بينما تقاربت نسبتا كل من الإذاعة والصحافة كإحدى الوسائل التي يفضلها الباحثون لنشر الوعي المروري (٥١٪، ٥٢,٨٪) على التوالي. وفي المقابل انخفضت نسبة دور السينما كإحدى الوسائل

المناسبة والمفضلة لدى الجمهور في نشر الوعي المروري إلى (٤, ١٦٪) الأمر الذي يعني بطريقة غير مباشرة الاهتمام بحملات التوعية المرورية من خلال التلفزيون والتركيز عليها.

وسؤال الباحثين عن الأوقات المناسبة لبث برامج التوعية المرورية من خلال جهاز التلفزيون وجدنا نسبة (٣, ٦٠٪) من الباحثين تفضل الفترة الزمنية من الساعة ٦ - ٩ مساءً كأفضل فترة يمكن مشاهدة برامج التوعية فيها، بينما جاءت فترة الليل من بعد الساعة العاشرة ليلاً في المرتبة الثانية بنسبة مئوية وقدرها (٤, ٣٢٪)، وربما يعزى ذلك إلى الرغبة في النوم مبكراً خاصة بين فئتي الموظفين والطلاب. انظر جدول (١٧).

جدول رقم (١٧)

الأوقات المناسبة لبث برامج التوعية المرورية

عبر جهاز التلفزيون

النسبة %	المتغيرات
٣, ٦٠	٦ - ٩ مساءً
٤, ٣٢	من بعد ١٠ مساءً

وعن الأوقات المناسبة لبث برامج التوعية المرورية في الإذاعة فقد جاءت الفترة الصباحية من الساعة ٧ - ٨ صباحاً في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها (٥, ٨٥٪) مما يشير إلى أهمية هذه الفترة في متابعة سائقي المركبات لبرامج الإذاعة أثناء ذهابهم إلى العمل عبر مذياع السيارة واحتلت الفترة المسائية من الساعة ٤ - ١٠ مساءً المرتبة الثانية في أوقات الإذاعة بنسبة (٤, ٢٩٪) وجاءت فترة الظهر من الساعة ٤ - ٦ مساءً في المرتبة الأخيرة من أوقات متابعة بث البرامج الإذاعية بنسبة وقدرها (٧, ١٨٪) باعتبار أن هذه الفترة هي لتناول الغذاء والراحة. انظر جدول رقم (١٨).

جدول رقم (١٨)

الأوقات المناسبة لإذاعة برامج التوعية المرورية

المتغيرات	النسبة %
٧ - ٨ صباحاً	٨٥,٥
٤ - ٦ ظهراً	١٨,٧
٤ - ١٠ مساءً	٢٩,٤

وبالنسبة للتوعية المرورية عبر الصحف فقد جاءت نسبة (٣٩,٣ %) من المبحوثين تفضل نشر التوعية المرورية على الصفحة الأولى. وجاءت الصفحة الرياضية في المرتبة الثانية من حيث أهميتها النسبية (٢٠,٦ %)، وهذا يشير إلى اهتمام القراء وخاصة الشباب بمتابعة هذه الصفحات، بينما احتلت الصفحة الثانية من الصحف المرتبة الثالثة من حيث الأهمية حيث جاءت بنسبة (١٦ %) وتليها الصفحات الأخرى بنسبة وقدرها (٥,٦ %)، بينما تذيلت الصفحات الداخلية القائمة من حيث أهميتها النسبية (٣,٧ %). انظر جدول (١٩).

جدول رقم (١٩)

الصفحات المناسبة للإعلان عن التوعية المرورية

المتغيرات	النسبة %
الصفحة الأولى	٣٩,٣
الصفحة الرياضية	٢٠,٦
الصفحة الثانية	١٦
صفحات أخرى	١٤,٨
الصفحة الثقافية	٥,٦
الصفحة الداخلية	٣,٧

عند دراسة مقومات نجاح برامج التوعية المرورية تم طرح مجموعة من الأسئلة، أهمها: من المسئول الأول عن برامج التوعية المرورية؟ أجاب نحو (٨٢٪) من المبحوثين بأن الشرطة هي المسئولة الأولى عن ذلك. ثم جاءت المدرسة في المرتبة الثانية بنسبة (٦٢٪)، على اعتبار أنها المسئولة عن الثقافة المرورية لدى الأطفال، ثم جاءت الأسرة في المرتبة الثالثة بنسبة (٥٩,٦٪). انظر جدول رقم (٢٠).

جدول رقم (٢٠)

مدى التكامل بين برامج التوعية والجهات الأخرى

المتغيرات	النسبة %
الشرطة	٨٢
المدرسة	٦٢
الأسرة	٥٩,٦

يوضح الجدول (٢١) رأي الجمهور في أسباب عدم فعالية برامج التوعية المرورية، حيث احتل اختلاف الجنسيات الموجه لها التوعية المرتبة الأولى في قائمة الأسباب التي تعد من معوقات نجاح برامج التوعية المرورية وذلك بنسبة (٧٢,٢٪) وهذا دليل على أن مجتمع الإمارات خليط من الجنسيات المختلفة، مما يستوجب ضرورة مخاطبة هذه الفئات بلغاتهم لتحقيق أكبر قدر من الكفاءة والفاعلية لبرامج التوعية المرورية.

واحتل جهل أفراد الجمهور وعدم تعاونهم مع برامج التوعية المرورية المرتبة الثانية بنسبة (٦٧,٨٪) وهذا يؤكد الارتباط الوثيق بين هذا السبب والمتغير الأول حيث لا يمكن أن يتحقق نجاح برامج التوعية المرورية إذا كان الجمهور يتلقى هذه البرامج من المرسل بلغة غير لغته.

وجاء عدم تعاون وسائل الإعلام في نشر برامج التوعية المرورية بطرق مدروسة ومجدية في المرتبة الثالثة بنسبة (٢, ٤٧٪) وهذا يشير إلى ضرورة تعاون وسائل الإعلام مع أجهزة الشرطة في تدعيم رسالتها في المجتمع، وخاصة إذا علمنا أن وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة تلعب دوراً كبيراً في نقل المعلومات والتأثير على الجمهور في ظل التطور الهائل لوسائل الإعلام وتقنية الاتصال المتطورة في عصرنا الحالي.

وعن السبب الخاص لعدم وجود استراتيجية أمنية للتوعية المرورية، فقد رأت نسبة (٤, ٤١٪) من عدد المبحوثين أن عدم وجود استراتيجية أمنية واضحة للتوعية المرورية، هو أحد أسباب معوقات فعاليات برامج التوعية، وتأتي عدم قناعة المسؤولين في الأجهزة الشرطة بأهمية التوعية المرورية بنسبة (٢, ٢١٪) وهذا يتطابق مع رأي المبحوثين في عدم وجود استراتيجية أمنية مدروسة للتوعية المرورية في ظل غياب الخطط والاستراتيجيات الأمنية الخاصة بها.

وأجاب ما نسبته (٦, ١٪) من المبحوثين بأن هناك أسباباً أخرى لعدم فعالية برامج التوعية المرورية ولكنها لم تحدد هذه الأسباب.

جدول رقم (٢١)

أسباب عدم فعالية برامج التوعية المرورية

النسبة %	المتغيرات
٧٢, ٢	اختلاف الجنسيات الموجه لها التوعية
٦٧, ٨	جهل الجمهور وعدم تعاونهم مع برامج التوعية المرورية
٤٧, ٢	عدم تعاون وسائل الإعلام في نشر برامج التوعية المرورية
٤١, ٤	عدم وجود استراتيجية أمنية للتوعية المرورية
٢١, ٢	عدم قناعة المسؤولين في الأجهزة الأمنية بأهمية التوعية المرورية
١, ٦	أسباب أخرى

جدول رقم (٢٢)

التوزيع النسبي لمعوقات حملات

التوعية المرورية الأمنية

النسبة %	المتغيرات
٧٥,٦	تعدد الجنسيات
٤١,٢	عدم وجود استراتيجية أمنية للتوعية
٤٠,٤	عدم تعاون وسائل الإعلام
٣٨,٦	عدم وجود الخبرة الكافية
٢٥,٢	عدم كفاءة القائمين على برامج التوعية
٦,٤	معوقات أخرى

من خلال الجدول (٢٢) نلاحظ أن تعدد الجنسيات جاء في المرتبة الأولى كأحد معوقات التوعية المرورية بنسبة (٧٥,٦ %) وهذا يؤكد ويتوافق مع ما سبق أن أكده الباحث من أن مجتمع الإمارات خليط من جنسيات مختلفة وخاصة أن سائقي المركبات الذين يجب أن توجه إليهم التوعية يتحدثون بلغات مختلفة.

واحتلت عدم كفاءة وجود برامج التوعية المرتبة الثانية في المعوقات بنسبة (٤١,٢ %) من عدد العينة، الأمر الذي يدعو إلى تطوير هذه البرامج وتقديمها إلى المتلقين بوسائل متقدمة وحديثة وذلك من خلال وسائل الإعلام المختلفة، والتي اعتبر بعض الباحثين عدم تعاونها إحدى هذه المعوقات بنسبة (٤٠,٤ %).

واحتل العنصر البشري القائم بالتوعية المرتبتين الرابعة والخامسة في الترتيب كأحد المعوقات الرئيسية لبرامج التوعية المرورية، فنجد أن نسبة (٦, ٣٨٪) من المبحوثين ذكرت عدم وجود الخبرة الكافية لتنفيذ برامج التوعية و(٢, ٢٥٪) رأت عدم كفاءة القائمين على برامج التوعية، وهذا يشير إلى أهمية اختيار العناصر البشرية العاملة في مجال التوعية المرورية وتدريبهم على التقنيات الحديثة في تنفيذ برامج التوعية المرورية.

وأشارت نسبة (٤, ٦٪) من المبحوثين إلى أن هناك معوقات أخرى يمكن أن تساهم في فشل برامج التوعية، ولكن لم توضح هذه المعوقات.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

استمارة استبيان

حول

«فاعلية برامج التوعية المرورية

التي تنظمها القيادة العامة لشرطة دبي»

يسرني أن أضع بين يديك هذه الاستمارة للتعرف على رأيك حول فاعلية برامج التوعية المرورية التي تنظمها القيادة العامة لشرطة دبي.

أمل منك التعاون معي في الإجابة بدقة وصراحة بوضع إشارة () عند كل فقرة وفي الخانة التي تراها مناسبة ومتوافقة مع رأيك:

أولاً : بيانات أولية:

س١: ما عمرك بالسنوات؟

- () من ١٨ إلى ٢٩ سنة () من ٣٠ سنة إلى ٣٩ سنة ()
() من ٥٠ سنة إلى ٥٩ سنة () من ٦٠ سنة فأكثر ()
() من ٤٠ سنة إلى ٤٩ سنة ()

س٢: الجنس:

- () ذكر - () أنثى - ()

س٣: الحالة الاجتماعية:

- () أعزب () متزوج () أرمل () مطلق ()

س٤: الجنسية:

- () مواطن () غير مواطن () حدد الجنسية

س٥: المهنة:

- () طالب () موظف () متقاعد () سائق ()
() عامل () أخرى، ما هي؟ () .

س٦: المستوى التعليمي:

- () يقرأ ويكتب () ابتدائي () إعدادي () ثانوي ()
() دبلوم () جامعي () فوق الجامعي ()

س٧: هل تحمل رخصة قيادة؟

- نعم () - لا ()

ثانياً: الحوادث المرورية:

س٨: ما أسباب الحوادث المرورية بصفة عامة في رأيك؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة مع الترتيب.

- السرعة الزائدة () - الانشغال بغير الطريق ()
- عدم استخدام حزام الأمان () - استخدام الهاتف أثناء القيادة ()
- عدم الالتزام بالقوانين المرورية () - عدم ترك مسافة كافية ()
- عدم صلاحية السيارة () - أسباب تتعلق بالطريق ()
- أسباب أخرى، اذكرها

س٩: ما الوسيلة المناسبة في رأيك للتقليل من حوادث المرور؟ يمكن اختيار إجابة أو أكثر مع الترتيب.

- زيادة الغرامات المالية () - تشديد العقوبة القانونية ()
- أسلوب التوعية () - حجز مركبات المخالفين ()
- وسائل أخرى اذكرها

ثالثاً: أسابيع المرور في دول مجلس التعاون الخليجي:

س١٠: هل تسمع عن أسابيع المرور في دول مجلس التعاون الخليجي؟

- نعم () - لا ()

س١١: هل أنت مقتنع بفكرة هذه الأسابيع.

- نعم () - لا ()

س١٢: هل أسابيع المرور تكفي للتوعية؟

- نعم () - لا ()

س١٣: لماذا؟

رابعاً: حملات التوعية المرورية بشرطة دبي:

س١٤: هل سمعت عن حملات التوعية المرورية التي تنظمها شرطة دبي؟

- نعم () - لا ()

س١٥: اذكر أحد عناوين حملات التوعية المرورية التي سمعت عنها؟

.....

س١٦: في أي عام عرفت أو سمعت بوجود هذه الحملات المرورية؟

() ١٩٨٤ () ١٩٨٥ () ١٩٨٦ () ١٩٨٧ () ١٩٨٨ ()
() ١٩٨٩ () ١٩٩٠ () ١٩٩١ () ١٩٩٢ () ١٩٩٣ ()
() ١٩٩٤ () ١٩٩٥ () ١٩٩٦ () ١٩٩٧ () ١٩٩٨ ()
() ١٩٩٩ () ٢٠٠٠ ()

س١٧: وهل استفدت من هذه الحملات المرورية؟

- نعم () - لا ()

س١٨: لماذا؟

س١٩: في رأيك هل تساهم حملات التوعية المرورية في التقليل من حوادث المرور؟

- نعم () - أحياناً - لا ()

خامساً: الوسائل الإعلامية المستخدمة في الحملات المرورية:

س٢٠: ما الوسائل الإعلامية المناسبة التي تقترحها لنجاح فعاليات برامج الحملات المرورية؟ يمكن اختيار أكثر من وسيلة مع الترتيب.

- الصحف () - السينما () - النشرات والكتيبات ()

- الإذاعة () - التلفزيون ()

- وسائل أخرى () - ما هي؟

س٢١: هل تعتقد أن التوعية المرورية تقتصر فقط على الوقت المحدد لها؟

- نعم () - لا ()

س٢٢: فما السبب؟

س٢٣: هل تتناول برامج التوعية المرورية موضوعات مفيدة؟

- نعم () - أحياناً () - لا () - لا أعلم ()

س٢٤: ما الموضوعات التي ترى ضرورة التركيز عليها أكثر من غيرها في برامج التوعية المرورية؟ يمكن اختيار إجابة أو أكثر مع الترتيب.

- السرعة الزائدة () - القيادة بطيش ورعونة ()
- الإطارات () - حوادث الأطفال ()
- حزام الأمان () - ترك مسافة كافية ()
- أماكن عبور المشاة () - الشاحنات ()

مواضيع أخرى هي

س٢٥: ما الفئات التي ترى ضرورة توجيه التوعية لها؟ يمكن اختيار إجابة أو أكثر مع الترتيب.

- سائقو سيارات الأجرة () - السائقون الشباب ()
- سائقو الحافلات المدرسية () - السائقون الكبار ()
- المشاة () - الأطفال ()
- المتعلمون () - السائقات النساء ()
- سائقو الشاحنات () - غير المتعلمين ()

س٢٦: هل برامج التوعية المرورية تخاطب جميع فئات المجتمع؟

- نعم () - أحياناً () - لا ()

س٢٧: فما السبب؟

س٢٨: هل تناسب برامج التوعية المرورية جميع الفئات العمرية؟

- نعم () - أحياناً () - لا ()

س٢٩: هل برامج التوعية المرورية تخاطب جميع المستويات الثقافية؟

- نعم () - أحياناً () - لا ()

س٣٠: ما الأوقات المناسبة لإذاعة برامج التوعية المرورية في الإذاعة؟

- بين الساعة ٧ - ٨ صباحاً () - بين الثانية والثالثة ظهراً ()

- من ٤ إلى ٦ مساءً () - من ٨ إلى ١٠ ليلاً ()

- برنامج البث المباشر ()

- أوقات أخرى () حددها

س٣١: ما الأوقات المناسبة لإذاعة برامج التوعية المرورية في التلفزيون؟

- من ٤ إلى ٦ مساءً () - قبل نشرة الأخبار ()

- بعد نشرة الأخبار () - من ٦ إلى ٨ مساءً ()

- أوقات أخرى () اذكرها:

س٣٢: ما الصفحات المناسبة لنشر التوعية المرورية في الصحف اليومية؟

- الصفحة الأولى () - الصفحات الداخلية ()

- الصفحات الثقافية () - الصفحة الأخيرة ()

- الصفحات المحلية () - الصفحات الرياضية ()

س٣٣: بأية وسيلة تفضل برامج التوعية المرورية؟ يمكن اختيار أكثر من وسيلة

مع الترتيب.

- الصور () - اللفظية المسموعة ()
 - الملصقات () - وسائل أخرى ()
 - الرسوم المتحركة () - اللفظية المكتوبة ()

س٣٤: في أية وسيلة من وسائل الإعلام تفضل متابعة برامج التوعية المرورية؟
 يمكن اختيار أكثر من وسيلة بالترتيب.

- الإذاعة () - التلفزيون () - السينما ()
 - الإنترنت () - وسائل أخرى () حددها:

س٣٥: هل ترى أن هناك تكاملاً بين برامج التوعية المرورية كافة؟

- نعم () - أحياناً () - لا ()

س٣٦: من المسئول عن التوعية المرورية من وجهة نظرك؟

- الشرطة () - المدرسة () - الأسرة ()
 - جهات أخرى، حددها:

س٣٧: تعاملك مع رجال المرور في الشارع كان من خلال؟

- لقاءات توعوية () - حادث مروري ()
 - تحرير مخالفات () - جهات أخرى، حددها:

س٣٨: ما لغة التخاطب المناسبة التي يجب استخدامها في برامج التوعية المرورية
 في رأيك؟

- العربية () - الأوردو ()
 - الإنجليزية () - لغات أخرى، ما هي؟

س٣٩: هل تعتقد بأهمية إدخال مادة التوعية المرورية في المناهج الدراسية؟

- نعم () - لا ()

س.٤٠: ما عوامل عدم فعالية برامج التوعية المرورية من وجهة نظرك؟ يمكن اختيار
إجابة أو أكثر مع الترتيب.

- () - عدم قناعة المسئولين في الأجهزة الشرطة بأهمية التوعية المرورية
- () - عدم وجود استراتيجية أمنية للتوعية المرورية
- () - عدم تعاون وسائل الإعلام في نشر برامج التوعية المرورية
- () - جهل الجمهور وعدم تعاونهم مع برامج التوعية المرورية
- () - اختلاف الجنسيات التي توجه لها التوعية المرورية
- () - أسباب أخرى، حددها:

س.٤١: ما المعوقات التي يمكن أن تواجه القائم بالتوعية المرورية؟ يمكن اختيار
إجابة أو أكثر بالترتيب.

- () - تعدد الجنسيات () - قلة الإمكانيات المادية
- () - عدم وجود الخبرة الكافية () - عدم تعاون وسائل الإعلام
- () - عدم كفاءة وجود برامج التوعية
- () - عدم كفاءة القائمين على برامج التوعية
- () - معوقات أخرى () حددها:

س.٤٢: بماذا تقترح لكي تؤتي برامج التوعية المرورية ثمارها المرجوة؟

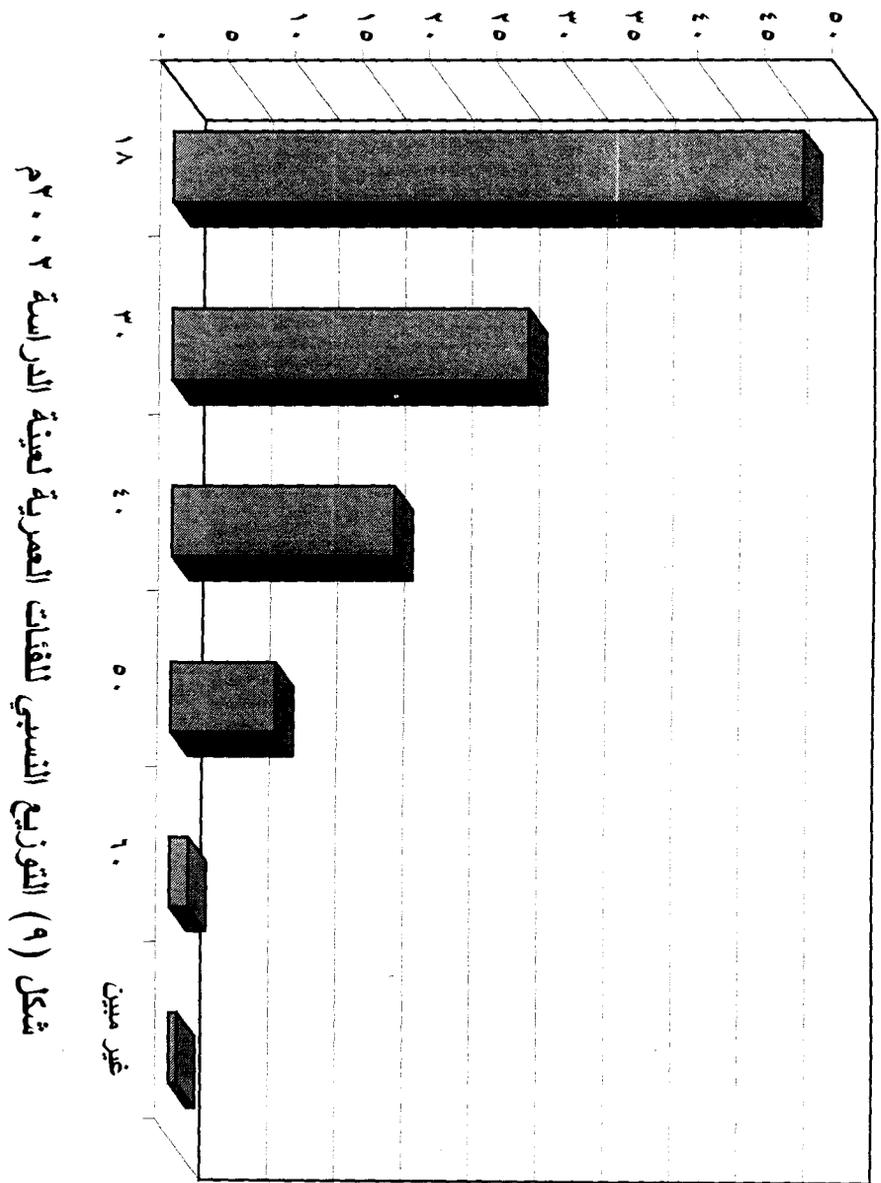
١-

٢-

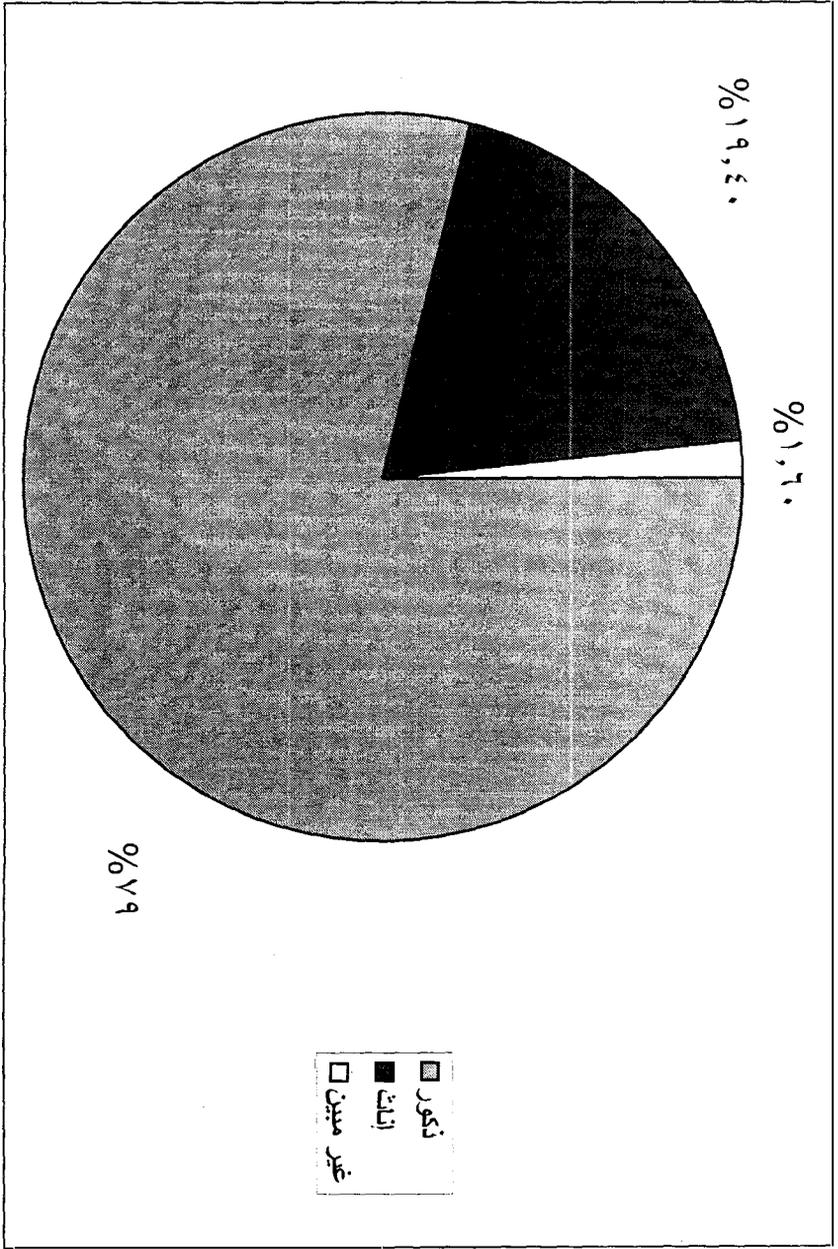
٣-

شكراً لتعاونك معنا،،،

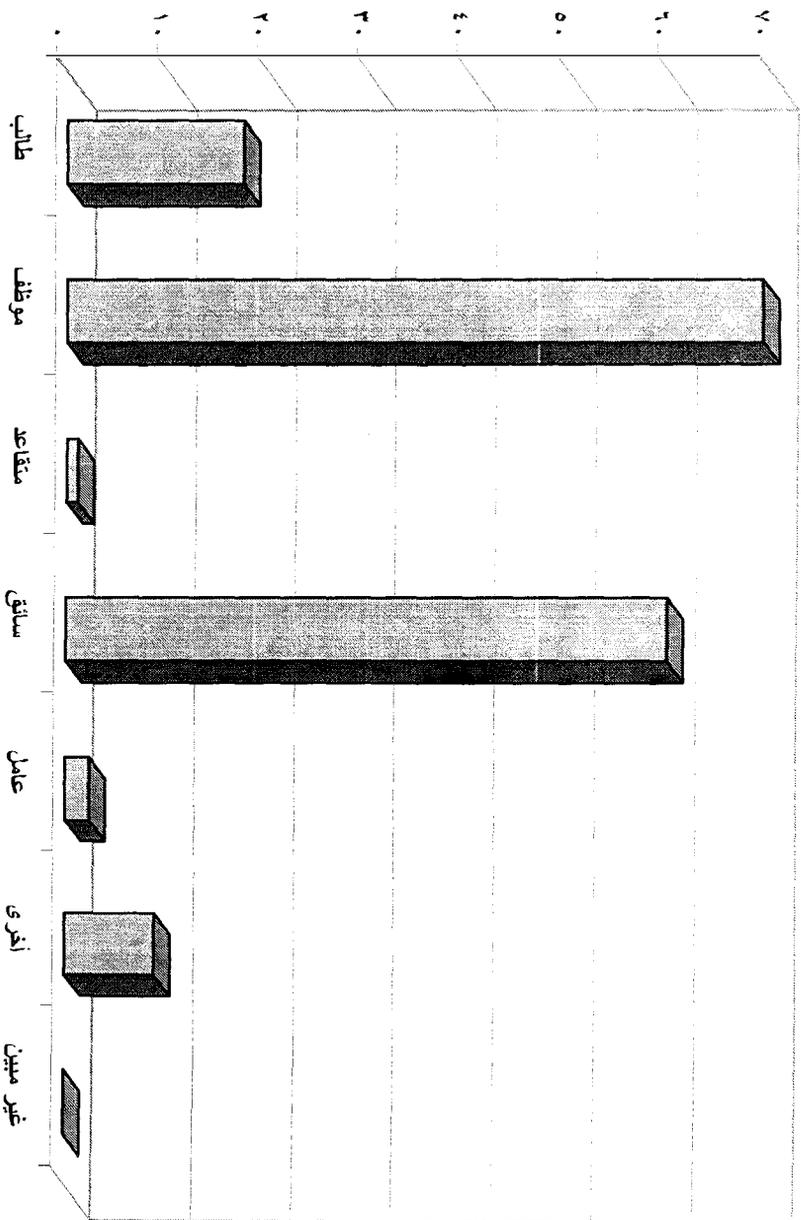
ملحق
الرسوم البيانية



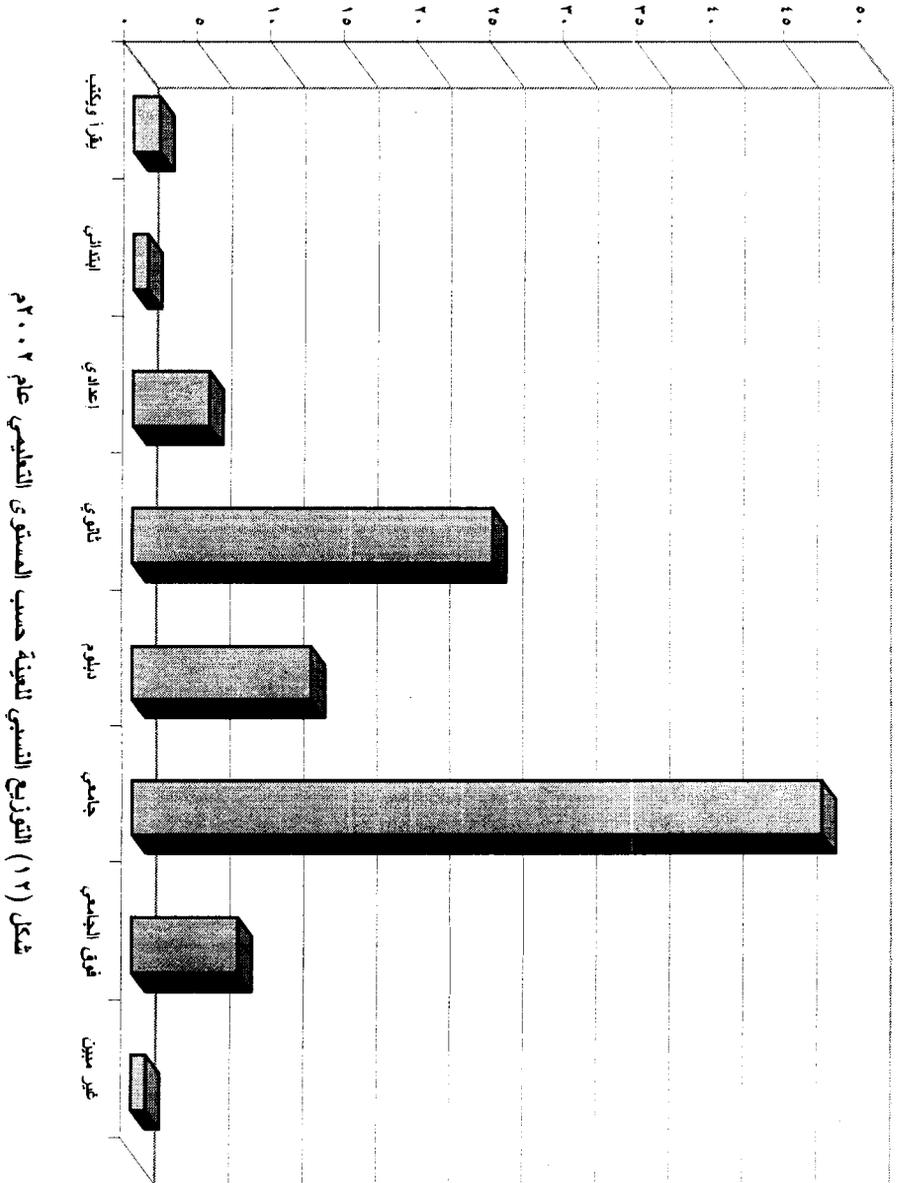
شكل (٩) التوزيع النسبي للفئات العمرية لعينة الدراسة ٢٠٠٢م



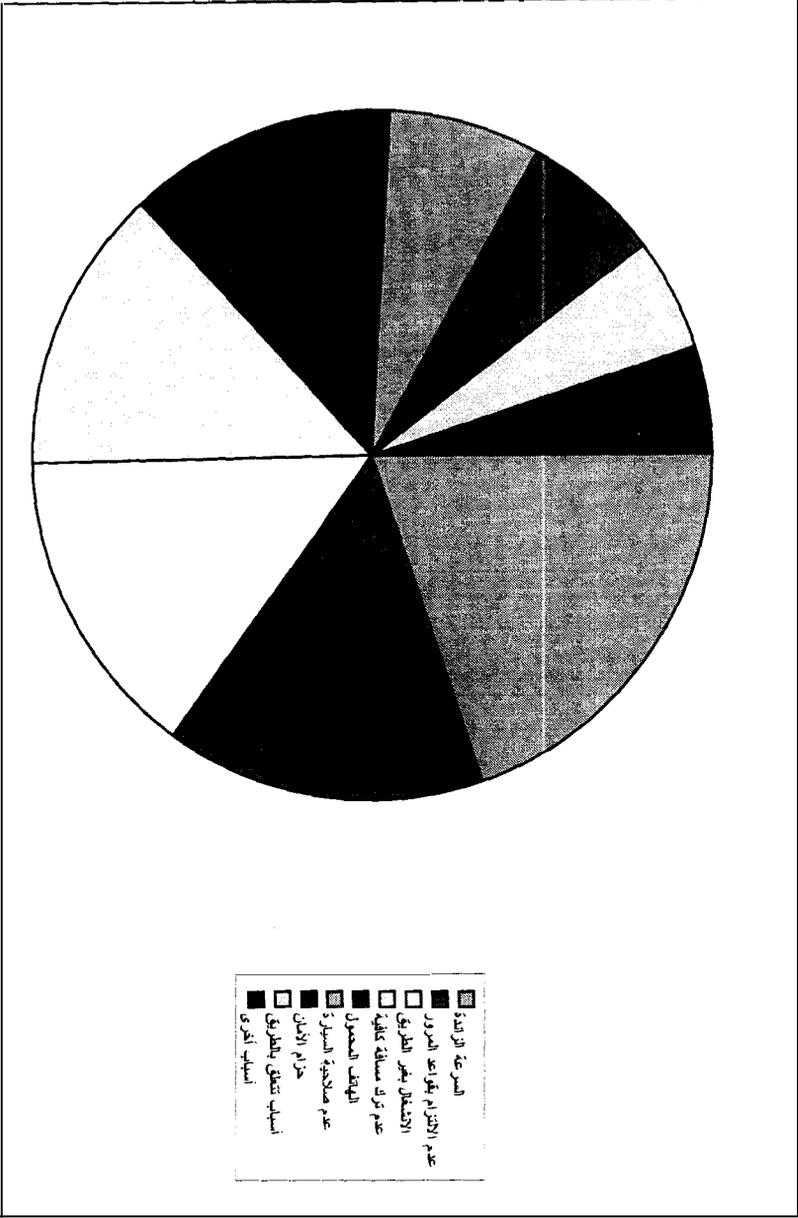
شكل (١٠) التوزيع النسبي للفئات العمرية لعينة الدراسة ٢٠٠٢م



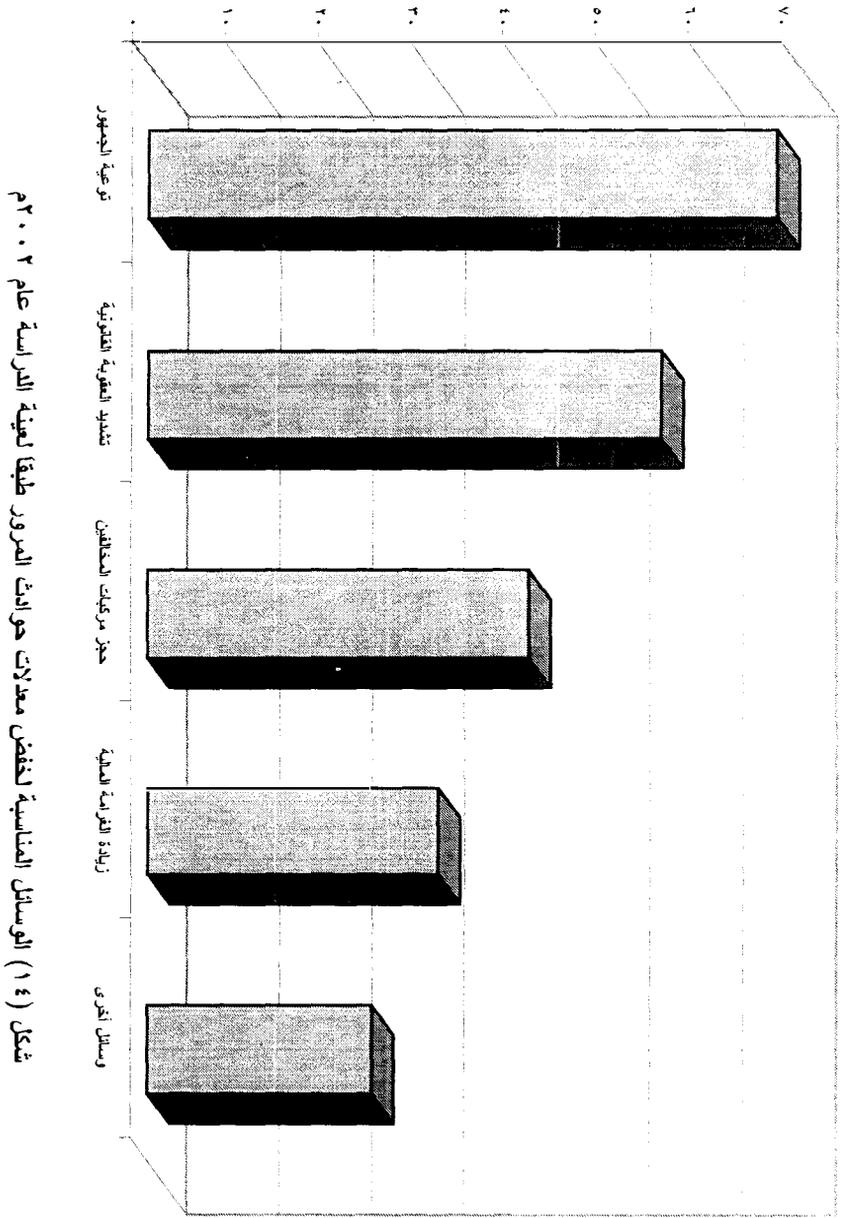
شكل (١١) أسباب حوادث السيارات حسب أهميتها لعينة الدراسة عام ٢٠٠٢م



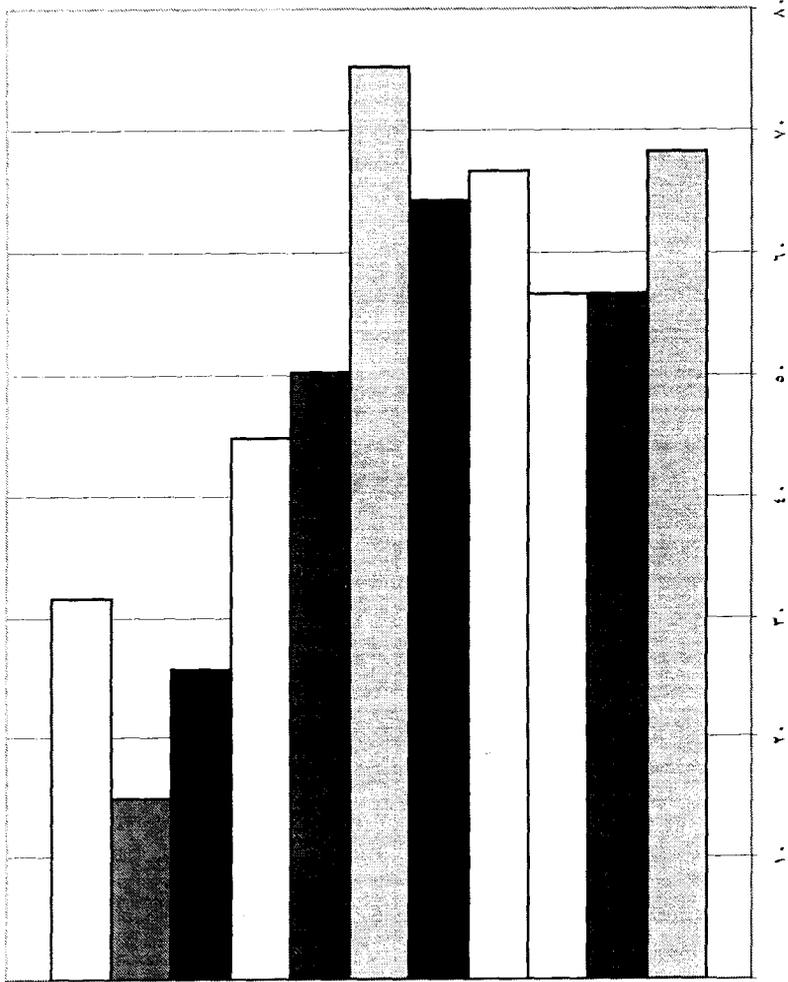
شكل (١٢) التوزيع النسبي للمثمة حسب المستوى التعليمي عام ٢٠٠٢م



شكل (١٣) أسباب حوادث السيارات حسب أهميتها لعينة الدراسة عام ٢٠٠٢م



شكل (١٤) الوسائل المناسبة لخفض معدلات حوادث المرور طبقا لنتيجة الدراسة عام ٢٠٠٢م



شكل (١٥) الفئات التي توجه إليها التوعية المرورية

النتائج والتوصيات

يعد الإعلام الأمني من المفاهيم الحديثة التي واكبت التطورات التي برزت على الساحة العالمية، والتي أفرزتها العولمة حيث أصبح العالم قرية كونية صغيرة نتيجة لثورتي الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والتي عظمت من إمكانيات وسائل الإعلام والاتصال.

ونتيجة لهذه التطورات برز مصطلح الإعلام الأمني كأحد فروع علوم الإعلام الحديثة، والذي يمثل تحقيق الأهداف الأمنية بأعتبار أن التوعية هي بؤرة اهتمامه واختصاصه.

وعلى الرغم من أن الإعلام الأمني قد أصبح واقعاً في مجال العمل الشرطي إلا أن هناك بعض الصعوبات والعقبات التي تعترض أداءه لدوره في مجتمعاتنا العربية. ورغبة من الباحث في إثراء الدراسة، فقد تم وضع مجموعة من التساؤلات حول جوانب الدراسة وأبعادها الأساسية بما يحقق الوصول إلى قلب المشكلة مباشرة.

أولاً : نتائج الدراسة :

وقد تضمنت الدراسة مجموعة من التساؤلات التي تمثل الإجابة عنها أهم النتائج التي تم التوصل إليها ونوردها فيما يلي:

س ١ : ما هو مفهوم الإعلام الأمني؟ وما هي العلاقة بين الإعلام والأمن؟

من خلال الفصل الأول من هذه الدراسة تعرض الباحث لدراسة مفهوم الإعلام الأمني حيث خرج الباحث بالنتائج الآتية:

* أن مفهوم الإعلام الأمني من المفاهيم الحديثة التي برزت في نهاية القرن العشرين ونتيجة لحداثة هذا العلم فقد تعددت التعاريف له وتنوعت تبعاً لاهتمامات الباحثين، وقد اجتهد الباحث في وضع تعريف محدد له مشتق من التعاريف المختلفة التي تم التعرض لها والمتمثل في «إنه تلك الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة التي تصدر عن جهاز الشرطة، وتبث عن

طريق وسائل الإعلام المختلفة، بهدف التوعية والإرشاد وتحسين صورة المؤسسة الشرطية في أذهان الجماهير لتحقيق التفاعل الإيجابي بين الشرطة والجماهير في إطار سياسة الدولة وقوانينها».

كما خلص الباحث إلى:

* وجود علاقة وطيدة بين الإعلام والأمن حيث إن الإعلام أداة فعالة من أدوات الأمن لخلق حلقة من التواصل والترابط مع الجماهير بالإضافة إلى أنه يمثل وظيفة مهمة من وظائف الجهاز الأمني بما يحققه من خلق وعي جماهيري بأنشطته وأدائه لرسالته وتبصيره بالمخاطر التي يتعرض لها وكيفية الوقاية منها.

س٢: ما أسس الإعلام الأمني وأهدافه؟ وهل هناك استراتيجية بعينها للإعلام الأمني؟ وإذا كانت الإجابة بنعم فما هي معوقات تلك الاستراتيجية؟

من خلال المبحث الثاني من الفصل الأول الذي تناول أسس الإعلام الأمني وأهدافه قام الباحث بتحديد مهام الإعلام ومتابعة ما يبث في وسائل الإعلام الأجنبية فيما يتعلق بالدولة، وتتبع شكاوى وآراء المواطنين، ورصد تطور الظواهر الإجرامية على كافة الأصعدة وقياس اتجاهات الرأي العام حيال القضايا الأمنية، والمشاركة في الاحتفالات والمناسبات القومية، وإعداد الحملات الإعلامية لمواجهة الظواهر الإجرامية والفكر المتطرف، ومتابعة ما يصدر عن جمعيات حقوق الإنسان والرد عليها وتصحيحها، وإنتاج أعمال فنية تبرز جهود الجهاز الأمني، والاهتمام بمخاطبة جميع فئات الجمهور من خلال النشرات والدوريات لإيجاد التواصل مع الجماهير.

كما تم تحديد أهداف الإعلام الأمني وتقسيمها إلى أهداف تشييفية وتوجيهية وأهداف اجتماعية ووقائية وأهداف ضبطية واقتصادية وتوعوية.

وللإجابة عن التساؤل بوجود أو عدم وجود استراتيجية بعينها للإعلام الأمني خرج الباحث بالنتيجة التالية:

«عدم وجود استراتيجية إعلامية أمنية واقعية نتيجة غياب السياسات الإعلامية الواضحة، وغياب الخطط والبرامج الإعلامية الأمنية، وعدم وجود كادر إعلامي أمني عربي، وعدم الانفتاح على خبرات الدول المتقدمة، وغياب النظرة الشمولية في القيام بمهام ومسئوليات الإعلام الأمني» .

س٣: هل هناك علاقة تفاعلية بين الإعلام الأمني والوسائل الإعلامية المختلفة؟

توصل الباحث من خلال التعرض للإيجابيات والسلبيات المتعلقة بكل وسيلة والتي تم التعرض لها في إطار دراسة العلاقة التفاعلية بين الإعلام الأمني والوسائل الإعلامية المختلفة من خلال المبحث الثالث في الفصل الأول والذي تناول الدور التفاعلي بين الاعلام الأمني والوسائل الإعلامية متمثلة في التلفزيون والسينما والإذاعة والصحافة والفيديو والإنترنت - إلى:

ضرورة تأكيد الدور الإيجابي الفعال لوسائل الإعلام المختلفة سواء المرئية أو المسموعة أو المقروءة بهدف دعم رسالة الشرطة في المجتمع من خلال التنسيق والترابط والتكامل بين الأجهزة الشرطية والإعلامية، لإنجاح دور الإعلام الأمني في المجتمع وفي ذات الوقت معالجة السلبيات الخاصة بهذه الوسائل من خلال التوعية الأمنية.

س٤: ما الدور الوظيفي للإعلام الأمني في مواجهة الجريمة؟

كانت الإجابة عن هذا التساؤل من خلال المبحث الأول من الفصل الثاني وعنوانه «مجالات الإعلام الأمني» حيث تم التعرض لدور الإعلام الأمني في مواجهة الجريمة حيث تم استعراض مفهوم الجريمة والاتجاهات الحديثة في تفسير السلوك الإجرامي ودور الإعلام الأمني تجاه السلوك الإجرامي ودور وسائل الإعلام وتأثيرها فيه.

وخرج الباحث بنتيجة مفادها أن لوسائل الإعلام تأثيرها الواضح في السلوك الإجرامي مؤكداً هذه الحقيقة من خلال الدراسات التي أجريت في العديد من البلدان المتقدمة على تأثير الوسائل الإعلامية المختلفة (سينما - تليفزيون - إذاعة - صحافة - فيديو - إنترنت) وأن الأمر يتطلب ورأ إيجابياً للإعلام الأمني لوقاية المجتمع من أخطار تلك الوسائل حيث قام الباحث بصياغة هذا الدور في عدد من التوصيات تم إدراجها في توصيات الدراسة.

ومن ثم يمكن القول أن لوسائل الإعلام دورها الوظيفي المهم لدعم رسالة الشرطة من خلال التنسيق مع الأجهزة الأمنية لوقاية المجتمع من الجريمة والانحراف.

س 5 : هل هناك دور إعلامي أمني في مجال التوعية الاجتماعية وبخاصة مشكلة تعاطي وإدمان المخدرات؟

وقد تمت الإجابة عن هذا التساؤل من خلال المبحث الثاني من الفصل الثاني الذي تناول دور الإعلام الأمني في التوعية الاجتماعية بمشكلة تعاطي وإدمان المخدرات وخرج الباحث بالنتيجة التالية:

- إن الإعلام الأمني يمثل أحد عناصر الخطة العامة التي تضعها الدول في إطار جهودها لمكافحة هذه الظاهرة وتحجيمها، كما يرى الباحث ضرورة وجود خطة مدروسة تقوم على خطوات علمية تتمثل في تحديد أهداف الخطة الإعلامية لمكافحة المخدرات وأطرافها ووسائل لاتصال المستخدمة وأشكالها.

- خلص الباحث إلى أن الاتجاهات الرئيسية للإعلام الأمني لمكافحة المخدرات تنحصر بصفة عامة في «الاتجاه الديني» باعتبار أن المخدرات من المحرمات التي نهت عنها الأديان، و«الاتجاه الصحي» لما تسببه من أضرار بالغة على متعاطيها و«الاتجاه العقابي» من خلال التوعية بعقوبات الاتجار لما تمثله من تهديد لأمن واستقرار المجتمع.

- ومن ثم فإن هناك دوراً إعلامياً أمنياً في مجال التوعية الاجتماعية وبخاصة مشكلة تعاطي وإدمان المخدرات أكدته اتفاق الآراء الدولية على أن الإعلام القائم على أسس علمية وواقعية دون تشويه أو مبالغة يكون أثره كبيراً في الحد من انتشار وتعاطي المخدرات.

س٦: هل هناك رؤية إعلامية أمنية عربية مشتركة واضحة المعالم؟ وهل هناك استراتيجيات أمنية عربية موحدة للوقاية من الجريمة؟ وهل هناك مقومات لها؟ وما إمكانيات تطوير هذه الاستراتيجيات؟

من خلال الفصل الثالث وعنوانه الإعلام الأمني العربي ودوره في مكافحة الجريمة انتهى الباحث إلى وجود رؤية إعلامية أمنية واضحة المعالم في إطار مفهوم الأمن الجماعي العربي، وباستحداث آلية جديدة لتفعيل الأمن العربي المشترك من خلال إنشاء مجلس وزراء الداخلية العرب، والذي يمثل الترجمة الحقيقية للرغبة العربية في مواجهة التحديات الأمنية بصورة جماعية داخل نطاق جامعة الدول العربية.

ما نجم عن هذه الإرادة من إصدار مجلس وزراء الداخلية العرب في دورته العاشرة الذي عقد بتونس عام ١٩٩٣ قراره رقم ٢٠٥ بإنشاء المكتب العربي للإعلام الأمني حيث عكست أهداف إنشائه الرغبة الواضحة لوجود أداة إعلامية عربية يعول عليها لتنفيذ الغايات والأهداف الأمنية على الرغم من المعوقات التي رصدها الباحث والتي تحد من أدائه لمهامه.

كما خرج الباحث بوجود استراتيجيات أمنية عربية موحدة للوقاية من الجريمة تم إقرارها من خلال مجلس وزراء الداخلية العرب في عام ١٩٩٦ والتي أكدت على الموضوعات التالية:

ضرورة وضع ميثاق الشرف الإعلامي موضع التنفيذ وتحديد المبادئ الأساسية الواجب الالتزام بها عند التعرض للموضوعات الأمنية، كما أكدت الاستراتيجيات الأمنية على وضع مجموعة من الخطط في مجال مكافحة الجريمة ومكافحة الاستعمال غير المشروع للمخدرات بالإضافة إلى الخطة العربية لمكافحة الإرهاب عام ١٩٨٦.

وأضافت الاستراتيجية مجموعة من الخطط لدعم جهود الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب في مكافحة الجريمة ودراسة أفضل السبل للتوعية الإعلامية الأمنية العربية.

كما وجد الباحث أن الاتجاهات الحديثة لمحاربة الجريمة يجب أن تتجه نحو الوقاية وليس المكافحة ، وأن الأمر يتطلب تطوير الاستراتيجية المتبعة من خلال تبني سياسة وقائية جديدة تحقق بعدين أساسيين هما تقليل معدلات ارتكاب الجرائم والمشاركة الشعبية في النشاط الأمني من خلال الشرطة الشعبية والتوسع في بدائل السجون.

وإذا كان الهدف الرئيسي للاستراتيجية الأمنية العربية هو الوقاية والتصدي للجريمة، فلا بد من تضافر مجموعة من الوسائل الإعلامية وخاصة الإذاعة والتلفزيون والليزران يعدان من أهم الوسائل التأثيرية في نشر الوعي الأمني والتصدي لثقافة الجريمة.

س٧: هل كان هيمنة العلاقات العامة على اختصاصات الإعلام الأمني في وزارات الداخلية العربية عامة ودولة الإمارات خاصة؟

من خلال التعرض لتجربة الإعلام الأمني في دولة الإمارات العربية المتحدة (الفصل الرابع من الدراسة) ومن خلال التعرض للهيكل التنظيمي الموحد للدول العربية والمقترح وفقاً للاجتماع الأول لمديري العلاقات العامة بوزارات الداخلية في الدول العربية في ٢٥ فبراير عام ١٩٧٨ بمدينة أبوظبي والهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية الإماراتية.

أثبت الباحث أن الإعلام الأمني العربي بدأ واستمر تحت مسميات مختلفة تتبع في غالبيتها إدارات العلاقات العامة بوزارات الداخلية العربية، ومن ثم فقد تأكدت للباحث هيمنة العلاقات العامة على اختصاصات الإعلام الأمني في كل وزارات الداخلية العربية عامة ودولة الإمارات العربية خاصة حيث انقسمت إدارات العلاقات العامة بها إلى قسمين رئيسيين هما:

- قسم الشؤون الإعلامية: وهو القسم الذي يقوم بأعمال الإعلام الأمني من خلال أربعة فروع، هي: الشؤون الصحفية، الإذاعة والتليفزيون، الإنتاج الفني، مجلة الشرطة.

- قسم العلاقات الداخلية: ويندرج تحته أربعة فروع، هي التوجيه الثقافي والديني - المراسم - العلاقات الإنسانية - الرعاية الاجتماعية.

س ٨: ما موضع كل من الإعلام الأمني الإماراتي والمصري في منظومة العمل الشرطي العربي؟

من خلال المبحث الثاني من الفصل الرابع، تبين أن الهيكل التنظيمي لإدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية المصرية أقرب إلى التشابه مع الهيكل التنظيمي العربي الموحد ومتقدم عليه من خلال استحداثه إدارتين بهيكله التنظيمي، يعتبران من عناصر القوة في ترشيد اتخاذ القرار وهما «إدارة مركز الإعلام الأمني» و«إدارة نظم المعلومات».

وكانت النتيجة المهمة أن الهيكل التنظيمي المصري يبرز دور الإعلام الأمني ويضعه على قدم المساواة مع العلاقات العامة وهو ما يعكسه أيضاً مسمى الهيكل ذاته «إدارة الإعلام والعلاقات العامة بوزارة الداخلية المصرية».

وعلى النقيض من ذلك ومن خلال مقارنة الهيكل التنظيمي الإماراتي بالهيكل التنظيمي العربي الموحد خرج الباحث بالنتيجة التالية: أن إدارة العلاقات العامة بدولة الإمارات العربية المتحدة لم تأخذ بالهيكل التنظيمي، الذي أقر في الاجتماع الأول لمديري العلاقات العامة الذي عقد في أبوظبي عام ١٩٧٨، بل اكتفت بهيكل تنظيمي مكون من قسمين فقط أحدهما للشؤون الإعلامية والآخر للعلاقات الداخلية، وبهذا فقد أصبح الإعلام الأمني وحدة متفرعة من مكتب التخطيط والتنسيق والمتابعة والذي يندرج بدوره تحت إدارة العلاقات العامة.

س ٩: هل هناك هيكل تنظيمي موحد لإدارة الإعلام الأمني بإمارات الدولة؟ أم هناك اختلافات؟ وما هي هذه الاختلافات؟

من خلال المبحث الأول من الفصل الرابع الذي تناول الإعلام الأمني في وزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية ومن خلال المبحث الثاني ذاته الفصل والذي تناول موضع الإعلام الأمني في شرطة دبي.

خرج الباحث بالنتيجة التالية وهي أن إدارة العلاقات العامة بوزارة الداخلية بدولة الإمارات العربية هي الإدارة الموكلة إليها القيام بمهام الإعلام الأمني في إمارات الدولة باستثناء إمارة دبي التي تعد الإمارة الوحيدة بين إمارات الدولة والتي وضعت هيكلًا تنظيميًا لإدارة الإعلام الأمني يتبعها عدد من الأقسام برئاسة مدير الإدارة وتتضمن هذه الأقسام قسمًا للعلاقات العامة.

وهو ما يؤكد ويشير إلى هيمنة فكر وفلسفة الإعلام الأمني على القيادات الشرطية بإمارة دبي والذي انعكس أثره في الإعلام الأمني مكانة متميزة وأصبح المهيمن على أنشطة وقسم العلاقات العامة بها محقة بذلك الخصوصية والتميز عن سائر إمارات الدولة من جهة والتفرد على مستوى الدول العربية كافة.

س ١٠: ما دور الإعلام الأمني المروري في منظومة الإعلام الأمني الإماراتي؟

من واقع دراسة الباحث لمشكلة المرور وأبعادها ودور الإعلام الأمني في مشكلة حوادث المرور نظراً لما تمثله مشكلة المرور على المستوى العالمي من هاجس يورق الأجهزة الأمنية وما تمثله من خسائر مادية واقتصادية وبشرية للدول.

ونظراً لأن دولة الإمارات العربية من الدول التي تسعى جاهدة للتوظيف الأمثل لجميع الطاقات (البشرية والمادية والاقتصادية) لتحقيق النهضة في جميع مجالات العمل الوطني، لذا فإن الإعلام الأمني المروري يحتل مكانة بارزة في منظومة الإعلام الأمني الإماراتي لما له من دور مهم في خفض

الخسائر المادية والبشرية والاقتصادية والتي تمثل في مجملها قاعدة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية تستوجب الحفاظ عليها.

ويتبين ذلك من خلال حرص الدولة على المشاركة في أسبوع المرور الخليجي باعتبارها إحدى دول مجلس التعاون الخليجي منذ بدايته الأولى عام ١٩٨٤ حتى الآن إحساساً بالمسئولية الجماعية الخليجية التي تواجه دول المجلس من جراء مشكلة المرور كظاهرة أصبحت بالفعل مصدراً للخطورة على التنمية بهذه البلدان.

س١١: هل تجربة دبي في مجال حملات التوعية المرورية يحتذى بها ويمكن تعميمها على المستوى المحلي والإقليمي؟

من خلال التعرض لحملات التوعية المرورية بإمارة دبي في المبحث الأول في الفصل السادس. يرى الباحث أن تجربة دبي في مجال حملات التوعية المرورية مثلاً يحتذى به ويمكن تعميمه على المستوى المحلي والإقليمي ليس فقط على مستوى النتائج التي سيرد ذكرها عند الإجابة على السؤال ١٢.

ولكن أيضاً لما أحدثته من تأثير في مجتمع الإمارة نفسه ليتحول المجتمع كله ويساهم في إنجاح فعاليات هذه الحملات التي دأبت إمارة دبي على تنظيمها اعتباراً من عام ١٩٨٤ حيث أمكن رصد هذه الحملات منذ عام ١٩٨٤ إلى ٢٠٠٣ بعدد (١٧ حملة توعية مرورية) ما بين حملات متوسطة وقصيرة وقصيرة جداً.

وقد اتضح تأثير هذه الحملات في مجتمع الإمارة من خلال:

- صيغة التعاون الجماعي بين جميع مؤسسات الدولة ووسائل الإعلام وجهاز الشرطة لإنجاح الفعاليات.
- تطبيق الدوائر الحكومية لإجراءات الأمن والسلامة المرورية على مركباتها تمشياً مع هذه الحملات.

- الاستطلاع المستمر لآراء الرأي العام تجاه هذه الحملات لتطويرها في الأعوام اللاحقة بالوقوف على الإيجابيات لتعظيمها ومعرفة السلبيات لتحجيمها.
 - انتشار الوعي بأهمية التعاون مع جهاز الشرطة والالتزام بقواعد السير والمرور.
 - مشاركة الهيئات والمؤسسات تطوعاً في إثراء هذه الحملات من خلال الندوات والمحاضرات وإقامة المعارض (جامعة الإمارات - الأندية الرياضية - الجمعيات النسائية - المدارس - دور المسرح).
 - بدأت بعض الإمارات مثل إمارة عجمان ورأس الخيمة في تطبيق حملات التوعية المرورية أسوة بإمارة دبي.
 - وضع مواصفات قياسية إماراتية للسيارات في إطار المواصفات القياسية الخليجية للسيارات المستوردة من الخارج.
 - نشر الوعي الميكانيكي بإجراءات صيانة السيارات بشكل دوري.
 - التجاوب الدولي مع أهداف الحملات المرورية حيث حرصت جمعية السلامة على الطريق السويدية على المشاركة في بعض هذه الحملات.
 - لذا ومن خلال العرض السابق نخلص إلى أن تجربة إمارة دبي كأحد إمارات دولة الإمارات العربية المتحدة مثال يحتذى به في مجالات حملات التوعية المرورية، وهو نموذج قابل للتطبيق على جميع إمارات الدولة على المستوى المحلي والإقليمي أيضاً حيث إن هناك بعض الدول العربية لا تنظم مثل هذه الحملات المرورية على الرغم من تفاقم مشكلة الحوادث المرورية بها.
- س ١٢ : إلى أي مدى نجحت حملات التوعية الأمنية المرورية في الحد من

حوادث المرور؟

من خلال عرض الباحث لمشكلة حوادث المرور وأبعادها في إمارة دبي التي تناولها الفصل الخامس بالإضافة إلى تقييم فعالية حملات التوعية

المرورية في إمارة دبي يستطيع الباحث أن يؤكد نجاح وفعالية هذه الحملات من خلال لغة الأرقام وفقاً للإحصاءات التي وردت في الدراسة:

- فقد انخفضت نسبة حوادث المرور على الطرق السريعة بإمارة دبي من ٩٦,٥ ٪ عام ١٩٩٥ إلى ٥٨,٢ ٪ عام ٢٠٠٠.

- انخفاض نسبة حوادث المرور عند التقاطعات الرئيسية لمدينة دبي من ٦,٧ ٪ عام ١٩٩٥ إلى ٥,١ ٪ عام ٢٠٠٠، وهي الفترة التي واكبت الاستمرار في حملات التوعية الأمنية المرورية المكثفة التي قامت بها شرطة إمارة دبي وتأثيرها التراكمي، حيث إن هذه الحملات بدأت منذ عام ١٩٨٤ وهو الأمر الذي يدعو إلى ضرورة مواصلة واستمرار سياسة الحملات التي تنتهجها شرطة مرور دبي.

ومن الاستقصاء الذي أجراه الباحث جاءت النتائج دالة على نجاح حملات التوعية الأمنية المرورية حيث أجاب ٧٠ ٪ من عينة الدراسة بمعرفتهم الكاملة بحملات التوعية المرورية وأجاب ٦٦,١ من المبحوثين باستفادتهم وزيادة الوعي المروري لديهم بينما أشار ٤٨,٧ ٪ من حجم العينة بالدور البارز الذي تلعبه حملات التوعية المرورية.

وبذلك فإن هذه النتائج تؤكد نجاح وفعالية حملات التوعية المرورية في الحد من حوادث المرور وخصوصاً إذا ما تم الأخذ في الاعتبار أن مدينة دبي تعد من أكثر إمارات الدولة ازدحاماً بالمركبات، حيث تستحوذ على أكثر من ثلث (٤١,٤ ٪) من إجمالي عدد السيارات بدولة الإمارات العربية نظراً لما تمثله من شريان اقتصادي وتجاري وتسويقي للدولة بحكم موقعها المميز بين إمارات الدولة مما جعلها قلباً نابضاً بالحركة الإقليمية والدولية والمحلية.

ثانياً: التوصيات:

١- توصيات إعلامية أمنية على مستوى الدول العربية؛ وتشتمل تلك التوصيات على ثلاثة محاور أساسية هي:

المحور الأول: "المستوى الإعلامي":

تطوير أداء المكتب العربي للإعلام الأمني من خلال:

- إنشاء مركز متخصص للإنتاج الإعلامي الأمني لخلق وإيجاد وعي عربي أمني عميق يتولى المهام الآتية:

● إنتاج مواد إعلامية أمنية إذاعية وتليفزيونية متميزة.

● الإصدار والإشراف على الصحف والمجلات الأمنية العامة والمتخصصة.

● تنشيط إصدار صحف ومجلات أمنية عربية متخصصة على المستوى العربي المحلي.

- تزويد المكتب بالعناصر والكفاءات المتميزة إعلامياً وأمنياً.

- حث الدول الأعضاء على إنشاء قسم متخصص بكل وسيلة إعلامية يضم عدداً من الصحفيين المتميزين في معالجة القضايا الأمنية.

- الالتزام بتطبيق ميثاق الشرف الإعلامي العربي لحماية الفكر العربي والهوية العربية مع التأكيد على ضرورة التزام جميع الأجهزة الإعلامية العربية به كمنهج وركيزة أساسية من ركائز العمل الإعلامي العربي.

- إنشاء قناة إعلامية أمنية عربية فضائية متخصصة في الإعلام الأمني على غرار القنوات المتخصصة رياضياً وثقافياً وإخبارياً ودرامياً على أن تكون هذه القناة تابعة لمجلس وزراء الداخلية العرب في إطار جامعة الدول العربية.

- إنشاء مؤسسة إعلامية للإنتاج الإعلامي الأمني العربي في إطار جامعة الدول العربية على أن يوكل للجامعة اختيار مقرها ووضع الهيكل

التنظيمي لها إداريا وماديا، تتولى إنتاج البرامج السينمائية والتليفزيونية والإخبارية والصحفية الأمنية وتمثل إضافة دعماً لمركز الإعلام الأمني التابع للمكتب العربي للإعلام الأمني.

- وضع خطط إعلامية أمنية وتشكيل لجنة متابعة هذه الخطط في إطار استراتيجية أمنية عربية.
- تطوير المؤسسات الإعلامية القائمة وتوجيهها نحو الالتزام بتنفيذها خطط الاستراتيجية الأمنية العربية الوقائية.
- توثيق التعاون بين الأجهزة الإعلامية العربية.
- تذليل العقبات والصعوبات التي تواجه تنفيذ خطط الاستراتيجية الأمنية العربية الوقائية.
- تطوير وتنمية مهارات العاملين في مؤسسات الإعلام الأمني العربي.
- دراسة احتياجات المشاهد والمستمع العربي لتوفير إنتاج عربي متميز من المواد الإعلامية الجاذبة للمشاهد والمستمع العربي.
- تشجيع الأبحاث الميدانية المتعلقة بدور الإعلام في مكافحة الجريمة.
- توثيق الصلات بين وسائل الإعلام والأجهزة في مكافحة الجريمة.
- تكثيف برامج التوعية الأمنية القائمة على أسس دينية.
- اتباع الأصول التربوية السليمة عند عرض المواد الإعلامية وخاصة التي تتسم بالعنف والعدوان.
- مساهمة وسائل الإعلام في تنمية الحس الأمني لدى المواطنين وأن تتضمن برامجها سلوكيات إيجابية.
- مساهمة في تعريف المواطنين إعلامياً بالوجه الإنساني لرجل الشرطة العربي.

المحور الثاني: "المستوى الشرطي":

- ضرورة تطوير مفهوم الأمن لدى المؤسسات الشرطية العربية بتبني مفهوم الأمن الشامل الذي تمثل الجوانب الجنائية والإجرائية والوقائية أركانه الأساسية بدلاً من مفهوم الأمن الحالي الذي لا يتلاءم مع عصرنا الحالي والمقتصر على الجانبين الجنائي والإجرامي.
- ضرورة تبني شعار جديد يجسد التواصل والتفاعل والتكامل بين الأجهزة الشرطية ووسائل الإعلام يتمثل في « أن الإعلام والشرطة في خدمة المجتمع وقضاياه » وهو ما يقتضي من الإعلاميين والعاملين في المجال الأمني ضرورة الفهم الجيد والصحيح لأبعاد هذا التفاعل والتكامل.
- ضرورة إنشاء وحدة لنظم المعلومات الأمنية تكون المرجعية الأولى في البيانات والمعلومات الأمنية على مستوى كل دولة من دول الوطن العربي.

المحور الثالث: "المستويان الإعلامي والأمني المشترك":

- إنشاء معهد للدراسات الإعلامية الأمنية لتطوير وتنمية الموارد البشرية الأمنية بمنح درجات الدبلوم والماجستير والدكتوراه، على أن يكون من المواصفات الاختيارية والتفضيلية لشغل المناصب القيادية الأمنية الحصول على درجات علمية من هذا المعهد.
 - تطوير التشريعات الإعلامية والأمنية على جميع المستويات حتى تواكب التطورات والتغيرات العالمية من خلال لجنة تشريعية نوصي بإنشائها بالمكتب العربي للإعلام الأمني.
 - وضع خطة متكاملة وشاملة للتغلب على معوقات التغطية الإعلامية الأمنية تتضمن:
- التيسير على مندوبي وسائل الإعلام في الحصول على البيانات والمعلومات الحديثة.

- وضع خريطة بالموضوعات الأمنية تتولى إمداد وسائل الإعلام المختلفة بالتغطية الإعلامية الشاملة على الصعيدين الإقليمي والمحلي.
- تحقيق التركيز الإعلامي الأمني على القضايا الأمنية كافة دون تمييز.
- ضرورة تبني وزارات الداخلية العربية لدراسات ميدانية بحثية في كل دولة حول دور الإعلام في تقويم السلوك المنحرف.

٢- توصيات لمجلس التعاون الخليجي:

- إعداد حملات توعية إعلامية أمنية من خلال مجلس التعاون الخليجي على غرار أسبوع المرور في مجالات أمنية أخرى، مثل: التوعية بأضرار المخدرات والتوعية بالجريمة المنظمة والتوعية بالتنشئة الاجتماعية.. إلخ.
- إنشاء مركز للأبحاث الأمنية بدول مجلس التعاون الخليجي يكون مسئولاً عن إعداد الدورات والمؤتمرات والندوات والحملات الأمنية في إطار التفاعل بين دول مجلس التعاون الخليجي.
- وضع قانون مروري خليجي مشترك يعمل به على مستوى مجلس التعاون الخليجي.
- العمل على إيجاد نوع من التكامل الداخلي والخليجي في مجال الإعلام الأمني وفتح مجالات التعاون وتبادل المعلومات والخبرات من أجل النهوض بمستوى العمل الإعلامي الأمني الخليجي.

٣- على مستوى دولة الإمارات العربية المتحدة:

- التنسيق الدائم والمستمر بين جهاز الشرطة ووسائل الإعلام بالدولة في إعداد برامج و فقرات التوعية الأمنية لنشر الأمن الوقائي بين الجماهير حول القضايا الأمنية المهددة لأمن وسلامة المجتمع، مثل: قضايا المخدرات وجرائم المال والنفس والمرور وكيفية التعامل مع المواقف الأمنية وأرقام هواتف أجهزة الشرطة على أن تبث هذه البرامج الفقرات التوعوية في

أوقات الذروة بالنسبة للاستماع الإذاعي والمشاهدة التليفزيونية وأن يتم إعداد هذه الموضوعات ومادتها العلمية من قبل متخصصين أمنيين.

- التنسيق بين جهاز الشرطة ووسائل الإعلام على تنفيذ الخطط والبرامج التي تهدف للارتقاء بصورة رجل الشرطة الإماراتي من خلال إبراز جهود رجال الشرطة في مكافحة الجريمة.

- ضرورة التزام وسائل الإعلام بعدم نشر أو عرض ما من شأنه أن يحض على الجريمة أو العنف من خلال الأفلام أو المسلسلات، أو التأثير على الإجراءات القضائية كأن يتضمن النشر أموراً من شأنها التأثير على سير العدالة في قضايا منظورة أمام القضاء.

- ضرورة إنشاء وحدة للمصنفات الفنية بوزارة الإعلام بدولة الإمارات مدعومة بعناصر وكوادر مؤهلة من عناصر الإعلام الأمني.

- مراجعة كل القوانين والتشريعات المتعلقة بالمصنفات الفنية، والنظر في إمكانية سن قوانين جديدة مشددة في مجالات تهريب شرائط الفيديو، والأقراص الممغنطة، والترويج للأفلام المخلة بقيم المجتمع والمحرّضة على العنف والإباحية.

- التوسع في إرسال المبعوثين من جهاز الشرطة الإماراتي إلى الدول المتقدمة للوقوف على تطورات عالم الجريمة والمستحدثات الأمنية، لمواجهة هذه التطورات خصوصاً في مجالات الإجرام الإلكتروني وتجارة المخدرات وغسيل الأموال ومكافحة الإرهاب.

- توظيف وسائل الإعلام المختلفة لحث الجمهور على التعاون مع الأجهزة الأمنية في الوقاية من الجريمة ومكافحتها عن طريق التعاون والإدلاء بأية معلومات من شأنها الحد من وقوع الجرائم وضبط مرتكبيها.

- تزويد إدارات الإعلام الأمني بالكفاءات البشرية المتخصصة علمياً وأكاديمياً لإضفاء الطابع العلمي والأكاديمي الحديث عليها عند وضع

وتنفيذ سياسات وبرامج العمل والنهوض بمستواها إلى الأفضل، علاوة على توفير كافة الإمكانيات المادية والفنية اللازمة باعتبارها وسائل متممة للعنصر البشري المتخصص.

- إنشاء مركز، ووحدة للإعلام الأمني تعمل على مدار ٢٤ ساعة لإمداد أجهزة الإعلام المحلية والدولية بالأخبار والمعلومات الضرورية بدقة وسرعة تتناسب مع سرعة وتتابع الأحداث.

- إنشاء ما يعرف بالشرطة المدرسية وتطبيقها على جميع مدارس الدولة لتنمية الحس الأمني لدى النشء.

- تفعيل دور الجمعيات الأهلية وجمعيات أصدقاء الشرطة في العمل الأمني.

- وضع مواد أمنية توعوية في المقررات الدراسية بجميع المراحل التعليمية.

- ضرورة إقرار مادة الإعلام الأمني في الكليات وأكاديميات الشرطة لما لذلك من تطوير هذا المجال علمياً وتطبيقياً.

- الاعتماد على الوسائل الإعلامية المرئية بشكل أساسي في نشر الوعي الأمني عامة والوعي الأمني المروري خاصة نظراً لإمكانياتها في التأثير على الجمهور مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى.

- تطبيق نظم المدرسة المرورية المعتمدة من جهاز الشرطة لتعليم فن القيادة ونظم المرور، وكيفية التعامل مع هندسة المركبات، وتجنب حوادث المرور قبل استخراج رخصة القيادة وعند التجديد من خلال دورات متخصصة لنشر الثقافة المرورية.

- الاستعانة بطلاب المدارس والجامعات في أسابيع المرور مما يؤدي إلى خلق الإحساس المروري لدى قائدي المركبات الجدد مستقبلاً.

أما فيما يختص بحملات التوعية المرورية فمن واقع الدراسة الميدانية نوصي بالآتي:

- يجب أن توجه عناية القائمين على حملات التوعية الأمنية المرورية بالتركيز على برامج التوعية بصورة مباشرة إلى فئات الشباب في المجتمع، باعتبارها النسبة الأكبر في وفيات حوادث السير وذلك من خلال إحصائيات المرور وخاصة فئات الذكور من المواطنين والوافدين.
- التركيز على موضوع السرعة الزائدة كأحد الأسباب الرئيسية لحوادث السير بدولة الإمارات العربية المتحدة والتي احتلت المرتبة الأولى في قائمة أسباب الحوادث المرورية.
- وضع برامج علمية مخططة ومنظمة للتوعية المرورية تخاطب كافة أفراد المجتمع للحد من معدلات حوادث المرور، بحيث لا تقتصر هذه البرامج على أسابيع المرور فقط بل وتكون مستمرة عن طريق تنظيم حملات مرورية تتناول مواضيع وأسباب هذه الحوادث.
- الاعتماد بشكل أساسي على الوسائل الإعلامية المرئية، وخاصة التليفزيون في نشر الوعي الأمني المروري وبرامج التوعية المرورية نظراً لإمكانياته الجيدة في التأثير على الجمهور مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى.
- يجب أن تخاطب برامج التوعية الأمنية المرورية جميع شرائح المجتمع الإماراتي بفئاته العمرية والنوعية والتعليمية والثقافية، بحيث يستفيد منها الجميع.
- يجب أن يكون هناك تنسيق مع المسؤولين عن الوسائل الإعلامية السمع بصرية على بث برامج التوعية الأمنية المرورية في فترات مناسبة يستفيد منها الجميع، والتنسيق أيضاً مع رؤساء تحرير الصحف على نشر موضوعات التوعية المرورية على الصفحات الأولى للجرائد وباقي الصفحات التي يقبل عليها القراء، وخاصة الشباب لضمان وصول هذه الموضوعات إلى أكبر نسبة من قراء هذه الصحف.

- يجب على إدارات الشرطة في الدولة باعتبارها المسؤولة الأولى عن التوعوية أن تضع برامج التوعوية المرورية في أولويات خططها واستراتيجيتها باستمرار، والعمل على تنفيذها بشكل دوري مع التركيز على التنسيق مع الجهات الأخرى المؤثرة كالمدرسة، والأسرة لضمان تحقيق نجاح فاعليات حملات التوعوية المرورية بصورة أفضل.
- يجب إعداد برامج التوعوية الأمنية المرورية بأكثر من لغة بسبب تعدد جنسيات الجمهور في دولة الإمارات، وجهل معظمهم بقواعد وأنظمة المرور، على أن تستخدم كذلك لغة الإشارة لنشر الثقافة المرورية لذوي الإعاقة السمعية.
- ضرورة تطوير برامج التوعوية المرورية وتنوعها واستخدام جميع وسائل الاتصال في تحقيق نجاحها بالإضافة إلى تدريب القائمين على هذه البرامج لضمان قدرتها على توصيل أهدافها إلى شرائح المجتمع كافة.
- توفير الإمكانيات المادية والمعنوية اللازمة للقائمين على تنفيذ هذه البرامج لتشجيعهم وتحفيزهم على الإبداع والتطوير وذلك من أجل تحقيق الأهداف المرجوة من تلك البرامج.
- الاعتماد على عنصر التخطيط المدروس في العملية التوعوية، بحيث لا يكون نشاط وبرامج التوعوية المرورية عشوائياً مما يؤدي إلى عدم نجاحها في تحقيق الأهداف المرجوة منها.
- الاستفادة من تجارب وخبرات الدول المتقدمة في مجال التوعوية الأمنية المرورية من خلال التواصل والاطلاع على أحدث المبتكرات العلمية والاستفادة منها وتطبيق ما يتناسب مع مجتمع الإمارات.



المراجع

أولاً : المراجع العربية:

١- الكتب:

- إبراهيم إمام: «الإعلام والاتصال الجماهيري»، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٦٩.
- إبراهيم مصطفى وآخرون: «المعجم الوسيط» الجزء الأول، الطبعة الثالثة مطابع شركة الإعلانات الشرقية، دمشق، ١٩٨٥.
- أحمد فؤاد درويش: «سينما الأطفال»، الهيئة المصرية العامة للكتاب، جمهورية مصر العربية، القاهرة، ١٩٩٧.
- أديب خضور: «أولويات الإعلام الأمني العربي واقعه وآفاق تطوره». أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ١٩٩٩.
- أسامة عبد الله فايد: «الجرمة أحكامها العامة في الأنظمة الحديثة والفقہ الإسلامي»، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٥.
- السيد عبد العاطي السيد: «الإيكولوجيا الاجتماعية»، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، ١٩٨٥.
- بسيوني الحلواني: «دور الصحافة في مكافحة الجريمة»، مكتبة الخاقجي، الرياض، ١٩٨٦.
- توفيق يعقوب: «التليفزيون والمجتمعات الحديثة»، البيان، العين، الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٠١.
- جاسم خليسلي ميرزا: «صورة رجل الشرطة في الفيلم العربي»، مطبعة بن دسمال، دبي، ١٩٩٩.

- جاسم خليل ميرزا: «حملات التوعية المرورية بشرطة دبي»، الطبعة الأولى، مطبعة بن دسمال، دبي، ٢٠٠٠.
- جبور عبد النور: «المعجم الأدبي»، دار العلم للملايين، الطبعة الثانية، بيروت، ١٩٨٤.
- جلال ثروت: «الظاهرة الإجرامية»، دراسة في عالم الإجرام والعقاب، مؤسسة الثقافة الجماعية، الإسكندرية، ١٩٨٢.
- دكتور جون إيرنك: «الحقيقة والوهم في علم النفس»، ترجمة قدري حفي، دار المعارف، القاهرة، ١٩٩٦.
- حسن شحاته سعفان: «علم الجريمة»، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ١٩٨٦.
- حمدي محمد شعبان: «العلاقات العامة وفن التعامل مع الجماهير»، المطبعة الحديثة، القاهرة، ١٩٩٠.
- خيرى علي الجزري: «وظيفة التخطيط»، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٥.
- عبد الرحمن العيسوي: «الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العالمي»، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٨٤.
- عبد المجيد شكري: «الاتصال الإعلامي آفاق المستقبل وتحديات القرن الجديد»، دار العربي للنشر، القاهرة، ١٩٩٥.
- علي فايز الجحني: «الإعلام الأمني والوقاية من الجريمة»، الطبعة الأولى، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠٠٠.
- محسن محمد: «الإنسان حيوان تليفزيوني»، الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٨٤.
- محمد السيد السعيد: «مبادرة التقدم - استيعاب التكنولوجيا المتقدمة في مصر»، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، ٢٠٠٢.

- محمد خليفة: «مقدمة في دراسة السلوك الإجرامي»، الجزء الأول، دار المعارف، القاهرة، ١٩٩٢.
- محمد غالب بكزادة: «الأمن وإدارة أمن المؤتمرات»، الطبعة الثانية، دار الفجر للطباعة والنشر، القاهرة، ٢٠٠٠.
- رمسيس بهنام: «علم الوقاية : التقويم والأسلوب الأمثل لمكافحة الجريمة»، دار منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٨٦.
- زامل عبد الله مخلف: «التخطيط الإعلامي لمكافحة الجريمة في مجال المخدرات»، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ١٩٩٠.
- زينب عبد الهادي: «الإنترنت: العالم على شبكة كمبيوتر»، الأكاديمية العربية، القاهرة، ١٩٩٦.
- سامية الساعاتي: «الجريمة والمجتمع»، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٣.
- سمير محمد حسين: «بحوث الإعلام»، دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٩.
- سمير نعيم: «تعاطي المخدرات والتدابير الوقائية الاجتماعية والإعلامية»، منشورات المكتب العالمي لشؤون المخدرات، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٦.
- شاكر الحاج: «الإعلام والتوعية المرورية»، دار علاء للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ١٩٩٨.
- صفوت العالم: «الإعلام المروري في مصر ودول الخليج»، الطبعة الثانية، مطبعة النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩.
- محمد ناصر محمد: «الإعلام العربي في عالم متغير»، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ١٩٩٧.

- منيرة المصرية: «انحراف الأحداث ومشكلة العوامل»، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٣.
- نسمة البطريق: «التليفزيون والهوية الثقافية»، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٠.
- نسمة البطريق: «التأثير الاجتماعي للدراما في التليفزيون المصري»، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠١.

٢- الدوريات:

- أحمد ضياء الدين: «سيكولوجية قائد السيارة»، مجلة الأمن العام، العدد ٥١، وزارة الداخلية، جمهورية مصر العربية، ١٩٩٣.
- أحمد فلاح العموش: «مناهج البحث العلمي من منظور شرطي»، مجلة الفكر الشرطي، شرطة الشارقة، الإمارات، المجلد الأول، العدد ١٧، ١٩٩٩.
- إدريس الكنانى: «الآثار السلبية لمشاهد العنف والإجرام في التليفزيون والسينما على السلوك الإنساني»، سلسلة الدفاع الاجتماعي، المنظمة العربية للدفاع الاجتماعي ضد الجريمة، الرباط، ١٩٨٧.
- جبرائيل دياموند: «السينما وانحراف الأحداث»، مترجم، المجلة الجنائية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، المجلد الأول، العدد التاسع، القاهرة، ١٩٩٢.
- حسن عيد: «البعث الأمني في استراتيجية العمل الاجتماعي العربي»، مجلة الأمن، العدد ٢٨، الرياض، ١٩٩٨.
- رائد غريب وآخرون: «حوادث السير في إمارة الشارقة»، مجلة الفكر الشرطي، الشارقة، المجلد الأول، العدد الثاني، ١٩٩٢.
- رونالد ولسون: «التخطيط في مجال الشرطة»، مترجم، مجلة الطرق العربية، العدد ٤٤، ١٩٩٧.

- سامي محرم: «كم تتحمل الطرق؟»، مجلة الشرطة، الشارقة، الإمارات، السنة السابعة، العدد الخامس، أكتوبر، ١٩٩٤.
- سعد لبيب: «الإعلام وتكنولوجيا المعلومات»، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، ١٩٩٤.
- سعيد سيف النصر: «الظاهرة الإجرامية وتأثرها بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية»، مجلة الأمن العام، العدد ١٣٤، القاهرة، ١٩٩٩.
- مدحت أبو النصر: «نحو قاموس للمفاهيم الأمنية»، مجلة الشرطي، العدد الأول، الشارقة، ٢٠٠١.
- نشأت الهلالي: «الاستراتيجية العربية في مجال مكافحة الجريمة»، مجلة الفكر الشرطي، المجلد الثاني، العدد الرابع، الشارقة، ١٩٩٤.
- وليام سيشننز: «جرائم الكمبيوتر»، مترجم، مجلة إدارة المباحث الفيدرالية الأمريكية، مركز البحوث والدراسات، شرطة دبي، دبي، ١٩٩١.

٣ - رسائل الماجستير والدكتوراه:

- أيمن محمد حبيب: «التعاون الإعلامي بتظهير الخدمة التليفزيونية في دول مجلس التعاون الخليجي»، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٨.
- عبد الله الطريجي: «الاستراتيجية الأمنية وأسس تطبيقها بدولة الكويت»، رسالة دكتوراه، غير منشورة، أكاديمية الشرطة، جمهورية مصر العربية، ٢٠٠٠.
- عبد المنعم سعد: «السينما ظاهرة الانحراف عند الشباب»، دراسة مقارنة وميدانية لعينات من الشباب بمدينة القاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ١٩٩٢.

- لويز لبيب شحاته: «استراتيجية التخطيط»، رسالة غير منشورة لنيل درجة الزمالة، كلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر للعلوم العسكرية، القاهرة، ١٩٩٥.

- محمد سلطان أبو علي: «التخطيط الاقتصادي وأساليبه»، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، ١٩٩٧.

- منى الحديدي: «دراسة تحليلية لصورة المرأة في الفيلم العربي»، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٧٧.

٤ - البحوث والدراسات والتقارير والنشرات:

- إبراهيم ناجي: «واقع التنمية في الدول العربية»، ندوة تعميق الوعي الأمني لدى المواطن العربي، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، ١٤١٥هـ.

- أحمد ضياء الدين: «الأسس الاستراتيجية الجنائية وتطبيقاتها الأمنية»، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ١٩٩٢.

- أحمد طه: «الإعلام الأمني وتجسير الفجوة بين الشرطة والجماهير»، كلية الدراسات العليا، أكاديمية الشرطة، القاهرة، ١٩٩٧.

- أحمد محمد سالم: «الإعلام الأمني ودوره في مواجهة التحديات الداخلية والخارجية»، بحث غير منشور، مجلس وزراء الداخلية العرب، المنامة، ١٩٩٩.

- جمال توفيق: «الأبعاد المعاصرة للظاهرة الإجرامية»، بحث غير منشور، كلية الدراسات العليا، أكاديمية الشرطة، ج.م.ع، ١٩٩٢.

- حاتم الهلاوي: «تكلفة الجريمة في الوطن العربي»، كلية الشرطة، الدراسات العليا، القاهرة، ١٩٩٦.

- حنان محمود، إيهاب محمود: «الإعلام الأمني والصورة الذهنية لرجال الشرطة»، بحث غير منشور، أكاديمية الشرطة، القاهرة، ١٩٩٨.

- حمدي محمد شعبان: «نحو فكر اتصالي جديد للإعلام المروري»، بحث غير منشور، مركز البحوث والدراسات، دبي، ١٩٩٥.
- عبد الله شقرون: «واقع الإعلام والأمن في الوطن العربي وعلاقته بالمسائل الأمنية في المجتمع العربي»، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ١٩٨٧.
- عبد المنعم بدر: «تطوير الإعلام الأمني العربي»، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ١٩٩٧.
- علي أحمد راغب: «المخدرات المشكلة والمواجهة»، أكاديمية الشرطة، القاهرة، ٢٠٠١.
- علي السيد عجوة: «الإعلام الأمني المفهوم والتعريف»، مجلة أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الندوة العلمية الخامسة والأربعين، جامعة الأزهر، القاهرة، ١٩٩٧.
- محمد مراد: «الإنترنت وجناح الأحداث»، مركز البحوث والدراسات، شرطة دبي، الإمارات، ٢٠٠٢.
- ممدوح حامد/محمد محمود: «الإعلام وأثره في مكافحة الجرائم»، معهد تدريب ضباط الشرطة، القاهرة، ١٩٩٧.

● التقارير والنشرات:

- «التقرير الاقتصادي السنوي»، إدارة الإحصاء، وزارة التخطيط، العدد العشرين، أبو ظبي، ٢٠٠٠.
- «مبارك أمن مصر، التجربة المصرية في الإعلام الأمني»، الإدارة العامة للإعلام، وزارة الداخلية، مطابع دار الهلال، القاهرة، ١٩٩٧.
- مجلس وزراء الداخلية العرب: «الرؤى والطموحات»، الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب، تونس، ٢٠٠٠.

ثانياً : المراجع الأجنبية:

1- English Books :

- American Glutin of Criminology, The Role of Police in The Prevention of Crimes Vol. 41, Ohaio, U.S.A. 2002.
- Bhushan, S. Introduction to Public Admnistration, Chand Co. 1997.
- Bottoms, A. E. Crime Prevention Faction, The Policing and Society, New york, 1990.
- Calimomt, D., Community Policing Implementation Impacts, Conation Criminology, Canada, 2001.
- Cutlip and Center, Effective of Public Realities, 6th Edition, prenticed Hall, Fame Englewood, Englewood Cliffs, New Jersey, U. & A, 1999.
- Donald, R.; Principles of Crime, University of Chicago, USA, 1999.
- Farson, O., Violence and Mass Media, Harper and Row, New York, 1986.
- Grunt, N. Children in Front of The Small Screen, Sage Publication, 1985.
- Leep, A. Communication for All, Orbis Books, New York, 1990.
- Libert, R., The Rarly Window, Pegmen, New York, 1982.
- Michael P., Alpha and Sullivan, International Relations Theories and Evidence, Arizona University, ARizona, 2001.
- Michel, M. , Macmillan, Student Encyclopedia of Sociology, Macmillan Press, London, 1999.
- Singorilli, N., and Morgan, M., New Direction in Media Effects Research, Sage publication, California, 1990.

- Solbert, R. et al.,. The Use of Experience of New Video Among Children and Young Adult, Scents in Communication Research, Vol. 17, American University Press, 1940.
- William, B. Political and Media Violence, Vol. 2, London, 2001.

2- Reports :

- U. N. Report on The Second United Nations Survey on Crime Trends Operations of Criminal Justices System and Crime Prevention, Secretary General report, Milano, 1995.
- Flamo, R. Congregoyions Depropagand, London, 1988.

3- Internet :

- htt : www : Public relations on line.
- www: media Literacy. Com.
- www, Media general on line. com.