**شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي المروري**

**Social networks in promoting traffic awareness**

اعداد: أ. منى هواش إعلامية وأستاذة إعلام / تخصص إذاعة وتلفزيون/

جامعة النجاح الوطنية/ فلسطين

mhawash@najah.edu

0599786403

الملخص: تحاول هذه الدراسة ان تتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في حملات التوعية المرورية، من أجل نشر ثقافة السلامة المرورية، التي تسعى الى خلق الوعي بقواعد المرور، والالتزام بها من قبل الشباب في فلسطين، خصوصا ان الأرقام والاحصائيات المحلية والعالمية ايضا تشير الى أن المتضرر الأكبر من الحوادث والاصابات هم من فئة الشباب.

وبما أن الشباب هم الجمهور الأكبر لشبكات التواصل الاجتماعي، والأكثر تأثرا بها، بات ضروريا تسخيرها في حملات التوعية المرورية من أجل الوصول الى الاهداف المنشودة في التوعية بالسلامة المرورية.

وخلصت الدراسة التي استخدمت المنهج الوصفي الى ضرورة تكثيف الحملات التوعوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، لما لها دور في التأثير على الجمهور، وتغيير اتجاهاتهم وسلوكهم وبالتالي التقليل من نسب الحوادث .

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الوعي المروري ، حملات التوعية المرورية، حوادث المرور.

Abstract: This study attempts to find the role of social networks in traffic awareness campaigns, in order to spread a traffic safety culture that seeks to create awareness of, and adherence to traffic rules by young people in Palestine, especially since local and international figures indicate that the most affected by accidents and injuries are youth. Since young are also the largest and most influenced audience of social networks, they need to be harnessed in traffic awareness campaigns. Accordingly, the descriptive approach was used to achieve the desired results.

The study concluded that awareness-raising campaigns across social networks should be intensified because they play a role in influencing the public and changing their attitudes and behavior, thereby reducing the proportion of incidents.

Keywords: social networks, traffic awareness, traffic awareness campaigns, traffic accidents.

**المقدمة:**

تعد  حوادث السير من أبرز المشاكل التي تواجه المجتمعات الحديثة عموما في الوقت الحالي، وتتزايد باستمرار رغم كل الحملات التوعوية التي تقوم بها الجهات المختلفة الرسمية والأهلية.

وقد أعلنت منظمة الصحة العالمية في تقريرها الصادر في شهر حزيران لهذا العام، أن نحو 1.3 مليون شخص سنوياً يلقون حتفهم نتيجة لحوادث المرور، وهو رقم يرتفع بشكل مطرد، فوفقا لما نشره مركز بوليتزر بالولايات المتحدة أوضح أن "أعداد ضحايا حوادث الطرق ستصل إلى ثلاثة أضعاف هذا الرقم بحلول عام 2030، وتعني الأرقام الواردة أن حوادث الطرق تأتي في المركز الرابع كأكثر أسباب الوفاة في العالم"[[1]](#footnote-1).

وعلى الصعيد الفلسطيني أيضا تزداد حوادث السير عاما بعد عام مخلفة خسائر بشرية ومادية وتكاليف صحية وتعويضات؛ ففي عام 2021 ارتفعت نسبة حوادث السير من 10977 عام 2020 الى 14105 وفقا لاحصائيات الجهاز المركزي للاحصاء الفلسطيني.[[2]](#footnote-2)

ويعتبر الإعلام شريكا أساسيا في التعامل مع هذه الظاهرة ومحاولة الحد منها والتقليل من خسائرها خاصة؛ لما لوسائل الإعلام من تأثير كبير على الأفراد والمجتمعات. وتماشيا مع التطور الهائل الحاصل في الإعلام ومنصاته الرقمية والاجتماعية أصبح هناك أدوات جديدة من أجل التواصل مع الجمهور بمميزات أوسع منها السرعة والتفاعلية والانتشار الأوسع وسهولة الوصول لأكبر شريحة من المجتمع، وغيرها من المميزات التي يجب توظيفها من طرف الهيئات والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية لإيجاد حلول للتقليل من حجم هذه الظاهرة.

وبين الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني أن الشباب بالاعمار ما بين 18-45 يعتبرون المتسبب والمتضرر الأكبر من الحوادث؛ إذ وصل عدد المصابين منهم 7419 من أصل 11043  مصاب في كل حوادث العام الفائت.

وبما أن هذه الفئة من الأعمار هجرت وسائل الإعلام التقليدية من صحف وتلفزيونات وإذاعات، فأصبح من الضروري أن نخاطبها عبر منصاتها وأدواتها الجديدة، ومن هنا تكمن أهمية هذا البحث في التطرق إلى دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المروري لدى فئات المجتمع وخصوصا فئة الشباب الأكثر تسببا وتضررا بحوادث السير خصوصا أن أغلب مسببات الحوادث كانت بسبب ارتكاب الأخطاء المرورية والتجاوز الخاطئ، واستخدام الهاتف النقال والسرعة الفائقة.

 وقد أضحت شبكات التواصل الاجتماعي الاداة الاكثر استخداما و تداولا وانتشارا وتأثيرا أيضا، سواء في القضايا السياسية أو الثقافية أو الاجتماعية  أو لأغراض عديدة .

ومن هنا سنحاول أن نجيب في هذه الورقة العلمية على اشكالية رئيسية تتمثل في ما مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المروري ؟

**أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى :1. التعرف على مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها، وتأثيرها.

                       2. التعرف على واقع حوادث المرور في فلسطين.

            3. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التوعية المرورية، والتقليل من حوادث السير.

**مدخل مفاهيمي/ التعريفات الإجرائية:**

1. التوعية المرورية: هي كل القواعد والقوانين والأصول التي يكتسبها الفرد حول استخدام الطريق سواء كان سائقا ام مشاة، وتجعله على علم وقناعة بأهمية الالتزام بهذه القواعد التي تكفل له السلامة. وهي أيضا "اليقظة الحسية والمعنوية والمعرفة والإلمام الواسع بكل ما يتعلق بالمرور من مركبة وطريق وإشارات وأنظمة وقوانين وغيرها مما ينعكس إيجاباً على الشخص وحسن قيادته و مراعاته للأنظمة المرورية المختلفة"[[3]](#footnote-3).
2. حملات التوعية: هي مجموعة النشاطات التي تهدف الى ايصال رسالة معينة إلى جمهور معين بهدف التعريف والتأثير وتغيير سلوك الجمهور تجاه فكرة أو سلوك. وهو " تلك الأنشطة والجهود التي تقوم بها وسائل الاعلام سواء كانت مكتوبة، ومرئية، ومسموعة، من أجل تنبيه وارشاد الشباب بمخاطر حوادث المرور، والأضرار الناجمة عنها بهدف نشر الوعي المروري لديهم، واقناعهم بضرورة احترام القوانين اثناء السياقة حفاظا على سلامة الشباب السائقين والمشاة على حد سواء"[[4]](#footnote-4).
3. الشبكات الاجتماعية:  من المنظور التقني "هي المواقع التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها، تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة، أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.[[5]](#footnote-5)
4. مفهوم شبكات او مواقع التواصل الاجتماعي هي "مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة."[[6]](#footnote-6)
5. التأثير الإعلامي: "هو مصطلح يدل على قوة الإعلام في إحداث مجموعة تغييرات على مستقبل الرسالة الإعلامية، وتعلمه شيئا من محتوى هذه الرسالة أو تبنيه اتجاها مؤيدا لمحتوى الرسالة او تخليه عن أفكار كان قد تبناها سابقا"[[7]](#footnote-7).
6. حوادث السير: "هو حدث اعتراضي يحدث بدون تخطيط مسبق من قبل (سيارة ) مركبة واحدة أو أكثر مع سيارات (مركبات) أخرى أو منشأة أو حيوانات أو أجسام على طريق عام أو خاص". [[8]](#footnote-8)

**الدراسات السابقة:**

1. دراسة بحثية (د. صدراتي كلثوم، د.صاب محفوظ 2019) بعنوان التوعية المرورية كأحد آليات الوقاية من حوادث المرور، وخلصت الدراسة الى ضرورة إشراك وسائل الإعلام والاتصال وخاصة الحديثة منها في عملية التوعية، وضرورة القيام بحملات توعوية مدروسة في إطار منهجية علمية عملية ذات بعد وطني، وإشراك جميع المؤسسات الاجتماعية التي لها علاقة بظاهرة حوادث المرور في حملات التوعية خاصة الأسرة والمدرسة لأن السياقة تعكس معنى التربية، كذلك أخذ رأي أهل الاختصاص والعمل بالتنسيق معهم خاصة المؤسسات الرسمية التي لها علاقة مباشرة في الأمن، وإعداد حملات توعوية وفق خطة مدروسة حتى يتسنى للقائمين عليها التنفيذ والتقييم والاعتماد على نتائج الدراسات العلمية في إعداد هذه الحملات التوعوية.
2. دراسة (مغزيلي نوال، 2018) بعنوان دور شبكات التواصل في نشرة التوعية المرورية- التوعية المرورية الالكترونية، والتي اجابت على إشكالية ما مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المروري لدى الشباب الجزائري. وخلصت الدراسة الى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت المسيطرة في جميع ميادين الحياة، حيث ساهمت بعض الخصائص التي توفرها هذه المواقع على نجاحها وتوسع انتشارها كشبكة الفيسبوك، وقد أدت بفعل ميزاتها إلى أن ترقى إلى مصاف وسائط التوعية المرورية إلى جانب كل من الإذاعة والتلفزيون وغيرها من المؤسسات المعنية، وعليه يجب تفعيلها والاستفادة منها في نشر التوعية المرورية بالتكامل، والتعاون مع الجهات المختصة الأخرى والسائقين وعابري الطرق والمجتمع كاملا لتحقيق الهدف في تعميق وتعزيز الوعي المروري حفاظا على سلامة الجميع.
3. دراسة (مقيدش إيمان هاجر،2021) بعنوان دور حملات التوعية المرورية في نشر ثقافة السلامة المرورية –دراسة ميدانية على عينة من الشباب بولاية سطيف. وخلصت الدراسة الى نقص الوعي المروري لدى السائقين الشباب وهذا ان يدل على أنها حملات غير مؤثرة وغير مقنعة لذلك لا تساهم في تغيير اتجاهات السائقين الشباب السلبية، مما ينتج ارتفاع في حوادث المرور. كذلك أكدت الدراسة على أن أغلب المبحوثين لم يطلعوا على الرسائل التي تعالج حملات التوعية المرورية، وهذا يدل على ان اغلب رسائل التوعية لا تتمتع بعنصر الجاذبية من حيث الشكل ولا من حيث المضمون مما يفقدها القدرة على الإقناع والتأثير في الجمهور المستهدف. كذلك كشفت الدراسة أن أغلب الرسائل التوعوية المستخدمة في الحملات هي التي تحث على استخدام حزام الأمان فقط ، كذلك تتسم حملات التوعية المرورية في الجزائر بأنها مناسبية وغير مستمرة الأمر الذي يجعلها غير مؤثرة وغير مقنعة في محاول تغيير السلوكيات المرورية السلبية.
4. دراسة (د.محمد طلال مساو) يناير 2019 بعنوان دور الحملات الإعلامية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق المشاركة المجتمعية، وهي دراسة تشخيصية على عينة من الشباب السعودي درست تأثير الحملات الإعلامية المنفذة عبر مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد معالم الإعلام الجديد والثورة التكنولوجية والاتصالية، في تعزيز مفاهيم المشاركة المجتمعية. ووصلت الدراسة إلى تعرض غالبية المبحوثين الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي، وجاء الفيس بوك في مقدمة هذه المواقع استخداما. كذلك جاء التركيز على الوتر العاطفي والوازع الديني أهم الاستمالات الإقناعية التي يتوقف عليها نجاح الحملات الإعلامية في التأثير على الجمهور.

**واقع المرور في فلسطين :**

ما زالت مشكلة حوادث السير وضحاياها مشكلة كامنة، وما زالت الشرطة الفلسطينية بالتعاون مع المؤسسات المعنية تعمل بكل جهد من أجل الحد منها، من خلال تكثيف المراقبة على الطرق، ونشر عناصر الشرطة بشكل مكثف على مفارق الطرق،  وتكثيف الإرشاد والتوجيه عبر الإعلام المحلي والمحاضرات التوعوية والنشرات المكتوبة .

وما زال الشباب هو الضحية الأكبر جراء هذه الحوادث وفقا للجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، حيث بلغت نسبة قتلى حوادث السير 133 فلسطينيا، من بينهم 57 شابا من عمر 18-45 لعام 2021، في حين بلغت نسبة الإصابات للعام نفسه 11176، والنسبة الأكبر من هذه الإصابات لفئة الشباب من عمر 18-45 بنسبة  7419 إصابة بواقع 11105 حادثا.

واذا عدنا الى العام 2020 نجد أن  فلسطين سجلت عددا أقل من الحوادث والاصابات، إذ بلغت عدد حوادث السير 10977، خلفت 110 قتيلا،41 منهم من فئة الشباب بين 18-45 عاما، في حين بلغت نسبة الإصابات الناجمة عن هذه الحوادث 8519.

ووفقا لما جاء عبر موقع مركز المعلومات الوطني الفلسطيني وفا الإلكتروني، فإن أغلب حوادث السير تقع بسبب عدم التقيد بأنظمة وقوانين المرور تحديدا موضوع التجاوز الخاطئ والسرعة الزائدة ، واستعمال الهاتف المحمول، كذلك قيام صغار السن والمراهقين بقيادة المركبات، وعدم صيانة المركبات والتأكد من سلامتها على الطرق. كذلك عدم الحزم مع المخالفين، وعدم وجود ولاية للشرطة الفلسطينية خارج المناطق أ وب.

وكان المتحدث باسم الشرطة العقيد لؤي ارزيقات أعلن في تصريح صحفي نشر عبر صفحة شرطة فلسطين عبر الفيس بوك بتاريخ ابريل 2021، أن أبرز أسباب الحوادث المرورية في فلسطين كانت بسبب عدم اتخاذ التدابير لعابري الطريق، وعدم المحافظة على المسافة الكافية بين المركبات، وعدم الامتثال الى اشارات المرور وإشارة قف، والسرعة، والتجاوز الخاطئ، والانحراف عن مسلك السير وفقا للإحصائيات المرورية والمتابعة الميدانية.

**الحملات التوعوية الدورية الخاصة بالمناسبات المحلية والعالمية:**

نظرا لاستمرار الزيادة في حوادث السير في فلسطين و ازدياد الخسائر بالأرواح والإعاقات من ضحايا الحوادث المرورية، تم إنشاء المجلس الأعلى للمرور بناء على قانون المرور رقم 5 (لعام 2000) وتنسيب وزیر النقل والمواصلات رئیس المجلس.

"ويتمتع المجلس الأعلى للمرور بالشخصية الاعتبارية والأھلیة القانونية الكاملة لمباشرة جميع الأعمال والتصرفات التي تكفل تحقيق الأغراض التي قام من اجلھا ويكون لھا ذمة مالية ولها موازنتها الخاصة ضمن الموازنة العامة للسلطة الوطنية ويتبع وزير النقل والمواصلات".[[9]](#footnote-9)

ويهدف المجلس إلى تحسين وتطوير مستوى السلامة المرورية على الطرق الفلسطینیة والحد من الخسائر البشرية والاقتصادية الناتجة عن الحوادث، ولذلك يحرص على تنفيذ "حملات توعوية دورية في العديد من المناسبات لترسيخ السلامة المرورية" [[10]](#footnote-10)منها، حملة اليوم العالمي للمرور واسبوع المرور العربي التي تركز على أهداف وشعارات منتقاة كل عام يتم توزيعها على الجمهور، وتنظيم محاضرات توعوية حولها.

أيضا ينظم المجلس الأعلى للمرور حملة الفحص الشتوي للمركبات في كل عام وتركز على فحص مركبات المواطنين بالتنسيق مع دوريات الأمن التابعة لوزارة المواصلات الفلسطينية على الطرق، وبث ومضات تلفزيونية واذاعية لحث السائقين على ضرورة إجراء الفحص الشتوي والدوري لمركباتهم.

ومع ارتفاع نسب الحوادث في شهر رمضان حرص المجلس على تنظيم حملة خاصة بشهر رمضان، وحملة خاصة في موسم افتتاح السنة الدراسية بحافلات نقل الطلاب التي تهدف إلى فحص الحافلات والتركيز على الحمولة الزائدة واتخاذ إجراءات قانونية بحق المخالفين.

كذلك ركز المجلس في حملاته على فئة الأطفال وطلاب المدارس من خلال حملات تستهدف المدارس والمخيمات الصيفية لعرض السلوكيات الصحيحة والأخرى الخاطئة بما يخص موضوع السلامة على الطرق.

**شبكات التواصل الاجتماعي:**

بدأت محاولات بناء شبكات التواصل الاجتماعي منذ وقت مبكر، بالاعتماد على تكنولوجيا الويب، ولكنها لم تكن بالصورة الحالية، ففي عام 1997 ظهر  أول موقع تواصل اجتماعي ( Six Degrees ) مكّن المستخدمين من بناء ملفات شخصية وارسال رسائل. وفي عام 2003 ظهر موقع (Myspace)  الذي مكن المستخدمين من لعب الألعاب الإلكترونية مع المستخدمين الآخرين.

وظل تطور هذه المواقع يسير بوتيرة سريعة وكبيرة، ففي عام 2005 تم إطلاق موقع يوتيوب، وفي عام 2006 تم اطلاق موقع فيس بوك الذي كان متاحا لطلاب جامعة هارفارد قبل ان يصبح متاحا للجميع، ويصبح واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي.

وظهرت العديد من مواقع التواصل الإجتماعي أشهرها واتس آب، وانستغرام، وفيسبوك ماسنجر، وتك توك، وسناب شات، وتلغرام، وبينترست، وتويتر، وبدائلها الصينية مثل سينا ويبو بديل اليوتيوب، وكيو كيو بديل ماسنجر الفيسبوك. وأظهرت الدراسات والإحصائيات الى استخدام أكثر من نصف سكان العالم حاليا والبالغ عددهم 7.87 مليار نسمة لهذه المواقع ـ" 4.48 مليارات شخص يستخدمون وسائل التواصل (بحسب إحصائيات يوليو/تموز 2021)، ويشكل عدد مستخدمي وسائل التواصل حاليا نسبة 56.8% من سكان العالم"[[11]](#footnote-11).

وفقا للاحصائيات التي نشرتها شبكة الجزيرة الاخبارية، فان أكثر من 9 من كل 10 مستخدمين الانترنت يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، ويبلغ ما يمضيه الشخص حوالي ساعتين ونصف يوميا على استخدام الشبكات الاجتماعية، في حين يملك كل شخص ما يقارب اقل 9 حسابات مختلفة على مواقع الشبكات الاجتماعية.

ونجد ايضا أن أكثر "مستخدمين شبكات التواصل الاجتماعي هم من فئة الشباب الأقل من 30 عاما وهم الذي يتبنون الأفكار الجديدة" [[12]](#footnote-12). وأن الشبكة الأكثر انتشارا واستخداما هي الفسيبوك بعدد مستخدمين 2.85 مليار، يليها يوتيوب وواتس آب وماسنجر.

**تعريف بشبكات التواصل الاجتماعي:**

فيسبوك: هو أحد أوسع وأشهر شبكات التواصل الاجتماعي الذي أسسه مارك زوكربيرغ، والذي يتيح للمشتركين التعرف على بعضهم واضافة بعضهم، ونشر صورهم وما يجول في خاطرهم، ونشر مقاطع فيديو، والتفاعل أيضا على ما ينشر.

انستغرام: هو خدمة شبكة اجتماعية أميركية مملوكة من قبل شركة ميتا، بدأت عام 2010، وتسمح الشبكة لمستخدميها برفع صور وفيديوهات يمكن تعديلها من خلال الفلاتر وتنظيمها باستخدام الوسوم والإشارات الجغرافية. وبإمكان المستخدمين مشاركة المنشورات للعامة أو مع مستخدمين أصدقاء عبر الشبكة.كذلك بإمكان المستخدمين من تصفح محتوى المستخدمين الآخرين وبإمكانهم الإعجاب بالصور والتعليق عليها.

تويتر: هو شبكة اجتماعية "يستخدمها الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل في الاتصال والتواصل مع بعضهم البعض عبر تبادل الرسائل السريعة والمتكررة. يقوم الأشخاص بنشر التغريدات، والتي قد تحتوي على صور ومقاطع فيديو وروابِط ونصوص. ويتم نشر هذه الرسائل على صفحة ملفك الشخصي، ويتم إرسالها إلى المتابعين، ويمكن البحث عنها في بحث تويتر." [[13]](#footnote-13)

سناب شات: هو تطبيق تواصل اجتماعي وبث ومشاركة الرسائل المصورة، ويمكن للمستخدمين التقاط الصور وتسجيل الفيديوهات وإضافة نص ورسومات وإرسالها الى من تختاره من المتابعين وتعرف هذه المقاطع المرسلة على أنها " سنابس" أو " ستريكس" ولا تتجاوز العشر ثواني، ثم تحذف من جهاز المستلم وتحذف من خوادم التطبيق. ومن المعروف أن سناب شات يحظى بشعبية كبيرة بين الأجيال الشابة، لا سيما أولئك الذين تقل أعمارهم عن 20 عاما "وفي المتوسط، يتم إرسال أكثر من 4 مليارات سنابس يوميا"[[14]](#footnote-14).

تك توك: شبكة اجتماعية لمشاركة الفيديو وتستخدم مجموعة متنوعة من المقاطع المرئية القصيرة من انواع الرقص والكوميديا والتعليم وتتراوج مدتها من 3 ثوان الى 3 دقائق. وتم اطلاقها عام 2016 وسرعان ما اصبحت المنصة الاجتماعية الأكبر للموسيقى والفيديو على الصعيد العالمي حتى أنه كان التطبيق الأكثر تحميلا عام 2020 وفقا لوكالة الأنباء الأميركية.

يوتيوب: هو بوابة الكترونية تأسست سنة 2005، وتمكن المستخدم من مشاهدة كل الفيديوهات من خلاله مجانا، ونشر فيديوهات خاصة به مجانا أيضا. ويتنوع محتواه بشكل كبير من أفلام شخصية ومقاطع من أفلام معروفة وتقارير تلفزيونية وأغاني وبرامج اذاعية وتلفزيونية ومسلسلات وغيرها. "وقد أصبح للموقع شعبية ضخمة عبر العالم، ما دفع القنوات التلفزيونية لاستخدامه للوصول إلى مزيد من المشاهدين"[[15]](#footnote-15)

**استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في فلسطين:**

لم تكن فلسطين بمنأى عن هذه الثورة الرقمية والتي تغلغلت في كافة مناحي الحياة، وزاد اعتماد الجمهور على هذه الشبكات كمصدر للاخبار، والتسلية، والاتصال والتواصل والتفاعل مع القضايا المختلفة، إذ بلغت نسبة الأسر الفلسطينية المشتركة بخدمة الانترنت 96%، وبلغت نسبة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين 60.1% في 2021.

جاءت هذه الأرقام وفقا لتقرير نشرته شركة ipoke)) المتخصصة في وسائل التواصل الاجتماعي في إصدارها السادس لعام 2021 بعنوان الواقع الرقمي الفلسطيني، وجاء في التقرير أن موقع الفيس بوك يحتل المركز الأول بين الفلسطينيين بنسبة 95.16%، ويوتيوب ثانيا بنسبة 81.53%، تلاه الواتساب بنسبة 80.05%، ثم ماسنجر 76.39%، وانستغرام بنسبة 63.28%،وسناب شات 36.68%، تك توك 27.70%، تويتر 26.14% واخيرا لينكدإن 17.57%.

ويوضح التقرير أيضا أن النسبة الأكبر من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي هم من الشباب من عمر 18-35 عاما بنسبة 29.7 أي تقريبا نصف عدد المستخدمين، ويدخلون عليها م أجهزتهم الخلوية بنسبة 98% ويقضون بمعدل 26-30 دقيقة في الجلسة الواحدة.

**شبكات التواصل الاجتماعي والتوعية وخلق الرأي العام:**

تحولت شبكات التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة من مواقع اجتماعية ترفيهية الى ادوات تلعب أدوارا مهمة وصلت إلى حد إشعال ثورات احتجاجية واسقاط انظمة، وتحولت الى أدوات للنشطاء السياسيين والاجتماعيين، إلى جانب دورها الأصلي بنشر الأخبار والمعلومات والترفيه والتواصل، فبعد أن كان المواطن مجرد متلقي للمعلومة أصبح اليوم يتفاعل معها ويبدي رأيه ويشارك بالنشر والتعبير بحرية. كما وفرت هذه الأدوات إمكانيات غير مسبوقة في القدرة على الحشد والتنظيم والتنسيق بين مختلف القطاعات وتحديدا الشبابية والتي تعتبر الجمهور الأكبر لها. مما قد يزيد قدرة القائم بالحملة على إقناع الجمهور بموضوع الحملة وأهدافها. وبفعل خاصية التفاعلية التي توفرها هذه شبكات التواصل الاجتماعي سهلت من فهم الجمهور للحملات واهدافها، من خلال اتاحة المجال للجمهور على طرح الاسئلة والتواصل مع القائمين على الحملة لأي إيضاحات بشكل مباشر من خلال ارسال الرسائل والتعليقات والردود عليها من قبل أفراد الحملة على مواقع الشبكات. كما تتيح هذه الشبكات الفرصة لإشراك الجمهور في إدارة وتنظيم الحملة، اذ يمكن ان يكون لآرائهم دورا في تطور وتغيير مسار الحملة ولعل ثورات الفيس بوك في العديد من الدول خير مثال على ذلك.

كذلك قدرتها على بث رسائل من خلال وسائط متعددة صوتية ومرئية ومكتوبة من خلال مقاطع الصوت والفيديو وبثها عبر هذه الشبكات وإتاحة المجال لتبادلها وتناقلها وإرسالها من قبل الجمهور الذي لديه حسابات عبر هذه المواقع يزيد من إحداث التأثير المطلوب على الجمهور ويحولها الى منصات حشد وترويج للحملة.

كذلك يتيح وصول الحملة لجمهور أوسع مما يحدده القائمون على الحملات، بفعل قدرة وسهولة وصول الجمهور

الذي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي إلى المواد الإعلامية للحملة، واضافة جمهور آخر عند طريق اعادة توجيه هذه المواد لجمهور جديد من خلال أدوات الرسائل والنشر والمشاركة التي توفرها هذه الشبكات.

أيضا انخفاض تكاليف انتاج وعرض الرسائل الخاصة بالحملة، وامكانية تكرار عرض الرسائل لمرات عديدة ولا محدودة كما هو الحال في العرض من خلال وسائل الإعلام التقليدية المحدودة بعدد مرات وأوقات معينة مما يزيد تأثير هذه الحملات وقدرتهاعلى إحداث قدر أكبر من التأثير المعرفي السلوكي والعاطفي وفقا لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي ترى أنه يزيد التأثير عند نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وزاد عدد الأشخاص الذين يتعرضون للرسالة الإعلامية.

أيضا تحولت هذه الشبكات الى أداة قياس اتجاهات الرأي العام للجمهور، التي كان من الصعب دراستها بشكل سريع وفوري مثل شبكات التواصل الاجتماعي التي تمكنا من خلال بوست واحد من معرفة اتجاه الجمهور.

ومن هنا تظهر أهمية استخدام مؤسسات صناعة القرار الحكومية وغير الحكومية لهذه الشبكات، فحتى لو لم تمثل العامل الأساسي للتغيير في المجتمع، ولكنها أصبحت عاملا مهما في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي" [[16]](#footnote-16)

ولهذا " يرجــع إقبال الحكومات علـى اسـتخدام شــبكات التواصــل الاجتمــاعي لأسباب متعددة أبرزها: - تزايد حجم تأثير المنصات الاجتماعية على الرأي العام في مختلف مجتمعات العـالم.....، فـالمواطنون يناقشون كـل شـئ مــن الأمــور الشخصــية إلــى الشـؤون السياســية، مثل الانتخابات والأوضاع السياسية والحملات الانتخابية والأمور الطارئة وغيرها"[[17]](#footnote-17)، ومن هنا أيضا نلاحظ أن أغلب المؤسسات الحكومية بدأت تهتم بمواقع التواصل الاجتماعي وتنشئ صفحات لها و تبث رسائلها حتى تتمكن من الوصول الى اكبر عدد من الجمهور.

ومن هنا تأتي أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية المرورية من خلال نشر الأخبار والمعلومات المتعلقة بالحوادث، وخلق حالة من الحوار المجتمعي، لتحفيز الناس على المشاركة والتفاعل في قضايا السلامة المرورية إلى جنب وسائل الاعلام التقليدية في طريق نشر ثقافة السلامة على الطرق. خصوصا  أن أغلب  أسباب وفيات من هم بعمر 15-29 هو حوادث السير، وفقا لتقرير منظمة الصحة العالمية المنشور بتاريخ 20 حزيران 2022.

وأشارت منظمة الصحة العالمية إلى أن البلدان المنخفضة والمتوسطة الدخل "تشهد 90% من الوفيات الناجمة عن حوادث المرور في العالم على الرغم من أنها لا تحظى إلا بنحو 45% من المركبات الموجودة في العالم".[[18]](#footnote-18)

وبما أن الفئة الأكبر المتضررة من حوادث السير هي فئة الشباب فيجب التركيز على هذه الفئة بحملات التوعية، والتوجه لها عبر أدواتها خصوصا مع ارتفاع نسبة مستخدمي هذه شبكات التواصل الاجتماعي عالميا  إلى 56.8%.

في حين وصلت فلسطينيا الى 60.1%، ووصلت نسبة الشباب بأعمار 18-35 إلى 29.7 أي النصف تقريبا، غير الأطفال بأعمار من 13-17 والذين يعتبرون سائقي المستقبل القريب وبلغت نسبتهم 13.6%.

ومن هنا يجب التركيز والاعتماد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بفعل ميزتها و دورها كآلية اتصال وبناء فعال في مجال نشر وتعزيز الثقافة المرورية بين الشباب خاصة والمجتمع عامة. "وتحفيز الناس على المشاركة والتفاعل في تحقيق السلامة على الطرق يبقى أمرا مستعصيا دون تعاون نشط وفعال من المواطنين ومؤسسات المجتمع المدني وخلق حوار بشأن القضايا المرتبطة بالسلامة الطرقي" [[19]](#footnote-19)

ولو أخذنا على سبيل المثال تجربة إمارة دبي في الإمارات العربية المتحدة في موضوع التوعية المرورية وفقا لما قال اللواء سيف الزري الشامسي، قائد عام شرطة الشارقة، أن تكثيف برامج التوعية عبر الوسائل الإعلامية المختلفة التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي تحديدا كان لها الدور الأكبر في نجاح الحملات الاخيرة، وتخفيض عدد الوفيات وفقا لاحصائيات المرور مقارنة بالسنوات السابقة إذ بلغ عدد الوفيات في إمارة الشارقة 159 حالة عام 2015 ، في حين استطاعت تخفيض هذا العدد إلى 58 حالة وفاة عام 2019.

**الخاتمة:**

يظهر من هذه الدراسة أهمية التركيز وتكثيف الحملات الاعلامية المتعلقة بزيادة الوعي المروري، ونشر مفاهيم السلامة المرورية، وعدم الاعتماد على مناسبات معينة لهذه الحملات. كذلك بينت الدراسة وجود دور فاعل لوسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي  في  التأثير على الجمهور وتغيير اتجاهاتهم وسلوكهم وبالتالي التقليل من نسب الحوادث .

وبالتالي يجب على القائمين على الحملات التوعوية المرورية أن يأخذوا بعين الاعتبار التغييرات التي طرأت في السنوات الأخيرة على الاعلام، وتحول الجمهور بنسبة كبيرة الى شبكات التواصل الاجتماعي التي طغت على كافة ميادين الحياة سياسيا واجتماعيا واقتصاديا وفكريا، وتحديدا فئات الشباب والأطفال الذين هم المتضرر الأكبر .وبالتالي أصبح من الضروري تسخيرها لحملات التوعية ونشر الثقافة المرورية جنبا الى جنب وسائل الاعلام التقليدية من أجل أن تحقق الهدف المرجو منها في تعزيز الوعي المروري حفاظا على الأرواح والممتلكات.

وعليه ممكن الخروج من هذه الورقة البحثية بمجموعة من النقاط :

1.     يجب تكثيف الحملات التوعوية والتثقيفية للمواطنين بشأن السلامة المرورية بشكل مستمر ومتواصل على مدار العام، وليس بشكل موسمي وفقا لمناسبات مثل اسبوع المرور العربي واليوم العالمي للمرور.

2.     يجب بناء هذه الحملات بشكل اساسي لتلائم شبكات التواصل الاجتماعي لأنها الأكثر متابعة من الجمهور، والأكثر قدرة على تغيير سلوك الجمهور والتأثير فيهم، وخصوصا فئة الشباب التي تعتمد على هذه الشبكات في تلقيها للمعرفة والأخبار والمعلومات.

3.     قيام القائمين على الحملات التوعوية بالاستعانة باعلاميين عند وضع سياسات عامة وخطط اعلامية للتقليل من حوادث السير.

4.     تصميم المواد الاعلامية للحملة بما يناسب ويتلاءم مع شبكات التواصل الاجتماعي، وليس مجرد نقل المواد من وسائل الاعلام التقليدي الى مواقع الشبكات.

5.     اشراك كل الجهات المعنية بموضوع السلامة المرورية، وعمل مواد اعلامية متكاملة بين الشرطة ووزارة النقل والصحة والتعليم ومجلس الشباب الأعلى.

**قائمة المراجع :**

الكتب

اسماعيل، محمود حسن: مبادئ علم الاتصال نظريات التأثير،الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة،الطبعة الأولى،2003.

السويدي، جمال سند، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة الى الفيس بوك، مركز الامارات للدراسات والبحوث، الامارات، الطبعة الاولى 2013.

المقدادي، حسن غسان: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، الاردن، الطبعة الاولى، 2011.

صادق، عباس مصطفى: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، الطبعة الأولى،2008.

كورتا، رافس وبروكس،هوكو، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع،

الدراسات السابقة

1. سليم،حنان احمد.الحملات الاعلامية عبر الاعلام الجديد، مجلة الرأي العام، جامعة الملك سعود، المجلد 12، العدد 1، يناير2013.
2. م.صبيحة نعمة ضهد.دراسة استطلاعية حول ظاهرة الحوادث المرورية في محافظة ذي قار-الأسباب والحلول،مجلة كلية التربية للعلوم التربوية والإنسانية/جامعة بابل، العدد/20،نيسان/2015.

محمدي، سماح. استخدام الحكومة الالكترونية لوسائل التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية من السمتوى الثاني، مجلة البحوث الاعلامية، القاهرة، اكتوبر 2020، العدد55.

مساو، محمد طلال، دور الحملات الاعلامية المقدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق المشاركة المجتمعية، مجلة الرأي العام، السعودية، المجلد 18، العدد 1، يناير 2019.

1. مقيدش، ايمان هاجر: دور حملات التوعية المرورية في نشر ثقافة السلامة المرورية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، الجزائر، مجلد 18 العدد01، 2021.
2. نوال، مغزيلي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التوعية المرورية-التوعية المرورية الالكترونية، مجلة العلوم الاجتماعية، الجزائر، الدورية 12، العدد 1،31-01-2018.

مقالات وتقارير صحفية:

الدلقموني، رماح، [وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام | تكنولوجيا | الجزيرة نت (aljazeera.net)](https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2021/10/6/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%AD%D9%82%D8%A7%D8%A6%D9%82-%D9%88%D8%A3%D8%B1%D9%82%D8%A7%D9%85)بتاريخ 29/9/2022.

1. الواقع الرقمي الفلسطيني، تقرير ipoke، فلسطين، الاصدار السادس لعام 2021.
2. تفادي الحوادث المرورية معضلة تؤرق العالم، موقع شبكة نبأ المعلوماتية <https://annabaa.org/nbanews/2014/10/314.htm>

قرار مجلس الوزراء رقم (8) لعام 2009م بشأن نظام المجلس الأعلى للمرور. <http://muqtafi.birzeit.edu/pg/getleg.asp?id=16083>

1. الحملات التوعوية الدورية الخاصة بالمناسبات المحلية والعالمية. <http://www.mot.gov.ps/thc/?p=277>.
2. تقرير الاصابات الناجمة عن حوادث المرور، [https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/road-traffic-injuries ،2022](https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/road-traffic-injuries%20%D8%8C2022).
3. المصابون في حوادث الطرق في فلسطين حسب المحافظة والفئة العمرية، 2021.

المواقع الالكترونية

[الأسئلة المتداولة للمستخدم الجديد (twitter.com)](https://help.twitter.com/ar/resources/new-user-faq#:~:text=%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1%20%D8%B9%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D8%A9%20%D8%B9%D9%86%20%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9%20%D9%8A%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%87%D8%A7,%D8%B5%D9%88%D8%B1%20%D9%88%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%B7%D8%B9%20%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88%20%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%A8%D9%90%D8%B7%20%D9%88%D9%86%D8%B5%D9%88%D8%B5)

1. <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%86%D8%A7%D8%A8_%D8%B4%D8%A7%D8%AA>
2. <https://www.dw.com/ar/%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8/t-18889991>

<https://www.palpolice.ps/specialized-departments/traffic-department>

1. <https://www.facebook.com/Palestinianpolice1/>
2. <http://www.mot.gov.ps/thc/>
1. . تفادي الحوادث المرورية معضلة تؤرق العالم، موقع شبكة نبأ المعلوماتية <https://annabaa.org/nbanews/2014/10/314.htm> [↑](#footnote-ref-1)
2. . المصابون في حوادث الطرق في فلسطين حسب المحافظة والفئة العمرية، 2021، [**https://www.pcbs.gov.ps/statisticsIndicatorsTables.aspx?lang=ar&table\_id=1383**](https://www.pcbs.gov.ps/statisticsIndicatorsTables.aspx?lang=ar&table_id=1383) [↑](#footnote-ref-2)
3. . الجلامدة، فرح :التوعية المرورية (الثقافة المرورية) وأثرها للحد من الحوادث المرورية، ادارة السير المركزية، قسم الدراسات. [الثقافة المرورية وأثرها في الحد من الحوادث (psd.gov.jo)](https://psd.gov.jo/media/rjjp2eff/%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B1%D9%88%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A3%D8%AB%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AF-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%88%D8%A7%D8%AF%D8%AB.pdf) تاريخ الزيارة 17/9/2022. [↑](#footnote-ref-3)
4. . مقيدش، ايمان هاجر: دور حملات التوعية المرورية في نشر ثقافة السلامة المرورية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، الجزائر، مجلد 18 العدد01، 2021، ص 289. [↑](#footnote-ref-4)
5. . المقدادي، حسن غسان: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، الاردن، الطبعة الاولى، 2011.ص 24. [↑](#footnote-ref-5)
6. . المقدادي، حسن غسان: ثورة الشبكات الاجتماعية، مصدر سابق ص 24. [↑](#footnote-ref-6)
7. . اسماعيل، محمود حسن.مبادئ علم الاتصال نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة ،الطبعة الأولى،2003. [↑](#footnote-ref-7)
8. . .م.صبيحة نعمة ضهد.دراسة استطلاعية حول ظاهرة الحوادث المرورية في محافظة ذي قار-الأسباب والحلول،مجلة كلية التربية للعلوم التربوية والإنسانية/جامعة بابل، العدد/20،نيسان/2015. [↑](#footnote-ref-8)
9. . قرار مجلس الوزراء رقم (8) لعام 2009م بشأن نظام المجلس الأعلى للمرور. http://muqtafi.birzeit.edu/pg/getleg.asp?id=16083 [↑](#footnote-ref-9)
10. . الحملات التوعوية الدورية الخاصة بالمناسبات المحلية والعالمية. <http://www.mot.gov.ps/thc/?p=277>. بتاريخ 29/9/2022. [↑](#footnote-ref-10)
11. . الدلقموني، رماح، [وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام | تكنولوجيا | الجزيرة نت (aljazeera.net)](https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2021/10/6/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%AD%D9%82%D8%A7%D8%A6%D9%82-%D9%88%D8%A3%D8%B1%D9%82%D8%A7%D9%85)بتاريخ 29/9/2022. [↑](#footnote-ref-11)
12. . عبد الفتاح، عاصم السيد، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، الطبعة الاولى 2017، ص 79. [↑](#footnote-ref-12)
13. . [الأسئلة المتداولة للمستخدم الجديد (twitter.com)](https://help.twitter.com/ar/resources/new-user-faq#:~:text=%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1%20%D8%B9%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D8%A9%20%D8%B9%D9%86%20%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9%20%D9%8A%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%87%D8%A7,%D8%B5%D9%88%D8%B1%20%D9%88%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%B7%D8%B9%20%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88%20%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%A8%D9%90%D8%B7%20%D9%88%D9%86%D8%B5%D9%88%D8%B5) [↑](#footnote-ref-13)
14. . https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%86%D8%A7%D8%A8\_%D8%B4%D8%A7%D8%AA [↑](#footnote-ref-14)
15. . <https://www.dw.com/ar/%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8/t-18889991> [↑](#footnote-ref-15)
16. . السويدي، جمال سند، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة الى الفيس بوك، مركز الامارات للدراسات والبحوث، الامارات، الطبعة الاولى 2013، ص 19. [↑](#footnote-ref-16)
17. . محمدي، سماح. استخدام الحكومة الالكترونية لوسائل التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية من السمتوى الثاني، مجلة البحوث الاعلامية، القاهرة، اكتوبر 2020، العدد55، ص 1290. [↑](#footnote-ref-17)
18. . تقرير الاصابات الناجمة عن حوادث المرور، [https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/road-traffic-injuries ،2022](https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/road-traffic-injuries%20%D8%8C2022). [↑](#footnote-ref-18)
19. . مغزيلي، نوال.دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر التوعية المرورية، مصدر سابق ص 14. [↑](#footnote-ref-19)