

جامعة البحرين

قسم الإعلام والسياحة والفنون

كلية الآداب



دور الصحافة البحرينية اليومية في إمداد الجمهور بالمعلومات
المرورية - دراسة تحليلية وميدانية

أطروحة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد

هاجر أحمد محمود آل محمود

20054104

إشراف

الدكتور شعيب الفهاسي

أستاذ مشارك بقسم الإعلام والسياحة والفنون

جامعة البحرين

مملكة البحرين

سبتمبر 2018 م

جامعة البحرين

كلية الآداب



دور الصحافة البحرينية اليومية في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية - دراسة تحليلية وميدانية

أطروحة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير
في (الإعلام)

إعداد

هاجر أحمد محمود آل محمود

الرقم الجامعي:

20054104

إشراف

د. شعيب الغباشي

(أستاذ مشارك - قسم الإعلام والسياحة والفنون - كلية الآداب)

مملكة البحرين

سبتمبر 2018م



(استمارة إيداع البحث)

اسم الباحث: هاجر أحمد محمود آل محمود
عنوان البحث: دور الصحافة البحرينية اليومية في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية- دراسة تحليلية وميدانية
سنة النشر: 2019م
الكلية: كلية الآداب البريد الإلكتروني: hajar.a.m@hotmail.com
القسم: قسم الإعلام والسياحة والفنون رقم الاتصال: 36348842

إقرار الباحث بالموافقة على الشروط التالية:

يحق لجامعة البحرين إتاحة وتوفير الرسالة أو الأطروحة المذكورة أعلاه في مكتبة الجامعة أو من خلال موقع الإسهامات البحثية للجامعة أو على نطاق أوسع في الخارج؛ كما ويمكن إعادة طباعة الرسالة إذا اقتضت الحاجة لذلك أو رقماتها مع إتاحتها على شبكة الأنترنت وذلك حسب تقدير إدارة الجامعة.

تنطبق هذه الشروط على جميع النسخ بما في ذلك النسخ الإلكترونية

تعتبر هذه الرسالة أو الأطروحة من المواد المحمية والتي تخضع إلى حقوق النشر والتأليف، ولا يجوز نشر أي اقتباس من الرسالة بدون توثيق المصدر.

توقيع الباحث: هاجر أحمد آل محمود التاريخ: ٢٠١٩/٥/٨



اعتماد لجنة مناقشة أطروحة

الرقم الجامعي: 20054104

اسم الطالبة: هاجر أحمد محمود آل محمود

القسم: الإعلام والسياحة والفنون

اسم الكلية: الآداب

اسم البرنامج: الماجستير في الإعلام عنوان الأطروحة: دور الصحافة البحرينية اليومية في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية "دراسة تحليلية وميدانية" اجتمعت لجنة المناقشة يوم الأحد الموافق 17 سبتمبر 2018م بقاعة رقم SIA-024 وبعد مناقشة الطالبة المذكورة أعلاه علناً توصي لجنة المناقشة بالتالي:

تمنح الطالبة تقدير: A في مقرر الأطروحة: 599

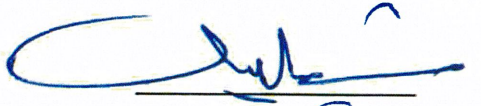
☐ دون إجراء أية تعديلات على الأطروحة.

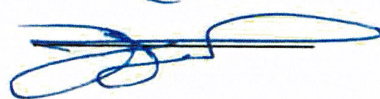
☒ على أن يتم إجراء التعديلات المرفقة مع هذا القرار.

تصديق أعضاء لجنة المناقشة:

التوقيع

الاسم





المشرف على الأطروحة

الممتحن الداخلي

الممتحن الخارجي

1. د. سعيد الغبائي

2. د. أنس صالح

3. د. أمين أحمد الحربي

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى الوقوف على الدور الذي تقوم به الصحف البحرينية اليومية في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، والتعرف على مدى اهتمام العينة بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ومدى مساهمة الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لدى الجمهور. كما هدفت الدراسة أيضاً إلى تحليل مضمون تناول صحيفتي أخبار الخليج والوطن للمعلومات المرورية من ناحية الشكل والمضمون.

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال استخدام أداة استبيان تم توزيعه على عينة الدراسة التي تكونت من (400) فرداً من الجمهور البحريني، وأداة تحليل المضمون الذي تم تطبيقها على (126) عدداً من صحيفتي أخبار الخليج والوطن، بالإضافة إلى عدد من المقابلات العلمية غير المقننة مع عدد من ذوي الخبرة.

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن أكثر الأشكال الصحفية التي استخدمتها صحيفتا أخبار الخليج والوطن لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية هي الخبر الصحفي بنسبة (51.5%)، وأن أكثر أهداف المادة التحريرية التي استخدمتها الصحيفتان لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية هي التوعية بنسبة (44.0%)، وأن أكثر المعلومات المرورية التي ركزت عليها الصحيفتان هي المعلومات المرتبطة بالتوعية بقانون المرور لعام 2015م بنسبة (27.6%)، وأن أغلب المضامين الصحفية التي عرضتها الصحيفتان لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية كانت ذات اتجاه إيجابي بنسبة (62.3%). وتوصلت نتائج المقارنة بين الصحيفتين أن صحيفة أخبار الخليج اهتمت بإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية أكثر من صحيفة الوطن في أغلب نتائج تحليل الشكل والمضمون.

وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن أهم الموضوعات التي تفضل العينة قراءتها في الصحف هي الموضوعات السياسية بنسبة (53.1%)، وجاءت الموضوعات المرورية في المرتبة الرابعة بنسبة (30.5%)، وأن (19.4%) من عينة الدراسة تهتم دائماً بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف. وتبين أن الصحف البحرينية تسهم في تنمية الوعي المروري بنسبة (74.5%)، وأن اتجاهات العينة نحو الموضوعات المرورية في الصحف كانت إيجابية، وحصلت على أهمية نسبية (79.41%)، وأن الصحف تشبع حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية بنسبة (74.25%)، وتبين أن رضا العينة عن التوعية المرورية في الصحف جاء متوسطاً، وبأهمية نسبية بلغت (69.8%)، كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين قراءة الجمهور للصحف البحرينية واهتمامه بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في هذه الصحف ($r=0.173$)، ووجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف ورضاه عن التوعية بالقضايا المرورية في هذه الصحف ($r=0.252$).

وبناء على النتائج، توصي الدراسة بنشر الموضوعات المرورية في الصحف بطريقة تجذب انتباه القارئ، وإعطاء المساحة الكافية لعرض الموضوعات المرورية في الصحف، بالإضافة إلى إصدار ملاحق خاصة بالشأن المروري، والتركيز على تخصيص صفحات ثابتة في الصحف لنشر الموضوعات المفيدة حول كل ما له صلة بالشأن المروري.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾



صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

(سورة طه: الآية 114)

الإهداء

إلى من دعواتهما تنير دربي، إلى مصدر قوتي وفخري وسعادي، إلى من دفعاني إلى العلم
.. أبي وأمي أطل الله في عمرهما ..

إلى من هم أقرب إليّ من مروي، إلى عزوتي وسندي، إلى من تحلوهم حياتي
.. إخواني وأخواتي حفظهم الله ..

إلى من تحمل انشغالي وشجعتني، إلى أثنى ما في الوجود، وقرّة عيني
.. نروحي وأبنائي ..

إلى كل من دعا لي بالتوفيق والتيسير
إلى كل من لم يدخر جهداً لمساعدتي
إلى كل من مرافقني في رحلتي الدراسية

أهدي لكم ثمرة جهدي

هاجر أحمد آل محمود

الشكر والتقدير

الحمد والشكر لله الذي سدد خطاي وأعانني على إتمام هذا العمل بعونه وتوفيقه، فالحمد لله أولاً وآخرًا.

وبعد، أتقدم بجزيل الشكر والامتنان لكل من ساندني وشجعني على إنجاز دراستي، وأخص بالشكر الجزيل أستاذي الفاضل الذي حظيت بأن يكون مشرفي؛ الدكتور شعيب الغباشي حفظه الله ورعاه، والذي لولاه ولولا ملاحظاته القيمة وتوجيهاته السديدة، ما أنجزت هذا العمل في هذه الصورة.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرين، لتكبدتهم عناء قراءة رسالتي المتواضعة، وإغنائها بمقترحاتهم القيمة. والشكر موصول لجميع أعضاء الهيئة الأكاديمية بقسم الإعلام والسياحة والفنون بجامعة البحرين، لتقديمهم النصح والإرشاد، وكذلك للهيئة الأكاديمية بقسم الإعلام في الجامعة الأهلية، وأخص بالشكر الدكتورة العزيزة همت السقا، التي لم تتوان عن تقديم المشورة والعون.

ولا أنسى بأن أتقدم بالشكر الجزيل للرائد أسامة بحر القائم بأعمال مدير إدارة الثقافة المرورية، والموظفين بالإدارة العامة للمرور، وذلك لرحابة صدورهم، وتعاونهم، وتقديمهم التسهيلات للحصول على المعلومات اللازمة لإتمام البحث، ولمسؤولتي في العمل وأختي الغالية ميساء النعار، وزملائي الذين قدموا لي الدعم المعنوي، ولكل من صاحبني في رحلتي الدراسية وتمنى لي التوفيق، وساعدني وساندني على إتمام هذا العمل.

الباحثة

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	اعتماد لجنة المناقشة
ب	ملخص الدراسة
ج	الآية الكريمة
د	الإهداء
هـ	الشكر والتقدير
و	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ن	قائمة الملاحق
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
2	المقدمة
5	الدراسات السابقة
9	التعقيب على الدراسات السابقة
9	الاستفادة من الدراسات السابقة
10	مشكلة الدراسة
10	أهداف الدراسة
11	أهمية الدراسة
11	تساؤلات الدراسة
12	فروض الدراسة
13	منهج الدراسة
13	أدوات جمع البيانات
15	نوع الدراسة
16	مجتمع الدراسة

16	عينة الدراسة وحجمها وتوزيعها
17	حدود الدراسة
19	التعريفات النظرية والتعريفات الإجرائية للدراسة
22	مؤشرات الصدق والثبات
25	الأساليب الإحصائية المستخدمة
الإطار النظري والمعرفي للدراسة	
المبحث الأول: الإطار النظري	
28	أولاً: نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
30	ثانياً: نظرية الإطار الإعلامي
المبحث الثاني: الإطار المعرفي	
35	أولاً: الصحافة في مملكة البحرين: • صحيفة أخبار الخليج وصحيفة الوطن
41	ثانياً: المرور في مملكة البحرين: • الإدارة العامة للمرور • إدارة التوعية المرورية والثقافة المرورية... النشأة والتطور • علاقة المرور بالإعلام
الفصل الثالث: نتائج الدراسة	
51	المبحث الأول: نتائج تحليل مضمون صحيفة أخبار الخليج
61	المبحث الثاني: نتائج تحليل مضمون صحيفة الوطن
71	المبحث الثالث: نتائج تحليل مضمون الصحيفتين
80	المبحث الرابع: مقارنة بين نتائج تحليل مضمون الصحف محل الدراسة

الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية	
92	أولاً: خصائص عينة الدراسة
98	ثانياً: علاقة القارئ بالصحيفة
103	ثالثاً: رأي القارئ في تناول الصحف للموضوعات المرورية
115	رابعاً: رضا الجمهور عن أداء الصحيفة في إمداده بالمعلومات المرورية
120	اختبار فروض الدراسة
127	النتائج العامة للدراسة
131	مقترحات الدراسة
132	مراجع الدراسة
138	الملاحق
153	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور الاتجاهات نحو الموضوعات المرورية	22
2	مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور الرضا عن مجالات التطوير الإداري في وزارة الداخلية	23
3	مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور الرضا عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف	24
4	مؤشرات ثبات الاتساق الداخلي للمقياس	24
صحيفة أخبار الخليج: دراسة تحليلية		
5	نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة المعلومات المرورية	51
6	نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة أهداف المادة التحريرية	52
7	نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة الجمهور المستهدف	53
8	نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة مصدر المعلومات	54
9	نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة الاتجاه	55
10	نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة الأشكال الصحفية	56
11	نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة موقع المادة	57
12	نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة الاستمالات	58
13	نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة الصورة الإيضاحية	59
صحيفة الوطن: دراسة تحليلية		
14	نتائج صحيفة الوطن حسب فئة المعلومات المرورية	61
15	نتائج صحيفة الوطن حسب فئة أهداف المادة التحريرية	62

63	نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الجمهور المستهدف	16
64	نتائج صحيفة الوطن حسب فئة مصدر المعلومات	17
65	نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الاتجاه	18
65	نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الأشكال الصحفية	19
67	نتائج صحيفة الوطن حسب فئة موقع المادة	20
68	نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الاستمالات	21
69	نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الصورة الإيضاحية	22
الصحف ككل: دراسة تحليلية		
71	نتائج تحليل المضمون حسب فئة المعلومات المرورية	23
72	نتائج تحليل المضمون حسب فئة أهداف المادة التحريرية	24
73	نتائج تحليل المضمون حسب فئة الجمهور المستهدف	25
74	نتائج تحليل المضمون حسب فئة مصدر المعلومات	26
75	نتائج تحليل المضمون حسب فئة الاتجاه	27
75	نتائج تحليل المضمون حسب فئة الأشكال الصحفية	28
77	نتائج تحليل المضمون حسب فئة موقع المادة	29
77	نتائج تحليل المضمون حسب فئة الاستمالات	30
79	نتائج تحليل المضمون حسب فئة الصورة الإيضاحية	31
صحيفة أخبار الخليج والوطن: دراسة مقارنة		
80	نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة المعلومات المرورية	32

82	نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة أهداف المادة التحريرية	33
83	نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة الجمهور المستهدف	34
84	نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة مصدر المعلومات	35
85	نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة الاتجاه	36
86	نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة الأشكال الصحفية	37
87	نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة موقع المادة	38
88	نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة الاستمالات الإقناعية	39
89	نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة الصورة الإيضاحية	40
نتائج الدراسة الميدانية		
92	توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع	41
93	توزيع العينة حسب متغير العمر	42
94	توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	43
95	توزيع العينة حسب متغير الحالة المهنية	44
96	توزيع العينة حسب متغير منطقة السكن	45
98	الصحيفة التي تفضل العينة قراءتها	46
99	معدل قراءة العينة للصحف	47
99	الوقت الذي تقضيه العينة في قراءة الصحف	48
100	وقت قراءة العينة للصحف	49
101	دوافع قراءة العينة للصحف	50

102	طريقة قراءة العينة للصحف	51
103	أهم الموضوعات التي تفضل العينة قراءتها في الصحيفة	52
104	مدى اهتمام العينة بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف	53
105	الصحيفة التي تفضل العينة متابعتها لتغطية الحدث في حال إقامة فعالية مرورية كبيرة	54
106	مدى مساهمة الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لدى العينة	55
106	كيفية مساهمة الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لدى العينة	56
107	أسباب عدم مساهمة الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لدى العينة	57
108	مدى قيام العينة بمناقشة الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة	58
109	الفئات التي تناقش معها العينة الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة	59
109	الموضوعات والقضايا المرورية التي تناقشها العينة مع الآخرين	60
111	أسباب عدم مناقشة العينة الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة	61
111	تقدم العينة بشكوى في الصحيفة تخص أحد الجوانب المرورية وتم نشره	62
112	مدى الحصول على رد من المختصين بالشأن المروري على الشكوى	63
113	الاتجاهات نحو الموضوعات المرورية	64
115	مدى إشباع الصحف حاجة العينة في الحصول على المعلومات المرورية	65
116	الرضا عن التوعية المرورية	66
117	الرضا عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف	67

118	أهم المقترحات التي تراها العينة مناسبة لتطوير الأداء الصحفي في عرض الموضوعات المرورية	68
119	الموضوعات في الشأن المروري التي يجب أن تعالجها الجرائد بصفة مستمرة	69
120	علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين قراءة الجمهور للصحف البحرينية واهتمامه بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في هذه الصحف	70
120	علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف ومساهمة الصحف في تنمية الوعي المروري لديه	71
121	علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف واتجاهاته نحو الموضوعات المرورية في هذه الصحف.	72
122	علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف ومدى إشباع هذه الصحف حاجته في الحصول على المعلومات المرورية	73
122	علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف ورضاه عن التوعية بالقضايا المرورية في هذه الصحف.	74
123	فروق ذات دلالة إحصائية في إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية تعزى للمتغيرات الديموغرافية	75

قائمة الملاحق

الرقم	الملحق
1	استمارة تحليل المضمون
2	قائمة محكمي استمارة تحليل المضمون
3	استمارة الاستبيان
4	قائمة محكمي استمارة الاستبيان
5	قائمة المقابلات الشخصية

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- المقدمة
- الدراسات السابقة
- التعقيب على الدراسات السابقة
- الاستفادة من الدراسات السابقة
- مشكلة الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- فروض الدراسة
- أهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- منهج الدراسة
- أدوات جمع البيانات
- نوع الدراسة
- مجتمع الدراسة
- عينة الدراسة وحجمها وتوزيعها
- حدود الدراسة
- التعريفات النظرية والتعريفات الإجرائية للدراسة
- الصدق والثبات
- الأساليب الإحصائية المستخدمة

المقدمة

تعتبر قضية زيادة الوعي المروري لدى الجمهور من القضايا المهمة التي تعطى لها أولوية كبيرة وتُقدم على الكثير من القضايا الأخرى. وعلى الرغم من ضخامة الجهود المبذولة في مجال التوعية المرورية، تعد الحوادث المرورية من أهم القضايا وأبرزها في كل الدول، بل ويُتوقع أن تصبح حوادث المرور السبب الرئيسي السابع للوفاة بحلول عام 2030، إذا لم تُتخذ إجراءات مستدامة بشأنها. ولا تقتصر هذه القضية وما يتبعها من عواقب وآثار جسيمة على دولة واحدة، إنما هي قضية تؤرق جميع الدول. واستناداً إلى تقرير منظمة الصحة العالمية المحدث في مايو 2017، فإن نحو 1.25 مليون شخص سنوياً يلقون حتفهم نتيجة لحوادث المرور، وتمثل الإصابات الناجمة عن حوادث المرور السبب الأول لوفاة الأشخاص البالغين من العمر من 15 إلى 45 سنة. وأن نصف الأشخاص تقريباً الذين يتوفون على طرق العالم يكونون من "مستخدمي الطرق السريعي التأثير، أي المشاة وراكبي الدراجات الهوائية والنارية. وقد حددت خطة التنمية المستدامة لعام 2030، التي اعتُمدت حديثاً، غاية طموحة تقضي بخفض عدد الوفيات والإصابات الناجمة عن حوادث المرور في العالم إلى النصف بحلول عام 2020¹.

وتولي مملكة البحرين، وما فيها من مؤسسات، أهمية كبيرة للموضوعات المرورية، وذلك لما ينتج عنها من وفيات وإصابات وخسائر مادية ومعنوية. وترجع أسباب وقوع الحوادث المرورية إلى عدد من العوامل المختلفة، ويعد أبرزها: قلة الوعي والثقافة المرورية لدى مستخدمي الطريق، بالإضافة إلى السلوكيات الخاطئة التي يقوم بها البعض؛ مثل عدم الالتزام بقواعد المرور وإرشادات استخدام الطريق، المتمثلة في السرعة الزائدة، وقطع الاشارات المرورية، والتجاوز الخاطيء، وعدم الالتزام بالمسار المخصص، واستخدام الهاتف أثناء القيادة²، إضافة إلى عدم استخدام الخوذات الواقية الخاصة بالدراجات النارية. وبازدياد أعداد مستخدمي الطرق والمركبات، يزداد عدد المشكلات المرورية الناجمة عن استخدام الطريق. فقد بلغت أعداد المركبات المسجلة لدى الإدارة العامة للمرور (686,622) مركبة في عام 2017، وتشير الإحصائيات كذلك إلى أن مجموع عدد الحوادث المرورية بكافة أنواعها في مملكة البحرين بلغ (111,610) حادثاً، منها (1,153) حادث إصابات ووفيات، و(110,457) حادث تلفيات؛ أي بمعدل وقوع حادث واحد كل 5 دقائق و21 ثانية³، وبلغ

¹ موقع منظمة الصحة العالمية <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs358/ar>

² مجلة الأمن، وزارة الداخلية، العدد 83، السنة السابعة، أكتوبر 2014، ص 46.

³ حقائق عن الحوادث المرورية في مملكة البحرين 2017، وزارة الداخلية، مملكة البحرين، ص 3.

عدد الوفيات في الحوادث المرورية خلال النصف الأول من العام 2018م (46) حالة وفاة من بينهم سائقي المركبات والدرجات النارية والركاب وسائقي الدراجات الهوائية ومشاة¹.

ولمسايرة هذا النمو الكبير في الحركة المرورية، والتصدي لما ينتج من هذا النمو من ازدحام واختناقات مرورية وحوادث مرورية متزايدة، تقوم الحكومة ببذل جهود كبيرة لمواجهة ذلك؛ تمثلت في القيام بمشاريع تطويرية هندسية للطرق لفض هذه الاختناقات وتحقيق السلامة المرورية²، بالإضافة إلى الجهود المبذولة من الإدارة العامة للمرور، المتمثلة في البرامج التوعوية والتثقيفية، والحملات الإعلامية المكثفة، الهادفة إلى تعزيز الثقافة والسلامة المروريتين، وكذلك تنمية الوعي المروري لمستخدمي الطريق من المشاة والسائقين. ولكي تحقق الإدارة العامة للمرور أهدافها وتنفذ سياستها، المتمثلة في تنمية الوعي ونشر الثقافة المرورية لدى المواطنين، فلا بد من تكاتف المؤسسات الإعلامية معها، من خلال تسخير وسائلها المختلفة لخدمة المجتمع، والعمل على إيصال رسالتها إلى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور، وذلك لما لهذه الوسائل من أهمية وتأثير بالغين على الجمهور؛ في تشكيل الرأي العام، والتأثير في السلوك الاجتماعي، والتوعية بالقضايا المختلفة، منها الاجتماعية والاقتصادية والأمنية، بالإضافة إلى تحقيق أهداف تنموية في بعض قطاعات الحياة الحيوية، كرفع مستوى الوعي الأمني لدى الجمهور، والتوعية المرورية، والإرشاد الصحي، والوقاية من الجرائم الأمنية المختلفة³.

وتتميز وسائل الإعلام عن باقي مؤسسات التوعية المرورية أنها تخاطب جميع الأفراد، بمختلف أعمارهم، وفئاتهم الاجتماعية، ومستواهم التعليمي، وتوجهاتهم⁴.

ووفقاً لنظرية تحول الوسائل Media Morphosis لفيدلر، حيث يقول إنه على الرغم من التطور الكبير الحاصل في مجال وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، إلا أنه في تاريخ وسائل الاتصال منذ نشأتها وحتى الآن، لم تلغ وسيلة اتصال متطورة الوسيلة القديمة، بل كانت تستوعبها وتطورها، وتخرج من تفاعل الوسيطتين، أو الوسائل معاً، وسيلة جديدة تتيح إمكانات جديدة ومتعددة للجمهور في الاتصال وتبادل المعلومات⁵.

¹ إحصائيات، وزارة الداخلية، مملكة البحرين: <https://www.traffic.gov.bh/statistics>

² البنعلي، عبدالعزيز حمد (2001)، كيفية تطوير إدارة المشاريع والبرامج المرورية للحد من حوادث المشاة في دولة البحرين، مجال الدراسات التقنية، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليج العربي، ص2.

³ النجار، أحمد عبدالعزيز (2006)، الإعلام واتجاهات الرأي العام، البحوث الشرطية، القيادة العامة لشرطة دبي، ص4.

⁴ الكندي، عادل محمد، الوعي المروري: مفهومه، أهميته، أهدافه، محاوره، مؤسساته- وثيقة السلامة على الطريق في المناهج الدراسية العمانية كنموذج، أكاديمية نايف للبحوث الأمنية، ص10.

⁵ علم الدين، محمود (2009). مقدمة في الصحافة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1.

ووسائل الإعلام المطبوعة لا تزال من الوسائل القوية في نقلها للمعلومات، وهي واحدة من الأدوات التي "لا غنى عنها" للمجتمع، والتي تساعد كل فرد على التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض¹. وللصحف تحديداً مكانتها وأهميتها في الساحة الإعلامية بين وسائل الإعلام الأخرى، حيث إنها تلعب دوراً هاماً في نقل المعلومات وتفاصيل القضايا، والأهم أنها من الأدوات المؤثرة في المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والأمنية، حيث مازالت هنالك فئة كثيرة تعتمد عليها في استقاء الأخبار. ويأتي هذا الاعتماد عليها أن الصحف في مقدمة وسائل الإعلام الجماهيرية من ناحية النشأة التاريخية، وهي من أقدم وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، كالسينما والراديو والتلفزيون². وتشير إحدى الدراسات إلى أن أكثر من نصف فئة الشباب حول العالم يقرأون الجريدة كل يوم³.

ونظراً للدور الذي تلعبه الصحف اليومية في نشر التوعية والثقافة والمعرفة، والتأثير على سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم، نجد أنه لا بد أن تتعاون الصحافة وتتكاتف جهودها مع مؤسسات الدولة والجهات المسؤولة عن التوعية، لنشر الثقافة والوعي المروري في المجتمع.

لذلك تأتي هذه الدراسة (دور الصحافة البحرينية اليومية في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية - دراسة تحليلية وميدانية) للتعرف على القضايا المرورية التي تغطيها الصحف المحلية اليومية بمملكة البحرين.

¹ The Effects of Print Media on Youth and Society in General, Article, Available at: http://childrefuge.org/print/the-effects-of-print-media-on-youth-and-society-in-general.html#_ednref3

² المسلمي، إبراهيم عبدالله (2011)، الصحافة والمجتمع المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة، ص9، ط1.

³ Why it is Important to Read the Newspaper(March 30, 2016), Study, Available at: <https://www.mitchellsny.com/blog/why-it-is-important-to-read-the-newspaper/>

الدراسات السابقة:

يمكن تقسيم الدراسات السابقة وفقاً لأهدافها البحثية إلى ما يلي:

1-الدراسات العربية:

- دراسة عبدالله محمد عبدالله الدوسري، بعنوان: دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي المروري لدى الجمهور البحريني¹. هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي المروري لدى الجمهور البحريني، وبيان مدى تعرض الجمهور البحريني للمضامين المتعلقة بالوعي المروري في وسائل الإعلام، والتعرف على اتجاهات الجمهور البحريني نحو الإجراءات التي وضعها قانون المرور الجديد. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن وسائل الإعلام الجديد احتلت المراكز الأربعة الأولى من حيث حجم التعرض إليها، وتمثلت في: مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى، المواقع الإلكترونية، إعلانات الطرق، الصحافة الإلكترونية، وتلتها وسائل الإعلام التقليدية والمتمثلة في: التلفزيون، الإذاعة، الملصقات، الصحافة الورقية، النشرات. وكشفت الدراسة كذلك أن هنالك عدداً من الدوافع لمتابعة المضامين المرورية في وسائل الإعلام المختلفة، وتمثلت في: الحصول على معلومات جديدة حول القضايا المرورية في مملكة البحرين، ورفع مستوى الإدراك بخطورة الحوادث المرورية، وتعلم قواعد المرور على الطرق والتدريب على التعامل السليم معها، ومعرفة حالة الطرق والتدريب على التعامل السليم معها، ومعرفة حالة الطرق في الأوقات المختلفة من اليوم، ومعرفة درجة إتقان القيادة وأصولها، والالتزام بقوانين السير والإلمام بها، ومعرفة أحدث الخدمات المتاحة بإدارات المرور، والمعرفة بحالة السيارات وعمل الصيانة الدورية لها وتفقدتها بشكل يومي، والتعرف على الأساليب المختلفة للتأمين على السيارات، وتعلم العديد من المصطلحات المرورية.

- دراسة عبدالله عقيل الحسن بعنوان: معالجة الصحف البحرينية لقضايا الوعي الأمني². هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الصحف المحلية في معالجة قضايا الوعي الأمني في مملكة البحرين، والتعرف على كيفية معالجة صحيفتي أخبار الخليج والوسط البحرينيتين للقضايا الأمنية. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

¹ الدوسري، عبدالله محمد (يناير 2018) دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي المروري لدى الجمهور البحريني، رسالة ماجستير، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.

² الحسن، عبدالله عقيل علي (2011)، معالجة الصحف البحرينية لقضايا الوعي الأمني - دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.

جاءت المضامين الصحفية المتعلقة بطبيعة قضايا الوعي الأمني في صحيفة أخبار الخليج والوسط بالترتيب على النحو التالي: قضايا مستمرة بنسبة 55,5%، وقضايا طارئة بنسبة 45,5%. واهتمت الصحيفتان محل الدراسة بنشر المضامين الصحفية الخاصة بقضايا الوعي الأمني الخاصة في البحرين في المرتبة الأولى، ومن ثم الدول العربية في المرتبة الثانية، يليها الدول الأجنبية في المرتبة الثالثة. وتتوزع المضامين الصحفية طبقاً لنوع القضايا المتعلقة بالوعي الأمني الواردة في الصحيفتين، بالترتيب على النحو التالي: الوعي المروري في المرتبة الأولى، المخدرات في المرتبة الثانية، ثالثاً الاعتداء على الغير. وتتوزع المضامين الصحفية طبقاً للاستمالات العاطفية المستخدمة في الوعي الأمني في الصحيفتين بالترتيب على النحو التالي: أولاً التركيز على النواحي العاطفية للقارئ، تليه المبالغة في المعارضة، ومن ثم التحيز. وتتوزع المضامين الصحفية طبقاً لشكل المادة الصحفية المرتبطة بقضايا الوعي الأمني في الصحيفتين بالترتيب على النحو التالي: في المرتبة الأولى الخبر المركب، في المرتبة الثانية الخبر البسيط، في المرتبة الثالثة بريد القراء، يليه باقي الأشكال الصحفية.

- دراسة بوفلاح فاتح بعنوان: الاتصال الاجتماعي ودوره في تطبيق قانون المرور 2004¹. هدفت الدراسة إلى معرفة دور الاتصال الاجتماعي في توعية السواق بضرورة احترام قانون المرور المعدل لسنة 2004، وكذلك التغيرات التي أدخلها، والعقوبات التي يتضمنها. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، لعل أبرزها: أن السائق الجزائري له دراية ومعلومات واطلاع لا بأس به حول قانون المرور الجديد، وعدم تفاعل السائقين الشباب مع قوانين المرور رغم علمهم بها. ويعد التلفزيون أهم وسيلة إعلامية وتربوية وتعليمية في حياة المواطن الجزائري، مقارنة بباقي وسائل الإعلام، كما تعد الومضات الإشهارية في مجال التوعية المرورية أهم أنواع الحملات المقدمة للمواطنين، وإن كانت هذه الحملات غير محددة تحديداً مناسباً من حيث الشكل والمضمون، وحتى توقيت بثها، ومنه تبين أن حملات الوقاية المرورية في التلفزيون الجزائري لم تخطط ولم تنظم وفق المقاييس والمعايير العلمية المعمول بها في حملات الاتصال الاجتماعي، كما أنها غير ملبية لحاجات الجمهور، لأنها لم تحترم ولم تراعى خصائص ومميزات المواطن المستهدف، مما جعل من هذه الحملات أقل فعالية وتأثيراً على الجمهور، وبالتالي فإن الاتصال

1 فاتح، بوفلاح (2006-2007) الاتصال الاجتماعي ودوره في تطبيق قانون المرور 2004 : دراسة وصفية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

الاجتماعي في الجزائر من خلال هذا النموذج لم يرقَ للحد المطلوب، سواء من ناحية كفايته، أو من ناحية مضمون حملاته.

2- الدراسات الأجنبية:

- دراسة (Cathrerine Happer & John Hall) بعنوان: دور وسائل الإعلام في نشر الوعي المروري والحد من الكوارث¹. وهدفت الدراسة إلى معرفة مدى فاعلية وسائل الإعلام في نشر التوعية المرورية بين السائقين في نيجيريا، وأثرها على انخفاض المخالفات والحوادث المرورية. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن وسائل الإعلام في نيجيريا تعمل على نشر الوعي المروري عبر العديد من البرامج والحملات التي تنفذها مختلف وسائل الإعلام، إلا أنها لا زالت بعيدة عن المستوى المطلوب. كما أظهرت الدراسة أن هناك تأثيراً لوسائل الإعلام على سلوكيات السائقين، ولو كان قليلاً، حيث أجاب بعض أفراد العينة أنهم باتوا أكثر انضباطاً وتقيداً بالأنظمة المرورية.

- دراسة (Jusoh, Norzaliha) بعنوان: موقف السائق من علامات السلامة على الطريق²، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن معظم السائقين لا يحبون الالتزام بالقواعد المرورية، حيث إنهم يتحدثون في الهاتف أثناء القيادة، ويخالفون القواعد واللوائح المرتبطة بالسلامة على الطريق. وتظهر النتائج أن السائقين الذكور أكثر عدوانية مقارنة مع السائقات الإناث، وخاصة في الفئة العمرية من 21-30 سنة. وبالتالي، لا بد من تنفيذ خطة جيدة متكاملة للحفاظ على السلامة في الطريق، من أجل التخفيف من حوادث الطرق. كما أشارت الدراسة إلى أهمية تثقيف الجمهور، وخلق الوعي بأهمية السلامة على الطرق، وذلك من خلال وسائل الإعلام المختلفة، والمنظمات الحكومية وغير الحكومية.

- دراسة (Mweresah Andrew Anini) بعنوان: إمداد الجمهور بمجموعة من معلومات السلامة على الطريق من قبل وسائل الإعلام المطبوعة في كينيا³: هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي لعبته وسائل الإعلام في نشر معلومات السلامة على

¹ Catherine Happer & John Hall, The role of the media in spreading traffic awareness and reducing accidents, Journal of Social and Political Psychlogym Vol.2, No.1, 2015, p(321-336).

² Norzaliha Jusoh (2013), Driver Attitude Towards Road Safety, Master thesis, Universiti Teknologi Malaysia, Faculty of Built.

³ Mweresah Andrew Anini (2011), Priming Of Road Safety Information By Print Media In Kenya: A Study Of The Nation Newspaper, Master of Arts in Communication Studies, School of Journalism and Mass Communication, University of Nairobi.

الطريق. وقد ركزت على وسائل الإعلام المطبوعة وبشكل أكثر تحديداً صحيفة Nation، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: الصحيفة نشرت المقالات حول السلامة على الطريق في صفحاتها الداخلية، بينما الصفحات الرئيسية الأولى تركت للأخبار الأخرى، خاصةً السياسية. وبالنسبة للمقالات، فقد تم نشرها بشكل مختصر بدون أي صور أو رسومات لدعم المقال. وبينت نتائج الدراسة أيضاً أن الإعلان يلعب دوراً رئيسياً في تحديد المساحة المخصصة للمحتوى التحريري، وهذا يؤثر مباشرة على حجم وطول المقال، وقد أدى ذلك إلى تحرير العديد من القصص لتناسب صغر المساحة، وبالتالي فقدان بعض عناصر القصة الهامة. وعلى الرغم من أن صحيفة Nation حاولت أن تلعب دوراً في إمداد الجمهور بمعلومات السلامة على الطريق، إلا أنه ما زال هناك الكثير الذي يتعين القيام به لمعالجة الفجوة الواضحة، وعلى وسائل الإعلام المطبوعة تحسين طرق إمداد الجمهور بمعلومات السلامة على الطريق، بالإضافة إلى تخصيص مساحة كافية للنشر، مع استمرارية نشر المواضيع ذات الصلة.

- دراسة Amanda Delaney, Bella Lough, Michelle Whelan, Max Cameron بعنوان: استعراض للحملات الإعلامية في مجال السلامة المرورية¹، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن تكثيف الحملات الإعلامية فعالة في تحسين السلامة على الطرق، وأن الحملات التي تتبع في أسلوبها الإقناع أو العاطفة تكون أكثر فاعلية من الحملات التي تتبع الأسلوب العقلاني أو الإعلامي. كما وأشارت الدراسة إلى أن لوسائل الإعلام أهمية كبرى في التركيز على حملات السلامة المرورية وإنجاحها، وذلك عن طريق كثافة المعلومات التي تقدمها ووسائل الإعلام للجمهور عن الحملة ومدة وتوقيت التعرض للحملة الإعلامية.

¹ Amanda Delaney, Bella Lough, Michelle Whelan, Max Cameron(2004), A Review of Mass Media Campaigns in Road Safety, Master thesis, Monash University.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، استطاعت الباحثة تحديد مؤشرات التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، كالتالي:

- من حيث الموضوع، وجدت الباحثة أن بعض الدراسات السابقة قامت بدراسة دور وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت صحفاً أم إذاعةً أم تلفازاً أم حتى مواقع إلكترونية في إمداد الجمهور بالمعلومات الصحية، الأمنية، معلومات السلامة وغيرها من الموضوعات، دون التطرق إلى موضوع إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية وكذلك ركزت بعض الدراسات على وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية في تنمية الوعي المروري لدى الجمهور البحريني، والتعرف على دورها في تنمية الوعي المروري لدى الجمهور البحريني، وبيان مدى تعرض الجمهور البحريني للمضامين المتعلقة بالوعي المروري في وسائل الإعلام بينما ركزت الباحثة في دراستها على دور الصحف خاصة في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية.
- بالنسبة لمنهج الدراسة، وجدت الباحثة أن بعض الدراسات استخدمت منهج المسح بنوعيه؛ الكمي والكيفي، في حين اعتمدت بعض الدراسات على نوع واحد من منهج المسح؛ إما الكمي أو الكيفي. كما اعتمدت بعض الدراسات على المنهج المقارن. وقد استخدمت الباحثة المسح بنوعيه، وذلك ليتناسب مع طبيعة الدراسة ولخدمة أهدافها.
- أما بالنسبة للأدوات، فقد تنوعت، حيث اعتمد الباحثون في دراساتهم إما على الاستبيان، أو تحليل المضمون فقط، أو على تحليل المضمون والاستبيان معاً، وقد ذهبت الباحثة إلى استخدامهما، لأنهما يتناسبان وطبيعة الموضوع ونوع المنهج وعينة الدراسة، بالإضافة إلى استخدام المقابلات العلمية غير المقننة في الحصول على بعض المعلومات المرتبطة بالدراسة.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد التساؤلات التي تهدف الدراسة إلى الإجابة عنها، وبلورة مشكلة الدراسة وتحديدها، بالإضافة إلى صياغة الفروض التي تسعى الدراسة لاختبارها.
- الاستفادة من المنهج المناسب للدراسة، والأدوات المناسبة لجمع البيانات.
- اختيار النظريات المناسبة للدراسة، والتي تم الاعتماد عليها، وهي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية التأطير.

- الاستفادة في طريقة تصميم وإعداد استمارة الاستبيان، واستمارة تحليل المضمون.
- كذلك الاستفادة من أهم المراجع التي يمكن الاستعانة بها.

مشكلة الدراسة

إنَّ قلة الوعي المروري، وقلة الثقافة المرورية لدى البعض، هي السبب الرئيسي من مسببات ارتفاع نسبة الحوادث المرورية، بالإضافة إلى ما يسفر عنها من خسائر بشرية ومادية. ومن هنا يبرز الدور المهم لوسائل الإعلام المحلية جميعها في قيامها بالمهمة التوعوية التي تقدمها للجمهور، وتقف في مقدمة هذه الوسائل: الصحف اليومية المطبوعة، من حيث إنها لا تزال الوسيلة الأهم في معالجة وعرض القضايا المختلفة على جميع الأصعدة. ولا يمكننا أن ننكر الدور الفعّال والمؤثر للصحف في التوعية بالمواضيع المختلفة، ومن بينها المواضيع المرورية، التي تساعد في تشكيل وبلورة وعي الجمهور في هذا الشأن. فالصحافة هي همزة الوصل بين المؤسسات والرأي العام، ويعتمد عليها الأفراد للحصول على المواضيع بشكل مفصل ومطول ومركّز، مما ينتج عن هذا الاعتماد تغيرات معرفية، وتغيرات وجدانية، وتغيرات سلوكية.

لذلك، كان لا بد من الوقوف على طبيعة الدور الذي تقوم به الصحافة المحلية البحرينية في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، وإذا ما وُفِّقَت الصحافة في إيصال هذه المعلومات للجمهور وزادت من معرفتهم، وما إذا كانت من أولويات الصحف محل الدراسة (أخبار الخليج والوطن) الاهتمام بالقضايا المرورية التي من شأنها تقديم التوعية والتنقيف والإرشاد لجمهورها أم لا؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

1. معرفة الأشكال الصحفية التي استخدمتها الصحيفتان لعرض الموضوعات المرورية.
2. التعرف على الجمهور المستهدف من وراء نشر الموضوعات المرورية.
3. التعرف على مصدر المعلومات التي اعتمدت عليها الصحيفتان في تغطية الموضوعات المرورية.
4. معرفة الاستمالات الإقناعية المستخدمة في عرض الموضوعات المرورية.

5. التعرف على الأهداف التي تحاول أن تحققها الصحيفتان من خلال نشر القضايا المرورية.
6. معرفة العناصر التيبوغرافية المستخدمة في إبراز الموضوعات المرورية، من حيث موقع المادة والصورة المصاحبة في الصحيفتين.
7. التعرف على القضايا المرورية التي غطتها الصحيفتان.
8. التعرف على مدى اعتماد الجمهور البحريني على الصحافة اليومية المكتوبة في حصوله على المعلومات المرورية.
9. معرفة كيف ساهمت الصحافة اليومية في تنمية وتشكيل الوعي المروري لدى القراء ونشر الثقافة المرورية.
10. التعرف على اتجاهات الجمهور في مملكة البحرين نحو الموضوعات المرورية المنشورة في الصحف.
11. معرفة مدى رضا الجمهور في مملكة البحرين عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف.

أهمية الدراسة

- 1- قلة البحوث والدراسات العلمية التي تصب في الشأن المروري، بالإضافة إلى عدم وجود دراسات حالية اهتمت بدراسة دور الصحافة المحلية في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية في مملكة البحرين.
- 2- أهمية الصحف ودورها في التوعية والتنقيف في مختلف المواضيع والمجالات، والتأثير على جمهور القراء، والمساهمة في تكوين اتجاهاتهم وسلوكياتهم ومعارفهم.
- 3- التعرف على أهمية الصحف المحلية اليومية في مملكة البحرين كمصدر للمعلومات المرورية.
- 4- إيضاح علاقة الجمهور البحريني بالصحف.

تساؤلات الدراسة

تأتي هذه الدراسة لتجيب على عدد من التساؤلات، وهي:

1. ما الأشكال الصحفية التي استخدمتها الصحيفتان لعرض القضايا المرورية؟
2. من الجمهور المستهدف من وراء القضايا المنشورة؟

3. ما مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها الصحيفتان في تغطية القضايا المرورية؟
4. ما الاستمالات الإقناعية المستخدمة في عرض القضايا المرورية؟
5. ما الأهداف التي تحاول أن تحققها الصحيفتان من خلال نشر القضايا المرورية؟
6. ما العناصر التيبوغرافية المستخدمة في إبراز الموضوعات المرورية، من حيث موقع المادة والصورة المصاحبة؟
7. ما القضايا المرورية التي غطتها الصحيفتان؟
8. ما مدى اعتماد الجمهور البحريني على الصحافة اليومية المكتوبة في حصوله على المعلومات المرورية؟
9. ما مدى مساهمة الصحافة اليومية في تنمية وتشكيل الوعي المروري لدى القراء ونشر الثقافة المرورية؟
10. كيف كانت اتجاهات الجمهور في مملكة البحرين نحو الموضوعات المرورية المنشورة في الصحف؟
11. ما مدى رضا الجمهور في مملكة البحرين عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف؟

فروض الدراسة

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قراءة الجمهور للصحف البحرينية، واهتمامه بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في هذه الصحف.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ومساهمة الصحف في تنمية الوعي المروري لديه.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، واتجاهاته نحو الموضوعات المرورية في هذه الصحف.
- **الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ومدى إشباع هذه الصحف حاجته في الحصول على المعلومات المرورية.

- **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ورضاه عن التوعية بالقضايا المرورية في هذه الصحف.
- **الفرض السادس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه؛ الكمي Quantitative والكيفي Qualitative، وذلك للاستفادة منهما في الحصول على إجابات لتساؤلات الدراسة. وقد اعتمدت على منهج المسح التحليلي للمادة الإعلامية التي قدمتها الصحف محل الدراسة؛ وهما أخبار الخليج والوطن، وذلك للكشف عن ما تريد أن توصله هذه الصحف لجمهورها، ودراسة تأثيراتها عليهم.

كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني لعينة من جمهور قراء الصحف، تم اختيارهم بصورة عشوائية، وتفيد دراسة الجمهور في معرفة نوع المادة الإعلامية التي تتاسبهم، وعليها تستطيع الصحيفة أن تغير في سياستها الإعلامية حتى تضمن إحداث تغيير في جمهورها¹. ومنهج المسح هو عبارة عن جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات أو أوصاف عن الظاهرة، في فترة زمنية معينة وكافية للدراسة². ويقصد بالمنهج عموماً "الطريقة المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة القواعد العقلية حتى نصل إلى نتيجة معلومة"³.

أدوات جمع البيانات:

تعرف أداة البحث أو أداة الدراسة بأنها "الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات، أو تصنيفها وجدولتها"⁴. واعتمدت الباحثة في دراستها على:

أولاً: **استمارة تحليل المضمون Content Analysis**: هي وسيلة لجمع البيانات، وهو أسلوب البحث الذي يهدف إلى وصف المحتوى الظاهر للاتصال، وصفاً موضوعياً ومنهجياً وكمياً⁵. وقد صممتها الباحثة لتحليل مضمون عينة الصحف موضوع الدراسة.

¹ حسين، سمير محمد، (1999)، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة، ط2، ص155.

² المرجع السابق، ص 147.

³ أبو شنب، جمال محمد، (2000)، أصول الفكر والبحث العلمي: نماذج تطبيقية للتصميم والتنفيذ التجريبي، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط1، ص 194.

⁴ زلطة، عبدالله محمد (2005)، مناهج وأدوات البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، ص107.

⁵ أوزي، أحمد (1993)، تحليل المضمون ومنهجية البحث، الشركة المغربية للطباعة والنشر، الرباط، ط1، ص11.

وتحليل المضمون هو أحد الأدوات المستخدمة في تفكيك محتوى وسيلة من وسائل الإعلام، وتحليل محتواها الإعلامي، والرسالة التي تحملها وتسعى إلى إيصالها للجمهور. ويعرفه كابلان Kaplan بأنه: العد الإحصائي للمعاني التي تتضمنها المادة الأساسية. ويعرفه ستون P.J Stone بأنه: أسلوب البحث العلمي الذي يهدف إلى الحصول على الاستدلالات، عن طريق التعرف على الخصائص المميزة لأي نص من النصوص بطريقة موضوعية ومنهجية¹.

خطوات تصميم استمارة تحليل المضمون:

- في البداية، قامت الباحثة بعمل دراسة استطلاعية، وذلك بمسح الصحيفتين والاطلاع على المضمون المروري فيهما، وذلك لتسهيل عملية وضع الفئات وتوزيعها.
- تم تحديد أهداف الاستمارة وفقاً لأهداف البحث الموضوعية سابقاً.
- بعدها تم تحديد البيانات المطلوبة لجمعها، بالإضافة إلى الاطلاع على استمارات تحليل مضمون لبحوث سابقة، وذلك للاستفادة منها في تصميم شكل الاستمارة وطريقة صياغتها.
- تم تصميم استمارة أولية وعرضها على المشرف. وبعد التعديل عليها، طبعت وتم توزيعها على الدكاترة وأساتذة الإعلام في جامعة البحرين والجامعة الأهلية لتحكيمها، ومن ثم البدء في التحليل بعد تحكيم الاستمارة.

- **ثانياً: استمارة الاستبيان Questionnaire:** أو الاستقصاء أو الاستفتاء "هو عبارة عن شكل مطبوع، يحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة"، يهدف الباحث من خلاله إلى استئثار المبحوثين بطريقة ممنهجة ومقننة في موضوع معين يحدده هو، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات².

¹ المرجع السابق، ص12.

² عبد الحميد، محمد (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط1، ص353.

خطوات تصميم استمارة الاستبيان:

- تم تحديد أهداف الاستبيان وفقاً لأهداف البحث الموضوعية سابقاً.
- بعدها تم تحديد البيانات المطلوبة لجمعها، بالإضافة إلى الاطلاع على استمارات استبيان لبحوث سابقة، وذلك للاستفادة منها في تصميم شكل الاستبيان وطريقة صياغته.
- الاطلاع على كتب تحليل المضمون لمعرفة كيفية تقسيم فئات الاستبيان إلى فئات تحليل الشكل (كيف قيل)، وفئات تحليل المضمون (ماذا قيل).
- تم تصميم استمارة استبيان أولية وعرضها على المشرف. وبعد التعديل عليها، طُبعت وتم توزيعها على الدكاترة وأساتذة الإعلام في جامعة البحرين والجامعة الأهلية لتحكيمها، ومن ثم البدء في تعميمها بالطريقة الإلكترونية والمطبوعة لملء الاستبيان.

- ثالثاً: المقابلة العلمية غير المقتنة Interview:

للمقابلة عدة تعاريف، ويعرفها محمد عبد الحميد بأنها: "التفاعل اللفظي المنظم بين الباحث والمبحوث، أو المبحوثين، لتحقيق هدف معين"¹. ويتميز هذا النوع من المقابلات بالمرونة في إدارة المقابلة وتوجيه الأسئلة والحديث، في إطار الخطوط والأهداف العامة لتنظيم المقابلة، كما يترك الحرية للمبحوث في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته بحرية كاملة تعكس شخصيته، وتجعلهم لا يحسون بمناخ أو قيود المقابلة². وقد تم إجراء عدد من المقابلات مع عدد من الصحفيين والصحفيات في الصحف البحرينية بالإضافة إلى ذوي الخبرة في المجال الصحفي وذلك للحصول على بعض التفسيرات لعدد من النتائج التي تم التوصل إليها.

نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive التي تهدف إلى وصف ظواهر أو أحداث أو أشياء معينة، وجمع المعلومات والحقائق والملاحظات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها، وتقدير حالتها كما توجد عليه في الواقع، أو وصف طبيعة وخصائص مجتمع معين، أو موقف، أو جماعة أفراد معينين³.

¹ المرجع السابق، ص 392.

² المرجع السابق، ص 396.

³ سمير محمد، بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص 132.

مجتمع الدراسة:

تم تحديد مجتمع الدراسة المسحية للمضمون في صحيفتين، وهما: أخبار الخليج والوطن. وترجع أسباب اختيار الصحيفتين إلى أن أخبار الخليج هي أقدم الصحف اليومية، وتعتبر الأولى في مملكة البحرين، وتمثل الامتداد لصحافة السبعينات من القرن الماضي. أما صحيفة الوطن، فقد صدرت في ظل ازدهار الصحافة البحرينية وتعددتها، وتلقب بصحيفة الشباب الأولى في البحرين، ومرحلة الشباب تعد من أهم المراحل التي يمر بها الفرد، حيث تبدأ شخصية الإنسان بالتبلور، وتتضح معالم هذه الشخصية من خلال ما يكتسبه الفرد من مهارات ومعارف، ومن خلال النضوج العقلي، بالإضافة إلى أن فئة الشباب هي أكثر فئة تتسبب في وقوع الحوادث وتكون أكثر تهوراً من غيرها، وتشير الإحصائيات إلى أن الفئة العمرية ابتداءً من 20 سنة إلى 34 سنة من سائقي المركبات والدراجات من أكثر الفئات التي تتعرض للحوادث¹.

أما بالنسبة للعينة في الدراسة الميدانية، فقد تم توزيع الاستبيان على الأفراد من عمر 18 سنة إلى 45 سنة وأكثر في مملكة البحرين.

عينة الدراسة وحجمها وتوزيعها:

بلغ عدد الصحف موضع الدراسة 46 عددًا لكل صحيفة، خلال الفترة الممتدة من يناير 2015م إلى ديسمبر 2015م، ذلك لأنه العام الذي تم تطبيق قانون المرور للعام 2015م، وتم اختيار عينة عشوائية منتظمة، تم سحبها بأسلوب الأسبوع الصناعي، وتم الاختيار العشوائي لليوم الأول من الأسبوع الأول من شهر يناير 2015م، ونتج عن الاختيار يوم الأحد الموافق 4 يناير 2015م كما هو مبين في الجدول، وتم اختيار يوم الاثنين من الأسبوع الثاني، والثلاثاء من الأسبوع الثالث، والأربعاء من الأسبوع الرابع، وهكذا بالنسبة لاختيار الأسابيع خلال الشهور اللاحقة، إلى أن تم الانتهاء بتاريخ 30 ديسمبر 2015م، حيث بلغ مجموع العينة للصحيفتين 92 عددًا.

وكما قامت الباحثة بإخضاع 3 فترات أخرى للتحليل؛ فترة الحملة الإعلامية للتوعية بقانون المرور قبل تطبيقه، من 18 يناير إلى 8 فبراير 2015م، بالإضافة إلى أسبوع المرور الخليجي في الفترة من 8-12 مارس 2015م، وأسبوع المرور العربي في الفترة من 4-10 مايو 2018م، ليصبح بذلك مجموع الأعداد كاملة 126 عدد.

¹ إحصائيات، وزارة الداخلية، مملكة البحرين: <https://www.traffic.gov.bh/statistics>

أما بالنسبة للعينه في الدراسة الميدانية، فقد تم اختيار 400 مفردة متوزعة على المحافظات الأربع في مملكة البحرين. والعينه هي جزء من تقنية أخذ العينات التي يكون لكل عينه فيها فرصة متساوية للاختيار، ويجب أن يكون للعينه المختارة عشوائياً تمثيل غير متحيز من مجموع السكان¹. والعينه هي "مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية، ويجب أن تكون ممثلة تمثيلاً صادقاً ومتكافئاً مع المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليها"². وقد تم توزيع استمارة الاستبيان بالطريقة الإلكترونية بالإضافة إلى توزيعها على الطلبة في جامعة البحرين وعدد من المؤسسات الحكومية.

حدود الدراسة:

تنقسم حدود الدراسة إلى:

- **الحدود الموضوعية:** تتمثل في دور الصحافة البحرينية اليومية في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية - دراسة تحليلية وميدانية.
- **الحدود الزمنية:** تم تطبيق الدراسة خلال الفترة من أول يناير 2015م ، حتى نهاية ديسمبر 2015م.
- **الحدود البشرية:** تمثلت في 400 شخص، ممن أعمارهم بين 18 إلى 46 عاماً.
- **الحدود المكانية:** مملكة البحرين.

التعريفات النظرية والإجرائية للدراسة

أولاً: التعريفات النظرية:

1- الدور:

كلمة الدور من «دار يدور دوراً، أي تحرك باتجاهات متعددة وهو في مكانه»³. والدور هو: «عبارة عن مجموعة من الأنشطة السلوكية التي تحقق ما هو متوقع من الفرد في مواقف معينة»⁴.

وفي هذه الدراسة، نقصد به الوظيفة التي تقوم بها الصحف المحلية اليومية في مملكة البحرين، من أجل إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية.

¹ The Economic Times, Definition of 'Random Sampling', Available at: <https://economictimes.indiatimes.com/definition/random-sampling>

² سمير محمد، بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص 293.

³ الهاشمي، عبد الحميد محمد (1404هـ) المرشد في علم النفس الاجتماعي، دار الشروق، جدة، ط1، ص147.

⁴ مانع، خالد مسفر (1431هـ) دور المواطن في مواجهة الكوارث والأزمات في عصر المعلومات، شركة دار النحوي للنشر والتوزيع المحدود، الرياض، ط1، ص 32 ، 226 ، 228 ، بتصرف.

2- المعلومات:

يعرف المنجد المعلومات بأنها "كل ما يعرفه الإنسان عن قضية، عن حادث". كما ويعرفها لاروس (المعجم العربي الحديث) "أنها الأخبار والتحقيقات، أو كل ما يؤدي إلى كشف الحقائق وإيضاح الأمور". ويشير مكنز (مصطلحات المكتبات والمعلومات) إلى المعلومات أنها "الحقائق الموصلة، رسالة تستخدم لتمثيل حقيقة أو مفهوم باستخدام وحدة (وسط بيانات) ومعناه، عملية توصيل حقائق أو مفاهيم من أجل زيادة المعرفة".¹ والمعلومات هنا هي كل الأخبار والموضوعات المرورية التي يتعرض لها القارئ وتنتشر في الصحف المحلية سواءاً المشكلات المرورية التي تسلط عليها الصحافة المحلية اليومية الضوء، وتوليها الاهتمام في النشر، أم طرح القضية ومعالجتها، وطرح الآراء ووجهات النظر من خلال الأشكال الصحفية المختلفة وتؤدي إلى تعديل أو تغيير أو إضافة معرفة للقارئ.

3- الصحافة اليومية:

الصحافة، بكسر الصاد، من صحيفة جمع صحائف أو صحف، أو الصحيفة هي الصفحة. والصحيفة أو الصفحة هي القرطاس المكتوب، أو ورقة الكتاب بوجهيها. وورقة الجريدة بها وجهان، أي صفحتان أو صحيفتان. والصحيفة هي مجموعة من الصفحات، تصدر يومياً أو في مواعيد منتظمة، وتتضمن أخبار السياسة والاقتصاد والاجتماع والثقافة وما يتصل بها. والصحفي هو من يأخذ العلم من الصحيفة لا عن أستاذ. وقد عرف المعجم الوسيط الصحافة بكسر الصاد بأنها مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة. وجاء في المصباح المنير: الصحيفة قطعة من جلد أو قرطاس كتب فيه، وإذا نسب إليها قيل صحفي، وهو من يأخذ العلم منها دون المشايخ، وجمعها صحف وصحائف، والتصنيف تغيير اللفظ حتى يتغير المعنى.² والصحافة المحلية اليومية هي الصحف التي تصدر يومياً عن المؤسسات الإعلامية في مملكة البحرين، وهي أربع: جريدة الأيام، وأخبار الخليج، والوطن، والبلاد، وتقصد بها الباحثة صحيفة أخبار الخليج والوطن عيني الدراسة.

¹ عبدالهادي، محمد فتحي (1984) مقدمة في علم المعلومات، كلية الآداب، جامعة القاهرة، مكتبة غريب، ط1، ص ص 11-12.

² محمود، علم الدين (2009) مقدمة في الصحافة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص ص 19-20.

4- التوعية:

التوعية "هي العملية التي تشير إلى إكساب الفرد وعياً حول أمر ما، أو أمور بعينها، وتبصيره بالجوانب المختلفة المحيطة بها"¹.

ثانياً: التعريفات الإجرائية:

أولاً: فئات ماذا قيل: أي ما اشتمل عليه المضمون من كلمات وأفكار ومعانٍ وقيم.

1- فئة المعلومات المرورية: ونقصد بها الموضوعات المرورية التي تناولتها الصحيفة

من خلال الأشكال الصحفية المختلفة، مثل التوعية بقانون المرور لسنة 2015، التوعية بأداب المرور، فعاليات وأنشطة الإدارة العامة للمرور (الشراكة المجتمعية)، تغطية الحوادث المرورية، إصدار أحكام قضائية على مرتكبي الحوادث والمخالفات المرورية، تطوير خدمات مقدمة للمواطنين، تدشين حملات توعية جديدة، استحداث قرارات وتدابير لحل المشكلات المرورية، شكر وثناء على الجهود المقدمة من الإدارة العامة للمرور، نقد/ شكوى موجهة للإدارة العامة للمرور، الرد على مقالات الكتاب.

2- فئة أهداف المادة التحريرية: نقصد بها الهدف من وراء نشر المادة الصحفية؛ هل

يراد بها توعية، أم تعليم، أم تذكير القارئ بموضع معين، أم وضع الحلول، أم الحث على أخذ موقف معين تجاه القضية، أم عرض للموضوع مع تحليل وتفسير الأسباب؟

3- فئة الجمهور المستهدف: أي الجمهور الذي يراد إيصال المعلومة إليه من وراء

المادة المنشورة، وقسمته الباحثة إلى نوعين، هما:

- **جمهور عام:** يقصد عموم قراء الصحف بمختلف أعمارهم وأجناسهم وفئاتهم (أي أن المعلومة تكون موجهة من المتخصصين بالشأن المروري، أو الكتاب، أو النقاد، أو صناع القرار، أو من الجمهور نفسه، إلى مختلف قراء الصحف).
- **جمهور خاص:** أي أن تكون الموضوعات المرورية موجهة لجمهور خاص بعينه (أي المعلومة تكون موجهة إلى شخص أو جهة محددة، سواء من مختلف القراء، إلى المتخصصين بالشأن المروري، أو الكتاب، أو النقاد، أو صناع القرار، أو العكس).

4- فئة مصدر المعلومات: الوسيلة التي حصلت من خلالها الصحيفة على المعلومة، وقد

تكون من الإدارة العامة للمرور، أو كاتب مقال، أو محرر أخبار، أو المواطنين: فئة

¹ مفهوم التوعية، ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B9%D9%8A%D8%A9>

القراء التي تشارك في الكتابة في الصحف أو تنشر نقداً أو شكراً، وقد تكون بلا مصدر.

5- فئة الاتجاه: وتنقسم إلى:

- **إيجابي:** ويقصد به تناول المضمون الإخباري للموضوعات المرورية من جانب إيجابي، مثل بيان وتوضيح إيجابيات المحافظة والالتزام بآداب الطريق والقوانين المرورية، وانعكاساته الإيجابية على المجتمع والأفراد. وكلما كانت المادة المطروحة تدعو إلى الانضباط والالتزام، وتحت على اتخاذ السلوكيات الإيجابية، فهو اتجاه إيجابي.
- **سلبي:** ويقصد به تناول المضمون الإخباري للموضوعات المرورية من جانب سلبي، مثل بيان وتوضيح النتائج السلبية لاختراق الإشارة الحمراء، وعدم الامتثال لآداب الطريق، وما يترتب عليه من نتائج سلبية على المجتمع والأفراد، مثل التلغيات والإصابات وحوادث الوفاة.
- **محايد:** أي لا يحمل الخبر أي اتجاه.

ثانياً: فئات كيف قيل: أي الشكل والطريقة التي تم تقديم المضمون بها للقراء

1- فئة الأشكال الصحفية: الأشكال الفنية الأساسية التي من خلالها تناولت الصحافة الموضوعات المرورية.

- **الخبر الصحفي:** هو الذي يعكس الحدث أو الواقعة أو القضية التي حدثت على جميع الأصعدة، ويهتم بالإجابة عن الأسئلة الخمسة وهي: من وماذا ومتى وأين وكيف.
- **التقرير الصحفي:** وهو مشابه للخبر الصحفي، فهو موضوع تتناوله الصحيفة، ولكن بطريقة مفصلة عن قضية معينة لتوضيحها للقارئ، مع عرض الحقائق والمعلومات.
- **الحديث الصحفي:** يشبه المقابلة، ويكون بين محرر صحفي من الصحيفة وبين شخصية أو عدد من الشخصيات، للحصول على معلومات وآراء وحقائق عن موضوع معين.
- **العمود الصحفي:** هو أحد الأشكال الصحفية التي يستخدمها الكاتب للتعبير عن رأيه في موضوع معين، لإيصال وجهة نظره في الموضوع.
- **بريد القراء:** لون من المواد التحريرية يعكس رأي المواطنين في أحد الموضوعات المطروحة، وقد يكون ثناء أو شكوى أو نقداً لموضوع ما.

- إعلان التوعية: لون من الألوان التحريرية، يهدف به إقناع أو تعليم أو إرشاد الجمهور لموضوع معين.
- 2- موقع المادة الصحفية: يقصد بها الصفحة التي تم نشر الموضوع الصحفي فيها، وقسمناها إلى:
 - صفحة أولى: أي الصفحة الأولى في الصحيفة، والتي عادة ما تنشر فيها المواضيع المهمة.
 - صفحات داخلية: الصفحات الداخلية من الصحيفة، أي التي تأتي من بعد الصفحة الأولى إلى ما قبل الأخيرة.
 - صفحة أخيرة: آخر صفحة من الصحيفة.
- 3- الصور الإيضاحية: وهي الصور المرفقة مع الموضوع المنشور، وقد تكون:
 - صورة شخصية: سواء كانت صورة كاتب المقال، أو صورة الضيف المرتبط اسمه بالموضوع، أي أنها صورة تمثل وجوه أصحابها فقط.
 - صورة إخبارية: صورة من موقع الحدث نفسه وقت حدوثه.
 - صورة تعبيرية: صورة تعبر عن الموضوع، قد تكون من الأرشيف، أو لموضوع آخر مشابه، ولكنها ليست صورة الحدث نفسه.
 - رسم بياني: هو ترجمة الأرقام والإحصائيات إلى رسم.
 - بدون صورة: لم ترفق صورة مع الخبر.
- 4- الاستمالات الإقناعية: يقصد به الأسلوب أو المدخل الذي اختاره المصدر للدخول منه للقارئ وجذب اهتمامه بالموضوع؛ هل قام بمخاطبة عقله أم عاطفته؟
 - الاستمالات العقلية: تهدف إلى مخاطبة عقل القارئ، وذلك عن طريق الاستشهاد بأحداث واقعية، والاعتماد على الحجج والبراهين لتعزيز الموضوع، أو تقديم الإحصاءات والأرقام، أو ذكر وجهات النظر المؤيدة والمعارضة للموضوع.
 - الاستمالات العاطفية: تهدف إلى التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته ومشاعره، معتمدة على استخدام التشبيهات والاستعارات والاستفهام الذي يرمي إلى السخرية والاستتكار، بالإضافة إلى التخويف والترهيب، والتركيز على النواحي العاطفية لدى القارئ.
 - محايد: أي قد لا يحتوي النص على استمالة، سواء عاطفية أو عقلية.

مؤشرات الصديق والثبات:

صديق المحكمين:

تم عرض استمارة الاستبيان¹ واستمارة تحليل المضمون² على مجموعة من المحكمين، وتم إجراء التعديلات عليهما وفقاً لما أبداه المحكمون من آراء، سواء بحذف بعض النقاط والفقرات، وإضافة أخرى، أو دمج بعضها، وذلك لإعداد استمارة تحليل المضمون والاستبيان في شكلهما النهائي ليتوافقا مع أغراض الدراسة المصممة لها.

صديق الاتساق الداخلي

تم التحقق من صديق الاتساق الداخلي للمقياس من خلال حساب معاملات ارتباط بيرسون لدرجة العلاقة بين درجة كل عبارة والبعد، كما هو موضح تالياً:

1. مؤشرات صديق الاتساق الداخلي لمحور: الاتجاهات نحو الموضوعات المرورية

جدول رقم (1)

مؤشرات صديق الاتساق الداخلي لعبارات محور الاتجاهات نحو الموضوعات المرورية

الرقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون
1	تزود الصحف البحرينية اليومية قراءها بالمعلومات المرورية بصورة كافية	.558(**)
2	قراءتي للصحيفة زادت معرفتي بالقوانين المرورية	.665(**)
3	أصبح بإمكانني مناقشة المواضيع المرورية	.593(**)
4	أصبحت أثق بأهمية تطبيق القوانين المرورية واحترام التوجيهات والإرشادات	.680(**)
5	بدأت أشعر بأهمية الموضوعات المرورية	.700(**)
6	بدأت أشجع من حولي للتقيد بالأنظمة والقوانين المرورية	.654(**)
7	المواضيع المرورية تعزز الثقافة المرورية لدى القارئ	.681(**)
8	تقدم الصحف التوعية المرورية لجميع مستخدمي الطريق	.704(**)
9	تساعد الموضوعات المرورية في خفض نسبة المخالفات والحوادث المرورية	.652(**)

¹ تم عرض استمارة الاستبيان على السادة المحكمين: أ.د. همت السقا، د. كاظم مؤنس، د. عبدالكريم الزباني، د. كمال الغري، د. عدنان بومطيع، د. عوض هاشم.

² تم عرض استمارة تحليل المضمون على السادة المحكمين: أ.د. همت السقا، د. عبدالكريم الزباني، د. عوض هاشم، د. جمال عبدالعظيم، د. عدنان بومطيع، د. أشرف عبدالمغيث.

الرقم	العبرة	معامل ارتباط بيرسون
10	تسلط الموضوعات المرورية الضوء على مخاطر السلوكيات الخاطئة	.691(**)
11	تسلط الموضوعات المرورية الضوء على إيجابيات الالتزام بالسلوكيات الصحيحة	.619(**)
12	تعرض الموضوعات المرورية للقارئ بشكل واضح مصحوبة بالأدلة والبراهين والحجج المنطقية	.675(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

تظهر نتائج الجدول السابق أن مؤشرات الصدق لجميع العبارات كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة الإحصائية $(\alpha \geq 0.01)$. وبناء على النتيجة، تم قبول جميع عبارات المحور لارتفاع مؤشرات الصدق الخاصة بها.

2. مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لمحور: الرضا عن التوعية المرورية:

جدول رقم (2)

مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور الرضا عن مجالات التطوير الإداري في وزارة الداخلية

الرقم	العبرة	معامل ارتباط بيرسون
1	التوعية بالقضايا المرورية في الصحيفة	.776(**)
2	الاستعانة بآراء المختصين في الشأن المروري	.786(**)
3	الاهتمام بآراء الجمهور واقتراحاتهم	.766(**)
4	كمية المعلومات المرورية المقدمة للجمهور	.804(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

تظهر نتائج الجدول السابق أن مؤشرات الصدق لجميع العبارات كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة الإحصائية $(\alpha \geq 0.01)$. وبناء على النتيجة، تم قبول جميع عبارات المحور لارتفاع مؤشرات الصدق الخاصة بها.

3. مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لمحور: الرضا عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف:

جدول رقم (3)

مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور الرضا عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف

الرقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون
1	المساحة المخصصة للنشر	.754(**)
2	استخدام الألوان في العرض	.787(**)
3	استخدام القوالب الفنية المناسبة (خبر - تقرير - مقال...)	.803(**)
4	استخدام الصور التوضيحية	.825(**)
5	موقع نشر المادة (صفحة أولى، داخلية، أخيرة)	.791(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

تظهر نتائج الجدول السابق أن مؤشرات الصدق لجميع العبارات كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة الإحصائية $(\alpha \geq 0.01)$. وبناء على النتيجة، تم قبول جميع عبارات المحور لارتفاع مؤشرات الصدق الخاصة بها.

ثبات الاتساق الداخلي

تم حساب مؤشرات ثبات الاتساق الداخلي للمقياس من خلال معادلة كرونباخ- ألفا، والموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (4)

مؤشرات ثبات الاتساق الداخلي للمقياس

الرقم	المحور	ثبات الاتساق الداخلي
1	الرضا عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف	0.86
2	الرضا عن التوعية المرورية	0.89
3	الاتجاهات نحو الموضوعات المرورية	0.83

تظهر النتائج في الجدول السابق أن قيم ثبات الاتساق الداخلي تراوحت ما بين (0.83) و(0.89)، مما يشير إلى ارتفاع مؤشرات ثبات الاتساق الداخلي للمقياس.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

استخدمت الدراسة الحالية الإحصاءات التالية للإجابة عن أسئلة الدراسة:

- معاملات ارتباط بيرسون.
- معادلة كرونباخ ألفا .
- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية.
- الأهمية النسبية.
- الانحرافات المعيارية.
- اختبارات.
- اختبار ف.

الفصل الثاني

الإطار النظري والمعرفي للدراسة

المبحث الأول: الإطار النظري

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
ثانياً: نظرية الإطار الإعلامي

المبحث الثاني: الإطار المعرفي

أولاً: الصحافة في مملكة البحرين
ثانياً: المرور في مملكة البحرين

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

النظريات ذات الصلة بالدراسة

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظريتين إعلاميتين وهما: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory، ونظرية التأطير الإعلامي Framing Theory. وتعرف النظرية لغةً بأنها: مصطلح مشتق من الكلمة الثلاثية نظراً، ومعناها التأمل أثناء التفكير بشيء ما، أما اصطلاحاً: فتُعرف بقواعد ومبادئ تُستخدم لوصف شيء ما، سواء أكان علمياً، أم فلسفياً، أم معرفياً، أم أدبياً، وقد تثبت هذه النظرية حقيقة معينة، أو تساهم في بناء فكر جديد. ومن التعريفات الاصطلاحية الأخرى للنظرية: هي دراسة لموضوع معين دراسة عقلانية ومنطقية، من أجل استنتاج مجموعة من الخلاصات والنتائج التي تساهم في تعزيز الفكرة الرئيسية التي تُبنى عليها النظرية.¹

وفي معجم اللغة العربية المعاصر، يقصد بها قضية تثبت صحتها بحجة ودليل أو برهان، وهي البحث في المشكلات القائمة على العلاقة بين الشخص والموضوع، أو بين العارف والمعروف، وفي وسائل المعرفة الفطرية أو المكتسبة.²

وتعتبر علاقة النظريتين بالدراسة علاقة وثيقة، حيث تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بإبراز مدى اهتمام الجمهور واعتماده على الصحف للتزود بالمعلومات المرورية، بالإضافة إلى رصد التغيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد، في حين أن نظرية التأطير الإعلامي تدرس ظروف تأثير الرسالة، وتقوم هذه النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها، إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية، هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني، وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة. وتأطير الرسالة الإعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة، ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات³، وتركز على جوانب معينة في المواضيع المطروحة وسياق تقديمها.

¹ موقع موضوع

http://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9_%D9%84%D8%BA%D8%A9_%D9%88%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%A7%D9%8B

² موقع المعاني <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9/>

³ سيد أحمد ، منال وجيه محمد. (2014) المعلومات والاتصال : النظريات – التطبيقات، مكتبة الرشد، القاهرة، ط1، ص 155.

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory:

ظهرت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في عام 1976م على يد ساندرا بول روكيش وميلفين ديفلور Melvin DeFleur & Sandra Ball-Rokeach¹.

تتلخص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي: أن الفرد يعتمد على الحصول على المعلومات عن طريق وسائل الإعلام لتلبية احتياجات معينة وتحقيق أهداف معينة. "إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير"². فكلما زاد التغيير الاجتماعي والصراع وعدم الاستقرار في المجتمع، كلما كان الفرد مجبراً على إعادة التقييم واتخاذ خيارات جديدة، وبالتالي سيزداد الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على معلومات، على عكس أوقات الرخاء والاستقرار الاجتماعي، التي قد يقل فيها الاعتماد على وسائل الإعلام. بالإضافة إلى ذلك، فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتدداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. إذ أن هناك علاقة متكاملة بين الجماهير ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي الأوسع³.

وهناك ثلاثة أنواع من الآثار التي تنتج عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وهي التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية.

أ. التأثيرات المعرفية Cognitive Effects هي تغييرات في مواقف الجمهور ومعتقداته وقيمه⁴، حيث إن وسائل الإعلام في طرحها لقضية معينة فهي تزيل الغموض الذي يتكون عند الجمهور نتيجة عدم كفاية المعلومات والتفسيرات عن حدث معين، بالإضافة إلى أنها تساعد في تشكيل اتجاهات الجمهور عبر ما تنشره من معلومات عن القضايا المثارة في المجتمع، وتقوم بترتيب أولويات الجمهور تجاه القضايا البارزة دون غيرها، كما تساعد في توسيع المعتقدات التي يدركها الجمهور، لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من

¹ Communication Studies Theories, Mass media Dependency Theory, University Of Twente (online)available at: <https://www.utwente.nl/en/bms/communication-theories/sorted-by-cluster/Mass%20Media/Dependency%20Theory/>

² إسماعيل، محمود حسن، 1998، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، الاسكندرية، ط1، ص279.

³ Ibid: Communication Studies Theories, Mass media Dependency Theory.

⁴ Media dependency theory, ARTICLE BY: Yang Lin, available at: <https://www.britannica.com/topic/media-dependency-theory>

وسائل الإعلام، وأخيراً: القيم، وهي مجموعة من المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما، ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها، مثل الأمانة، الحرية، التسامح... إلخ.

ب. **التأثيرات الوجدانية Affective Effects** وهي المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضاً التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع¹. ويحدد ديفلر وروكيتش الآثار الوجدانية في **الفتور العاطفي Desensitization** أو اللامبالاة بافتراض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام تؤدي للشعور باللامبالاة وتبليد المشاعر وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين في حال وقوعهم أو تعرضهم لأحداث عنف، **والخوف والقلق Fear and Anxiety** عند وقوع أحداث عنف أو وقوع كوارث وتعرضها وسائل الإعلام، فيتولد الشعور بالقلق والخوف لدى المتلقين خشية وقوع ضحايا جراء ما حدث. أما **الدعم المعنوي والاغتراب Moral and Alienation**، فوسائل الإعلام إما أن ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور، نتيجة التركيز على الشعور الجمعي والتوحد والاندماج، أو تزيد من اغترابهم، حين لا يجد الفرد معلومات ووسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية².

ج. **التأثيرات السلوكية Behavioral Effects**: والمتمثلة في الحركة أو الفعل، اللذين يظهران في سلوك علني، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية، ومرتبة عليهما، ويمكن حصر التأثيرات السلوكية في سلوكين اثنين هما **التنشيط Activation** ويقصد به قيام الفرد بعمل ما نتيجة لتعرضه لوسائل الإعلام، وقد يتمثل هذا التنشيط في اتخاذ موقف معين إزاء أحد الموضوعات المطروحة، مثل المطالبة بحقوق المرأة أو المساواة بين الجنسين... إلخ، وفي هذه الحالة يكون التنشيط مفيداً اجتماعياً. ولكنه قد يأتي بالعكس، ويكون ضاراً وينعكس سلباً على المجتمع والفرد نفسه، عندما يعبر عن موقفه تجاه أحد الموضوعات بالعنف أو التخريب أو افتعال المشكلات. أما **الخمول Deactivation**، فهو عدم النشاط، والابتعاد عن المشاركات السياسية أو الأنشطة والفعاليات التي تفيد المجتمع، ويحدث ذلك نتيجة لتغطية إعلامية مبالغ فيها، تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل³.

¹ محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، المرجع السابق، ص 279.

² مكاري، حسن عماد، العبد، عاطف عدلي (2007) نظريات الاتصال، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، ص ص 414-415.

³ المرجع السابق، ص ص 415-416.

د. فرضيات النظرية¹:

- 1- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة.
- 2- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- 3- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.
- 4- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.
- 5- كلما زادت الأزمات والتغيرات في المجتمع، زادت حاجة المجتمع للمعلومات. ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي، تزداد الحاجة للمعلومات، ويكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام.
- 6- يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور.
- 7- يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام. فالصفوة لها مصادر لها في الحصول على المعلومات، كالبرقيات أو وكالات أنباء وغيرها، والتي ليست متاحة لكل الناس.

ثانياً: نظرية الإطار الإعلامي Framing Theory:

تعد دراسات تحليل الإطار الإعلامي إحدى الاتجاهات الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تقدم إضافات نظرية ومنهجية من حيث طرق تأثير وسائل الإعلام في تشكيل المعارف والاتجاهات، فضلاً عن طرق قياس ذلك التأثير. وفي عام 1974م، قدم عالم الاجتماع Erving Goffman صياغته لنظرية تحليل الأطر، وهو العالم الوحيد الذي يؤكد الباحثون على أنه أول من أوضح مفهوم الأطر باعتبارها مرتكزات لتنظيم الأحداث الاجتماعية².

يرتبط التأطير بطرق عديدة ارتباطاً وثيقاً بنظرية وضع الأجندة Agenda Setting Theory، حيث يركز كلاهما على كيفية توجيه وسائل الإعلام انتباه الجمهور إلى مواضيع محددة، وبهذه الطريقة يتم وضع جدول الأعمال. ولكن التأطير يأخذ خطوة أبعد من ذلك في الطريقة

¹ المزاهرة، منال هلال (2012). نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، ط1، ص ص 213-214.

² نظرية الأطر، 18 يوليو 2017: <https://hatimalsalehi.blogspot.com/2017/07/framing-theory.html>

التي يتم بها تقديم الأخبار لخلق إطار لتلك المعلومات، وعادةً ما يكون ذلك اختياراً واعياً من قبل الصحفيين. وفي هذه الحالة، يشير الإطار إلى طريقة وسائل الإعلام في تنظيم وتقديم الأفكار والأحداث والمواضيع التي تغطيها كحراس بوابة¹.

وتعرف الأطر الإعلامية بأنها: "انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية، وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، وتحديد أسبابها، وتقديم أبعادها، وطرح حلول مقترحة بشأنها"². فيما يعرفه (Goffman. E) بأنه "بناء محدد للتوقعات التي تستخدم لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت واحد"³.

وعملية طرح الأخبار ليست مجرد طرح مواضيع معينة، إنما هي أكثر من ذلك، حيث يقوم الصحفيون باختيار الطريقة التي يتم بها تقديم الأخبار، والإطار الذي يتم فيه تقديم الأخبار. بالإضافة إلى أن الإطار يشير إلى الطريقة التي ينظم بها الإعلاميون، وحراس البوابة الإعلامية، الأحداث والمسائل التي يتناولونها، والطريقة التي يفسر بها الجمهور ما يقدمونه. الأطر هي مفاهيم مجردة، تعمل على تنظيم أو بناء المعاني الاجتماعية. والإطارات تؤثر على تصور الجمهور للأخبار، وهذا شكل من أشكال وضع الأجندة لا يقول فقط ما الذي تفكر فيه، ولكن أيضاً كيفية التفكير فيه.⁴

والتأطير، كنظرية اتصال جماهيري، ترجع إلى الكيفية التي تقوم بها وسائل الإعلام بتجميع وعرض المعلومات للجمهور. ووفقاً لهذه النظرية، تسلط وسائل الإعلام الضوء على أحداث معينة، ثم تضعها ضمن سياق معين لتشجيع أو تثبيط بعض التفسيرات. وبهذه الطريقة، تمارس وسائل الإعلام تأثيراً انتقائياً على الطريقة التي ينظر بها الناس إلى الواقع. ويعود الفضل إلى العالم الأنثروبولوجي غريغوري باتسون Gregory Bateson في طرح النظرية الأولى في عام 1972م.⁵

فالإطار الإعلامي هو بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما. فهي إذاً عملية هادفة من القوائم

¹ Mass Communication Theory (Online). Framing Theory, available at: <https://masscommtheory.com/theory-overviews/framing-theory/>

² مكاري، حسن عماد، السيد، ليلي حسين (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، ص348.

³ محمد عبدالحميد (2004) البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للطباعة والنشر، القاهرة ، ط2، ص 402.

⁴ University of Twente web site, Article: Mass Media Framing, available at : <https://www.utwente.nl/en/bms/communication-theories/sorted-by-cluster/Mass%20Media/Framing/>

⁵ Communication Studies , available at: <http://www.communicationstudies.com/communication-theories/framing-theory>

بالإتصال، عندما يعيد تنظيم الرسالة، حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية. والإطار الإعلامي يحاول أن يشابه ويمثل بين ما يدركه الناس في حياتهم اليومية، وبين بناء الرسالة وتشكيلها كما تفعل الوسيلة الإعلامية، بمعنى أن الوسيلة الإعلامية لا تهدف إلى التغيير أو بناء قيم جديدة، ولكنها تهدف أكثر إلى الاستفادة من الفهم العام الموجود لدى الجمهور¹. توضح نظرية الإطار الإعلامي أن وسائل الإعلام تخلق هذا الإطار من خلال تقديم الأخبار في سياق محدد مسبقاً وضيق. يمكن تصميم الإطارات لتعزيز الفهم، أو تستخدم كخطوات إدراكية لربط القصص بالصورة الأكبر².

ولا بد من التفريق بين نمطين أساسيين للأطر الإعلامية، وهما الإطار المحدد المرتبط بوقائع ملموسة Specific Frames، والإطار العام Generic Frame. فالإطار المحدد يركز على شرح القضايا المثارة من خلال طرح نماذج ملموسة ووقائع محددة، مثل حادث اغتيال أو انفجار مبنى³، بينما الإطار العام، وهو عكس الإطار المحدد، والذي يكون أكثر اتساعاً وشمولية ومرونة، وتم تطبيقه على أحداث مختلفة، وأحياناً حتى في مختلف الأماكن المادية والزمانية والثقافية. كما أن استخدام الأطر العامة يسهل عملية المقارنة بين نتائج الأعمال البحثية المختلفة التي أجريت في أماكن مختلفة، وعلى مواضيع مختلفة. تسمح الأطر العامة للتعميم، بينما البحث عن إطارات محددة يعقد هذا العمل، ولكنه في المقابل يقدم نتائج محددة للمعالجة الإعلامية (وانعكاسه على الجمهور) لموضوع معين⁴.

وتبرز أهمية الأطر الإعلامية ووظائفها في⁵:

1- كَشَفَ اهتمام الباحثين بدراسة إنتاج الأخبار والخطاب الإخباري عن أن الصحفيين يعتمدون على التأطير في إنتاج القصص الخبرية. ووفقاً لأولئك الباحثين، فإن الصحفيين يحاولون كتابة تقارير إخبارية موضوعية، وتنظيم المادة الإخبارية بطريقة فاعلة، ويميلون إلى المشاركة في عملية التأطير من خلال البناء والتركيب، وإبراز جوانب معينة من الواقع، وعزل جوانب أخرى. ويُسلّم الباحثون الذين يستخدمون تحليل الإطار بأنّ علاقات القوة غالباً ما تنعكس في تلك الأطر المتبناة، وتفترض

¹ سيد أحمد، منال وجيه محمد، المعلومات والاتصال، المرجع السابق، ص 156.

² Understanding Framing Theory, working paper, by: Prof. Lai Oso, PhD, School of Communication, Lagos State University, Ojo, Lagos.

³ مكاي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص 350.

⁴ Framing theory in communication research. Origins, development and current situation in Spain, Revista Latina de Comunicación Social, 2015, p432.

⁵ الدليمي، عبدالرزاق محمد، (2016) نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، ص ص 148-149.

بعض بحوث التأطير أنَّ الإطارَ يمكن أن يُسيطرَ على التغطية لفترات طويلة من الوقت.

2- تُعرّف الأطر المشكلات، وتشخصُ الأسباب، وتحدّد قوتها التي تخلق المشكلة، وتضع الأحكام أو التقييمات الأخلاقية، وتقيّم العوامل غير المقصودة وتأثيرها، وتقترح المعالجات وتسوغها، كما تنتبأ بتأثيراتها المختلفة.

3- يحدد الإطار مدى ملاحظة وفهم الأفراد للمشكلة، وكيفية تقييمهم لها، وتصرفهم إزاءها. واتفق Scheufele مع ذلك، حيث ذكّر أنَّ تأطير الأحداث والأخبار في وسائل الإعلام يمكن أن يؤثر بشكل منظم في كيفية فهم المتلقين للأخبار المتعلقة بهذه الأحداث، كما أنَّ تركيزَ الإطار على إبراز معلومات معينة يزيد من إمكانية إدراك المتلقي لها، وإدراك معناها، ومن ثمَّ معالجتها وتخزينها في ذاكرته. إلا أنَّ Entman رأى أنَّ تأطير النص لا يضمن تأثيره في تفكير المتلقين.

4- أوضحت أدبيات التأطير تأثيراته القوية في الإدراك الاجتماعي والتفضيلات السياسية للأفراد، ونَبَعَ هذا الأمر من خلال دراسة التقارير الصحفية والتلفزيونية. واختيار الأطر مهم في تحديد مدى قارئية الموضوعات الصحفية.

5- تؤكد نظرية الإطار على أنَّ تأطير الأخبار يتوسط الطريقة التي يستخدم فيها الناس المعرفة الاجتماعية والخبرات السابقة، ولهذا فإن الافتراض الأساسي في نموذج Rhee يتمثل في: أنَّ تركيب الرسالة في النصوص الإخبارية يُقَيّد الطريقة التي يستخدم بها الأفراد معرفتهم في تفسيرها، وتوصلت دراسة الباحث إلى أنَّ الأطر الإخبارية تساعد الأفراد في بناء نماذج خطاب معينة Corresponding Discourse Models من خلال تزويدهم بمجموعات من المفاهيم المستخدمة في عملية تفسير الحدث أو القضية. وعلى الصعيد نفسه، يؤسسُ الإطار لسبيل مترابط بين القضية المستهدفة ومجموعة المفاهيم المحددة، من خلال تنشيط أو اقتراح بعض الأفكار على حساب الأخرى.

6- لا يتطور التأطير الصحفي للقضايا والأحداث من فراغ، بل يتشكل من خلال التأثير بعوامل اجتماعية متعددة، متضمنة العوامل السياسية، ودور المنظمات والحركات الاجتماعية.

7- تؤثر الأطر في الاتجاهات من خلال التركيز على قيم وحقائق معينة واعتبارات أخرى، وتمنحها صلة أكبر بالموضوع أو القضية. كما أنَّ وسائل الإعلام تبني أطراً

متعددة لتغطية أحداث مختلفة، ويتأثر ذلك باتجاهات المحررين، وتأثير القيم في الأسلوب الذي يكتبون به.

8- تقوم الأطر بأدوار استراتيجية في المؤسسات والحركات الاجتماعية، وتؤثر في السلوك، وتجذب الأعضاء والمصادر، كما تساعد في ربط الفرد بالجماعة، وقيمتها وأيديولوجيتها، وهو الأمر الذي يتوافق مع أنَّ الإطار له قوة اجتماعية.

وتستخدم المؤسسات والحركات الاجتماعية الأطر في محاولة التأثير في إدراك مبادئ ومعتقدات وأفعال المجموعات المستهدفة على اختلافها، وجزء من هذه القوة يأتي من خلال قدرة وسائل الإعلام على تحديد الإطار دون معرفة الجمهور به، إلا أنَّ تعدد الأطر قد يشوب القوة الكامنة في تأثير أي إطار في التغطية الإعلامية أو إخضاع الرأي العام.

المبحث الثاني: الإطار المعرفي للدراسة

أولاً: الصحافة في مملكة البحرين

احتلت الصحافة المطبوعة مكانة مهمة في عملية الاتصال طوال القرون الماضية، وكانت وسيلة مهمة لتدفق المعلومات إلى الجماهير؛ فهي تمدهم بالأخبار والمعلومات، وتلبي رغبات القراء. وعلى الرغم من أن وسائل الاتصال تعددت، إلا أن الصحافة لا تزال محتفظة بمكانتها وتميزها، وذلك بقدرتها على التوثيق والاحتفاظ بها، والرجوع إليها وقت الحاجة، بالإضافة إلى "تمكن القارئ من السيطرة على ظروف التعرض، بالتعرض أكثر من مرة للرسالة، والتعرض في أي وقت، وأي مكان لها، مما يتيح فرصة كافية لاستيعاب معناها، وإعادة النظر في تفاصيلها"¹. كما ويسمح المطبوع، أكثر من أي وسيلة أخرى، بتطوير الموضوع في أي طول تظهر الحاجة إليه. وتشير التجارب إلى أن المواد المعقدة والبيانات الرقمية من الأفضل تقديمها مطبوعة من تقديمها شفهيًا². كما وأن الصحافة تحتاج من القارئ إلى مشاركة خلاقة وجهد إيجابي، لا تتطلبه وسائل الإعلام الأخرى، فالقارئ لا يواجه متحدثاً مرئياً أو مسموعاً كما في الراديو والتلفزيون والسينما، وبذلك يجد أمامه حرية كبيرة في التخيل، وتصور المعاني، وفهم التلميحات اللبقة، والرموز والتفسيرات المتعددة، وقراءة ما بين السطور³.

وتعد الصحافة من وسائل الإعلام التي لها تأثير كبير في الرأي العام، ويرجع ذلك لعدد من الأسباب، أبرزها: أن الصحافة تهتم أكثر من سواها من وسائل الإعلام بالخوض في القضايا السياسية والاجتماعية، ومناقشتها بإسهاب، وعرض وجهات النظر المختلفة، وخلفيات الأنباء. وقد قسم الأستاذ الدكتور مختار التهامي محتويات الصحيفة، بالنسبة لمدى تأثيرها في الرأي العام، إلى ثلاثة أقسام على النحو التالي⁴:

1. قسم له علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأي العام: كالافتتاحية، والكاريكاتير، والأعمدة، وبرد القراء، والمقالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، والنقد الأدبي والفني، والإعلانات، حيث يتسم هذا القسم من مواد الجريدة بالتحيز المتعمد الذي يرمي للتأثير في الرأي العام.

¹ عبيد، عاطف (1999)، مدخل إلى الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، ص 181.

² الحديدي، منى سعيد، علي، سلوى إمام (2004) الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، ص91.

³ العبد، عاطف عدلي، العبد، نهى عاطف (2009) مدخل إلى الاتصال مفاهيمه، مجالاته، أنواعه، وسائله، تاريخه وتأثيراته، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، ص ص 122-123.

⁴ المرجع السابق، ص ص 126-128.

2. قسم له علاقة مباشرة بتوجيه الرأي العام: فبرغم أن الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة بصفة عامة، التي تدور حول الخرافة والجنس والجريمة، قد لا تكون موجهة بصفة أساسية للتأثير في الرأي العام، إلا أنها تؤثر بلا شك في القيم الخلقية والثقافية للجمهور، وخاصة الشباب وصغار السن، مما لا بد أن ينعكس أثره على أحكام الرأي واتجاهاته عاجلاً أو آجلاً.

3. قسم ليس له علاقة عادة بتوجيه الرأي العام: ومن المواد الصحفية التي تتدرج تحت هذا القسم: صفحة الوفيات، والنشرة الجوية، وبرامج التلفزيون والإذاعة والسينما. فمثل هذه المواد وأمثالها لا تثير النقاش عادة على نطاق عام، وليست موجهة في الظروف العادية إلى تكوين رأي عام حول مسألة معينة.

ولقد استطاعت الصحافة في الخليج، ورغم قصر فترتها الزمنية، أن تملك حياة غنية وخصبة، وعلى حجم المسؤولية التي تصدت لها في مرحلتها وزمنها، بل ربما تناولت أموراً وقضايا تهم الأمة العربية بأكملها وهي ما تزال في بداياتها الأولى، أي في الأربعينات والخمسينات من هذا العصر.

وتعد البحرين والكويت من الدول التي تطورت فيهما الصحافة بشكل مبكر نسبياً، مقارنة بدول المنطقة الأخرى، وذلك بسبب وضعها المميز؛ عبر انفتاحها على الثقافة والمعرفة، مقارنة بدول المنطقة الأخرى. كما أنها شكلت أول مجتمعات مستقرة في منطقة الخليج، مما أدى إلى ظهور التعليم بها بشكل مبكر، وانفتاح أبنائها على صحف ومجلات وأدب الوطن العربي، وارتباطهم بهذا الوطن الكبير عبر صحافته. وكانت الصحافة الوجه الحي للحركة الأدبية والفكرية، بالإضافة إلى الأندية التي مارست النشاط الثقافي منذ مرحلة مبكرة من هذا القرن، وكان لها السبق في استقبال بعض التيارات الحديثة والروافد الفكرية، إلا أن صدى هذا النشاط كان ينعكس بصورة أوضح على الصحافة، بل إن الأندية التي نشأت في عشرينيات هذا القرن كانت تتوسل بالصحافة لبث نشاطها واتجاهاتها، ومن ثم تبرز أهمية الصحافة في تلك البيئة المحدودة التي لم تتوافر فيها فرص النشر ووسائله. فبناؤها يستند إلى تلك المقومات الأدبية والطموح الفكري والثقافي.¹

وقد شهدت وسائل الإعلام في مملكة البحرين، بمختلف أشكالها؛ المطبوعة والمسموعة والمرئية والإلكترونية، تقدماً ملحوظاً في ظل إطلاق حرية الرأي والتعبير "المسئولة"، تمشياً مع أجواء الإصلاح السياسي والديمقراطي التي تشهدها البلاد، خلال العهد الزاهر لصاحب

¹ الشايعي، هلال (1989م)، الصحافة في الكويت والبحرين منذ نشأتها حتى عهد الاستقلال، مطبوعات بانوراما الخليج، البحرين، ط1، ص ص 3-6.

الجلالة الملك حمد بن عيسى آل خليفة عاهل البلاد المفدى، منذ توليه مقاليد الحكم في عام 1999م.

ويمثل التطور الإعلامي تنوياً لتاريخ عريق في مجال الصحافة والإعلام، منذ انطلاق الصحافة الحديثة في البحرين عام 1939 بتأسيس "جريدة البحرين"، وانطلاق أول بث إذاعي عام 1940، وافتتاح مبنى إذاعة البحرين اللا سلكية في 21 يوليو 1955م، ثم انطلاق أول بث تلفزيوني في عام 1973، وإنشاء تلفزيون البحرين في عام 1975، وتأسيس وكالة أنباء البحرين تحت مسمى "وكالة أنباء الخليج" في عام 1976.

وتأسست أول هيئة حكومية للإعلام في 26 يوليو 1965م، تحت مسمى دائرة الإعلام لحكومة البحرين، قبل أن تتحول إلى وزارة، وصولاً إلى تأسيس هيئة شئون الإعلام في يوليو 2010، ووزارة الدولة لشئون الإعلام في أبريل 2012، والهيئة العليا للإعلام والاتصال، كهيئة مستقلة في يونيو 2013 تتولى الإشراف والرقابة على وسائل الإعلام والاتصال، وإبداء الرأي بشأن مشروعات القوانين وطلبات التراخيص، وإصدار ميثاق شرف إعلامي ملزم يعزز الحيادية والمهنية في جميع وسائل الإعلام والاتصال.

وعكست المؤشرات البحرينية تطوراً ملحوظاً في الصحف والمجلات والقنوات الإذاعية والتلفزيونية والمواقع الإخبارية، من حيث العدد والمحتوى، وتنوعاً لافتاً في تناولها للقضايا الوطنية بحرية واستقلالية، وفي إطار من التعددية السياسية والثقافية والفكرية، وتحديثاً متواصلاً في الأنظمة الإعلامية مؤسسياً وتشريعياً وتقنياً، بما يواكب الانفتاح السياسي والديمقراطي، والطفرة الهائلة في المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات.¹

ورغم ظهور الإذاعة والتلفزيون، مازالت الصحافة تحتل أهمية كبرى. فقد شهدت الصحافة تطورات كبيرة نشأت عن تطور تقنية الطباعة، وكذلك التقدم في الفن الصحفي، إضافة إلى ملاحقة الصحف للأخبار المحلية والعالمية، بفضل وكالات الأنباء المحلية والعالمية وما تبثه من أنباء على مدار الساعة.

وتعتبر الصحيفة وسيلة ميسرة بالنسبة للوسائل الأخرى، وهي وسيلة مريحة في ذات الوقت، كما أن الفن الصحفي وتنوع ما يحويه؛ من أخبار، وتعليقات، ومقالات، وآراء للمتخصصين وللعمامة، وشكاوى، واقتراحات، ورسوم كاريكاتيرية، وصور، كل ذلك يؤدي إلى أهمية

¹ موقع وزارة شئون الإعلام - Brief-on-Local-Media- Outlets.aspx
<http://www.mia.gov.bh/ar/Media-in-Bahrain/Pages/Brief-on-Local-Media-Outlets.aspx>

الصحافة - بين وسائل الإعلام - بالنسبة للرأي العام، رغم تفهقر هذه الأهمية نسبياً بظهور التلفزيون.¹

تميزت صحافة البحرين عن باقي دول الخليج، إضافة إلى نكهتها المحلية، بمشاركة المواطنين فيها مشاركة فعلية، وأحياناً إصدارها بأنفسهم، دون استقدام أو استخدام أي من الصحفيين العرب. كما أن صحافة البحرين يميزها - خاصة في طور النشأة - إحساس بالوعي والنضج السياسي، وبدأت الصحافة في البحرين كصحافة رأي بالأساس، ثم بدأت تهتم بالفنون الصحفية الأخرى، وفي مقدمتها الخبر.² وبفضل جهود رواد الفكر والأدب والإعلام، تطورت الصحافة البحرينية حتى أصبحت مدرسة عربية أرسى قواعدها رواد وأسماء لامعة في سماء الصحافة الوطنية، اشتهرت خليجياً وعربياً، وعلى رأسهم: عبدالله الزايد، محمود المردي، علي سيار، حسن الجشي، أحمد محمد يتيم، تقي البحارنة، عبدالله الوزان، عبدالله المدني، وغيرهم الكثير. وأخذت الصحافة البحرينية في التطور والتوسع بإنشاء عشرات الصحف والمجلات، بفضل انتشار المؤسسات التعليمية والثقافية والأندية، وبرزت إسهامات الشخصيات الوطنية، من مفكرين وأدباء، فضلاً عن إنشاء المكتبات الخاصة والتجارية والمطابع، مما أسهم بشكل كبير في تطوير الحركة الصحفية، وإطلاع المواطنين على مختلف الصحف والمجلات العربية.

ويمكن القول إن الصحافة في البحرين مرت بثلاث مراحل أساسية في نشأتها، المرحلة الأولى (1939م - واستمرت حتى عام 1956م) بدأت بصدر جريدة "البحرين" للأديب والشاعر عبدالله الزايد "الزائد"، حيث توقف النشاط الصحفي لمدة 10 سنوات تقريباً، وذلك بسبب الحرب العالمية الثانية والأوضاع السياسية في الدولة بسبب الحماية البريطانية. وكانت صحيفة البحرين الأسبوعية أول صحيفة أسبوعية في الخليج كله، وقام الزائد بتحريرها وحده، ولمدة ست سنوات، وإن كان قد دعا شباب البحرين إلى المشاركة في تحريرها. ومن بعدها، في عام 1948م، صدرت الجريدة الرسمية، ومن ثم في أغسطس عام 1950 صدرت مجلة صوت البحرين الشهرية. أما المرحلة الثانية (من عام 1965م - 1971م)، بدأت باستئناف النشاط الصحفي بعد توقفه نحو عشر سنوات، حيث صدرت في ذلك العام جريدة الأضواء، واستمرت هذه المرحلة حتى إعلان استقلال البحرين عام 1971م. وتبدأ المرحلة الثالثة في تاريخ الصحافة البحرينية من استقلال البحرين في 14 أغسطس 1971م، في عهد الشيخ عيسى بن

¹ الباز، علي (2001) الإعلام والإعلام الأمني مع دراسات تطبيقية مقارنة للدول العربية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، ص 61.

² ثاني، منار أحمد (2011) معالجة الصحافة البحرينية لقضايا العنف الأسري، رسالة ماجستير، الإعلام والعلاقات العامة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين، ص 59.

سلمان آل خليفة، وتستمر حتى اليوم¹. فقد شهدت الصحافة البحرينية ازدهاراً وانتعاشاً كبيراً من حيث الكم وحرية الرأي والتعبير، وذلك منذ تولي صاحب الجلالة الملك حمد بن عيسى آل خليفة ملك مملكة البحرين مقاليد الحكم في البلاد في عام 1999، وانطلاق المشروع الإصلاحية، حيث ارتفع عدد الصحف في المملكة من 4 صحف يومية باللغتين العربية والإنجليزية في عام 1999، إلى 12 صحيفة يومية وأسبوعية في عام 2012². إلا أن أغلبها قد توقف عن الصدور لأسباب مالية واقتصادية، والكثير منها لم يوثق، وتصدر حالياً أربع صحف يومية، وهي: أخبار الخليج، الأيام، الوطن، والبلاد، وبحرين تريبيون وغلف ديلي نيوز باللغة الإنجليزية.

ويمكننا أن نلاحظ التعدد والتنوع في الصحف والمجلات الصادرة. فهي متنوعة الاهتمامات، وتمزج بين الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية، ولا يمكننا أن ننكر دورها الحيوي والبارز في إثراء الحركة الفكرية والثقافية بين أفراد المجتمع، ونشر الأخبار والمعلومات والمعارف، وتعزيز القيم الوطنية المشتركة. ويرجع هذا التنوع في الإصدارات إلى زيادة عدد المتعلمين، وزيادة الوعي بأهمية المجالات المتخصصة في تنمية المهارات وصقل الخبرات، بالإضافة إلى توافر الكوادر الصحفية المحلية التي تمتلك خبرة كبيرة في المجال الصحفي.

أ: صحيفة أخبار الخليج

جريدة يومية سياسية جامعة، أول صدور لها كان في شهر فبراير عام 1967م، تصدر عن دار أخبار الخليج للصحافة والنشر والتوزيع، أسسها المرحوم محمود المردي ورأس تحريرها حتى وفاته عام 1979م، يشارك في التحرير والإخراج مجموعة من الصحفيين البحرينيين والمصريين.

يرأس تحريرها حالياً الأستاذ أنور عبدالرحمن، ونائب رئيس التحرير مؤنس المردي، ومدير التحرير عبدالمنعم إبراهيم، وتقوم بتوزيعها مؤسسة الهلال للتوزيع والنشر. صدرت الجريدة في 16 صفحة بالقطع الكبير، وتصدر الآن في 52 صفحة مع الملحق الرياضي بالقطع الكبير أيضاً، مستخدمة ورق الجرائد العادي المصقول لعدد أربع صفحات. ويعد إصدارها تكملة للمحاولات التي بدأها المردي في إصدار جريدة يومية، حين أصدر "أضواء الخليج اليومية" التي استمرت من نوفمبر 1969م وحتى أبريل 1970م.

¹ يونس، محمد 2014، الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي النشأة والتطور، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، ص ص 152-153.

² موقع وزارة شؤون الإعلام <http://www.mia.gov.bh/ar/Media-in-Bahrain/Pages/History-of-Media-in-Bahrain.aspx>

تهتم أخبار الخليج بأخبار البحرين ومنطقة الخليج العربي والدول العربية ودول العالم، وتعنى بالتحقيقات الصحفية والتحليلات السياسية، وترجمة المقالات السياسية والاقتصادية من صحف ووكالات أنباء أجنبية، وتصدر الصحيفة ملحقاً منفصلاً يعنى بالرياضة.

اتسمت الجريدة بعرض ما يكتبه المواطنون بأقلامهم، سواء كان ذلك في المجال السياسي، أو التربوي، أو التاريخي، أو العلمي، بالإضافة إلى الأعمدة التي برزت بشكل ملحوظ على صفحات الجريدة. وتتميز أخبار الخليج بتنسيق وإخراج فني متطور، وذلك نتيجة تراكم خبرة طويلة، باعتبارها أول جريدة يومية تصدر في البلاد. ورد في العدد الأول لجريدة أخبار الخليج العدد، 1 من شهر فبراير 1976م، افتتاحية لرئيس تحريرها المرحوم محمود المردى، جاء فيها أن أبرز ملامح سياستها أن تكون المرآة العاكسة للمجتمع، دون حواش أو رتوش، ودون ميل أو شطط لتوجيه نحو هذا الرأي أو ذاك، وإيراد الخبر بالبحث عنه، وسرده على حقيقته، وصولاً إلى الحقيقة¹.

ب: صحيفة الوطن

جريدة يومية سياسية اقتصادية، كان يرأسها المرحوم محمد البنكي، تصدر عن شركة الوطن للصحافة والنشر. تأسست الصحيفة في شهر ديسمبر عام 2005، وقد صدرت في ظل ازدهار الصحافة البحرينية. فجريدة الوطن مؤمنة بالتغيير، ومتطلعة إلى تحدي العقبات، وتقديم الأفكار المتجددة، والتعامل مع الحدث بصدق وإنصاف، وهي تؤمن بالمناخ الاحترافي للصحافة².

وتعد الصحيفة من الصحف المحلية الأكثر انتشاراً في البحرين منذ بداية صدورها، بحسب تقارير شركات التحقق من الانتشار، وباتت صحيفة الشباب الأولى في البحرين، كما وقد احتلت مركزاً متقدماً من بين صحف الطليعة، بحسب تقرير إيسوس العالمي، وذلك بفضل سياسة الصحيفة المحافظة على الثوابت الوطنية والعربية، ودعمها اللا محدود لدولة المؤسسات والقانون. واستطاعت الوطن خلال سنوات معدودة أن تكون مصدر المعلومات الأكثر موثوقية للقارئ البحريني، فيما يتعلق بالأخبار المحلية والخارجية والاقتصادية والرياضية، مستفيدة مما أتاحه المشروع الإصلاحي الشامل لجلالة الملك المفدى من حريات صحفية واسعة، كفها الدستور والقانون. وتحتضن الصحيفة عدداً من أشهر الكتاب

¹ الخطاب عيسى حسن أحمد (2008) دور الصحف البحرينية في حماية حقوق الملكية الأدبية والفنية دراسة تحليلية لعدد من الصحف البحرينية، ماجستير في الإعلام والعلاقات العامة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين، ص42.

² سرحان، منصور محمد (2006) الصحافة في البحرين رصد الصحف المتوقفة والجارية 1939-2005، وزارة الإعلام، المنامة، ط2، ص45.

البحرينيين، وتتناول صفحاتها العديد من الملفات المهمة والمتنوعة. ويصدر عن الصحيفة ملحقان؛ رياضي والآخر اقتصادي. رئيسها التنفيذي إبراهيم الحسيني، ورئيس التحرير يوسف البنخليل، ومدير تحريرها مهند أبو زيتون.¹

ثانياً: المرور في مملكة البحرين

1. الإدارة العامة للمرور

تعود كلمة مرور إلى مرّ (مررت) يمر مرأً ومروراً وممرأً فهو مارٌ: أي الشخص ذهب "مرأً" أمامه" ومرأً البرق والشخص جاز: "مرأً بساحة الحرية"، أي مر بتطورات جذرية، "مرأً بمراحل متعددة"، مرأً الأمر وغيره: مضى "مرأً ذكره".² كما يشار بها إلى حركة مرور السفن أو القطارات أو الطائرات من مكان إلى آخر. ويشير المرور أيضاً إلى الناس والبضائع التي يتم نقلها.³ والمرور: الجهة الرسمية التي تقوم بخدمات المرور.

وتوضح البدايات التاريخية لقسم المرور أن هذا القسم تم إنشاؤه بعد إنشاء الشرطة النظامية مباشرة عام 1919م، إلا أنه كان بصورة صغيرة جداً، ويمكن أن نعتبره جزءاً من مهام الشرطة في تلك الفترة التاريخية وحتى الآن، وكان في بدايتها يعتمد على مأموري البلدية التي أنشئت في عام 1919م، وكان عدد السيارات قليلاً جداً.⁴

وتعد البحرين من أوائل الدول التي دخلت إليها السيارات قبل باقي دول الخليج، وأول من جلب السيارة للبحرين هو الشيخ عبدالله بن عيسى بن علي آل خليفة، وذلك عام 1914م عن طريق الهند، ثم بعد ذلك أحضرت سيارة ثانية للشيخ حمد بن عيسى بن علي آل خليفة. ولعدم انتشار السباق آنذاك في البحرين، تم إحضار سائقين من الهند لقيادة هذه السيارات، ومن ثم تم إرسال أربعة من السائقين البحرينيين إلى الهند لمدة شهرين لتعلم السباق، ومن بعد ذلك عادوا ليحلوا محل السائقين الأجانب كسائقين للشيوخ. ومن ثم دخلت الدراجات النارية إلى البحرين، التي بعد أن استخدمت سبب الإصابات والمخاطر لأعداد كبيرة ممن حاول قيادتها. ومع ازدياد الطلب على قيادتها، وكثرة الحوادث التي تورط فيها عدد من الناس، بدأ في مايو

¹ أحمد، عائشة يوسف (2014) صورة الولايات المتحدة في الصحافة البحرينية دراسة تحليلية لأعمدة الرأي في صحيفتي الوطن والوسط البحرينيتين (1 يناير 2011 - 31 يناير 2012)، ماجستير الإعلام والعلاقات العامة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين، ص 63.

² Flowers, Kim (2001) Teaching Traffic System in School Journal of Visual Literacy, V (21) No. (2), PP. 49-50

³ Collins Dictionary, Definition of traffic, available at: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/traffic>

⁴ الغانم، عبدالله خليفة عبدالله (2000) جوانب من تاريخ الشرطة في البحرين، مطبعة وزارة شؤون مجلس الوزراء والإعلام، مملكة البحرين، ط1، ص 125.

1934م تسجيل الدراجات النارية لدى مكتب إدارة الشرطة في القلعة، وهنا اشترط وضع لوحات تسجيل الدراجات، وقد صدرت عدة إعلانات وقرارات لتنظيم استخدامها.¹

وقد ظهر أول تنظيم فعلي للمرور في البحرين عام 1942م، عندما تم إعداد أول سجل لكل سيارة في البحرين. وفي نفس العام، صدرت أول إحصائية منظمة لتعداد السيارات في البحرين، وكان عددها 390 سيارة. وفي عام 1955م، تم إصدار أول لائحة سير ومرور في البحرين بأمر من المغفور له صاحب السمو الشيخ سلمان بن حمد آل خليفة حاكم البحرين السابق، واستمر العمل بها حتى عام 1979م. وفي عام 1967م تم تغيير نظام السير من اليسار إلى اليمين. وفي مايو 1973م، شاركت البحرين دول العالم لأول مرة الاحتفال بيوم المرور العالمي، تحت شعار "خطورة السرعة". وفي نوفمبر 1973م، تم استبدال أول جهاز لضبط السرعة وهو جهاز الرادار. وفي مايو 1974م، تم استخدام نظام السير في الدوار، بجعل أفضلية السير من جهة اليسار. وفي أكتوبر 1979م، صدر أول قانون للمرور. وفي 1 يناير 1980م، افتتحت روضة المرور في حديقة السلمانية. وفي شهر مارس عام 1980م، بدأ تنفيذ مشروع مباشرة الحوادث في مكان وقوعها بواسطة شرطة المرور. وفي 19 أبريل 1980م، تم تخريج أول دفعة من أصدقاء المرور، هم من كشافة طلبة المدارس، لكي ينظموا المرور أمام مدارسهم.²

لقد شهد قطاع المرور قفزات كبيرة منذ نشأته. فقد أولت الحكومة في مملكة البحرين هذا القطاع بالغ اهتمامها، وظهرت طلائعه في عام 1932م، من خلال تكليف عدد من رجال الشرطة بتنظيم حركة السير في الشوارع، وكانوا لا يتجاوزون عدة أنفار من شرطة الأمن البحرينيين، وذلك في عهد المغفور له بإذن الله تعالى الشيخ حمد بن عيسى بن علي آل خليفة، مشكلين بذلك أول دفعة من رجال المرور للاضطلاع بالشأن المروري وتنظيمه، وكان مقره في شارع المهزح بمنطقة المنامة، لينتقل بعد ذلك إلى مقره في قلعة الشرطة، بجهد مستمر من العاملين في هذا القلم في تنظيم الحركة المرورية، مع ندرة الأجهزة والآليات المساعدة. واستمر الحال في هذا المكتب فترة من الزمن، لينتقل إلى خارج سور القلعة، وفي الساحة الشمالية، مستهلاً بذلك عهداً جديداً في تيسير وتنظيم الحركة المرورية.³

¹ بوججي، عبدالعزيز محمد (1998) لمحات من تاريخ المرور في البحرين خلال السنوات 1914-1969، مملكة البحرين، ط1، ص 29-35.

² عبدالله خليفة، جوانب من تاريخ الشرطة في البحرين، المرجع السابق ص 125-126.

³ مجلة الأمن، العدد 37، ديسمبر 2010، وزارة الداخلية، مملكة البحرين، ص 106.

ومنذ إنشاء الإدارة العامة للمرور، تعد سلامة مستخدمي الطريق هي شغلها الشاغل. فهي تسعى دائماً إلى خفض نسبة الحوادث المرورية بأنواعها، وذلك من خلال حملات توعية مستمرة، تصاحبها حملات تنفيذ القانون. وتعتمد الإدارة العامة للمرور على شقين لخفض نسبة الحوادث المرورية وإرساء مفهوم الثقافة المرورية، أولها: الشق التوعوي، ويتم من خلاله تنفيذ مشاريع وحملات مرورية طوال العام، بهدف غرس المفاهيم المرورية، بدءاً من رياض الأطفال، وتشمل المراحل المدرسية المختلفة، إضافة إلى مشاريع وحملات تستهدف طلاب الجامعة والمجتمع بمختلف شرائحه، كما تقام محاضرات توعية طوال العام لسائقي الأجرة ونقل الطلاب ومختلف أصحاب الرخص، ويتم الحرص على المشاركة في الفعاليات والمهرجانات التي تقام في المملكة على مستوى محلي ودولي. أما فيما يتعلق بالشق الثاني، فيتم الاهتمام بتنفيذ القانون من خلال التواجد المروري على كافة شوارع المملكة، حيث يتم رصد تجاوزات وسلوكيات مرورية خاطئة يتم التعامل معها من خلال تنفيذ القانون ضد السائقين المخالفين للأنظمة والقواعد المرورية، والتي وضعت أساساً من أجل المحافظة على أرواحهم وأرواح كافة مستخدمي الطريق من خطر الحوادث المرورية.¹

وتقوم الإدارة العامة للمرور بتنظيم عدد من حملات التوعية المرورية المختلفة والمتنوعة في مواضيعها، فهي تعمل وفق استراتيجية تستند لتحليل إحصائي يتم من خلالها اختيار حملات توعية تختلف مواضيعها كل 3 أشهر، ويتم اختيار الظاهرة المرورية الأكثر انتشاراً بين المجتمع، وتحديد الفئة الأكثر تورطاً فيها، ويتم نشر التوعية من خلال خطوات علمية مدروسة كي يستوعبها المجتمع، والقضاء على الظاهرة، أو تقليل نسبتها على الأقل.

ومثلت الحملات التوعوية دوراً وقائياً مهماً للمجتمع البحريني، ولتصبح قضايا رأي عام. وتسهم الحملات التوعوية في زيادة الثقافة المرورية في الجانب المسلط الضوء عليه، ويتم تنظيم الدور الإعلامي معها كي تصبح على مستوى أكبر، وتكون الحملة تمهيداً لإبراز الظاهرة ومخاطرها، ويتم بعدها إطلاق الحملات الميدانية. وتتخذ الإدارة العامة للمرور سبلاً عدة لجذب المواطنين والمقيمين للحملات التوعوية، ومنها تنظيم الملتقيات المرورية التي يشارك فيها مختصون في جوانب عدة لها علاقة بالسلامة المرورية، ومنها الجانب الديني والطبي النفسي والهندسي وغيرها. ويأتي اهتمام الإدارة العامة للمرور بالتوعية، كون القضايا المرورية تشكل هاجساً في كل المجتمعات، لتسببها بخسائر بشرية واقتصادية، ولم تجد الدول أي وسيلة فاعلة للحد منها سوى التوعية المرورية، وهي من أهم الوسائل التي

¹ موقع الإدارة العامة للمرور: <https://www.traffic.gov.bh/news/news/gcc11>

تهدف إلى ترسيخ مفهوم الثقافة المرورية بين كافة مستخدمي الطريق، من سائقين ومشاة، وفق قواعد وتعاليم وأصول وآداب السير، والتي تكفل الحد من الحوادث المرورية بكافة أنواعها، التي أصبحت الهم والشاغل الرئيسي لإدارة الثقافة المرورية بمملكة البحرين.¹

وتحتفل الإدارة العامة للمرور كل عام بأسبوع المرور الخليجي، وذلك بالتعاون والتنسيق بين إدارات المرور في دول مجلس التعاون الخليجي، حيث يتم تبادل الخبرات، وتفعيل أنظمة الرقابة المرورية، والاستفادة من التجارب الناجحة²، بالإضافة إلى استعراض السلوكيات الخاطئة والمخاطر التي تواجه دول الخليج في الجانب المروري، وسبل معالجتها، والاطلاع على ما توصلت إليه دول الخليج من خطط واستراتيجيات للحد من الحوادث المرورية، ورفع مستوى الثقافة المرورية لدى كافة مستخدمي الطريق³. وفي خطوة من الإدارة العامة للمرور لتشجيع مستخدمي الطريق على الالتزام بالسلوكيات الصحيحة للطريق والقواعد والأنظمة، فهي تقوم سنوياً بتكريم السائقين المثاليين بمختلف فئاتهم العمرية، في خطوة منها لزيادة الوعي، وتحفيز السائقين على الالتزام بالقواعد والأنظمة. وقد أحدثت هذه الجهود تأثيراً إيجابياً في السلوك المروري، وحققت أهداف الشراكة المجتمعية، من خلال دعم الملزمين، ليكونوا مثلاً للآخرين، وخفض معدلات الحوادث المرورية بكافة أنواعها. كما وتشارك أيضاً في أسبوع المرور العربي، والذي يركز على أبرز المشاكل المرورية التي تعاني منها الدول العربية، وتدعيم السلوكيات المرورية الإيجابية.⁴

كما وتركز الإدارة العامة للمرور أيضاً على الطلبة بمختلف فئاتهم العمرية، وذلك بتنفيذ عدد من الندوات والمحاضرات من قبل أفراد التوعية المرورية التابعين لإدارة الثقافة المرورية، بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم، وذلك عن طريق توضيح وشرح السلوكيات المرورية الخاطئة التي يقوم بها بعض السائقين، وكيفية الحفاظ على سلامة كافة مستخدمي الطريق.⁵

وتقوم الإدارة العامة للمرور بعدد من الواجبات المناطة بها؛ فهي تقوم بتنفيذ السياسة العامة للوزارة، وتطبيق قانون المرور، واللائحة التنفيذية، والقرارات اللازمة لتنفيذه، والمساهمة في وضع السياسة العامة لتنظيم المرور والنقل في المملكة بالتعاون مع الجهات المعنية، بالإضافة إلى تنظيم حركة المرور، ومراقبة أوضاع الطريق داخل المملكة، وتحديد المشاكل الفنية ووضع الحلول المناسبة لها بالتعاون مع الجهات المعنية، ووضع الإجراءات والخطط

¹ صحيفة الأيام، الأحد 03 أغسطس 2014، التوعية المرورية أخفضت نسبة حوادث المشاة في 2013، العدد 9246، ص12.

² مجلة الأمن، العدد 89، أبريل 2015، وزارة الداخلية، مملكة البحرين، ص26.

³ المرجع السابق، ص28.

⁴ مجلة الأمن، العدد 79، يونيو 204، وزارة الداخلية، مملكة البحرين، ص18.

⁵ المرجع السابق، ص20.

المرورية للإشراف والسيطرة على الطرق التي تسلكها المواكب الرسمية ومواقع الاحتفالات، واقتراح الأنظمة التي تساعد على توفير الأمن والسلامة على الطرق وسهولة انسياب الحركة المرورية، بالإضافة إلى إجراء الدراسات اللازمة لتطوير أسلوب العمل بالإدارة العامة للمرور، والإشراف على متابعة الإجراءات والمعاملات التي ينجزها الموظفون ومدى مطابقتها للتعليمات الصادرة بهذا الخصوص.¹

ويعد الوعي المروري لدى المواطنين هو العنصر الفعال لتحقيق الأهداف المرجوة من نشر الثقافة والتوعية المرورية. ولتنمية هذا الوعي، ولزيادة الإدراك بأهمية القضايا المرورية، لا بد من إيجاد برامج توعوية مكثفة يتم التركيز عليها إعلامياً. "إن معالجة مشكلات المرور، وتحديد العلاقة بين المواطن والأنظمة والقوانين المرورية، وتحديد أشكال التصرفات السلبية والإيجابية، وفق نظام إعلامي، وبصيغ جديدة ومبتكرة، تساهم كثيراً في نشر التوعية المرورية، وتضع خطوات السلامة على الطريق أمام العيون والعقول، وبشكل مؤثر"². "وإن التوعية المرورية الصحيحة تؤدي في الغالب إلى نتائج في مجال التوعية، ذات أثر إيجابي، يعكس الجانب الحضاري للإنسان مستخدم المركبة والطريق."³

إن مسألة الوعي المروري لا تقتصر فقط على السلوك الإيجابي لمستخدمي الطريق أو السائقين فقط، إنما تشمل أيضاً رجال المرور ووعيهم بالمسؤولية، وكيفية التعامل بإيجابية وفعالية مع المشكلات المرورية، وأن يكونوا على وعي تام وقدرة على فهم المشكلة ومواجهتها، والتوصل إلى حلول لها. ولكي تتجح عملية التوعية المرورية في إحداث تغييرات في سلوكيات الجمهور واتجاهاتهم وإدراكهم، لا بد أن تتوافر عدد من الشروط والخصائص في عملية التوعية:⁴

- تتصف بالاستمرارية والديمومة، لأن الوعي لا يخلق لدى الناس من مرة واحدة، إنما بالتكرار والتعرض المستمر لنفس المواضيع والمضامين.
- أن تكون شاملة، تشمل جميع الجوانب المرورية، مع الوصول إلى مختلف الشرائح الاجتماعية المختلفة.
- أن تكون التوعية منهجية ومنظمة ومتناسكة، أي أن توضع لها خطط وبرامج لتحقيق أهدافها.

¹ المنصوري، حامد حمد (2013) الرضا الوظيفي لدى العاملين بوزارة الداخلية بمملكة البحرين بالتطبيق على الإدارة العامة للمرور دراسة ميدانية، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين، ص70.

² مخلف، شاكرا الحاج (1998)، الإعلام والتوعية المرورية، دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة، دمشق، ط1، ص 31.

³ المرجع السابق، ص21.

⁴ خضور، أديب (2007) حملات التوعية المرورية العربية، مركز الدراسات والبحوث أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، ص ص 13-15.

- أن تكون عملية التوعية متكاملة، تهتم بجميع الأطراف المعنية بالمسألة المرورية، وتهتم بجميع الأبعاد النفسية والاقتصادية والاجتماعية.
- ضرورة التنويع والتجديد والابتكار في مضامين التوعية المرورية والوسائل والموضوعات وطرق المعالجة، وذلك لجذب انتباه الجمهور، وتفاعله، وضمان عدم شعورهم بالتكرار والملل.
- التوعية هي أحد أساليب الوقاية، وعلى الأفراد أن ينفذوها انطلاقاً من أحاسيسهم وخوفهم وحرصهم على سلامتهم وسلامة الآخرين، وليس لخوفهم من عدم تطبيق القوانين، أو العقاب.

ب. إدارة التوعية والثقافة المرورية.. النشأة والتطور

الوعي المروري هو "تعزيز اليقظة الحسية والمعنوية، والمعرفة والإلمام الواسع بكل ما يتعلق بالمرور؛ من مركبة وطريق وقوانين وأنظمة وغيرها، ما ينعكس إيجاباً على الشخص، وحسن قيادته، ومراعاته للأنظمة المرورية المختلفة، والتوعية فمصدرها وعي، ووعي فلاناً أي نصحة وحمله على إدراك موضوع من المواضيع"¹. والتوعية المرورية هي التعليم ونشر الوعي بين الناس عن كل ما له صلة بالمرور.²

وتشرف إدارة الثقافة المرورية في وزارة الداخلية على برامج التوعية للسلامة المرورية، وتطويرها، وتحقيق السلامة المرورية على طرق المملكة، وبث الثقافة والتوعية المرورية من خلال مؤسسات المجتمع بمختلف الأساليب والوسائل المتوفرة، وتوفير وسائل اتصال جماهيري، والمشاركة في الفعاليات والأنشطة الاجتماعية المختلفة، وإعداد وتنفيذ برامج وأنشطة التوعية الخاصة بالسلامة المرورية، بالإضافة إلى التنسيق مع الجهات الرسمية في المملكة مع المؤسسات الخاصة واللجان العاملة في مجال السلامة، وذلك بهدف رفع مستوى الوعي المروري لدى كافة مستخدمي الطرق، ومتابعة ما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة بشأن الإدارة من شكاوى واقتراحات وملاحظات على المرور، وإعداد الردود عليها بالتنسيق مع مدراء ورؤساء الأقسام بالإدارة العامة للمرور، وإدارة الإعلام الأمني والعلاقات العامة بوزارة الداخلية، ومتابعة إصدار النشرة المرورية التي تهتم بالأخبار عن الإدارة العامة للمرور، ومتابعة النواحي الإنسانية والاجتماعية للموظفين العاملين في الإدارة العامة للمرور.³

¹ صحيفة الدستور الأردنية، الأثنين 14 ديسمبر 2009م، الوعي المروري (طريق السلامة العامة وعنوان الالتزام المجتمعي)، العدد 15226، ص 25.

² موقع المعاني <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%AA%D9%88%D8%B9%D9%8A%D8%A> 9/

³ حامد حمد، الرضا الوظيفي، المرجع السابق، ص 74.

وتتدرج تحت إدارة الثقافة المرورية: شعبة التوعية المرورية، التي تختص بمتابعة التوعية المرورية لجميع مستخدمي الطريق، بمختلف فئاتهم الاجتماعية والعمرية، من مواطنين ومقيمين، وذلك عن طريق فرع التوعية والتثقيف المروري الذي يقوم بعقد الدورات والبرامج التوعوية، والتنسيق مع ذوي الاختصاص من العناصر المساندة والمستهدفة بالبرامج التعليمية، بالإضافة إلى إعداد وتنفيذ برامج وأنشطة التوعية الخاصة بالسلامة المرورية، وذلك بالتنسيق مع الجهات الرسمية في المملكة، مع المؤسسات الخاصة واللجان العاملة في مجال السلامة، وذلك بهدف رفع مستوى الوعي المروري لدى كافة مستخدمي الطريق. أما قسم إعداد وتنفيذ الحملات فهو يقوم بمتابعة أهم المستجدات وأهم الظواهر المرورية المستجدة، ويقوم بالتنسيق مع المؤسسات المجتمعية للمشاركة في تنفيذ الحملات الميدانية التوعوية والتثقيفية، بالإضافة إلى توزيع المطبوعات والمطويات التوعوية على كافة مستخدمي الطريق، وأخيراً: التعاون مع الشركات والمؤسسات في المناسبات السنوية، مثل أسابيع السلامة والأعياد الوطنية¹.

كما وتعنى شعبة الإعلام والنشر بإدارة الثقافة المرورية بالتغطيات الإعلامية، والتواصل مع كافة أطراف المجتمع، حيث يقوم فرع الرصد والمتابعة الإعلامية برصد الشكاوى المقدمة في الإذاعة عبر البرنامج الصباحي (صباح الخير يا بحرين) والرد عليها، وذلك عبر التنسيق مع معدي البرنامج، بالإضافة إلى متابعة كافة البرامج التي تبث على مدار الساعة، وتستقبل مشاركات الجمهور واستفساراتهم وشكاوهم، كما ويقوم الفرع برصد الشكاوى المرورية المنشورة في الصحف المحلية اليومية الصادرة في مملكة البحرين، ولا تتوانى الإدارة عن تزويد المهتمين بالشأن المروري بمختلف المعلومات المرورية التي هم في حاجة لها.

كما ويقوم قسم الإنتاج الإعلامي بالإدارة بإعداد المواد الإعلانية والإعلامية التي تعرض عبر تلفزيون البحرين، وتصميم كافة الوسائل التوعوية من مطبوعات ونشرات وكتيبات وملصقات وإعلانات.

أما مكتب إعداد البرامج الإعلامية، فيقوم بإعداد وتقديم الفقرة المرورية التي تشرف عليها إدارة الثقافة المرورية عبر برنامج (ديرتا)، كما تقوم بإعداد بعض المواد الإعلامية التي تساعد في إعداد المواد التلفزيونية².

¹ قسم إدارة الثقافة المرورية، وزارة الداخلية، الإدارة العامة للمرور، 2017.

² قسم إدارة الثقافة المرورية، مرجع سابق.

ج. علاقة المرور بالإعلام

تقوم وسائل الإعلام بدور بارز في مجال التوعية المرورية. ولا يقتصر دورها على الإخبار فقط، إنما تفتح المجال أمام الجمهور أيضاً للرد والتعليق والنقاش، سواء من خلال وسائل الإعلام المرئية أو المسموعة أو المقروءة¹. ومع ازدياد أعداد المركبات وأعداد سائقي السيارات والدراجات النارية، كان لا بد من العمل على زيادة وعيهم المروري، وذلك تفادياً لحدوث الحوادث، وحرصاً على سلامتهم². وترجع بداية التوعية المرورية في البحرين إلى عام 1952م، حينما تم إنشاء مدرسة تعليم السياقة لعمال وموظفي شركة نفط البحرين، حيث كان يتم تنظيم محاضرات نظرية، وإعداد بعض المطبوعات التي تتضمن الإرشادات التي تساعد على الحرص وتوخي الحذر عند السياقة، وذلك لتفادي وقوع الحوادث المرورية.

ولا بد من الوقوف على علاقة الإدارة العامة للمرور بوسائل الإعلام، وكيف تم تسخيرها للتوعية ونشر الثقافة المرورية، وللوصول إلى أكبر عدد من المتلقين لإيصال المعلومات والإرشادات المرورية. فقد كانت بداية التوعية المرورية عن طريق وسائل الإعلام في أواخر العام 1956م حتى بداية عام 1957م عن طريق الإذاعة، وذلك بعد افتتاح إذاعة البحرين في يوليو 1955م. فقد تم تكليف أحد موظفي المرور بتقديم نصائح وإرشادات مرورية من خلال الإذاعة، وذلك مرتين في الأسبوع، ولمدة لا تقل عن ستة شهور، وتم تقديم عدد من المواضيع المتنوعة، منها الحث على تسجيل السيارات، وعدم تجاوز السرعة المحددة، وتجديد الرخص، وفحص السيارات، وغير ذلك من المواضيع المرورية. وكانت الحلقة الواحدة لا تقل عن 5 دقائق، ولا تزيد عن 10 دقائق. وفي التقرير السنوي لعام 1957م، ورد أن نشر التوعية المرورية الأسبوعي جاء بنتائج إيجابية، مما يعني الحرص على استمرار التوعية المرورية من خلال الإذاعة.

ومن هنا بدأ التركيز على برامج التوعية المرورية في الإذاعة، عن طريق إعداد عدد من البرامج المختلفة التي تصب في نفس قالب، مع زيادة مدة البرامج إلى 30 دقيقة تقريباً، وأصبحت تبث بشكل يومي، ومن هذه البرامج: مذكرات سائق تاكسي، سكة السلامة، الأسرة والمرور، وطريق الأمان. فعن طريق هذه البرامج، كانت تتم معالجة القضايا والمشاكل المرورية، وطرح كل ما هو جديد من في المرور، من حملات واحتفالات مرورية، بالإضافة إلى المقابلات الإذاعية لضباط المرور وغيرهم من الذين لهم علاقة بالمرور.

¹ عامر، قاسم أحمد (2003) حوادث السير والمرور أسبابها وآثارها وسبل الوقاية منها دراسة تطبيقية على إمارة الشارقة، دراسة منشورة، مركز بحوث الشرطة، الشارقة، ط1، ص ص 64-65.

² المرجع السابق، ص 123.

وقد كان لهذه البرامج الإذاعية الدور الكبير في تحقيق النجاح الأكيد لكل الحملات المرورية التي واكبت حركة السير والمرور في البلاد، ومن هذه الحملات: تحقيق السلامة في تحويل السير من اليسار إلى اليمين (أول حملة مرورية تم تنفيذها وكانت عام 1967م)، سلامة المرور بالدوارات، السلامة في العبور على خطوط المشاة، تطبيق إلزامية استخدام حزام السلامة، بالإضافة إلى عدد من حملات الحد من السرعة، وأمور مرورية أخرى.

في عام 1967م، تم تصوير أول فلم توعوي مروري ليعرض في دور السينما، وذلك تنفيذاً لحملة تحويل السير من اليسار إلى اليمين، لكي تكون عند الناس فكرة عن أهداف ذلك التحويل، وخصوصاً أن التلفاز آنذاك لم يكن متوفراً في البلاد، وكان الاعتماد فقط في التوعية على المحاضرات والإذاعة والصحافة. وقد تم عرض الفلم التوعوي تحديداً في سينما البحرين، قبل عرض الفلم الرئيسي.

وعلى صعيد اللقاءات الحية المباشرة، نجد أن المحاضرات المرورية التي كان يقدمها رجال المرور لطلبة المدارس لها الأثر العظيم أيضاً في مسيرة التوعية المرورية، حيث بدأت هذه اللقاءات في عام 1967م، بالإضافة إلى إعداد ونشر المطبوعات على كافة المواطنين، وإعداد الأفلام السينمائية، إلى أن برز التلفزيون التجاري في البحرين من قبل شركة (R.T.V) (1973م-1975م)، حيث كانت تغطي فعاليات أسبوع المرور العالمي لعام 1975م.

كما وقد برز دور التوعية المرورية من خلال التحديث الذي طرأ على مجلة البحرين التي تصدرها وزارة الإعلام، وأيضاً عند صدور الجرائد الأسبوعية واليومية.

ويمكننا القول إن وسائل الإعلام والمؤسسات المعنية بالشأن المروري، متمثلة في الإدارة العامة للمرور، تعمل جنباً إلى جنب وتتعاون في نشر الثقافة المرورية وتنمية الوعي المروري لدى السائقين ومستخدمي الطريق، وإن الوعي المتشكل لدى السواق كافة ليس إلا نتيجة للجهود المبذولة من الجميع، وعلاقة الإدارة العامة للمرور بوسائل الإعلام تمتد لسنوات طوال كما ذكرنا فيما سبق. فهي الوسيط بين الجمهور والجهات المعنية لإيصال رسائلها وإرشاداتها للمواطنين.¹

¹ قاسم أحمد، حوادث السير، المرجع السابق، ص ص 147-148.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة التحليلية

المبحث الأول: نتائج تحليل مضمون صحيفة أخبار الخليج

المبحث الثاني: نتائج تحليل مضمون صحيفة الوطن

المبحث الثالث: نتائج تحليل الصحيفتين

المبحث الرابع: مقارنة نتائج تحليل مضمون الصحف محل الدراسة

المبحث الأول: نتائج تحليل مضمون أخبار الخليج

يتناول هذا الجزء من الدراسة نتائج دراسة تحليل المضمون، وسيتم عرض هذه النتائج وفقاً لأسئلة الدراسة.

أ. فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟)

ويتضمن الفئات التالية:

1. نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة المعلومات المرورية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (5)

نتائج تناول صحيفة أخبار الخليج للمعلومات المرورية حسب المعلومات المرورية

النسبة	التكرار	المعلومات المرورية
26.4%	64	تغطية الحوادث المرورية
24.4%	59	التوعية بقانون المرور لسنة 2015م
14.1%	34	التوعية بأداب المرور
8.3%	20	شكر وثناء على جهود الإدارة العامة للمرور
6.6%	16	استحداث قرارات وتدابير لحل المشكلات المرورية
6.6%	16	نقد/ شكوى موجهة للإدارة العامة للمرور
5.8%	14	فعاليات وأنشطة الإدارة العامة للمرور/ الشراكة المجتمعية
3.7%	9	إصدار الأحكام القضائية على مرتكبي الحوادث والمخالفات المرورية
2.1%	5	تطوير خدمات مقدمة للمواطنين
1.2%	3	تدشين حملات توعية جديدة
0.8%	2	الرد على مقالات الكتاب
100%	242	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن "تغطية الحوادث المرورية" من أكثر المعلومات المرورية التي استخدمتها صحيفة أخبار الخليج لإمداد الجمهور بالمعلومات، حيث جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (26.4%)، ثم "التوعية بقانون المرور لسنة 2015م" في المرتبة الثانية بنسبة (24.4%)، ثم "التوعية بآداب المرور" في المرتبة الثالثة بنسبة (14.1%)، وجاء في المرتبة الرابعة "شكر وثناء على جهود الإدارة العامة للمرور" بنسبة (8.3%)، وجاء في المرتبة الخامسة "استحداث قرارات وتدابير لحل المشكلات المرورية" بنسبة (6.6%) و"نقد/شكوى موجهة للإدارة العامة للمرور" بنفس النسبة، وفي المرتبة السادسة جاءت "فعاليات وأنشطة الإدارة العامة للمرور/ الشراكة المجتمعية" بنسبة (5.8%)، وفي المرتبة السابعة جاء "إصدار الأحكام القضائية على مرتكبي الحوادث والمخالفات المرورية" بنسبة (3.7%)، ثم في المرتبة الثامنة "تطوير خدمات مقدمة للمواطنين" بنسبة (2.1%)، وفي المرتبة التاسعة جاء "تدشين حملات توعية جديدة" بنسبة (1.2%)، في حين جاء "الرد على مقالات الكتاب" بنسبة (0.8%) في المرتبة العاشرة والأخيرة.

وارتفاع نسبة الموضوعات حول تغطية الحوادث المرورية هو أمر طبيعي، وذلك بسبب حدوثها بشكل شبه يومي، فهي حاصلة ومتكررة. وكذلك ارتفاع نسبة الموضوعات حول التوعية بقانون المرور لعام 2015م أمر طبيعي، وذلك لأنه تم إقرار القانون في هذه الفترة، وكان لا بد من التركيز على الموضوع، والنشر عن ماهيته وطبيعته، بالإضافة إلى تعزيز سلوكيات وآداب المرور لدى مستخدمي الشارع عبر نشر الموضوعات المختلفة حول التوعية بآداب المرور.

2. نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة أهداف المادة التحريرية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (6)

نتائج تناول صحيفة أخبار الخليج للمعلومات المرورية حسب أهداف المادة التحريرية

أهداف المادة التحريرية	التكرار	النسبة
التوعية	163	44.3%
عرض للموضوع مع التحليل والتفسير	97	26.4%
الحث على تبني موقف معين	51	13.9%
التعليم	26	7%

أهداف المادة التحريرية	التكرار	النسبة
وضع حلول للموضوع	21	%5.7
التذكير	10	%2.7
المجموع	368	%100

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر أهداف المادة التحريرية التي استخدمتها صحيفة أخبار الخليج لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، والتي جاءت في المرتبة الأولى، هي "التوعية" وذلك بنسبة (44.3%)، وجاء "عرض للموضوع مع التحليل والتفسير" في المرتبة الثانية بنسبة (26.4%)، ثم "الحث على تبني موقف معين" في المرتبة الثالثة بنسبة (13.9%)، تلاه "التعليم" في المرتبة الرابعة بنسبة (7%)، بينما جاء "وضع حلول للموضوع" في المرتبة الخامسة وذلك بنسبة (5.7%)، أما هدف "التذكير" فقد جاء في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة (2.7%).

وهذا ما هدفت إليه الصحف موضوع الدراسة عن طريق تقديم المعلومات المرورية المرتبطة بمواضيع التوعية المرورية بشكل عام، والتوعية بقانون المرور لعام 2015م بشكل خاص، وذلك عبر تقديم التوجيه والإرشاد، وتزويدهم بالمعرفة حول الموضوع، ومن ثم تأتي مرحلة التذكير في النهاية لتثبيت ما تم نشره من معلومات في ذهن القارئ، فكانها عملية متسلسلة؛ تبدأ بالتوعية عن الموضوع، ثم بث المعلومات وكل ما له صلة بالموضوع نفسه، وأخيراً التذكير به بين الفينة والأخرى لكي لا ينساه القراء.

3. نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة الجمهور المستهدف:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (7)

نتائج تناول صحيفة أخبار الخليج للمعلومات المرورية حسب الجمهور المستهدف

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
الجمهور العام	164	%82.8
الجمهور الخاص	34	%17.2
المجموع	198	%100

يتبين من نتائج الجدول السابق أن الجمهور المستهدف من قبل صحيفة أخبار الخليج لإمداده بالمعلومات المرورية كان في غالبيه "الجمهور العام" بنسبة (82.8%)، وجاء "الجمهور الخاص" بنسبة (17.2%). وارتفاع نسبة الجمهور العام أمر طبيعي، وذلك أن المعلومات المرورية موجهة للجميع، وليست لأشخاص بعينهم.

4. نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة مصدر المعلومات:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (8)

نتائج تناول صحيفة أخبار الخليج للمعلومات المرورية حسب مصدر المعلومات

النسبة	التكرار	مصدر المعلومات
38.3%	72	بدون مصدر
27.7%	52	محرر الأخبار
20.7%	39	الإدارة العامة للمرور
6.9%	13	كتاب المقال
6.4%	12	المواطنون
100%	188	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر المضامين التي تم تحليلها في صحيفة أخبار الخليج كانت "بدون مصدر"، حيث جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة بلغت (38.3%)، ثم في المرتبة الثانية "محرر الأخبار" بنسبة (27.7%)، تلتها في المرتبة الثالثة "الإدارة العامة للمرور" بنسبة (20.7%)، ثم "كتاب المقال" في المرتبة الرابعة بنسبة (6.9%)، ومن ثم "المواطنون" في المرتبة الخامسة والأخيرة وذلك بنسبة (6.4%).

وتُرجع إحدى الصحفيات سبب نشر بعض المواد الصحفية بدون مصدر، إلى أن جميع الأخبار التي تنشر في الصحيفة يكون لها مصدر، ولكن لا يتم الإفصاح عن بعض المصادر وذلك لحيازة سبق وصدارة النشر حتى يكون مصدراً خاصاً للصحيفة نفسها فقط ولا يفصح عنه لكي لا تتعامل معه الصحف الأخرى، وذلك لا يقلل من مصداقية الخبر¹.

¹ سكيانة الطواش، صحفية، صحيفة الأيام، (26 فبراير 2018م)، مقابلة.

5. نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة الاتجاه:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (9)

نتائج تناول صحيفة أخبار الخليج للمعلومات المرورية حسب فئة الاتجاه

النسبة	التكرار	فئة الاتجاه
53.33%	104	الإيجابي
45.64%	89	السلبي
1.03%	2	المحايد
100%	195	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن "الاتجاه الإيجابي" هو أكثر الاتجاهات التي استخدمتها صحيفة أخبار الخليج لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، حيث جاء في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (53.33%)، تلاه "الاتجاه السلبي" في المرتبة الثانية بنسبة (45.64%)، ثم جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة "الاتجاه المحايد" وذلك بنسبة (1.03%).

والاتجاه الإيجابي نعني به التوجيه والتوعية بالترغيب في انتهاج سلوك معين، أو اتباع الممارسات الصحيحة، وتحبيب القارئ في أدائها— ويكون وقعه إيجابياً على نفسية القارئ. أما الاتجاه السلبي، وهو التوجيه والتوعية بترهيب القارئ من انتهاج سلوك معين، أو اتباع الممارسات الخاطئة وتخويف القارئ من القيام بها، ما ينعكس سلباً على نفسية القارئ. ومن وجهة نظر الباحثة، فإنها ترى أن طبيعة النفس البشرية تميل إلى أسلوب الترغيب والتحبیب، وتتفر من التخويف والترهيب ولكن الأسلوب يكون على حسب الموقف أو الموضوع الذي يتم مناقشته ويعتمد كذلك على الفئة العمرية المقصودة والمستهدفة من وراء نشر المعلومات. فلا بد من أن يكون هنالك موازنة في عرض الموضوعات بالتركيز على الفائدة التي سيجنيها الشخص عيه أولاً، ثم الفائدة التي ستعود على الآخرين، وكذلك الآثار السلبية والعواقب الوخيمة المترتبة على الأفعال الخاطئة. وكلما طُرِح الموضوع بأسلوب البيان والشرح العلمي الممنهج، كلما كان التجاوب والتأثير أفضل وأكثر.

ب. فئات تحليل الشكل (كيف قيل ؟)

ويتضمن الفئات التالية:

1. نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة الأشكال الصحفية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (10)

نتائج تناول صحيفة أخبار الخليج للمعلومات المرورية حسب الأشكال الصحفية

النسبة	التكرار	الأشكال الصحفية
58.9%	110	الخبر الصحفي
19.3%	36	إعلان التوعية
7.5%	14	العمود الصحفي
6.9%	13	بريد القراء
4.3%	8	التقرير الصحفي
2.6%	5	الكاريكاتير
0.5%	1	الحديث الصحفي
100%	187	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن الخبر الصحفي كان أكثر الأشكال الصحفية التي استخدمتها صحيفة أخبار الخليج لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، حيث إنه احتل المرتبة الأولى بنسبة (58.9%)، وجاء "إعلان التوعية" في المرتبة الثانية بنسبة (19.3%)، بينما جاء "العمود الصحفي" في المرتبة الثالثة بنسبة (7.5%)، تلاه "بريد القراء" في المرتبة الرابعة بنسبة (6.9%)، وجاء "التقرير الصحفي" في المرتبة الخامسة بنسبة (4.3%)، ومن ثم الكاريكاتير في المرتبة السادسة بنسبة (2.6%)، في حين جاء الحديث الصحفي في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة (0.5%).

إن سبب ارتفاع استخدام فن الخبر الصحفي من بين الفنون الأخرى أن الأخبار الصحفية تعتبر العمود الفقري للصحف اليومية وأساس عملها ومن الطبيعي أن تكون نسبتها مرتفعة بعكس الصحف الأسبوعية أو المجلات. والخبر الصحفي هو أول الفنون الصحفية التي عرفها

الناس، وأعرقها، والتي لا بد لأي صحفي أن يتقنه، فلا يمكن لأي صحفي أن يكتب تحقيقاً أو مقالاً أو يقوم بإجراء حديث صحفي من دون إتقان فن الخبر الصحفي، حيث إنه يعد حجر الأساس؛ فجميع هذه الفنون ينبثق أساسها من الخبر. كما أن الخبر ينقل المعلومات للقارئ ويمتاز بالآنية، ومواكبته للأحداث الحاصلة، ويعتبر من الفنون الصحفية السهلة، وعلى الرغم من سهولته، لا بد من توخي الحذر والدقة في كتابته، والتأكد من صحة المعلومات الواردة فيه قبل عملية النشر، . وقد عللت إحدى الصحف ذات الخبرة سبب ارتفاع نسبة استخدام الخبر الصحفي دون الفنون الأخرى، فقالت: "ذلك لأنه يعتبر من الفنون الصحفية السهلة والسريعة في نقل واقعة أو حدث أو موضوع ما إلى الجمهور. وفي حين يقوم الصحفي بالعمل على لقاء صحفي أو حديث صحفي، فإنه في نفس المدة يمكن أن يقوم بصياغة أكثر من خبر"¹.

2. نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة موقع المادة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (11)

نتائج تناول صحيفة أخبار الخليج للمعلومات المروية حسب موقع المادة

موقع المادة	التكرار	النسبة
الصفحات الداخلية	158	81.4%
الصفحة الأولى	31	16%
الصفحة الأخيرة	5	2.6%
المجموع	194	100%

يتبين من نتائج الجدول السابق أن الصفحات الداخلية كانت من أكثر الصفحات التي استخدمتها صحيفة أخبار الخليج للنشر، حيث جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (81.4%)، تلتها "الصفحة الأولى" في المرتبة الثانية بنسبة (16%)، ثم جاءت "الصفحة الأخيرة" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (2.6%).

تحتوي الصحف على صفحة أولى واحدة و صفحة أخيرة واحدة فقط والعديد من الصفحات الداخلية فلا يمكن أن يتم نشر جميع الأخبار في الصفحة الأولى. والصفحات الأولى

¹ سكتة الطواش صحفية، صحيفة الأيام، مقابلة (26 فبراير 2018م).

من الصحف يتم إفرادها للأخبار الرسمية وغير الرسمية، ويشار إليها بذكر العنوان وشيء بسيط من الموضوع وهذا ما لاحظته الباحثة أثناء عملية تحليلها لمضمون الصحف، حيث إنه تم نشر بعض المواد الصحفية المتعلقة بالشأن المروري في الصفحة الأولى، وذكرها بصورة مختصرة، أما باقي التفاصيل فقد تم ذكرها في الصفحات الداخلية، وذلك لأن الصفحة الأولى لا تتحمل هذا الحجم الكبير من ذكر التفاصيل فيها ولا تغفل عن الإعلانات التي يتم تخصيص لها مساحة أيضاً للنشر في هذه الصفحة.

3. نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة الاستمالات:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (12)

نتائج تناول صحيفة أخبار الخليج للمعلومات المرورية حسب الاستمالات

النسبة	التكرار	الاستمالات
32%	142	التركيز على النواحي العاطفية للقارئ
30.2%	134	الاستشهاد بأحداث واقعية
15%	67	التخويف والترهيب
10.5%	47	تقديم إحصاءات وأرقام
5.9%	26	ذكر وجهات نظر: مؤيدة معارضة
5%	22	الحجج والبراهين
0.9%	4	الاستفهام الذي يرمي إلى السخرية والاستنكار
0.5%	2	استخدام التشبيهات والاستعارات
100%	444	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن "التركيز على النواحي العاطفية للقارئ" كان من أكثر الاستمالات التي استخدمتها صحيفة أخبار الخليج لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، حيث جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (32%)، وجاء "الاستشهاد بأحداث واقعية" في المرتبة الثانية بنسبة (30,2%)، ثم "التخويف والترهيب" في المرتبة الثالثة بنسبة (15%)، تلاها "تقديم إحصاءات وأرقام" في المرتبة الرابعة بنسبة (10.5%)، وجاء "ذكر وجهات نظر: مؤيدة | معارضة" في المرتبة الخامسة بنسبة (5.9%)، وجاء في المرتبة السادسة ذكر "الحجج والبراهين" بنسبة (5%)، في حين جاء في المرتبة السابعة "الاستفهام الذي يرمي إلى

السخرية والاستنكار" بنسبة (0.9%)، بينما جاء في المرتبة الثامنة والأخيرة "استخدام التشبيهات والاستعارات" وذلك بنسبة (0.5%). ونلاحظ من النتائج السابقة أن الاستمالات العقلية تم استخدامها أكثر من الاستمالات العاطفية، حيث بلغت نسبة الاستمالات العقلية (51.6%) والاستمالات العاطفية (48.4%).

ويرجع السبب في رأي الباحثة إلى أن عملية التوعية والإقناع تحتاج إلى أن يخاطب فيها العقل، وليس العاطفة، وذلك أن استخدام الحجج والبراهين والأرقام والإحصائيات والاستشهاد بالوقائع ووجهات النظر المختلفة تكون أكثر فاعلية وتأثيراً في المتلقي، ويبقى تأثيرها على المتلقي مدة أطول، أما عند مخاطبة العاطفة فتأثيرها يكون مؤقتاً.

4. نتائج صحيفة أخبار الخليج حسب فئة الصورة الإيضاحية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (13)

نتائج تناول صحيفة أخبار الخليج للمعلومات المرورية حسب الصورة الإيضاحية

النسبة	التكرار	الصورة الإيضاحية
43.3%	81	الصورة الإخبارية
32.6%	61	بدون صورة
13.4%	25	الصورة الشخصية
10.7%	20	الصورة التعبيرية
0.0%	0	الرسم البياني
100%	187	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن "الصورة الإخبارية" كانت أكثر الصور الإيضاحية التي استخدمتها صحيفة أخبار الخليج لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (43.3%)، تلتها الأشكال الصحفية التي نشرت "بدون صورة" في المرتبة الثانية بنسبة (32.6%)، وجاءت "الصورة الشخصية" في المرتبة الثالثة بنسبة (13.4%)، وجاءت "الصورة التعبيرية" في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (10.7%)، ويتبين كذلك من الجدول السابق أن الصحيفة لم تستخدم الرسم البياني نهائياً.

نلاحظ من هذا الجدول ارتفاع نسبة استخدام الصورة الإخبارية في الموضوعات المرورية المنشورة من قبل الصحيفة، ويدل ذلك على أهمية الصورة، حيث إن الصورة تكون في أكثر الأحيان أبلغ من الكلمة، وتقوم بإيصال المعلومة بطريقة أفضل للقارئ. وبالإشارة إلى ورقة بحثية اطلعت عليها الباحثة بعنوان "الصور الصحفية منظور مهني"، ذكر فيها أن عدداً من أساتذة جامعة كولومبيا (1997م) قاموا بإجراء دراسة حول تأثير نشر الصور الصحفية الجديدة على ذاكرة القارئ، فأشارت النتائج إلى أن هناك علاقة إيجابية بين حداثة الصورة الصحفية وعناصر تفضيل مشاهدتها، وزيادة زمن مشاهدتها، وسهولة تذكرها واسترجاعها¹، وهذا يفسر سبب ارتفاع الصورة الإخبارية التي تكون صورة تم التقاطها مباشرة من موقع الحدث.

وبالرجوع إلى المواد الصحفية التي تم نشرها بدون صورة، فيرجع السبب في رأي إحدى الصحفيات²، في بعض الأحيان، إلى عدم وضوح الصورة الملتقطة أو انخفاض جودتها، كما قد تكون المساحة المخصصة لنشر المادة الصحفية صغيرة ولا تستوعب نشر الخبر والصورة معاً، لذلك يتم الاستغناء عن الصورة.

¹ حامد، أحمد خليل (2012) ورقة بحث علمية بعنوان: الصورة الصحفية منظور مهني، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ص10.

² سكيانة الطواش، صحفية، صحيفة الأيام (26 فبراير 2018م)، مقابلة

المبحث الثاني: نتائج تحليل مضمون صحيفة الوطن

أ. نتائج صحيفة الوطن حسب فئات (ماذا قيل؟)

ويتضمن الفئات التالية:

1. نتائج صحيفة الوطن حسب فئة المعلومات المرورية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (14)

نتائج تناول صحيفة الوطن للمعلومات المرورية حسب المعلومات المرورية

النسبة	التكرار	المعلومات المرورية
32.7%	50	التوعية بقانون المرور لسنة 2015م
21.6%	33	التوعية بأداب المرور
13.7%	21	استحداث قرارات وتدابير لحل المشكلات المرورية
8.5%	13	فعاليات وأنشطة الإدارة العامة للمرور/ الشراكة المجتمعية
6.5%	10	شكر وثناء على جهود الإدارة العامة للمرور
4.6%	7	نقد/شكوى موجهة للإدارة العامة للمرور
3.9%	6	تغطية الحوادث المرورية
3.3%	5	تطوير خدمات مقدمة للمواطنين
2.6%	4	تدشين حملات توعية جديدة
2.0%	3	الرد على مقالات الكتاب
0.6%	1	إصدار الأحكام القضائية على مرتكبي الحوادث والمخالفات المرورية
100%	153	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر المعلومات المرورية التي نشرت في الصحيفة كانت حول "التوعية بقانون المرور لسنة 2015م"، حيث جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (32.7%)، تلتها "التوعية بأداب المرور" في المرتبة الثانية بنسبة (21.6%)، ثم "استحداث قرارات وتدابير لحل المشكلات المرورية" في المرتبة الثالثة بنسبة (13.7%)،

وجاءت في المرتبة الرابعة "فعاليات وأنشطة الإدارة العامة للمرور/ الشراكة المجتمعية" بنسبة (8.5%)، وفي المرتبة الخامسة جاء "شكر وثناء على جهود الإدارة العامة للمرور" بنسبة (6.5%)، وجاء في المرتبة السادسة "نقد/شكوى موجهة للإدارة العامة للمرور" بنسبة (4.6%)، ثم في المرتبة السابعة "تغطية الحوادث المرورية" بنسبة (3.9%)، وفي المرتبة الثامنة جاء "تطوير خدمات مقدمة للمواطنين" بنسبة (3.3%)، تلاه في المرتبة التاسعة "تدشين حملات توعية جديدة" بنسبة (2.6%)، ثم "الرد على مقالات الكتاب" في المرتبة العاشرة وذلك بنسبة (2.0%)، وفي المرتبة الحادية عشرة والأخيرة "إصدار الأحكام القضائية على مرتكبي الحوادث والمخالفات المرورية" بنسبة (0.6%). وترى الباحثة أن من وظائف الصحافة: التوعية والتثقيف والتأثير في الرأي العام. ومن الملاحظ أن صحيفة الوطن تقوم بدورها في موضوع التوعية المرورية، وذلك بالرجوع إلى النسب التي أظهرتها الدراسة، حيث أظهرت النتائج ارتفاع نسبة التوعية بالمرور وآدابه، بالإضافة إلى ارتفاع نسبة التوعية بقانون المرور، ويدل ذلك على أن الصحيفة تهتم بإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية الخاصة بالتوعية بنسبة كبيرة. كما وترجع أسباب ارتفاع نسبة المعلومات المقدمة بشأن قانون المرور لسنة 2015م، إلى حداثة الموضوع في تلك الفترة، وجديته، فكان لا بد من الصحف أن تركز على هذا الموضوع.

2. نتائج صحيفة الوطن حسب فئة أهداف المادة التحريرية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (15)

نتائج تناول صحيفة الوطن للمعلومات المرورية حسب أهداف المادة التحريرية

النسبة	التكرار	أهداف المادة التحريرية
43.52%	84	التوعية
17.62%	34	عرض للموضوع مع التحليل والتفسير
17.62%	34	الحث على تبني موقف معين
8.81%	17	التعليم
8.81%	17	وضع حلول للموضوع
3.62%	7	التذكير
100%	193	المجموع

من نتائج الجدول السابق، يتبين أن هدف "التوعية" كان من أكثر الأهداف المستخدمة في المضامين الصحفية التي نشرتها صحيفة الوطن لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، حيث جاء في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (43.52%)، ثم "عرض للموضوع مع التحليل والتفسير" و"الحث على تبني موقف معين" في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (17.62%) لكل هدف، ثم "التعليم" و"وضع حلول للموضوع" في المرتبة الثالثة بنسبة (8.81%) لكل هدف، وجاء هدف "التذكير" في المرتبة الرابعة والأخيرة وذلك بنسبة (3.62%).

كما ذكرنا بدايةً بأن فئة الشباب هي الفئة العظمى في المجتمع وكذلك هي أكثر الفئات التي تكون أكثر عرضةً للحوادث المرورية بسبب حداثة حصولهم على رخص القيادة بالإضافة إلى عدم إمتلاكهم الخبرة اللازمة وتحتاج في الغالب إلى التوعية والتوجيه والإرشاد المروري فكان لا بد من التركيز على التوعية بأهمية الموضوعات المرورية، وذلك لشد الانتباه، تمهيداً لما سينشر لاحقاً من موضوعات متصلة بالموضوع، ومن ثم التذكير بين الحين والآخر حتى لا يتم إهمال الموضوع ونسيانه من قبل القارئ، أو أن يفقد أهميته.

3. نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الجمهور المستهدف:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (16)

نتائج تناول صحيفة الوطن للمعلومات المرورية حسب الجمهور المستهدف

النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف
79%	83	الجمهور العام
21%	22	الجمهور الخاص
100%	105	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر الجمهور المستهدف من قبل صحيفة الوطن لإمداده بالمعلومات المرورية كان في غالبه "الجمهور العام" بنسبة (79%)، تلاه "الجمهور الخاص" بنسبة (21%). وارتفاع نسبة الجمهور العام عن الخاص هو طبيعي، وذلك لأن المعلومات موجهة لكل أفراد المجتمع، وليس لأشخاص بعينهم، وهم الفئة الأكثر والأكبر، والمراد إحداث تغيير سواء في سلوكهم أو اتجاهاتهم أو معارفهم.

4. نتائج صحيفة الوطن حسب فئة مصدر المعلومات:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (17)

نتائج تناول صحيفة الوطن للمعلومات المروية حسب مصدر المعلومات

النسبة	التكرار	مصدر المعلومات
44.4%	44	بدون مصدر
30.3%	30	الإدارة العامة للمرور
14.1%	14	محرر الأخبار
7.1%	7	كتاب المقال
4.0%	4	المواطنون
100%	99	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر الموضوعات الصحفية المنشورة في صحيفة الوطن التي نشرت "بدون مصدر"، وقد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (44.4%) من المضامين ككل، وجاء في المرتبة الثانية "الإدارة العامة للمرور" بنسبة (30.3%)، تلاها "محرر الأخبار" في المرتبة الثالثة بنسبة (14.1%)، ثم "كتاب المقال" في المرتبة الرابعة بنسبة (7.1%)، ثم في المرتبة الخامسة والأخيرة جاء "المواطنون" بنسبة (4.0%). وأرجأت إحدى الصحفيات من وجهة نظرها السبب إلى "أن الأخبار المروية الرسمية دائماً تنشر وفق مصدرها، وهي الإدارة العامة للمرور، والحوادث المروية تعتمد على شهود العيان، أو حضور الصحفي لموقع الحدث، وتكون جميع التفاصيل ظاهرة أمامه، وحيث إن ذكر مصدر المعلومات يعطي قوة للخبر، إلا أن بعض المصادر تفضل عدم ذكر اسمها، وعدم ذكر المصدر لا يؤثر على مصداقية المعلومة التي يستقيها الصحفي من مصدر يحبذ عدم ذكره لاعتبارات عدة¹.

¹ زهراء حبيب، صحفية، صحيفة الوطن (4 مارس 2018م)، مقابلة.

5. نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الاتجاه:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (18)

نتائج تناول صحيفة الوطن للمعلومات المرورية حسب فئة الاتجاه

النسبة	التكرار	فئة الاتجاه
79.0%	83	الإيجابي
16.2%	17	السلبي
4.8%	5	المحايد
100%	105	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن "الاتجاه الإيجابي" جاء في المرتبة الأولى بنسبة (79.0%)، تلاه "الاتجاه السلبي" في المرتبة الثانية بنسبة (16.2%)، ثم "الاتجاه المحايد" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (4.8%). وترى الباحثة أن الاتجاه الإيجابي المبني على الترغيب أفضل أسلوب لتوعية القارئ والتأثير عليه، ويرى رئيس قسم الشؤون السياسية والبرلمانية في صحيفة الوطن أن أفضل أسلوب للتوعية هو القائم على خلق قناعة ذاتية بأهمية أو خطورة الفعل، وذلك بمخاطبة العقل، أما أسلوب التهريب والتخويف والغرامات والعقوبات فإن تأثيره محدود، ولا يلزم الشخص في جميع الأحوال، فقد يخالفه في حال عدم وجود رقابة¹.

ب. نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الشكل (كيف قيل؟):

ويتضمن الفئات التالية:

1. نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الأشكال الصحفية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (19)

نتائج تناول صحيفة الوطن للمعلومات المرورية حسب الأشكال الصحفية

النسبة	التكرار	الأشكال الصحفية
38.95%	37	الخبر الصحفي

¹ إيهاب محمد، رئيس قسم الشؤون السياسية والبرلمانية، صحيفة الوطن (4 فبراير 2018م) مقابلة.

النسبة	التكرار	الأشكال الصحفية
30.53%	29	إعلان التوعية
10.53%	10	التقرير الصحفي
8.42%	8	العمود الصحفي
6.31%	6	بريد القراء
5.26%	5	الكاريكاتير
0%	0	الحديث الصحفي
100%	95	المجموع

ويتبين من نتائج الجدول السابق أن "الخبر الصحفي" هو أكثر الأشكال الصحفية التي استخدمتها صحيفة الوطن لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، وجاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (38.95%)، تلاه "إعلان التوعية" في المرتبة الثانية بنسبة (30.53%)، ثم "التقرير الصحفي" في المرتبة الثالثة بنسبة (10.53%)، وفي المرتبة الرابعة "العمود" بنسبة (8.42%)، وجاء "بريد القراء" في المرتبة الخامسة بنسبة (6.31%)، يليه في المرتبة السادسة والأخيرة "الكاريكاتير" بنسبة (5.26%)، ولم تستخدم الصحيفة فن الحديث الصحفي نهائياً.

ويرجع السبب في ارتفاع نسبة استخدام الخبر الصحفي دون باقي الفنون الصحفية الأخرى إلى أنه يعتبر من الفنون السهلة والسريعة في الطرح والنشر، كما ذكرنا سابقاً. كما ويعود سبب ارتفاع نسبة إعلان التوعية إلى أنه قبل تطبيق العمل بقانون المرور لعام 2015م، تم تدشين حملة أعد النظر التي كانت تعتبر تمهيداً لطرح القانون، وكانت إعلانات التوعية تنشر يومياً في الصحيفة. ونلاحظ انخفاض نسبة الفنون الصحفية الأخرى، ويعود السبب في ذلك إلى أن الفنون الأخرى، مثل اللقاءات والأحاديث والمقابلات الصحفية، تحتاج إلى وقت طويل من حيث الترتيب لها، ناهيك عن الخبرة المطلوبة لصياغتها وتنفيذها.

وتضيف إحدى الصحفيات في ذات الشأن: "إن طبيعة الصحف اليومية تتطلب السرعة في الإنجاز، وتسليم المواد الصحفية لإعدادها للنشر بالموقع والصفحات المكتوبة باليوم التالي. فالخبر من الفنون الأساسية للعمل الصحفي، ويكون على رأس الهرم، لحاجة القارئ للمعلومة البسيطة والمباشرة، وتمثل هذه الشريحة النسبة الأكبر من قراء الصحيفة، لكن هذا لا يعني عدم الاهتمام ببقية فنون العمل الصحفي. بيد أن المقابلات تحتاج لوقت أطول؛ من حيث

ترتيب موعد اللقاء مع المصدر بحسب أولوياته، خاصة وإن كانت شخصية مسئولة بالمجتمع، وهو أمر يحتاج لوقت أطول من الخبر، حتى من حيث الإعداد للنشر. وكذلك التحقيقات، تحتاج لوقت أطول للتقصي عن الظاهرة أو المشكلة، والاستناد على معلومات وأرقام، ولقاء الجهات والأفراد المعنية لأخذ آرائهم، وكذلك التحليل والتقرير يحتاجان لمعلومات قد لا تكون متوفرة للصحفي، ويحتاج لمزيد من الوقت لحين توفيرها من قبل المصدر، وكل ذلك تحقيقاً لعنصر الدقة في العمل الصحفي¹.

2. نتائج صحيفة الوطن حسب فئة موقع المادة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (20)

نتائج تناول صحيفة الوطن للمعلومات المرورية حسب موقع المادة

النسبة	التكرار	موقع المادة
66.0%	70	الصفحات الداخلية
27.4%	29	الصفحة الأولى
6.6%	7	الصفحة الأخيرة
100%	106	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن "الصفحات الداخلية" هي أكثر الصفحات التي استخدمتها صحيفة الوطن لنشر الموضوعات المرورية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (66.0%)، تلتها "الصفحة الأولى" في المرتبة الثانية بنسبة (27.4%)، ثم "الصفحة الأخيرة" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (6.6%). وترى الباحثة أن مسألة موقع نشر المادة الصحفية ليست له معايير أو ضوابط محددة، إنما قد يرجع إلى أهمية الخبر وحجمه، حيث إن القارئ للصحيفة سيلاحظ أن الصحف تقوم بتخصيص الصفحة الأولى للأخبار والأحداث الهامة وأخبار الدوائر الحكومية، وذلك بذكر العناوين الرئيسية وجزء من الخبر، بينما تذكر التفاصيل في الصفحات الداخلية. وقد تتعلق مسألة نشر الخبر أيضاً على متانة العلاقة بين الصحيفة والجهة التي تريد أن تقوم بعملية النشر. وقد علل أحد الكتاب سبب نشر الأخبار في الصفحات الداخلية دون الأولى إلى أن معايير النشر في الصفحة الأولى من الصحيفة هي معايير خاصة بالسياسة التحريرية للصحيفة، وهي تهتم في عملية إبراز الخبر المهم في

¹ زهراء حبيب، صحفية، صحيفة الوطن (4 مارس 2018م) مقابلة.

الصفحة الأولى، وأن نسبة 27% من الموضوعات المرورية التي نشرت في الصفحة الأولى للصحيفة لا تعد بالنسبة القليلة، فالأمور التوعوية دائماً ما تنتشر في الصفحات الداخلية، والصفحات الداخلية تعد صفحات بارزة أيضاً، ولكن هنالك ترتيباً لأولويات القضايا¹.

3. نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الاستمالات:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (21)

نتائج تناول صحيفة الوطن للمعلومات المرورية حسب الاستمالات

النسبة	التكرار	الاستمالات
28.1%	63	الاستشهاد بأحداث واقعية
25.0%	56	التركيز على النواحي العاطفية للقارئ
17.9%	40	تقديم إحصاءات وأرقام
11.6%	26	ذكر وجهات نظر مؤيدة معارضة
7.6%	17	الحجج والبراهين
6.7%	15	التخويف والترهيب
2.7%	6	الاستفهام الذي يرمي إلى السخرية والاستنكار
0.4%	1	استخدام التشبيهات والاستعارات
100%	224	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر الاستمالات المستخدمة في المضامين الصحفية هي "الاستشهاد بأحداث واقعية"، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (28.1%)، تلاه "التركيز على النواحي العاطفية للقارئ" في المرتبة الثانية بنسبة (25.0%)، ثم "تقديم إحصاءات وأرقام" في المرتبة الثالثة بنسبة (17.9%)، ثم "ذكر وجهات نظر مؤيدة|معارضة" في المرتبة الرابعة بنسبة (11.6%)، وجاءت "الحجج والبراهين" في المرتبة الخامسة بنسبة (7.6%)، أما في المرتبة السادسة فقد جاءت استمالة "التخويف والترهيب" بنسبة (6.7%)، ثم في المرتبة السابعة "الاستفهام الذي يرمي إلى السخرية والاستنكار" بنسبة (2.7%)، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة جاء "استخدام التشبيهات والاستعارات" وذلك بنسبة (0.4%). ويتبين من هذا الجدول أيضاً أن المادة الصحفية المطروحة استُخدمت فيها الاستمالات العقلية أكثر

¹ سعد راشد، صحيفة البلاد، كاتب، (9 مارس 2018م) مقابلة.

من العاطفية، حيث بلغت نسبة الاستمالات العقلية (65.2%)، بينما استخدمت الاستمالات العاطفية بنسبة (34.8%). وترى الباحثة أنه كلما كان الطرح بأسلوب مرتب وعقلاني، ويحتوي على الحجج العلمية الممنهجة، وكلما تميزت الرسالة بالبساطة والوضوح، وتقديمتها بصورة مباشرة دون استخدام العبارات التي تترك للقارئ المجال لفهم الرسالة بصورة خاطئة، أو بحسب فهمه للرسالة والتحليق في عالم الخيال، كلما وصلنا إلى غايتنا في الإقناع والتوعية والإرشاد. وقد أرجع رئيس قسم الشؤون السياسية والبرلمانية في صحيفة الوطن السبب إلى أن تأثير الأسلوب العقلي أكثر إقناعاً وديمومة من الأسلوب العاطفي، الذي يكون مؤقتاً ومرتبباً بحدث ما، ويزول بانتهائه¹.

4. نتائج صحيفة الوطن حسب فئة الصورة الإيضاحية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (22)

نتائج تناول صحيفة الوطن للمعلومات المروية حسب الصورة الإيضاحية

النسبة	التكرار	الصورة الإيضاحية
40.5%	38	بدون صورة
27.7%	26	الصورة الإخبارية
22.3%	21	الصورة الشخصية
8.5%	8	الصورة التعبيرية
1.0%	1	الرسم البياني
100%	94	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن الموضوعات التي نشرت "بدون صورة" قد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بنسبة (40.5%)، وجاءت "الصورة الإخبارية" في المرتبة الثانية بنسبة (27.7%)، ثم "الصورة الشخصية" في المرتبة الثالثة بنسبة (22.3%)، تلتها "الصورة التعبيرية" في المرتبة الرابعة بنسبة (8.5%)، وجاء "الرسم البياني" في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة (1.0%). وعلى الرغم من أن الصورة - كما يقال - خير من ألف كلمة، وقد تأتي مختصرة لكل وقائع الحدث ولا يحتاج الكاتب أن يسرد تفاصيل كثيرة، وذلك لكفاية الصورة، إلا أنه في بعض الأحيان لا تأتي الصورة الملتقطة بذلك الوضوح والجودة العالية

¹ إيهاب محمد، رئيس قسم الشؤون السياسية والبرلمانية، صحيفة الوطن (4 مارس 2018م) مقابلة.

لنشرها، وقد يتم التقاط الصورة من زاوية لا تخدم فيها الموضوع، ولا تقدم له إضافة، وأحياناً قد لا تكون مناسبة للمحتوى التحريري الذي ترافقه، لذلك يتم التخلي عن نشرها، وهذا يعلل سبب ارتفاع نسبة الموضوعات الصحفية التي نشرت بدون صورة، ولذلك لا بد وأن يكون المصور الصحفي على دراية بأساسيات التصوير ومبادئه، حتى يؤهله ليكون مصوراً صحفياً ماهراً، بالإضافة إلى أن المساحة المخصصة للنشر تكون في بعض الأحيان صغيرة ولا تكفي إلا لنشر الخبر فقط.

المبحث الثالث: نتائج تحليل الصحيفتين

أ . فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟)

ويتضمن الفئات التالية:

1. نتائج تحليل المضمون حسب فئة المعلومات المرورية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (23)

نتائج تحليل مضمون تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب المعلومات المرورية

النسبة	التكرار	المعلومات المرورية
27.6%	109	التوعية بقانون المرور لسنة 2015م
17.7%	70	تغطية الحوادث المرورية
17.0%	67	التوعية بآداب المرور
9.4%	37	استحداث قرارات وتدابير لحل المشكلات المرورية
7.6%	30	شكر وثناء على جهود الإدارة العامة للمرور
6.8%	27	فعاليات وأنشطة الإدارة العامة للمرور/ الشراكة المجتمعية
5.8%	23	نقد/شكوى موجهة للإدارة العامة للمرور
2.5%	10	تطوير خدمات مقدمة للمواطنين
2.5%	10	إصدار الأحكام القضائية على مرتكبي الحوادث والمخالفات المرورية
1.8%	7	تدشين حملات توعية جديدة
1.3%	5	الرد على مقالات الكتاب
100%	395	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر المعلومات المرورية التي استخدمتها صحيفتا أخبار الخليج والوطن هي "التوعية بقانون المرور لسنة 2015م"، حيث جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (27.6%)، تلتها "تغطية الحوادث المرورية" في المرتبة الثانية بنسبة (17.7%)، ثم "التوعية بآداب المرور" في المرتبة الثالثة بنسبة (17.0%)، تلاه "استحداث

قرارات وتدابير لحل المشكلات المرورية" في المرتبة الرابعة بنسبة (9.4%)، وجاء "شكر وثناء على جهود الإدارة العامة للمرور" في المرتبة الخامسة بنسبة (7.6%)، أما في المرتبة السادسة فقد جاءت "فعاليات وأنشطة الإدارة العامة للمرور/ الشراكة المجتمعية" بنسبة (6.8%)، وجاء في المرتبة السابعة "نقد/شكوى موجهة للإدارة العامة للمرور" بنسبة (5.8%)، وفي المرتبة الثامنة "إصدار الأحكام القضائية على مرتكبي الحوادث والمخالفات المرورية" و "تطوير خدمات مقدمة للمواطنين" وذلك بنسبة (2.5%) لكل فئة، وجاء في المرتبة التاسعة "تدشين حملات توعية جديدة بنسبة (1.8%)، في حين جاء "الرد على مقالات الكتاب" في المرتبة العاشرة والأخيرة وذلك بنسبة (1.3%). وبسبب عنصر الحداثة والجدية في موضوع قانون المرور لعام 2015م، نلاحظ تركيز الصحف محل الدراسة على بث المعلومات المتصلة بهذا الموضوع، وذلك لتزويد القارئ بالمعلومات الكافية حوله، ولإزالة الغموض والشكوك المتعلقة به. ويعتبر انخفاض نسبة النقد والشكاوى الموجهة للإدارة العامة للمرور نقطة إيجابية، حيث إنها تشير إلى نجاح الاستراتيجية التي تتبناها الإدارة، والتي تعتمد على استخدام أحدث الأساليب، وتقديم أفضل الخدمات المرورية للجمهور، ورفع مستوى السلامة المرورية، بالإضافة إلى الأسس والمبادئ التي تتبعها الإدارة العامة للمرور في التجاوب والتفاعل مع حاجات المجتمع. ولا تتوانى الجهات المعنية بالشأن المروري بالرد على ما يوجه لها من تساؤلات أو استفسارات أو توضيحات، وترجع نسبة انخفاض الردود إلى انخفاض نسبة الموضوعات التي تحتاج إلى ردود أو تفسيرات.

2. نتائج تحليل المضمون حسب فئة أهداف المادة التحريرية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (24)

نتائج تحليل مضمون تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب أهداف المادة التحريرية

النسبة	التكرار	أهداف المادة التحريرية
44.0%	247	توعية
23.3%	131	عرض للموضوع مع التحليل والتفسير
15.2%	85	الحث على تبني موقف معين
7.7%	43	التعليم
6.8%	38	وضع حلول للموضوع

أهداف المادة التحريرية	التكرار	النسبة
التذكير	17	%3.0
المجموع	561	%100

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر المضامين الصحفية المنشورة كانت بهدف "التوعية" وجاءت في المرتبة الأولى بنسبة (44.0%)، تلاها "عرض للموضوع مع التحليل والتفسير" في المرتبة الثانية بنسبة (23.3%)، ثم "الحث على تبني موقف معين" في المرتبة الثالثة بنسبة (15.2%)، تلاه "التعليم" في المرتبة الرابعة بنسبة (7.7%)، وجاء "وضع حلول للموضوع" في المرتبة الخامسة وذلك بنسبة (6.8%)، وفي المرتبة السادسة والأخيرة جاء "التذكير" وذلك بنسبة (3.0%). تتطلب عملية إقناع المتلقي بموضوع معين، وجذب الانتباه إليه، حدوث ثلاث مراحل؛ أولاً: جذب الانتباه للرسالة، ثانياً: أن يستوعب القارئ محتوى الرسالة، ثالثاً: قبول توصيات الرسالة أو الموقف الذي تدعّمه¹، وهذا ما اتبعته الصحيفتان من تركيزهما على الأهداف بالترتيب الموضح في الجدول أعلاه. فتتم التوعية عن طريق جذب الانتباه للموضوع المنشور، ومن ثم محاولة إقناع القارئ، وذلك بعرض الموضوع بتفاصيله، ثم حث القارئ على تبني موقف معين من الرسالة التي تعرض لها، وفي النهاية تذكيره بين فترة وأخرى بالموضوع وأهميته، حتى لا تقل أهميته أو يتم نسيانه.

3. نتائج تحليل المضمون حسب فئة الجمهور المستهدف :

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (25)

نتائج تحليل مضمون تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب الجمهور المستهدف

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
الجمهور العام	247	%81.5
الجمهور الخاص	56	%18.5
المجموع	303	%100

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أغلب الجمهور الذي تستهدفه صحيفتا أخبار الخليج والوطن لإمداده بالمعلومات المرورية هو الجمهور العام وذلك بنسبة (81,5%)، يليه الجمهور

¹ الخاتنة، سامي محسن، النوايسة، فاطمة عبد الرحيم (2011). علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1،

الخاص بنسبة (18.5%)، وذلك لأن الجمهور العام هم الشريحة الأكبر في المجتمع والمراد إحداث التغيير في سلوكياتهم أو اتجاهاتهم أو معارفهم.

4. نتائج تحليل المضمون حسب فئة مصدر المعلومات:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (26)

نتائج تحليل مضمون تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب مصدر المعلومات

النسبة	التكرار	مصدر المعلومات
40.4%	116	بدون مصدر
24.0%	69	الإدارة العامة للمرور
23.0%	66	محرر الأخبار
7.0%	20	كتاب المقال
5.6%	16	المواطنون
100%	287	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أغلب المضامين المنشورة في الصحيفتين محل الدراسة قد نشرت "بدون مصدر" وقد جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (40.4%)، ثم في المرتبة الثانية "الإدارة العامة للمرور" بنسبة (24.0%)، تلاها "محرر الأخبار" في المرتبة الثالثة بنسبة (23.0%)، ثم "كتاب المقال" في المرتبة الرابعة بنسبة (7.0%)، تلاهم "المواطنون" في المرتبة الخامسة والأخيرة وذلك بنسبة (5.6%). وبالرجوع إلى أحد الكتاب في هذا الموضوع، فقد علل بالقول إن الصحفي في بعض الأحيان يتحفظ على ذكر المصدر، وذلك لحماية مصدره من أن يلام من جهة العمل أو يلام من المجتمع. فالصحفي يُبرز المعلومة، ولكن مع إخفاء المصدر، وهذا كثيراً ما يتكرر في الصحافة، وليس حكراً على صحيفة دون أخرى¹. وتتفق هذه النتيجة ودراسة هند عزوز التي أشارت في نتائجها إلى أن أغلب المضامين الصحفية لم تنسب لأي كاتب أو مصدر.

¹ سعد راشد، صحيفة البلاد، كاتب، (9 مارس 2018م) مقابلة.

5. نتائج تحليل المضمون حسب فئة الاتجاه:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (27)

نتائج تحليل مضمون تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب فئة الاتجاه

النسبة	التكرار	فئة الاتجاه
62.3%	187	إيجابي
35.3%	106	سلبي
2.3%	7	محايد
100%	300	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أغلب المضامين الصحفية التي عرضتها صحيفتنا أخبار الخليج والوطن لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية كانت ذات اتجاه إيجابي، حيث جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (62.3%)، تلتها في المرتبة الثانية المضامين ذات "الاتجاه السلبي" بنسبة (35.3%)، في حين جاءت المضامين الصحفية ذات الاتجاه المحايد في المرتبة الثالثة والأخيرة وذلك بنسبة (2.3%).

ب. فئات تحليل الشكل (كيف قيل؟)

1. نتائج تحليل المضمون حسب فئة الأشكال الصحفية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (28)

نتائج تحليل مضمون تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب الأشكال الصحفية

النسبة	التكرار	الأشكال الصحفية
52.1%	147	الخبر الصحفي
23.04%	65	إعلان التوعية
7.8%	22	العمود الصحفي
6.73%	19	بريد القراء
6.38%	18	التقرير الصحفي
3.6%	10	الكاركاتير

النسبة	التكرار	الأشكال الصحفية
0.35%	1	الحديث الصحفي
100%	282	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن الخبر الصحفي كان أكثر الأشكال الصحفية التي استخدمتها صحيفتا أخبار الخليج والوطن لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، حيث إنه احتل المرتبة الأولى، وذلك بنسبة (52.1%)، وجاء "إعلان التوعية" في المرتبة الثانية بنسبة (23.04%)، بينما جاء "العمود الصحفي" في المرتبة الثالثة بنسبة (7.8%)، وجاء "بريد القراء" في المرتبة الرابعة بنسبة (6.73%)، في حين جاء "التقرير الصحفي" في المرتبة الخامسة بنسبة (6.38%)، وجاء "الكاريكاتير" في المرتبة السادسة بنسبة (3.6%)، وفي المرتبة السابعة والأخيرة جاء "الحديث الصحفي" بنسبة (0.35%). ويعود سبب ارتفاع نسبة الأخبار الصحفية، دون الفنون الصحفية الأخرى، إلى أنه الفن الأساسي الذي ينبثق منه وترتكز عليه الفنون الصحفية الأخرى، بالإضافة إلى سهولة تحريره، وقلة الوقت والجهد المبذولين في إنجازه. أما عن غياب استخدام الفنون الصحفية الأخرى، كالتحقيقات واللقاءات والأحاديث الصحفية، "فذلك لأنها تكون طويلة، والقراء لا يحبون قراءة الموضوعات الطويلة، بل يحبون قراءة الخبر المختصر"، وهذا ما ذهب إليه الخبير الإعلامي بمكتب الأمين العام لجامعة الدول العربية¹. ويرجع أحد الصحفيين السبب إلى أن الصحافة ما عادت تهتم كثيراً بالفنون الصحفية الأخرى، فأصبحت الصحافة مستهلكة للمادة الخبرية، بينما التحقيق يحتاج إلى خبرة وأناة في الطرح، ومعالجة، واستنتاج، وتوثيق، وغيره، ولم تعد المؤسسات الصحفية تصبر على هذا النوع من التعاطي الصحافي. وفي المقابل، فإن الفنون الأخرى تحتاج إلى الصحافي المتمرس والمتمكن الذي يجتاز العتبة الأولى، وهي كتابة الخبر المباشر، والذي غالباً ما يكون في صحافتنا عبارة عن نقل مباشر من المصادر المتاحة. والكثير من المسؤولين لا يحبذون اللقاءات الصحفية، حتى لو كانت مرتبة سلفاً، خشية الوقوع في ما يمكن أن يجرّ عليه العتب أو اللوم والتوبيخ من المسؤولين الأرفع رتبة. هذا من جانب، ومن جانب آخر فإن عامل الوقت الذي تحتاجه المقابلة لإجرائها، وغالباً ما تطلب الجهات الحساسة أن تقرأ المقابلة قبل نشرها، فهذا يأخذ الكثير من الوقت والجهد، فلا يحبذ الكثير من المسؤولين اللقاءات المطولة². وقد اتفقت الدراسة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة عبدالله الحسن

¹ المستشار أحمد المرشد، الخبير الإعلامي بمكتب الأمين العام لجامعة الدول العربية (4 مارس 2018م).

² غسان الشهابي، كاتب صحفي، صحيفة البلاد، مقابلة (27 فبراير 2018م).

بعنوان: معالجة الصحف البحرينية لقضايا الوعي الأمني، حيث حصل الخبر الصحفي فيها على أعلى نسبة من ضمن الفنون الصحفية الأخرى.

2. نتائج تحليل المضمون حسب فئة موقع المادة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (29)

نتائج تحليل مضمون تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب موقع المادة

موقع المادة	التكرار	النسبة
الصفحات الداخلية	228	76.0%
الصفحة الأولى	60	20.0%
الصفحة الأخيرة	12	4.0%
المجموع	300	100.0%

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر المواد الصحفية نشرت في "الصفحات الداخلية" للصحفيتين، حيث جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (76.0%)، ثم "الصفحة الأولى" في المرتبة الثانية بنسبة (20.0%)، وجاءت "الصفحة الأخيرة" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (4.0%). ومن وجهة نظر رئيس قسم الشؤون السياسية والبرلمانية بصحيفة الوطن، "إن الخبر يترشح للصفحة الأولى بناء على عدة أمور، منها: أهمية الموضوع للقراء ولامسته لحاجاتهم، حجم المعلومات الجديدة المتوفرة في الخبر، بالإضافة إلى وضوح مضمون الخبر واكتمال عناصره، إذ إن كثيراً من الأخبار قد تكون غير مكتملة الفكرة، أو لا تضم إجابات للتساؤلات، وتترك كثيراً من الأسئلة معلقة"¹.

3. نتائج تحليل المضمون حسب فئة الاستمالات:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (30)

نتائج تحليل مضمون تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب الاستمالات

الاستمالات	التكرار	النسبة
التركيز على النواحي العاطفية للقارئ	198	29.6%

¹ إيهاب محمد، رئيس قسم الشؤون السياسية والبرلمانية، صحيفة الوطن (4 فبراير 2018م) مقابلة.

الاستمالات	التكرار	النسبة
الاستشهاد بأحداث واقعية	197	29.5%
تقديم إحصاءات وأرقام	87	13.1%
التخويف والترهيب	82	12.3%
ذكر وجهات نظر مؤيدة معارضة	52	7.8%
الحجج والبراهين	39	5.8%
الاستفهام الذي يرمي إلى السخرية والاستنكار	10	1.5%
استخدام التشبيهات والاستعارات	3	0.5%
المجموع	668	100 %

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر الاستمالات التي استخدمتها صحيفتا أخبار الخليج والوطن لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية هي "التركيز على النواحي العاطفية للقارئ" في المرتبة الأولى بنسبة (29.6%)، تلاها "الاستشهاد بأحداث واقعية" في المرتبة الثانية بنسبة (29.5%)، ثم "تقديم إحصاءات وأرقام" في المرتبة الثالثة بنسبة (13.1%)، تلاها "التخويف والترهيب" في المرتبة الرابعة بنسبة (12.3%)، وجاءت "ذكر وجهات نظر مؤيدة | معارضة" في المرتبة الخامسة بنسبة (7.8%)، وجاء في المرتبة السادسة استخدام "الحجج والبراهين" بنسبة (5.8%)، وجاء في المرتبة السابعة "الاستفهام الذي يرمي إلى السخرية والاستنكار" بنسبة (1.5%)، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة جاء "استخدام التشبيهات والاستعارات بنسبة (0.5%)". وقد اتفقت الدراسة مع دراسة عبدالله الحسن في أن أكثر استمالة استخدمت في المضامين الصحفية المنشورة هي "التركيز على النواحي العاطفية للقارئ".

ويتبين كذلك من نتائج الجدول السابق، أن الاستمالات العقلية استخدمتها صحيفتا أخبار الخليج والوطن لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية أكثر من الاستمالات العاطفية، حيث جاءت الاستمالات العقلية في المرتبة الأولى بنسبة (56.3%)، و"الاستمالات العاطفية" في المرتبة الثانية بنسبة (44.0%). و تفوقت الاستمالات العقلية على الاستمالات العاطفية في عملية الإقناع، وذلك أن الاستمالات العقلية تكون أكثر إقناعاً، ويدوم تأثيرها أكثر من الاستمالات العاطفية التي تكون مؤقتة ومرتبطة بحدث ما في وقت معين، بالإضافة إلى أن الاستمالات العاطفية يكون استخدامها في مجال الإعلانات والحملات التوعوية أكثر، وهذا ما لاحظته الباحثة في فترة الحملة الإعلامية للتوعية بقانون المرور لعام 2015م، حيث نشرت

إعلانات التوعية في الصحفتين لمدة 21 يوم تقريباً قبل العمل بقانون المرور الجديد، وتم في بعضها استخدام العبارات التي تلامس عاطفة القارئ.

4. نتائج تحليل المضمون حسب فئة الصورة الإيضاحية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (31)

نتائج تحليل مضمون تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب الصورة الإيضاحية

النسبة	التكرار	الصورة الإيضاحية
38.1%	107	الصورة الإخبارية
35.2%	99	بدون صورة
16.3%	46	الصورة الشخصية
10.0%	28	الصورة التعبيرية
0.4%	1	الرسم البياني
100%	281	المجموع

يتبين من نتائج الجدول السابق أن أكثر الصور الإيضاحية التي استخدمتها صحيفتا أخبار الخليج والوطن لإمداد الجمهور بالمعلومات المرورية هي "الصورة الإخبارية"، حيث جاءت في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (38.1%)، ثم عرض المضامين "بدون صورة" في المرتبة الثانية بنسبة (35.2%)، ثم "الصورة الشخصية" في المرتبة الثالثة وذلك بنسبة (16.3%)، تلتها "الصورة التعبيرية" في المرتبة الرابعة بنسبة (10.0%)، وجاء في المرتبة الخامسة "الرسم البياني" بنسبة (0.4%). ويرجع السبب في ارتفاع نسبة استخدام الصور الإخبارية إلى أنها تكون مرتبطة بالحدث نفسه، فتقلبه كما هو، كما أنها تركز في ذهن القارئ أكثر، حيث كشف عدد من الدراسات أن استخدام الصور المكررة، والتي تساعد في التعبير عن حدث مشابه، لا تثبت في ذهن القارئ، وتسبب له الملل، على عكس الصور التي تُلَنَقَط من قلب الحدث.

المبحث الرابع

مقارنة بين نتائج تحليل مضمون الصحف محل الدراسة

أ . فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟)

ويتضمن الفئات التالية:

1. نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة المعلومات المرورية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (32)

نتائج المقارنة بين تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب المعلومات المرورية

المعلومات المرورية	أخبار الخليج		الوطن		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تغطية الحوادث المرورية	64	%26.4	6	%3.9	70	%17.7
التوعية بقانون المرور لسنة 2015م	59	%24.4	50	%32.7	109	%27.6
التوعية بأداب المرور	34	%14.1	33	%21.6	67	%17.0
شكر وثناء على جهود الإدارة العامة للمرور	20	%8.3	10	%6.5	30	%7.6
استحداث قرارات وتدابير لحل المشكلات المرورية	16	%6.6	21	%13.7	37	%9.4
نقد/شكوى موجهة للإدارة العامة للمرور	16	%6.6	7	%4.6	23	%5.8
فعاليات وأنشطة الإدارة العامة للمرور/ الشراكة المجتمعية	14	%5.8	13	%8.5	27	%6.8
إصدار الأحكام القضائية على مرتكبي الحوادث والمخالفات المرورية	9	%3.7	1	%0.6	10	%2.5

المعلومات المرورية		أخبار الخليج		الوطن		المجموع	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
تطوير خدمات مقدمة للمواطنين	5	%2.1	5	%3.3	10	%2.5	10
تدشين حملات توعية جديدة	3	%1.2	4	%2.6	7	%1.8	7
الرد على مقالات الكتاب	2	%0.8	3	%2.0	5	%1.3	5
المجموع	242	%100	153	%100	395	%100	395

يتضح من نتائج الجدول السابق أن المعلومات المرورية حول "تغطية الحوادث المرورية" جاءت في المرتبة الأولى في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (26.4%)، بينما جاءت في المرتبة السابعة في صحيفة الوطن بنسبة (3.9%). وجاءت "التوعية بقانون المرور لسنة 2015م" في المرتبة الثانية في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (24.4%)، بينما جاءت في المرتبة الأولى في صحيفة الوطن بنسبة (32.7%). وجاءت "التوعية بأداب المرور" في المرتبة الثالثة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (14.1%)، بينما جاءت في المرتبة الثانية في صحيفة الوطن وذلك بنسبة (21.6%). وجاءت المعلومات حول "شكر وثناء على جهود الإدارة العامة للمرور" في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الرابعة بنسبة (8.3%)، بينما جاءت في المرتبة الخامسة في صحيفة الوطن بنسبة (6.5%). وجاءت المعلومات المتعلقة بـ "استحداث قرارات وتدابير لحل المشكلات المرورية" في المرتبة الخامسة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (6.6%)، بينما جاءت في المرتبة الثالثة في صحيفة الوطن بنسبة (13.7%). جاءت الموضوعات حول "نقد/شكوى موجهة للإدارة العامة للمرور" في المرتبة الخامسة أيضاً في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (6.6%)، بينما جاءت في المرتبة السادسة في صحيفة الوطن بنسبة (4.6%). وجاءت الموضوعات حول "فعاليات وأنشطة الإدارة العامة للمرور/ الشراكة المجتمعية" في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة السادسة بنسبة (5.8%)، بينما جاءت في المرتبة الرابعة في صحيفة الوطن بنسبة (8.5%). وجاءت الموضوعات حول "إصدار الأحكام القضائية على مرتكبي الحوادث والمخالفات المرورية" في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة السابعة بنسبة (3.7%)، بينما جاءت في المرتبة الحادية عشرة في صحيفة الوطن بنسبة (0.6%). جاءت الموضوعات حول "تطوير خدمات مقدمة للمواطنين" في المرتبة الثامنة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (2.1%)، وكذلك في صحيفة الوطن بنسبة (3.3%).

جاءت الموضوعات حول "تدشين حملات توعية جديدة" في المرتبة التاسعة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (1.2%)، وكذلك جاءت في صحيفة الوطن في المرتبة التاسعة وذلك بنسبة (2.6%). وأخيراً جاءت الموضوعات حول "الرد على مقالات الكتاب" في المرتبة العاشرة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (0.8%)، بينما جاءت في المرتبة العاشرة في صحيفة الوطن بنسبة (2.0%).

2. نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة أهداف المادة التحريرية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (33)

نتائج المقارنة بين تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب أهداف المادة التحريرية

أهداف المادة التحريرية		أخبار الخليج		الوطن		المجموع	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
التوعية	163	44,3%	84	43,52%	247	44,0%	
عرض للموضوع مع التحليل والتفسير	97	26,4%	34	17,62%	131	23,3%	
الحث على تبني موقف معين	51	13,9%	34	17,62%	85	15,2%	
التعليم	26	7%	17	8,81%	43	7,7%	
وضع حلول للموضوع	21	5,7%	17	8,81%	38	6,8%	
التذكير	10	2,7%	7	3,62%	17	3,0%	
المجموع	368	100,0%	193	100,0%	561	100,0%	

يتضح من نتائج الجدول السابق أن هدف التوعية في صحيفة أخبار الخليج جاء في المرتبة الأولى بنسبة (66,0%)، وكذلك جاء هدف التوعية في صحيفة الوطن في المرتبة الأولى بنسبة (34,0%). وجاء هدف عرض الموضوع مع التحليل والتفسير في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الثانية بنسبة (74,0%)، بينما جاء في صحيفة الوطن في المرتبة الثالثة بنسبة (26,0%). وجاء هدف الحث على تبني موقف معين في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الثالثة بنسبة (60,0%)، بينما جاء في صحيفة الوطن في المرتبة الثانية بنسبة (40,0%). وجاء هدف التعليم في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الرابعة بنسبة (60,5%)،

وجاء كذلك في صحيفة الوطن في المرتبة الرابعة بنسبة (39,5%). وجاء هدف وضع حلول للموضوع في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الخامسة بنسبة (55,3%)، وجاء في نفس المرتبة في صحيفة الوطن بنسبة (44,7%). وجاء هدف التذكير في المرتبة السادسة والأخيرة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (58,5%)، وكذلك جاء هدف التذكير في صحيفة الوطن في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة (41,2%). ومن الملاحظ أن هنالك تقارباً كبيراً بين ترتيب أهداف المادة التحريرية المنشورة في كلا الصحيفتين.

3. نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة الجمهور المستهدف :

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (34)

نتائج المقارنة بين تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب الجمهور المستهدف

المجموع		الوطن		أخبار الخليج		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف
%81.5	247	%79.0	83	%82.8	164	الجمهور العام
%18.5	56	%21.0	22	%17.2	34	الجمهور الخاص
%100	303	%100	105	%100	198	المجموع

يتضح من نتائج الجدول السابق أن صحيفتي أخبار الخليج والوطن اهتمتا بالجمهور العام في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (82.8%) في صحيفة أخبار الخليج، وبنسبة (79.0%) في صحيفة الوطن. وجاء الجمهور الخاص في المرتبة الثانية لكلا الصحيفتين، وذلك بنسبة (17.2%) في صحيفة أخبار الخليج، وبنسبة (21.0%) في صحيفة الوطن. ويدل ذلك على اتفاق الصحيفتين في أن الخطاب موجه لعامة الجماهير، دون تخصيصه لأشخاص بأعينهم، وذلك أن الموضوع يهم جميع الفئات، ولا يقتصر على فئة دون أخرى.

4. نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة مصدر المعلومات:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (35)

نتائج المقارنة بين تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب مصدر المعلومات

مصدر المعلومات	أخبار الخليج		الوطن		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
بدون مصدر	38.3%	72	44.4%	44	40.4%	116
محرر الأخبار	27.7%	52	14.1%	14	23.0%	66
الإدارة العامة للمرور	20.7%	39	30.3%	30	24.0%	69
كتاب المقال	6.9%	13	7.1%	7	7.0%	20
المواطنين	6.4%	12	4.0%	4	5.6%	16
المجموع	100%	188	100%	99	100%	287

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الموضوعات المنشورة بدون ذكر مصدرها جاءت في المرتبة الأولى في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (38.3%)، وكذلك جاءت في المرتبة الأولى في صحيفة الوطن وذلك بنسبة (44.4%). وجاءت الموضوعات التي كان مصدرها محرري الأخبار في المرتبة الثانية في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (27.7%)، بينما جاءت الموضوعات التي كان مصدرها محرري الأخبار في المرتبة الثالثة في صحيفة الوطن بنسبة (14.1%). وجاءت الموضوعات التي مصدرها الإدارة العامة للمرور في المرتبة الثالثة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (20.7%)، بينما جاءت الموضوعات التي مصدرها الإدارة العامة للمرور في المرتبة الثانية في صحيفة الوطن بنسبة (30.3%). وجاءت الموضوعات التي مصدرها كتاب المقال في المرتبة الرابعة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (6.9%)، وكذلك جاءت الموضوعات التي مصدرها كتاب المقال في المرتبة الرابعة في صحيفة الوطن بنسبة (7.1%). وجاءت الموضوعات التي كان مصدرها المواطنين في المرتبة الخامسة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (6.4%) وكذلك جاءت الموضوعات التي كان مصدرها المواطنين في المرتبة الخامسة في صحيفة الوطن وذلك بنسبة (4.0%).

5. نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة الاتجاه:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (36)

نتائج المقارنة بين تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب فئة الاتجاه

فئة الاتجاه	أخبار الخليج		الوطن		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الإيجابي	53.33%	104	79.0%	83	62.3%	187
السلبي	45.64%	89	16.2%	17	35.3%	106
المحايد	1.03%	2	4.8%	5	2.3%	7
المجموع	100%	195	100%	105	100%	300

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الاتجاه الإيجابي في صحيفة أخبار الخليج جاء في المرتبة الأولى بنسبة (3.33%)، وكذلك جاء الاتجاه الإيجابي في المرتبة الأولى في صحيفة الوطن بنسبة (79.0%). وجاء الاتجاه السلبي في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الثانية بنسبة (45.64%)، وكذلك جاء الاتجاه السلبي في المرتبة الثانية في صحيفة الوطن بنسبة (16.2%). وجاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثالثة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (1.03%) وكذلك جاء الاتجاه المحايد في المرتبة الثالثة في صحيفة الوطن بنسبة (4.8%). ونلاحظ التوافق بين الصحيفتين في عرضهما للموضوعات المرورية، حيث تعتمد الصحيفتان على الاتجاه الإيجابي في عرضهما للمعلومات المرورية، وذلك لما لهذا الاتجاه من تأثير في إحداث تغيير أكثر وأكبر على القارئ من الاتجاه السلبي.

ب. فئات تحليل الشكل (كيف قيل؟)

ويتضمن الفئات التالية:

1. نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة الأشكال الصحفية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (37)

نتائج المقارنة بين تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب الأشكال الصحفية

الأشكال الصحفية	أخبار الخليج		الوطن		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الخبر الصحفي	58.9%	110	38.95%	37	52.1%	147
إعلان التوعية	19.3%	36	30.53%	29	23.04%	65
العمود الصحفي	7.5%	14	8.42%	8	7.8%	22
بريد القراء	6.9%	13	6.31%	6	6.73%	19
التقرير الصحفي	4.3%	8	10.53%	10	6.38%	18
الكاريكاتور	2.6%	5	5.26%	5	3.6%	10
الحديث الصحفي	0.5%	1	0%	0	0.35%	1
المجموع	100%	187	100%	95	100%	282

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الخبر الصحفي في صحيفة أخبار الخليج احتل المرتبة الأولى من بين الفنون الصحفية الأخرى وذلك بنسبة (58.9%)، وكذلك احتل الخبر الصحفي في صحيفة الوطن المرتبة الأولى بين الفنون الصحفية الأخرى بنسبة (38.95%). وجاء إعلان التوعية في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الثانية بنسبة (19.3%)، وجاء كذلك إعلان التوعية في المرتبة الثانية في صحيفة الوطن بنسبة (30.53%). وجاء العمود الصحفي في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الثالثة بنسبة (7.5%)، بينما جاء العمود الصحفي في صحيفة الوطن في المرتبة الرابعة بنسبة (8.42%). وجاء بريد القراء في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الرابعة بنسبة (6.9%)، بينما جاء بريد القراء في صحيفة الوطن في المرتبة الخامسة بنسبة (6.31%). وجاء التقرير الصحفي في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (4.3%)، بينما جاء التقرير الصحفي في صحيفة الوطن في المرتبة الثانية وذلك بنسبة

(10.53%). وجاء الكاريكاتير في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة السادسة وذلك بنسبة (2.6%)، وكذلك جاء الكاريكاتير في صحيفة الوطن في المرتبة السادسة بنسبة (5.26%). وجاء الحديث الصحفي في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة السابعة والأخيرة وذلك بنسبة (0.5%)، بينما لم تستخدم صحيفة الوطن الحديث الصحفي. ونلاحظ من النتائج أعلاه بأنّ الصّحيفتين اهتمتا بالخبر الصحفي في المرتبة الأولى، وإعلان التوعية في المرتبة الثانية لكلا الصّحيفتين. ويرجع اهتمامهما بالخبر الصحفي دون الفنون الصحفيّة الأخرى إلى أن الخبر الصحفي هو حجر الأساس والركيزة الأساسية التي تركز عليها كل الفنون الصحفيّة الأخرى، فلا بد من الصحفي أو العامل في مجال الإعلام أن يكون ملماً بأساسيات كتابة الخبر وصياغته حتى يتمكن ويكون من السهل عليه أن يكتب ويحرر الفنون الصحفيّة الأخرى. واهتمتا كذلك بإعلان التوعية، حيث حرصت الصّحيفتان على نشر إعلانات التوعية الخاصة بقانون المرور لعام 2015 المتصلة بالحملة الإعلامية "أعد النظر" التي دشنتها الإدارة العامة للمرور للتوعية بقانون المرور الجديد.

2. نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة موقع المادة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (38)

نتائج المقارنة بين تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب موقع المادة

موقع المادة	أخبار الخليج		الوطن		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الصفحات الداخلية	158	81.4%	70	66.0%	228	76.0%
الصفحة الأولى	31	16.0%	29	27.4%	60	20.0%
الصفحة الأخيرة	5	2.6%	7	6.6%	12	4.0%
المجموع	194	100%	106	100%	300	100%

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أكثر الموضوعات الصحفيّة نشرت في الصفحات الداخلية، وجاءت في المرتبة الأولى لصحيفة أخبار الخليج بنسبة (81.4%)، وكذلك في صحيفة الوطن بنسبة (66.0%). وجاء نشر الموضوعات الصحفيّة في الصفحة الأولى في المرتبة الثانية في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (16.0%)، وجاء كذلك نشر الموضوعات الصحفيّة في الصفحة الأولى في المرتبة الثانية لصحيفة الوطن بنسبة (27.4%). وجاء في

المرتبة الثالثة نشر الموضوعات الصحفية في الصفحة الأخيرة لصحيفة أخبار الخليج بنسبة (2.6%)، وكذلك في صحيفة الوطن بنسبة (6.6%). يتبين من نتائج المقارنة أعلاه التوافق في ترتيب مواقع نشر الموضوعات المرورية في الصفتين، وكما ذكرنا سالفاً أن قلة النشر في الصفحة الأولى هي عدم تحملها لهذا الكم من الأخبار خصوصاً أنها صفحة واحدة على عكس الصفحات الداخلية التي يصل عددها إلى أكثر من عشرين صفحة في الصحيفة.

3. نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة الاستمالات الإقناعية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (39)

نتائج المقارنة بين تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب الاستمالات الإقناعية

المجموع		الوطن		أخبار الخليج		الاستمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%29.6	198	%25.0	56	%32	142	التركيز على النواحي العاطفية للقارئ
%29.5	197	%28.1	63	%30.2	134	الاستشهاد بأحداث واقعية
%12.3	82	%6.7	15	%15	67	التخويف والترهيب
%13.1	87	%17.9	40	%10.5	47	تقديم إحصاءات وأرقام
%7.8	52	%11.6	26	%5.9	26	ذكر وجهات نظر مؤيدة معارضة
%5.8	39	%7.6	17	%5.0	22	الحجج والبراهين
%1.5	10	%2.7	6	%0.9	4	الاستفهام الذي يرمي إلى السخرية والاستكثار
%0.5	3	%0.4	1	%0.5	2	استخدام التشبيهات والاستعارات
% 100	668	%100	224	%100	444	المجموع

يتضح من نتائج الجدول السابق أن استمالة "التركيز على النواحي العاطفية للقارئ" في صحيفة أخبار الخليج جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (32%)، في حين جاءت نفس الاستمالة

في صحيفة الوطن في المرتبة الثانية بنسبة (25.0%). وجاءت استمالة "الاستشهاد بأحداث واقعية" في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الثانية بنسبة (30.2%)، في حين جاءت في صحيفة الوطن في المرتبة الأولى بنسبة (28.1%). وجاءت استمالة "التخويف والترهيب" في المرتبة الثالثة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (15%)، بينما جاءت في صحيفة الوطن في المرتبة السادسة وذلك بنسبة (6.7%). وجاءت استمالة "تقديم إحصاءات وأرقام" في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الرابعة بنسبة (10.5%)، بينما جاءت في صحيفة الوطن في المرتبة الثالثة بنسبة (17.9%). وجاءت استمالة "ذكر وجهات نظر مؤيدة أو معارضة" في المرتبة الخامسة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (5.9%)، بينما جاءت في المرتبة الرابعة في صحيفة الوطن وذلك بنسبة (1.6%). وجاءت استمالة "الحجج والبراهين" في المرتبة السادسة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (5.0%)، بينما جاءت في صحيفة الوطن في المرتبة الخامسة بنسبة (7.6%). وجاءت استمالة "الاستفهام الذي يرمي إلى السخرية والاستكثار" في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة السابعة بنسبة (0.9%)، وكذلك جاءت في صحيفة الوطن في المرتبة السابعة بنسبة (2.7%). وجاءت استمالة "استخدام التشبيهات والاستعارات" في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الثامنة بنسبة (0.5%)، وكذلك جاءت في صحيفة الوطن في المرتبة الثامنة بنسبة (0.4%).

4. نتائج المقارنة بين الصحف حسب فئة الصورة الإيضاحية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (40)

نتائج المقارنة بين تناول الصحف للمعلومات المرورية حسب الصورة الإيضاحية

الصورة الإيضاحية		أخبار الخليج		الوطن		المجموع	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الصورة الإخبارية	81	43.3%	26	27.7%	107	38.1%	
بدون صورة	61	32.6%	38	40.5%	99	35.2%	
الصورة الشخصية	25	13.4%	21	22.3%	46	16.3%	
الصورة التعبيرية	20	10.7%	8	8.5%	28	10.0%	
الرسم البياني	0	0.0%	1	1.0%	1	0.4%	
المجموع	187	100%	94	100%	281	100%	

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الصورة الإخبارية جاءت في المرتبة الأولى في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (43.3%)، بينما جاءت في صحيفة الوطن في المرتبة الثانية بنسبة (27.7%). وجاءت الموضوعات التي نشرت بدون صورة في المرتبة الثانية في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (32.6%)، بينما جاءت في المرتبة الأولى في صحيفة الوطن وذلك بنسبة (40.5%). وجاءت الصورة الشخصية في صحيفة أخبار الخليج في المرتبة الثالثة بنسبة (13.4%)، وكذلك جاءت الصورة الشخصية في صحيفة الوطن في المرتبة الثالثة بنسبة (22.3%). وجاءت الصورة التعبيرية في المرتبة الرابعة في صحيفة أخبار الخليج بنسبة (10.7%)، وكذلك جاءت الصورة التعبيرية في صحيفة الوطن في المرتبة الرابعة بنسبة (8.5%). وجاء الرسم البياني في المرتبة الخامسة صحيفة أخبار الخليج بنسبة (0,0%)، حيث لم تستخدم الصحيفة هذا النوع من الصور، بينما جاء الرسم البياني في صحيفة الوطن في المرتبة الخامسة بنسبة (1.0%).

الفصل الرابع

نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: خصائص عينة الدراسة

ثانياً: علاقة القارئ بالصحف

ثالثاً: رأي القارئ في تناول الصحف للموضوعات المرورية

رابعاً: رضا الجمهور عن أداء الصحيفة في إمداده بالمعلومات المرورية

اختبار فروض الدراسة

النتائج العامة للدراسة

مقترحات الدراسة

أولاً: خصائص عينة الدراسة

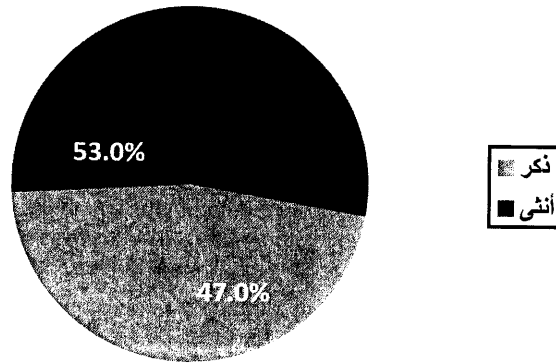
• توزيع العينة حسب متغير النوع

جدول (41)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
أنثى	214	53.0%
ذكر	186	47.0%
المجموع	400	100%

يتبين من الجدول السابق وجود ارتفاع بسيط لنسبة الإناث في عينة الدراسة على الذكور، حيث بلغت نسبة الإناث (53.0%)، في حين بلغت نسبة الذكور (47.0%)، والشكل التالي يوضح هذه النتائج:



شكل (1) توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع

ويرجع سبب ارتفاع نسبة الإناث على الذكور إلى إقبالهن أكثر على التعاون مع الباحثة لتعبئة الاستبيان، بينما امتنع عدد قليل من الذكور عن تعبئة الاستبيان بسبب عدم امتلاك الوقت والانشغال بأعمال أخرى تحول دون المشاركة.

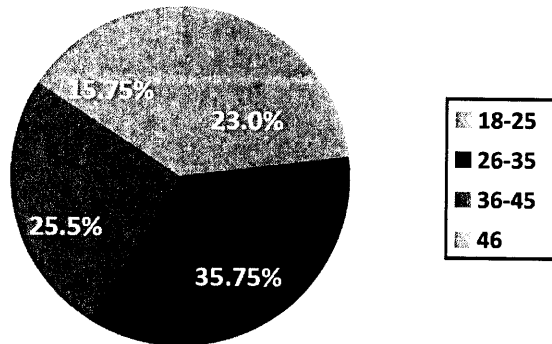
• توزيع العينة حسب متغير العمر

جدول (42)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية
من 18 سنة إلى 25 سنة	92	23%
من 26 سنة إلى 35 سنة	143	35.75%
من 36 سنة إلى 45 سنة	102	25.5%
46 سنة فأكثر	63	15.75%
المجموع	400	100%

توضح نتائج الجدول السابق أن العينة توزعت على الفئات العمرية بنسب مختلفة، فقد جاءت الفئة العمرية " من 26 سنة إلى 35 سنة " في المرتبة الأولى حيث بلغت (35.75%)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة العمرية " من 36 سنة إلى 45 سنة " بنسبة (25.5%)، ومن ثم في المرتبة الثالثة جاءت الفئة العمرية " من 18 سنة إلى 25 سنة " بنسبة (23%)، تلتها في المرتبة الرابعة الفئة العمرية " 46 سنة فأكثر " بنسبة (15.75%) من العينة، وكانت أقل نسبة، والشكل التالي يوضح ذلك:



شكل (2) توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر توزيع العينة حسب متغير العمر

ويمكن تفسير ارتفاع عدد قراء الصحف من الفئة العمرية من 26 سنة إلى 35 سنة، بأن هذه الفئة تكون أغلبها على الأقل من الموظفين. ومن واقع الحياة، فإن هذه الفئة تكون أكثر نضجاً

ووعياً بأهمية الاطلاع على الأحداث الجارية في المجتمع، وذلك عبر قراءة الصحف، بالإضافة إلى أنها تكون أكثر ترتيباً وتنظيماً في الوقت، مما يمكنهم من تخصيص وقت للقراءة، على عكس الفئة العمرية من 18 سنة إلى 25، فهي غالباً ما قد تكون من فئة الطلبة الجامعيين. وبحكم الحياة الجامعية والانشغال بالدروس، يكون من الصعب توفير وقت لقراءة الصحف. بينما تتخفف نسبة الفئة العمرية من 46 سنة فأكثر في الاطلاع على الصحف بسبب تفضيلها الاستماع إلى الإذاعة أو مشاهدة الأخبار عبر التلفاز.

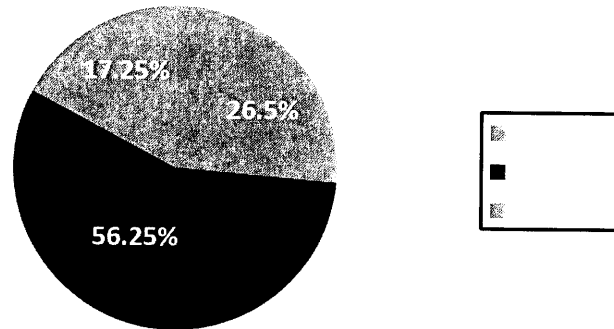
• توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

جدول (43)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	العدد	المستوى التعليمي
56.25%	225	جامعي
26.5%	106	ثانوي فأقل
17.25%	69	دراسات عليا
100 %	400	المجموع

يتضح من نتائجه الجدول السابق أن نسبة الجامعيين شكلت أكثر من نصف العينة، ونسبة بلغت (56.25%)، وبلغت نسبة حملة مؤهل الثانوية العامة فأقل (26.5%)، ونسبة مؤهل الدراسات العليا (17.25%)، والشكل التالي يوضح هذه النتائج:



شكل (3) توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

ولعل السبب يرجع في ارتفاع نسبة حملة المؤهل الجامعي، في قراءة الصحف والاطلاع عليها، في أن المستوى التعليمي للفرد يحتم عليه الاطلاع المستمر على الصحف، ومواكبة آخر الأحداث الحاصلة في المجتمع الذي يعيش فيه وخارجه. ويستنتج من النتائج المبينة أعلاه أن مملكة البحرين تعد واحدة من الدول التي تهتم بالتعليم، وتضعه ضمن أولويات الخطط التنموية. فهي تحتل المرتبة الثانية عربياً من ناحية التعليم، وفقاً لتقرير المنتدى الاقتصادي العالمي الخاص بترتيب مؤشر رأس المال البشري، فيما تحتل المرتبة 47 عالمياً¹.

• توزيع العينة حسب متغير الحالة المهنية

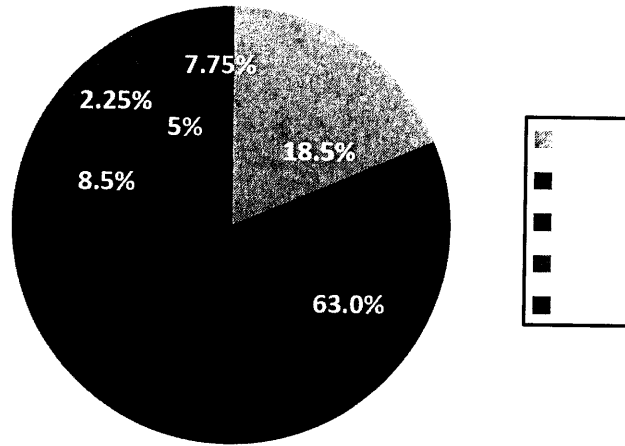
جدول (44)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة المهنية

الحالة المهنية	العدد	النسبة المئوية
موظف	252	63%
طالب	74	18.5%
متقاعد	34	8.5%
أخرى (أعمال حرة، عاطل، ربة منزل)	31	7.75%
عامل	9	2.25%
المجموع	400	100%

توضح نتائج الجدول السابق أن غالبية العينة كانت من الموظفين، وبلغت نسبتهم (63.6%)، وبلغت نسبة الطلبة (18.5%)، ونسبة المتقاعدين (8.5%) من العينة، في حين بلغت نسبة العمال (2.25%)، وباقي العينة كانت من الفئات الأخرى، كالأعمال الحرة والعاطلين عن العمل وربات البيوت، وبلغت نسبتهم (7.75%)، والشكل التالي يوضح ذلك:

¹ صحيفة الأيام، البحرين الثانية عربياً في التعليم، الخميس، 5 أكتوبر 2017م، العدد 10406، ص8.



شكل (4) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة المهنية

ويرجع السبب في ارتفاع نسبة قراء الصحف من الموظفين من وجهة نظر الباحثة ومن واقع الحياة الوظيفية، وهو للاطلاع على ما هو جديد من أحداث حاصلة في المجتمع، وما يحدث فيه من تغيرات قد تؤثر على طبيعة العمل، أو على الأوضاع الاقتصادية في المجتمع.

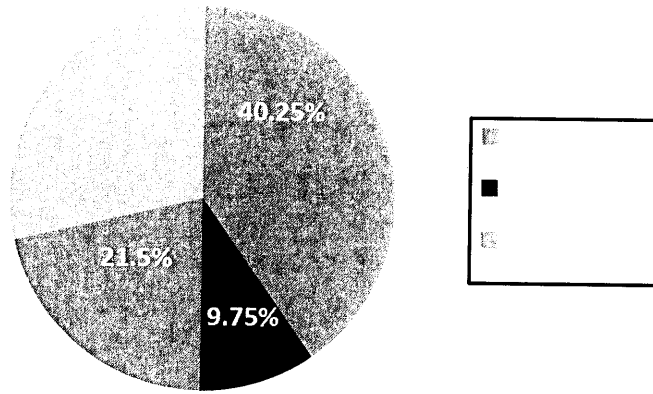
• توزيع العينة حسب متغير منطقة السكن:

جدول (45)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير منطقة السكن

المحافظة	العدد	النسبة المئوية
محافظة المحرق	161	40.25%
المحافظة الجنوبية	114	28.5%
المحافظة الشمالية	86	21.5%
محافظة العاصمة	39	9.75%
المجموع	400	100%

يتضح من الجدول السابق أن سكان محافظة المحرق شكلوا أعلى نسبة من عينة الدراسة، وبلغت (40.25%)، ثم سكان المحافظة الجنوبية بنسبة (28.5%)، وبلغت نسبة سكان المحافظة الشمالية (21.5%) من العينة، ونسبة سكان محافظة العاصمة (9.75%) التي شكلت أقل نسبة، والشكل التالي يوضح ذلك:



شكل (5) توزيع عينة الدراسة حسب متغير منطقة السكن

ويمكن السبب في ارتفاع نسبة المشاركين من محافظة المحرق في الاستبيان إلى انخفاض نسبة الأجانب فيها وغير الناطقين باللغة العربية حيث تبلغ نسبتهم (47%) حيث أن أغلب سكان مناطق هذه المحافظة من العوائل البحرينية، على عكس محافظة العاصمة التي يشكل فيها الأجانب ما نسبته (69%)¹.

¹ صحيفة أخبار الخليج، الثلاثاء 11 أكتوبر 2017 م، العدد: 14081، ص 1.

ثانياً: علاقة القارئ بالصحف

تم التوصل إلى هذه النتائج بعد تحليل البيانات باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS:

1. الصحيفة التي تفضل العينة قراءتها:

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (46)

النتائج المتعلقة بالصحيفة التي تفضل العينة قراءتها

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
الأيام	142	35.5%
أخبار الخليج	138	34.5%
الوطن	97	24.25%
البلاد	13	3.25%
GDN	7	1.75%
DT	3	0.75%
المجموع	400	100%

يتبين من الجدول السابق أن أكثر الصحف التي تفضل العينة قراءتها هي "الأيام"، ويفضلها ما نسبته (35.5%) من العينة، تلتها بنسبة قريبة في المرتبة الثانية "أخبار الخليج"، ويفضلها ما نسبته (34.5%) من العينة، ثم في المرتبة الثالثة "الوطن" ويفضلها ما نسبته (24.25%) من العينة، وجاءت بعد هذه الصحف الثلاث الصحف الأخرى بنسب ضئيلة وهي "البلاد" ويفضلها ما نسبته (3.25%) من العينة، تبعها "GDN" ويفضلها ما نسبته (1.75%) من العينة، ثم في المرتبة الأخيرة "DT" ويفضلها ما نسبته (0.75%) من العينة. ونلاحظ أن هنالك فرقاً بسيطاً بين نسبة العينة التي تفضل قراءة صحيفة الأيام ونسبة العينة التي تفضل قراءة صحيفة أخبار الخليج، وقد يعود السبب إلى أنهما أقدم صحيفتين في مملكة البحرين، حيث صدر العدد الأول من صحيفة أخبار الخليج في عام 1976م، وصدر العدد الأول من صحيفة الأيام في عام 1989م.

2. معدل قراءة العينة للصحف:

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (47)

النتائج المتعلقة بمعدل قراءة العينة للصحف

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
ثلاثة أيام في الأسبوع	218	54.5%
يومياً	106	26.5%
خمسة أيام في الأسبوع	76	19%
المجموع	400	100%

تظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر من نصف عينة الدراسة بقليل كان معدل قراءتهم للصحف ثلاثة أيام في الأسبوع، وبلغت نسبتهم (54.5%)، وما نسبته (26.5%) من العينة يقومون بقراءة الصحف يومياً. في حين أن (19%) منهم كان معدل قراءتهم للصحف خمسة أيام في الأسبوع. ويرجع سبب ارتفاع نسبة معدل قراءة الصحف ثلاثة أيام في الأسبوع في وجهة نظر عدد من العينة إلى تكرار الأخبار وتشابه الأحداث اليومية، مما لا يستدعي قراءة الصحف بشكل يومي.

3. الوقت الذي تقضيه العينة في قراءة الصحف:

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (48)

النتائج المتعلقة بالوقت الذي تقضيه العينة في قراءة الصحف

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	328	82%
من ساعة إلى أقل من ساعتين	59	14.75%
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	9	2.25%
من ثلاث ساعات فأكثر	4	1.0%
المجموع	400	100%

تظهر نتائج الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة كان معدل قراءتهم للصحف أقل من ساعة يومياً، وبلغت نسبتهم (82.0%)، وما نسبته (14.75%) منهم معدل قراءتهم للصحف من ساعة إلى أقل من ساعتين، و(2.25%) من العينة معدل قراءتهم للصحف من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات يومياً، في حين أن (1.0%) فقط من العينة يقومون بقراءة الصحف من ثلاث ساعات فأكثر يومياً. ولعل السبب في ارتفاع نسبة قارئ الصحف في أقل من ساعة يعود إلى عصر السرعة والتطور التكنولوجي. فالقارئ للصحيفة يريد أن يحصل على أكبر حجم من المعلومات في أقل وقت، فيتصفح الصحيفة بإلقاء النظر على أهم الأخبار، دون التدقيق في التفاصيل، بالإضافة إلى توفر النسخ الإلكترونية من الصحف، والذي قلل الاعتماد على قراءة الصحف المطبوعة وسرّع من عملية تصفحها.

4. وقت قراءة العينة الصحف:

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (49)

النتائج المتعلقة بوقت قراءة العينة الصحف

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
أيام العمل	162	40.5%
في حال وقوع حدث معين	164	41%
أيام العطل	60	15%
أيام الدراسة	14	3.5%
المجموع	400	100%

تظهر نتائج الجدول السابق أن أعلى نسبة من عينة الدراسة يقومون بقراءة الصحف في حال وقوع حدث معين، وبلغت نسبتهم (41.0%)، ونسبة قريبة بلغت (40.5%) يقومون بقراءة الصحف أيام العمل، و(15%) من العينة يقومون بقراءة الصحف أيام العطل، في حين أن (3.5%) فقط من العينة يقومون بقراءة الصحف أيام الدراسة. وهنا تتجلى وظائف الصحافة عبر استطلاع البيئة وإمداد القارئ بالمعلومات حول الأحداث الحاصلة في المجتمع، حيث إن أعلى نسبة من القراء يلجأون لقراءة الصحف في حال حدوث حدث معين، وذلك يدل على أهمية الصحافة. ويعلل ارتفاع قراءة الصحف في أيام العمل أن غالبية العينة التي تقرأ الصحف هي من الموظفين، حيث بلغت نسبتهم (63.6%).

5. دوافع قراءة العينة للصحف: (يمكن اختيار أكثر من بديل)
يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (50)

النتائج المتعلقة بدوافع قراءة العينة للصحف

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
للحصول على المعلومات	229	56.3%
تساعدني في فهم الواقع من حولي	147	36.1%
التغطية الفورية للأحداث	108	26.5%
للتسلية والترفيه	76	18.7%
عرض وجهات النظر الموضوعية المختلفة	56	13.8%
تفسير الأحداث وتحليلها لمختلف الموضوعات	51	12.5%
للتخلص من الشعور بالملل	45	11.1%
عرض المشكلة وحلولها	22	5.4%
أخرى (رصد الأخبار المتعلقة بالإدارة، للبحث عن شواغر وظيفية، إعداد البحوث والدراسات)	17	4.2%

تظهر بيانات الجدول السابق أن أهم دوافع قراءة العينة للصحف هو "للحصول على المعلومات" بنسبة (56.3%)، تلاه في المرتبة الثانية من "تساعدني في فهم الواقع من حولي" بنسبة (36.1%)، وفي المرتبة الثالثة "التغطية الفورية للأحداث" بنسبة (26.5%)، ثم "للتسلية والترفيه" في المرتبة الرابعة بنسبة (18.7%)، كذلك عرض وجهات النظر الموضوعية المختلفة في المرتبة الخامسة بنسبة (13.8%)، تلاه "تفسير الأحداث وتحليلها لمختلف الموضوعات" في المرتبة السادسة بنسبة (12.5%)، وللتخلص من الشعور بالملل في المرتبة السابعة بنسبة (11.1%)، ثم عرض المشكلة وحلولها في المرتبة الثامنة بنسبة (5.4%)، وهناك دوافع أخرى؛ كرصد الأخبار المتعلقة بالعمل، للبحث عن شواغر وظيفية، وإعداد البحوث والدراسات بنسبة (4.2%). يقول بوف هير مؤسس صحيفة "Le Monde" الفرنسية إن الصحف اليومية الكبيرة كانت، وستكون، مؤسسة صناعية وتجارية كبيرة، ولكنها لن تكون - ويجب ألا تكون - ولا يمكن أن تكون مجرد ذلك فقط. فهي وسيلة الفرد للحصول

على المعلومات، بمعنى أنها توفر له العناصر التي تمكنه من الحكم على الأمور، والوصول إلى فكر معين بشأنها¹. إذاً، فإن من الوظائف الأساسية للصحف هي إيصال المعلومات والأخبار، مع توضيحها وبيانها للقارئ.

6. طريقة قراءة العينة للصحف:

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (51)

النتائج المتعلقة بطريقة قراءة العينة للصحف

النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة
51.75%	207	من مواقع التواصل الاجتماعي
34.75%	139	الورقية
13.5%	54	عن طريق التطبيق الخاص بالصحيفة APP
100%	400	المجموع

تظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر من نصف عينة الدراسة بقليل، وبلغت نسبتهم (51.75%)، يقومون بقراءة الصحف من مواقع التواصل الاجتماعي، وما نسبته (34.75%) منهم يقومون بقراءة الصحف الورقية، وباقي العينة ونسبتهم (13.5%) يقومون بقراءة الصحف عن طريق التطبيق الخاص بالصحيفة APP. وفي استطلاع قامت به صحيفة الوطن، انتقلت النتيجة في أن ما نسبته 75%، أي أكثر من نصف العينة، يفضلون متابعة الأخبار في مواقع التواصل عبر الحسابات الإخبارية الخاصة. ويرجع السبب في تراجع الإقبال على الصحف الورقية، في رأي المحاضر في علم النفس بجامعة البحرين سامي المحجوب، وهو أحد المشاركين في الاستطلاع بشأن العزوف عن القراءة، معتبراً أن المتابعين للصحف الورقية في الغالب من محبي القراءة. في حين أن وجود نسبة كبيرة من كبار السن مازالوا يتمسكون بالطريقة التقليدية للاطلاع على الأخبار عبر الصحف الورقية، ولا يتقبلون تغيير ثقافتهم والانتقال للطريقة الإلكترونية². وترى الباحثة أن هنالك علاقة بين عمر العينة والطريقة التي يفضل بها أفراد العينة قراءة الصحف، حيث إن أكثر من نصف العينة بقليل (58,75%) هي من فئة الشباب. وبما أننا في عصر السرعة والتطور التكنولوجي، فإن هذه

¹ صابات، خليل، عبدالعظيم، جمال (2001) وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط1، ص 332.

² صحيفة الوطن، استطلاع رأي: الصحف الورقية إلى أين؟، الثلاثاء 4 أبريل 2017م، العدد 4133، ص18.

الفئة تميل لكل ما هو جديد وسريع ومختصر للحصول على المعلومات. وبسؤال أحد أفراد عينة الاستبيان عن سبب تفضيل قراءة الأخبار عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي؛ أرجع السبب إلى سرعة التحديث الفوري للأخبار، وسرعة الحصول عليها، وفي نفس وقت وقوعها، وغالباً ما تكون مجانية، بالإضافة إلى عدم وجود قيود في مسألة النشر. وتختلف المعايير المعينة لموضوع تحديد الفترة العمرية المحددة لسن الشباب بين الدول والمنظمات في العالم. فتحدد الأمم المتحدة فئة الشباب بأنهم أولئك الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة. أما البنك الدولي فإنه يحصر فترة مرحلة الشباب في ما بين 15 و 25 عاماً. ومعجم المنجد في اللغة العربية المعاصرة يحدد تلك الفترة من حد البلوغ إلى الثلاثين. وبرنامج الكومنولث للشباب يعمل مع "الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15-29¹". وبالإشارة إلى هذه التعاريف، فقد بلغت نسبة الشباب من عينة الدراسة 58,75%، وهذه النسبة تفسر سبب ارتفاع نسبة قراءة الصحف من مواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: رأي القارئ في تناول الصحف للموضوعات المرورية

1. أهم الموضوعات التي تفضل العينة قراءتها في الصحيفة: (يمكن اختيار أكثر من بديل)
يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (52)

النتائج المتعلقة بأهم الموضوعات التي تفضل العينة قراءتها في الصحيفة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
الموضوعات السياسية	216	53.1%
الموضوعات الثقافية	198	48.6%
الموضوعات الأمنية	168	41.3%
الموضوعات المرورية	124	30.5%
الموضوعات الفنية	123	30.2%
الموضوعات الرياضية	110	27.0%
الموضوعات الدينية	98	24.1%
الموضوعات الاقتصادية	89	21.9%

¹ الشباب: ويكيبيديا: <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D8%A8>

3.9%	16	الموضوعات الأخرى (السياحة، التنمية، المحلية، الاجتماعية)
------	----	--

تظهر بيانات الجدول السابق أن أهم الموضوعات التي تفضل العينة قراءتها في الصحف هي "الموضوعات السياسية" بنسبة (53.1%)، تلتها في المرتبة الثانية "الموضوعات الثقافية" بنسبة (48.6%)، وفي المرتبة الثالثة "الموضوعات الأمنية" بنسبة (41.3%)، ثم في المرتبة الرابعة "الموضوعات المرورية" بنسبة (30.5%)، تليها في المرتبة الخامسة "الموضوعات الفنية" بنسبة (30.2%)، ثم الموضوعات الرياضية في المرتبة السادسة بنسبة (27.0%)، وفي المرتبة السابعة "الموضوعات الدينية" بنسبة (24.1%)، ثم في المرتبة الثامنة "الموضوعات الاقتصادية" بنسبة (21.9%)، وهناك نسبة بلغت (3.9%) تفضل قراءة موضوعات أخرى، كالموضوعات السياحية والتنمية والمحلية والاجتماعية. وبالإطلاع على النتائج أعلاه، نلاحظ أن المضامين السياسية والثقافية والأمنية قد حصلت على اهتمام غالبية أفراد العينة المبحوثة، بنسبة كبيرة، ويعود السبب إلى الأوضاع العامة السائدة في ظل الأزمات السياسية والأمنية في العالم، مما يحتم على الفرد الاطلاع لمعرفة ما يجري من حوله.

2. مدى اهتمام العينة بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف:

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (53)

النتائج المتعلقة بمدى اهتمام العينة بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
أهتم إلى حدٍ ما بمتابعتها	173	43.25%
أهتم نادراً بمتابعتها	148	37%
أهتم دائماً بمتابعتها	79	19.75%
المجموع	400	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (43.25%) من العينة تهتم إلى حدٍ ما بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، وما نسبته (37%) من العينة تهتم نادراً بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، و(19.75%) من عينة الدراسة تهتم دائماً بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف. وترجع الأسباب في الاهتمام إلى حدٍ ما

بمتابعة الموضوعات المرورية والاطلاع عليها إلى أسلوب عرض الموضوعات الذي لا يشد القارئ، بالإضافة إلى الموضوع نفسه الذي قد لا يحتوي على معلومات جديدة تفيد القارئ.

3. الصحيفة التي تفضل العينة متابعتها لتغطية الحدث في حال إقامة فعالية مرورية كبيرة:

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (54)

النتائج المتعلقة بالصحيفة التي تفضل العينة متابعتها لتغطية الحدث في حال إقامة فعالية مرورية كبيرة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
الأيام	143	35.75%
أخبار الخليج	138	34.5%
الوطن	92	23%
البلاد	14	3.5%
GDN	8	2.0%
DT	5	1.25%
المجموع	400	100%

يتبين من الجدول السابق أن أكثر صحيفة تفضل العينة متابعتها لتغطية الحدث، في حال إقامة فعالية مرورية كبيرة، هي "الأيام" ويفضلها ما نسبته (35.75%) من العينة، تلتها بنسبة قريبة في المرتبة الثانية "أخبار الخليج" ويفضلها ما نسبته (34.5%) من العينة، ثم في المرتبة الثالثة "الوطن" ويفضلها ما نسبته (23%) من العينة، وجاءت بعد هذه الصحف، الثلاث الصحف الأخرى، بنسب ضئيلة، وهي "البلاد" ويفضلها ما نسبته (3.5%) من العينة، تبعثها "GDN" ويفضلها ما نسبته (2.0%) من العينة، ثم في المرتبة الأخيرة "DT" ويفضلها ما نسبته (1.25%) من العينة. ويظهر من النسب أعلاه أن أفراد العينة يفضلون قراءة الصحف عينها في الأيام العادية أو في حال وقوع حدث معين، حيث وردت الصحف بنفس الترتيب في النتائج المتعلقة بالصحيفة التي تفضل العينة قراءتها، وفي النتائج المتعلقة بالصحيفة التي تفضل العينة متابعتها لتغطية الحدث في حال إقامة فعالية مرورية كبيرة، وهذا يبين مدى ثقة الجمهور في الصحف التي تعودوا على قراءتها وما تقدمه من معلومات لهم.

4. مدى مساهمة الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لدى العينة:

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (55)

النتائج المتعلقة بمدى مساهمة الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لدى العينة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
نوعاً ما	186	46.5%
نعم	112	28%
لا	102	25.5%
المجموع	400	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (46.5%) من عينة الدراسة قالوا إن الصحف البحرينية تساهم نوعاً ما في تنمية الوعي المروري، وأن (28%) من عينة الدراسة قالوا أن الصحف البحرينية تساهم في تنمية الوعي المروري، في حين قال (25.5%) من أفراد العينة أن الصحف البحرينية لا تساهم في تنمية الوعي المروري.

5. كيفية مساهمة الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لدى العينة: (يمكن اختيار

أكثر من بديل)

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة الذين أجابوا بنعم ونوعاً ما على سؤال رقم (4) وعددهم (298) فرداً:

جدول (56)

النتائج المتعلقة بكيفية مساهمة الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لدى العينة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
زادت من معرفتي بالقوانين والتشريعات المرورية	165	55.36%
زادت من معرفتي بالآثار المترتبة على ارتكاب السلوكيات الخاطئة	99	33.22%
زادت من معرفتي بآداب استخدام الطريق	47	15.77%

يتبين من الجدول السابق أن مانسبته (74.5%) من أفراد العينة يرون أن الصحف البحرينية تساهم في تنمية الوعي المروري لديهم، عن طريق زيادة معرفتهم بالقوانين والتشريعات المرورية بنسبة (55.36%) أولاً، ثانياً عن طريق زيادة معرفتهم بالآثار المترتبة على ارتكاب السلوكيات الخاطئة بنسبة (33.22%)، وثالثاً زيادة معرفتهم بآداب استخدام الطريق بنسبة (15.77%). ونستنتج من النسب في الجدول أعلاه أنه بسبب اعتماد الجمهور على الصحف لاستقاء المعلومات منها، أحدثت تأثيراً في معارفهم، والتأثيرات المعرفية هي إحدى الآثار الناتجة من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

6. أسباب عدم مساهمة الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لدى العينة: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة الذين أجابوا بلا على سؤال رقم (4) وعددهم (102) فرداً:

جدول (57)

النتائج المتعلقة بأسباب عدم مساهمة الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لدى العينة

النسبة المئوية	التكرار	الاستجابة
46.29%	75	لم تقم بنشر الموضوعات المرورية بشكل مستمر
33.95%	55	لم تعطِ المساحة الكافية لعرض الموضوعات المرورية
12.96%	21	لم تستعن بالمختصين في الشأن المروري
6.79%	11	أخرى (لم يعد للصحف أهمية، غير فعالة في طرحها، لم تقم بنشر الموضوعات بطريقة جاذبة، عدم الشفافية)

يتبين من الجدول السابق أن مانسبته (25.5%) من عينة الدراسة يرون أن الصحف البحرينية لا تساهم في تنمية الوعي المروري لديهم وذلك بسبب عدم قيام الصحف بنشر الموضوعات المرورية بشكل مستمر بنسبة (46.29%)، ولم تعطِ المساحة الكافية لعرض

الموضوعات المرورية بنسبة (33.95%)، كما أنها لم تستعِن بالمختصين في الشأن المروري بنسبة (12.96%)، وهناك أسباب أخرى ذكرها أفراد العينة، مثل أنه لم يعد للصحف أهمية، وعدم فعالية الصحف في طرحها للموضوعات المرورية، وأنه لم تقم بنشر الموضوعات بطريقة جاذبة، بالإضافة إلى عدم الشفافية بنسبة (6.79%). ويرى أفراد العينة أن الموضوعات المرورية لا بد وأن تكون متنوعة ومختلفة، ولا تقتصر فقط على تغطية الحوادث المرورية أو الفعاليات المرورية الحاصلة في المملكة؛ إنما لا بد من نشر موضوعات تتقف القارئ، وتضيف له فائدة، وتزيد من معارفه، حتى يستفيد ويفيد الآخرين. وعلى الرغم من أن لدى الإدارة العامة للمرور عدداً من البرامج المشتركة مع نظرائها في الدول العربية والخليجية، إلا أنه لا زال هنالك بعض القصور في عرضها للمعلومات، ونتيجة هذا التعاون، والاستفادة التي تم جنيها من الاطلاع على التجارب الأخرى.

7. مدى قيام العينة بمناقشة الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة:
يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (58)

النتائج المتعلقة بمدى قيام العينة بمناقشة الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	132	33%
أحياناً	169	42.25%
لا	99	24.75%
المجموع	400	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (42.25%) منهم أحياناً يناقشون الموضوعات والقضايا المرورية التي يقرأونها في الصحف، وما نسبته (33%) من عينة الدراسة يناقشون الموضوعات والقضايا المرورية التي يقرأونها في الصحف، في حين أن (24.75%) من العينة لا يناقشون الموضوعات والقضايا المرورية التي يقرأونها في الصحف.

8. الفئات التي تناقش معها العينة الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة الذين أجابوا بنعم وأحياناً سؤال رقم (7) وعددهم (302) فرداً:

جدول (59)

النتائج المتعلقة بالفئات التي تناقش معها العينة الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
الأصدقاء	163	54.15%
الأهل	154	51.16%
زملاء العمل	105	34.88%
زملاء الدراسة	35	11.62%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (75.25%) من عينة الدراسة يناقشون الموضوعات والقضايا المرورية التي يقرؤونها في الصحف مع جماعة "الأصدقاء" بنسبة (54.15%)، تلاهم الأهل بنسبة (51.16%)، ثم زملاء العمل بنسبة (34.88%)، وأخيراً زملاء الدراسة بنسبة (11.62%). ولعل سبب ارتفاع نسبة مناقشة الأصدقاء في الموضوعات المرورية التي يتم قراءتها في الصحف إلى أن جماعة الأصدقاء تكون من نفس الفئة العمرية، وتكون لديهم نفس الاتجاهات، ونفس الأفكار، ونفس الميول، وقد يكونون على قدر متساوٍ من الاطلاع على الموضوعات الموجودة في الصحف.

9. الموضوعات والقضايا المرورية التي تناقشها العينة مع الآخرين: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة الذين أجابوا بنعم وأحياناً سؤال رقم (7) وعددهم (302) فرداً:

جدول (60)

النتائج المتعلقة بالموضوعات والقضايا المرورية التي تناقشها العينة مع الآخرين

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
المخالفات المرورية	193	64.11%

59.13%	178	الغرامات المالية
49.16%	148	الأخطاء السلوكية أثناء القيادة
25.24%	76	فوائد وإيجابيات سن القوانين المرورية
24.91%	75	الخدمات المرورية المقدمة للمواطنين
1.66%	5	أخرى (أعمدة الكتاب البحرينيين، كيفية تفادي المخالفات والتقليل منها)

تظهر نتائج الجدول السابق أن أكثر الموضوعات والقضايا المرورية التي تناقشها العينة ومانسبتهم (75.25%) مع الآخرين هي "المخالفات المرورية" بنسبة (64.11%)، تلتها في المرتبة الثانية "الغرامات المالية" بنسبة (59.13%)، وجاءت "الأخطاء السلوكية أثناء القيادة" في المرتبة الثالثة بنسبة (49.16%)، ثم "فوائد وإيجابيات سن القوانين المرورية" في المرتبة الرابعة بنسبة (25.24%)، ثم في المرتبة الخامسة "الخدمات المرورية المقدمة للمواطنين" بنسبة (24.91%) وهناك موضوعات وقضايا مرورية أخرى، مثل: أعمدة الكتاب، وكيفية تفادي المخالفات والتقليل منها، بنسبة (1.66%). منذ بدء الحملة الإعلامية "أعد النظر" التي دشنتها الإدارة العامة للمرور، وذلك تمهيداً لتطبيق قانون المرور لعام 2015م، أعرب عدد ليس بقليل عن استيائهم من تطبيق القانون وما يتبعه من غرامات مالية خاصة بكل مخالفة يقوم بها السائق. وقد لاحظ الجميع أن أغلب الموضوعات التي كانت تناقش في تلك الفترة هي موضوعات المخالفات المرورية والغرامات المالية، ولم تكن فقط على مستوى جماعات الأصدقاء أو الأهل أو زملاء العمل، إنما أخذت نصيبها من النقاش عبر الصحافة والإذاعة في عدد من البرامج التي ناقشت موضوع قانون المرور لعام 2015م، بالإضافة إلى التغريدات والرسائل النصية التي أصبح الجميع يتداولها في تلك الفترة. وعلى الرغم من وجود هذه الفئة المعارضة، إلا أنه كانت هنالك أصوات مؤيدة وشاكرة للجهود المبذولة للحفاظ على الأرواح والممتلكات.

10. أسباب عدم مناقشة العينة الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة الذين أجابوا بلا سؤال رقم (7) وعددهم (99) فرداً:

جدول (61)

النتائج المتعلقة بأسباب عدم مناقشة العينة الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
لا أملك المعلومات الكافية لمناقشتها	62	62.62%
أرى أنها لا تستحق النقاش	48	48.48%
لا أجد من أناقشها معه	26	26.26%
لا أحب مناقشة الموضوعات التي أقرأها	23	23.23%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (24.75%) من عينة الدراسة لا يناقشون الموضوعات والقضايا المرورية التي يقرؤونها في الصحف مع أحد وذلك بسبب عدم امتلاكهم المعلومات الكافية لمناقشتها بنسبة (62.62%)، وأنها لا تستحق النقاش بنسبة (48.48%)، وكذلك لا يجدون من يناقشونها معهم بنسبة (26.26%)، ثم لا يحبون مناقشة الموضوعات التي يقرأونها بنسبة (23.23%). ويرجع السبب الأساسي - من وجهة نظرهم - إلى عدم وجود المعلومات الكافية حول الموضوعات المرورية المنشورة التي تمكنهم من مناقشتها مع أحد. وترتبط هذه النتيجة مع النتيجة السابقة حول عدم مساهمة الصحف في تنمية الوعي المروري، حيث كان السبب الرئيسي لذلك هو عدم نشر الموضوعات المرورية بشكل مستمر في الصحف، وبلغت نسبته (46.29%).

11. تقدم العينة بشكوى في الصحيفة تخص أحد الجوانب المرورية وتم نشرها:

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (62)

النتائج المتعلقة بشكوى في الصحيفة تخص أحد الجوانب المرورية وتم نشرها

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم (أجب على السؤال رقم 12)	29	7.25%
لا	371	92.75%
المجموع	400	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (7.1%) من عينة الدراسة قدموا شكوى في الصحف تخص أحد الجوانب المرورية وتم نشرها، وما نسبته (92.9%) منهم لم يقدموا شكوى في الصحف تخص أحد الجوانب المرورية. ويدل ارتفاع نسبة أفراد العينة التي لم تتقدم بشكوى في الصحفية على مدى رضاهم عن الجهود المبذولة في تنمية القطاع المروري، والخدمات المقدمة للجمهور من قبل الإدارة العامة للمرور.

12. مدى الحصول على رد من المختصين بالشأن المروري على الشكوى:
يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة الذين أجابوا بنعم على السؤال السابق (ن=29):

جدول (63)

النتائج المتعلقة بمدى الحصول على رد من المختصين بالشأن المروري على الشكوى

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	69.0%
لا	9	31.0%
المجموع	29	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (69.0%) من عينة الدراسة الذين قدموا شكوى في الصحف تخص أحد الجوانب المرورية قالوا إنهم حصلوا على رد من المختصين بالشأن المروري على الشكوى، وما نسبته (31.0%) منهم قالوا إنهم لم يحصلوا على رد من المختصين بالشأن المروري على الشكوى. وارتفاع نسبة الأشخاص الذين حصلوا على رد تبين مدى تفاعل الجهات المعنية في الرد على كل ما يردها من شكاوى وموضوعات تختص بالشأن المروري، والمقدمة من قبل الجمهور، والعمل قدر الاستطاعة على الإجابة عليها، وإزالة الغموض والشكوك من قبلها حول أي موضوع. وتعمل الإدارة العامة للمرور على تنمية الثقة بينها وبين جمهورها عبر عدد من الطرق، وتعد طريقة التواصل معهم من خلال كافة وسائل الإعلام إحدى هذه الطرق. وبشأن الأشخاص الذين لم يحصلوا على رد فقد علل القائم بأعمال مدير إدارة الثقافة المرورية السبب بأن بعض الملاحظات قد لا تستحق الرد أو قد يأخذ الموضوع بعد الرد عليه صدى أكبر مما تستحقه الشكوى نفسها لهذا لا يتم الرد على كل الشكاوى المنشورة.¹

¹ الرائد أسامة بحر القائم بأعمال مدير إدارة الثقافة المرورية، الإدارة العامة للمرور، مقابلة 10 مايو 2018م.

13. الاتجاهات نحو الموضوعات المرورية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية والترتيب لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (64)

النتائج المتعلقة بالاتجاهات نحو الموضوعات المرورية

الترتيب	الأهمية النسبية	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		العبارة
			النسب	التكرارات	النسب	التكرارات	النسب	التكرارات	
1	95%	2.85	7.4%	30	33.4%	136	59.2%	234	المواضيع المرورية تعزز الثقافة المرورية لدى القارئ
2	83%	2.49	7.4%	30	35.4%	144	57.2%	226	أصبحت أثق بأهمية تطبيق القوانين المرورية واحترام التوجيهات والإرشادات
3	82.3%	2.47	7.4%	30	36.6%	149	56.0%	221	بدأت أشجع من حولي للتقيد بالأنظمة والقوانين المرورية
4	81.3%	2.44	8.6%	35	37.8%	154	53.6%	211	تسلط الموضوعات المرورية الضوء على مخاطر السلوكيات الخاطئة
5	81.25%	2.43	8.4%	34	38.6%	157	53.1%	209	تساعد الموضوعات المرورية في خفض نسبة المخالفات والحوادث المرورية
6	81.08%	2.43	8.4%	34	39.1%	159	52.6%	207	بدأت أشعر بأهمية الموضوعات المرورية
7	79.66%	2.39	11.1%	45	37.6%	153	51.4%	202	تسلط الموضوعات المرورية الضوء على إيجابيات الالتزام بالسلوكيات الصحيحة
8	76.08%	2.28	14.0%	57	43.7%	173	42.3%	170	قراءتي للصحيفة زاد معرفتي بالقوانين

المرورية									
تعرض الموضوعات المرورية للقارئ بشكل واضح مصحوبة بالأدلة والبراهين والحجج المنطقية	159	39.1%	189	48.2%	52	12.8%	2.26	75.58%	9
أصبح بإمكانني مناقشة المواضيع المرورية	148	36.4%	185	47.2%	67	16.5%	2.20	73.41%	10
تقدم الصحف التوعية المرورية لجميع مستخدمي الطريق	145	35.6%	184	46.9%	71	17.4%	2.18	72.83%	11
تزود الصحف البحرينية اليومية قراءها بالمعلومات المرورية بصورة كافية	124	30.5%	223	56.5%	53	13.0%	2.17	72.58%	12
الدرجة الكلية							2.382	79.41%	

يتضح من النتائج في الجدول أن اتجاهات العينة نحو الموضوعات المرورية في الصحف حصلت على متوسط حسابي (2.382) وأهمية نسبية (79.41%)، مما يشير إلى أن اتجاهات العينة نحو الموضوعات المرورية في الصحف كانت إيجابية.

ويتضح من النتائج في الجدول أن أكثر اتجاهات العينة نحو الموضوعات المرورية في الصحف هي "المواضيع المرورية تعزز الثقافة المرورية لدى القارئ" بمتوسط حسابي (2.85) وأهمية نسبية (95%)، تلتها في المرتبة الثانية "أصبحت أثق بأهمية تطبيق القوانين المرورية واحترام التوجيهات والإرشادات" بمتوسط حسابي (2.49) وأهمية نسبية (83%)، ثم "بدأت أشجع من حولي للتقيد بالأنظمة والقوانين المرورية" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.47) وأهمية نسبية (82.3%)، كما "تسلط الموضوعات المرورية الضوء على مخاطر السلوكيات الخاطئة" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.44) وأهمية نسبية (81.3%)، ثم "تساعد الموضوعات المرورية في خفض نسبة المخالفات والحوادث المرورية" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2.43) وأهمية نسبية (81.25%). وتتجلى من نتائج الجدول أعلاه التأثيرات الإيجابية على القارئ، نتيجة اعتماده على قراءته للصحيفة، سواء كانت التأثيرات معرفية أو وجدانية أو سلوكية. ونتيجة لهذه التغييرات الإيجابية، والدور التفاعلي الذي تقوم به

الإدارة العامة للمرور؛ من نشرها وتوضيحها للقوانين المرورية، وتوجيه النصائح والإرشادات لهم، وذلك لسلامتهم وسلامة مستخدمي الطريق، فقد كشفت الإحصائيات أنه ومنذ بدء تطبيق قانون المرور الجديد في عام 2015، انخفض عدد الحوادث المرورية بنسبة 20% عن عام 2014م¹، بالإضافة إلى أن البحرين انتقلت إلى تصنيف الدول المتحضرة في عدد الحوادث المرورية بحسب منظمة الصحة العالمية، حيث خفضت البحرين حوادث الوفيات 40% وعدد المخالفات 50% خلال العام 2016م². وخلال العام 2017م، كشف المدير العام للإدارة العامة للمرور العقيد الشيخ عبدالرحمن آل خليفة انخفاض الحوادث المرورية بنسبة 60%، والوفيات إلى 45% وحوادث التلفيات البسيطة إلى 53% بمساهمة قانون المرور الجديد³.

رابعاً: رضا الجمهور عن أداء الصحافة في إمداده بالمعلومات المرورية

1. مدى إشباع الصحف حاجة العينة في الحصول على المعلومات المرورية:

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (65)

النتائج المتعلقة بمدى إشباع الصحف حاجة العينة في الحصول على المعلومات المرورية

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
نوعاً ما	238	59.5%
لا	103	25.75%
نعم	59	14.75%
المجموع	400	100.0%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (59.5%) من عينة الدراسة قالوا إن الصحف تشبع نوعاً ما حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية، وأن ما نسبته (25.75%) من العينة قالوا إن الصحف لا تشبع حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية، في حين أن ما نسبته (14.75%) من عينة الدراسة قالوا إن الصحف تشبع حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية.

¹ صحيفة الوطن، انخفاض الحوادث المرورية 20% منذ بدء تطبيق القانون الجديد، الأحد 8 مايو 2016، العدد 3802، ص8.

² صحيفة الوطن، "المرور": البحرين قللت حوادث الوفيات 40% والمخالفات 50%، الاثنين 23 أكتوبر 2017، العدد 4335، ص15.

³ صحيفة الوطن، عبدالرحمن آل خليفة: 60% انخفاض الحوادث المرورية و45% بالوفيات"، الأربعاء، 3 يناير 2018، العدد 4347، ص5.

2. الرضا عن التوعية المرورية:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية والترتيب لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (66)

النتائج المتعلقة بالرضا عن التوعية المرورية

الترتيب	الأهمية النسبية	المتوسط الحسابي	غير راضٍ		راضٍ إلى حد ما		راضٍ		العبارة
			النسب	التكرارات	النسب	التكرارات	النسب	التكرارات	
1	70.33%	2.11	17.4%	71	54.3%	214	28.3%	115	الاستعانة بآراء بالمختصين في الشأن المروري
2	69.5%	2.085	15.0%	61	61.7%	244	23.3%	95	التوعية المرورية في الصحافة بالقضايا
3	68.25%	2.047	19.4%	79	56.5%	223	24.1%	98	كمية المعلومات المرورية المقدمة للجمهور
4	67.33%	2.02	24.6%	100	48.9%	192	26.5%	108	الاهتمام بآراء الجمهور واقتراحاتهم
	68.75%	2.062							الدرجة الكلية

يتضح من النتائج في الجدول أن مستوى رضا العينة عن التوعية المرورية في الصحف جاء بمتوسط حسابي (2.062) وأهمية نسبية (68.75%)، مما يشير إلى أن مستوى الرضا كان متوسطاً.

ويتضح من النتائج في الجدول أن أكثر مستويات رضا العينة عن التوعية المرورية في الصحف هي "الاستعانة بآراء المختصين في الشأن المروري" بمتوسط حسابي (2.11) وأهمية نسبية (70.33%)، تلتها في المرتبة الثانية "التوعية بالقضايا المرورية في الصحافة" بمتوسط حسابي (2.085) وأهمية نسبية (69.5%)، ثم "كمية المعلومات المرورية المقدمة للجمهور" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.047) وأهمية نسبية (68.25%)، وجاء "الاهتمام بآراء الجمهور واقتراحاتهم" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.02) وأهمية نسبية (67.33%).

3. الرضا عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والأهمية النسبية والترتيب لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (67)

النتائج المتعلقة بالرضا عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف

الترتيب	الأهمية النسبية	المتوسط الحسابي	غير راضٍ		راضٍ إلى حد ما		راضٍ		العبارة
			النسب	التكرارات	النسب	التكرارات	النسب	التكرارات	
1	73.58%	2.20	%16.25	65	%46.75	187	%37	148	استخدام الصور التوضيحية
2	70.58%	2.11	%14.5	58	%59.25	237	%26.25	105	موقع نشر المادة (صفحة أولى، داخلية، أخيرة)
3	69.91%	2.09	%16.5	66	%57.25	229	%26.25	105	استخدام القوالب الفنية المناسبة (خبر - تقرير - مقال...)
3	69.91%	2.09	%20.25	81	%49.75	199	%30	120	استخدام الألوان في العرض
4	66.16%	1.98	%21.5	86	%58.5	234	%20	80	المساحة المخصصة للنشر
	69.8%	2.094							الدرجة الكلية

يتضح من النتائج في الجدول أن مستوى رضا العينة عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف حصل على متوسط حسابي (2.094) وأهمية نسبية (69.8%)، مما يشير إلى أن مستوى رضا العينة كان متوسطاً. ويتضح من النتائج في الجدول أن أكثر مستويات رضا العينة عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف هو "استخدام الصور التوضيحية" بمتوسط حسابي (2.207) وأهمية نسبية (73.58%)، تلاها في المرتبة الثانية "موقع نشر المادة (صفحة أولى، داخلية، أخيرة)" بمتوسط حسابي (2.117) وأهمية نسبية (70.58%)، ثم "استخدام القوالب الفنية المناسبة (خبر - تقرير - مقال...)" و "استخدام الألوان في العرض" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.097) وأهمية نسبية (69.91%)، ثم "المساحة المخصصة للنشر" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1.985) وأهمية نسبية (66.16%). وعلى الرغم من الأسلوب الجيد للصحف في عرضها للموضوعات المرورية

والقضايا، إلا أن بعض أفراد العينة يرون أنه يوجد ضعف، ولا بد من أن تطور الصحف من شكل وكيفية تقديم المادة الإعلامية، لكي تستوقف القارئ وتجذب انتباهه ليقرأها.

4. أهم المقترحات التي تراها العينة مناسبة لتطوير الأداء الصحفي في عرض الموضوعات المرورية: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (68)

النتائج المتعلقة بأهم المقترحات التي تراها العينة مناسبة لتطوير الأداء الصحفي في عرض الموضوعات المرورية

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
الاهتمام أكثر بوضع الحلول المناسبة للمشكلات المرورية	223	55.75%
إصدار ملاحق خاصة بالشأن المروري	220	55%
عمل استطلاعات رأي حول القضايا المرورية التي تهم الجمهور لتغطيتها والتركيز عليها	195	48.75%
الاستعانة بالمختصين في هذا المجال، سواء خبراء محليين أو من دول أخرى	145	36.25%
أخرى (عروض مبتكرة للقضايا وعلاجها عبر استخدام صحافة البيانات، توضيح القانون بجميع تفاصيله للأخذ برأي الجمهور، التوعية للمخالفات المرورية البسيطة التي يجهلها البعض، الاهتمام بالإخراج، الاستعانة بوسائل التواصل الاجتماعي)	38	9.5%

تظهر بيانات الجدول السابق أن أهم المقترحات التي تراها العينة مناسبة لتطوير الأداء الصحفي في عرض الموضوعات المرورية هي "الاهتمام أكثر بوضع الحلول المناسبة للمشكلات المرورية" بنسبة (55.75%)، تلاها بنسبة قريبة بلغت (55%) "إصدار ملاحق خاصة بالشأن المروري"، ثم "عمل استطلاعات رأي حول القضايا المرورية التي تهم الجمهور لتغطيتها والتركيز عليها" بنسبة (48.75%)، والاستعانة بالمختصين في هذا المجال، سواء خبراء محليين أو من دول أخرى بنسبة (36.25%)، وهناك مقترحات أخرى بنسبة (9.5%)، مثل: عروض مبتكرة للقضايا وعلاجها عبر استخدام صحافة البيانات، توضيح القانون بجميع تفاصيله، الأخذ برأي الجمهور، التوعية للمخالفات المرورية البسيطة التي يجهلها البعض، الاهتمام بالإخراج، الاستعانة بوسائل التواصل الاجتماعي). إن الإدارة العامة

للمرور تتبع وزارة الداخلية، وللوزارة عمود مخصص ينشر أسبوعياً في صحيفة الأيام وتقوم الإدارة بالمشاركة بالموضوعات التي يتم نشرها¹. وعلى الرغم من ذلك إلا أن أفراد العينة برون بأنه لا بد من مضاعفة الجهود وتخصيص صفحات دائمة أو ملاحق دورية في الصحف المحلية جمعها دون الإقتصار على جريدة واحدة. إن المقترحات المذكورة لا تقلل من جهود الإدارة العامة للمرور المبذولة في شيء إنما وُردت للتركيز على هذه النقاط والعمل أكثر على تطويرها حيث أنه هذه المقترحات في رأي عينة البحث ستعزز من معلوماتهم المرورية وسيزيد من وعيهم وثقافتهم المرورية.

5. الموضوعات في الشأن المروري التي يجب أن تعالجها الجرائد بصفة مستمرة:
يوضح الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة:

جدول (69)

النتائج المتعلقة بالموضوعات في الشأن المروري التي يجب أن تعالجها الجرائد بصفة مستمرة

الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	202	50.5%
لا	198	49.5%
المجموع	400	100.0%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (50.5%) من عينة الدراسة ترى أن هناك موضوعات في الشأن المروري يجب أن تعالجها الجرائد بصفة مستمرة، وما نسبته (49.5%) من العينة لا ترى أن هناك موضوعات في الشأن المروري يجب أن تعالجها الجرائد بصفة مستمرة. وكانت أهم موضوعات في الشأن المروري التي يجب أن تعالجها الجرائد بصفة مستمرة - حسب رأي العينة - هي التالية:

- الاختناقات المرورية، خاصة في فترة الدوامات الرسمية.
- المخالفات المرورية، وعدم الالتزام بالقوانين.
- السلوكيات الخاطئة أثناء السياقة، والتركيز على أخلاقيات السياقة.
- إعلام الجمهور بالقوانين الجديدة إعلاماً شاملاً وتفصيلياً.
- أفراد صفحة خاصة للإدارة العامة للمرور لنشر التوعية والفعاليات والاقتراحات والشكاوى.
- إقامة ندوات حول السلوكيات المرورية.

¹ الرائد أسامة بحر القائم بأعمال مدير إدارة الثقافة المرورية، الإدارة العامة للمرور، مقابلة 10 مايو 2018م.

اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قراءة الجمهور للصحف البحرينية واهتمامه بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في هذه الصحف. تم التحقق من الفرض السابق من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (70)

دلالة العلاقة الارتباطية بين قراءة الجمهور للصحف البحرينية واهتمامه بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في هذه الصحف

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.173(**)	400	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين قراءة الجمهور للصحف البحرينية، واهتمامه بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في هذه الصحف ($r=0.173$)، والعلاقة هنا طردية؛ فكلما زاد مستوى قراءة الجمهور للصحف البحرينية، زاد مستوى اهتمامه بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في هذه الصحف.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف ومساهمة الصحف في تنمية الوعي المروري لديه. تم التحقق من الفرض السابق من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (71)

دلالة العلاقة الارتباطية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف ومساهمة الصحف في تنمية الوعي المروري لديه

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.395(**)	400	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ومساهمة الصحف في تنمية الوعي المروري لديه ($r=0.395$)، والعلاقة هنا طردية؛ فكلما زاد مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، زاد مستوى مساهمة هذه الصحف في تنمية الوعي المروري لديه. وبطبيعة الحال، إذا ركز القارئ بالاطلاع دائماً على نفس الموضوعات، والتعرض لها بصفة دائمة، كلما ازداد وعيه بها، وكان أكثر دراية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف واتجاهاته نحو الموضوعات المرورية في هذه الصحف.

تم التحقق من الفرض السابق من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (72)

دلالة العلاقة الارتباطية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف واتجاهاته نحو الموضوعات المرورية في هذه الصحف

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.409(**)	400	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، واتجاهاته نحو الموضوعات المرورية في هذه الصحف ($r=0.409$)، فالعلاقة بين المتغيرين علاقة طردية؛ فكلما زاد مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، زادت اتجاهاته الإيجابية نحو الموضوعات المرورية في هذه الصحف. وهذا ما أظهرته نتائج الدراسة، حيث بينت أن اتجاهات الجمهور نحو عرضها للموضوعات المرورية كانت إيجابية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف ومدى إشباع هذه الصحف حاجته في الحصول على المعلومات المرورية.

تم التحقق من الفرض السابق من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (73)

دلالة العلاقة الارتباطية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف ومدى إشباع هذه الصحف حاجته في الحصول على المعلومات المرورية

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.231(**)	400	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ومدى إشباع هذه الصحف حاجته في الحصول على المعلومات المرورية ($r=0.231$)، فكلما زاد مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، زاد مستوى إشباع هذه الصحف حاجته في الحصول على المعلومات المرورية.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ورضاه عن التوعية بالقضايا المرورية في هذه الصحف.

تم التحقق من الفرض السابق من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (74)

دلالة العلاقة الارتباطية بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ورضاه عن التوعية بالقضايا المرورية في هذه الصحف

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.252(**)	400	0.01

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ورضاه عن التوعية بالقضايا المرورية في هذه الصحف ($r=0.252$)، فكلما زاد مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، زاد مستوى رضاه عن التوعية بالقضايا المرورية في هذه الصحف.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

أولاً: دلالة الفروق حسب متغير النوع:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار (ت)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (75)

دلالة الفروق في دور العلاقات العامة في إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية تعزى لمتغير النوع

النوع	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	1.89	0.64	0.02	405	0.986
أنثى	1.89	0.61			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية تعزى لمتغير النوع.

ثانياً: دلالة الفروق حسب متغير العمر:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (76)

دلالة الفروق في إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية
تعزى لمتغير العمر

العمر	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
من 18 سنة إلى 25 سنة	1.88	0.59	0.11	3	0.957
من 26 سنة إلى 35 سنة	1.88	0.58			
من 36 سنة إلى 45 سنة	1.92	0.69			
46 سنة فأكثر	1.89	0.68			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية تعزى لمتغير العمر.
ثالثاً: دلالة الفروق حسب متغير المستوى التعليمي:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (77)

دلالة الفروق في دور العلاقات العامة في إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على
المعلومات المرورية تعزى لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ثانوي فأقل	1.91	0.67	0.07	2	0.932
جامعي	1.89	0.60			
دراسات عليا	1.87	0.62			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية تعزى لمتغير المستوى التعليمي. يتضح أن المستوى التعليمي لا يتحكم ولا يؤثر على التعرض للمعلومات المرورية

المنشورة في الصحف، وأن المستوى التعليمي ليس مؤشراً لمتابعة الجمهور للموضوعات المرورية.

رابعاً: دلالة الفروق حسب متغير الحالة المهنية:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (78)

دلالة الفروق في دور إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية
تعزى لمتغير الحالة المهنية

الحالة المهنية	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
طالب	1.86	0.58	0.80	5	0.548
موظف	1.92	0.65			
متقاعد	1.76	0.65			
عامل	2.11	0.60			
ربة منزل	1.85	0.49			
أخرى (عاطل، أعمال حرة)	1.73	0.47			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية، تعزى لمتغير الحالة المهنية. فالحالة المهنية تؤثر على تعرض الجمهور للصحف؛ فالطالب بحكم انشغاله في دراسته قد يمنع ذلك دون قراءة الصحيفة، لعدم امتلاكه الوقت الكافي لقراءتها، وكذلك ربات البيوت والعمال، بالإضافة إلى تفضيل بعضهم الاستماع إلى الإذاعة أو مشاهدة التلفاز على القراءة.

خامساً: دلالة الفروق حسب متغير منطقة السكن:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ف (One-way ANOVA)، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (79)

دلالة الفروق في دور إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية
تعزى لمتغير منطقة السكن

منطقة السكن	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
محافظة المحرق	1.91	0.66	0.13	3	0.943
محافظة العاصمة	1.90	0.64			
المحافظة الشمالية	1.86	0.64			
المحافظة الجنوبية	1.89	0.56			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في إشباع الصحف حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات المرورية، تعزى لمتغير منطقة السكن.

النتائج العامة للدراسة

بعد أن انتهت الباحثة من استعراض نتائج الدراسة التحليلية والميدانية لدور الصحافة البحرينية في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية، والتحقق من صحة الفروض، يمكن تحديد النتائج العامة الآتية:

1- بينت الدراسة أن أكثر الفنون الصحفية التي استخدمتها الصحف المحلية هي الخبر الصحفي بنسبة (51.1%)، يليه إعلان التوعية بنسبة (23.4%)، ثم العمود بنسبة (7.7%).

2- بينت الدراسة أن الصحف البحرينية ركزت في مضامينها الصحفية على هدف التوعية بنسبة بلغت (44%).

3- بينت الدراسة أن أغلب المضامين الصحفية نشرت في الصفحات الداخلية للصحف بنسبة (76%)، تلتها الصفحة الأولى بنسبة (20%)، ومن ثم الصفحة الأخيرة بنسبة (4%).

4- بينت الدراسة أن (56.3%) من المضامين الصحفية استخدمت فيها الاستمالات العقلية، أكثر من الاستمالات العاطفية التي بلغت نسبتها (44%).

5- بينت الدراسة أهمية الصور الإيضاحية في نشرها مع المادة الصحفية، حيث بلغت نسبة الموضوعات الصحفية التي نشرت معها صور (64.8%)، في حين أن (35.2%) من الموضوعات نشرت بدون صورة.

6- كشفت الدراسة اهتمام الصحف، بنسب مختلفة، في نشرها مختلف الموضوعات المرورية، حيث بلغت نسبة موضوعات التوعية بقانون المرور لسنة 2015م (27.6%)، تلتها تغطية الحوادث المرورية بنسبة (17.7%)، ثم التوعية بأداب المرور بنسبة (17%).

7- بينت الدراسة أن أغلب الموضوعات المرورية كانت موجهة للجمهور العام بنسبة (81.5%).

8- بينت الدراسة أن أكثر الموضوعات المنشورة نشرت بدون ذكر مصدرها بنسبة (40.4%).

17- كشفت الدراسة أن أفراد العينة الذين يجدون أن الصحف المحلية تساهم في تنمية الوعي المروري لديهم يناقشون الموضوعات المرورية التي يقرأونها في الصحف مع الأصدقاء بنسبة (54.15%)، والأهل بنسبة (51.16%)، وزملاء العمل بنسبة (34.88%)، وزملاء الدراسة بنسبة (11.62%). وأن أكثر الموضوعات التي تناقشها أفراد العينة هي "المخالفات المالية" بنسبة (64.11%) تلتها "الغرامات المالية" بنسبة (59.13%)، ثم "الأخطاء السلوكية" أثناء القيادة بنسبة (49.16%)، ثم "قوائد وإيجابيات سن القوانين المرورية" بنسبة (25.24%)، تلتها "الخدمات المرورية المقدمة للمواطنين" بنسبة (24.91%).

18- كشفت الدراسة أن (25,5%) من عينة الدراسة لا تقوم بمناقشة الموضوعات المرورية التي تقرأها في الصحف، وذلك لأسباب "لا أملك المعلومات الكافية لمناقشتها" بنسبة (62.62%)، تلاها، "أرى أنها لا تستحق النقاش" بنسبة (48.48%)، ثم "لا أجد من أناقشها معه" بنسبة (26.26%) وأخيراً "لا أحب مناقشة الموضوعات التي أقرأها" بنسبة (23.23%).

19- كشفت الدراسة عن مدى حرص الجهات المعنية في الرد على الشكاوى المرورية التي يتقدم بها الجمهور في الصحف، حيث إن ما نسبته (69.0%) من أفراد العينة قد حصلوا على رد بشأن شكوى تقدموا بها في الصحافة المحلية.

20- كشفت نتائج الدراسة أن اتجاهات العينة نحو الموضوعات المرورية المنشورة في الصحف كانت إيجابية في مجملها، وحقت أهمية نسبية بمقدار (79.41%).

21- كشفت الدراسة أن مستوى رضا عينة الدراسة عن التوعية في الصحف كان متوسطاً، حيث حقق أهمية نسبية بمقدار (68.75%).

22- كشفت الدراسة أن مستوى رضا عينة الدراسة عن أسلوب الصحف في عرضها للقضايا المرورية جاء متوسطاً، حيث جاء بأهمية نسبية (69.8%)، وذلك من حيث استخدام الصور الإيضاحية، وموقع نشر المادة الصحفية، واستخدام الألوان، ومساحة النشر.

23- كشفت الدراسة عن أهمية تطوير أداء الصحف في عرضها للموضوعات المرورية، وذلك عن طريق الاهتمام أكثر بوضع الحلول المناسبة للمشكلات المرورية بنسبة (54,8%)، تلاه إصدار ملاحق خاصة بالشأن المروري بنسبة (54,1%)، ثم عمل استطلاعات رأي حول القضايا المرورية التي تهم الجمهور لتغطيتها (47,9%)، ومن ثم

الاستعانة بالمختصين في المجال المروري، سواء خبراء محليين أو من دول أخرى، بنسبة (35,6%).

24- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين قراءة الجمهور للصحف البحرينية واهتمامه بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية عند ($r=0.173$). فكلما زاد مستوى قراءة الجمهور للصحف البحرينية، زاد مستوى اهتمامه بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف.

25- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ومساهمة الصحف في تنمية الوعي المروري لديه عند ($r=0.395$). فكلما زاد مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، زاد مستوى مساهمة هذه الصحف في تنمية الوعي المروري لديه.

26- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، ورضاه عن التوعية بالقضايا المرورية في هذه الصحف عند ($r=0.252$). فكلما زاد مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، زاد مستوى رضاه عن التوعية بالقضايا المرورية في هذه الصحف.

27- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار، والموضوعات المرورية في الصحف، ومدى إشباع هذه الصحف حاجته في الحصول على المعلومات المرورية عند ($r=0.231$). فكلما زاد مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، زاد مستوى إشباع هذه الصحف حاجته في الحصول على المعلومات المرورية.

28- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار، والموضوعات المرورية في الصحف، واتجاهاته نحو الموضوعات المرورية في هذه الصحف عند ($r=0.409$). فكلما زاد مستوى اهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف، زادت اتجاهاته الإيجابية نحو الموضوعات المرورية في هذه الصحف.

مقترحات الدراسة

بناء على النتائج، توصي الدراسة بما يلي:

1. نشر الموضوعات المرورية في الصحف بطريقة تجذب انتباه القارئ، ليركز على قراءة الموضوعات المرورية.
2. إعطاء المساحة الكافية لعرض الموضوعات المرورية في الصحف، مع ذكر كامل التفاصيل، ليستفيد القارئ من الموضوعات المنشورة.
3. اهتمام الصحف أكثر بوضع الحلول المناسبة للمشكلات المرورية، دون الاختصار على ذكر المشكلة فقط.
4. إصدار ملاحق دورية خاصة بالشأن المروري، مع التركيز على تخصيص صفحات ثابتة في الصحف في حال تنظيم حملة توعوية، أو إقرار بعض القوانين الخاصة بالشأن المروري.
5. عمل استطلاعات رأي حول القضايا المرورية التي يهتم بها الجمهور، لتغطيتها والتركيز عليها.
6. الاستعانة بالمختصين المحليين في مجال القضايا المرورية، والاستفادة من خبرات المختصين في المجال المروري في الدول العربية أو الأجنبية، والاستفادة من تجاربهم في قطاع المرور.
7. على الصحف أن تهتم أكثر بالموضوعات المرورية، وإعطائها أولوية ضمن أجندتها، والتركيز على نشر الثقافة المرورية، إلى جانب الموضوعات السياسية والاقتصادية، وذلك بهدف ترويج سلوكيات مرورية سليمة، وخلق وعي مروري صحيح لدى القراء.
8. إجراء المزيد من البحوث في الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية.

مراجع الدراسة

المراجع العربية:

الدراسات والأطروحات العلمية:

- أحمد، عائشة يوسف (2014) صورة الولايات المتحدة في الصحافة البحرينية دراسة تحليلية لأعمدة الرأي في صحيفتي الوطن والوسط البحرينيتين (1 يناير 2011 - 31 يناير 2012)، ماجستير الإعلام والعلاقات العامة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.
- البنعلي، عبدالعزيز حمد (2001)، كيفية تطوير إدارة المشاريع والبرامج المرورية للحد من حوادث المشاة في دولة البحرين، مجال الدراسات التقنية كلية الدراسات العليا، جامعة الخليج العربي.
- الحسن، عبدالله عقيل علي (2011)، معالجة الصحف البحرينية لقضايا الوعي الأمني دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.
- الخياط، عيسى حسن أحمد (2008) دور الصحف البحرينية في حماية حقوق الملكية الأدبية والفنية دراسة تحليلية لعدد من الصحف البحرينية، ماجستير في الإعلام والعلاقات العامة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.
- الدوسري، عبدالله محمد (يناير 2018) دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي المروري لدى الجمهور البحريني، رسالة ماجستير، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.
- الكندي، عادل محمد، الوعي المروري: مفهومه، أهميته، أهدافه، محاوره، مؤسساته - وثيقة السلامة على الطريق في المناهج الدراسية العمانية كإنموذج، أكاديمية نايف للبحوث الأمنية.
- المنصوري، حامد حمد (2013) الرضا الوظيفي لدى العاملين بوزارة الداخلية بمملكة البحرين بالتطبيق على الإدارة العامة للمرور دراسة ميدانية، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.
- النجار، أحمد عبدالعزيز (2006)، الإعلام واتجاهات الرأي العام، البحوث الشرطية، القيادة العامة لشرطة دبي، الإمارات العربية المتحدة.
- ثاني، منار أحمد (2011) معالجة الصحافة البحرينية لقضايا العنف الأسري، رسالة ماجستير، الإعلام والعلاقات العامة، الجامعة الأهلية، مملكة البحرين.
- فاتح، بوفلاح (2006-2007) الاتصال الاجتماعي ودوره في تطبيق قانون المرور 2004 دراسة وصفية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

الكتب:

- أبو شنب، جمال محمد، (2000)، أصول الفكر والبحث العلمي: نماذج تطبيقية للتصميم والتنفيذ التجريبي، دار المعرفة الجامعية، مصر، الطبعة الأولى.
- إسماعيل، محمود حسن (1998)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، الطبعة الأولى.
- أوزي، أحمد (1993)، تحليل المضمون ومنهجية البحث، الشركة المغربية للطباعة والنشر، الرباط، الطبعة الأولى.
- الباز، علي (2001) الإعلام والإعلام الأمني مع دراسات تطبيقية مقارنة للدول العربية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، الطبعة الأولى.
- بوحجي، عبدالعزيز محمد (1998)، لمحات من تاريخ المرور في البحرين خلال السنوات 1914-1969، مملكة البحرين، الطبعة الأولى.
- الحديدي، منى سعيد، علي، سلوى إمام (2004) الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى.
- حسين، سمير محمد (1999)، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية.
- خضور، أديب محمد (2007) حملات التوعية المرورية العربية، مركز الدراسات والبحوث أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، الطبعة الأولى.
- الدليمي، عبدالرزاق محمد، (2016) نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى.
- زلطة، عبدالله محمد (2005)، مناهج وأدوات البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الثانية.
- سيد أحمد، منال وجيه محمد (2014) المعلومات والاتصال: النظريات - التطبيقات، مكتبة الرشد، القاهرة، الطبعة الأولى.
- سرحان، منصور محمد (2006). الصحافة في البحرين رصد الصحف المتوقفة والجارية 1839-2005، وزارة الإعلام، مملكة البحرين، الطبعة الثانية.
- الشايجي، هلال (1989م)، الصحافة في الكويت والبحرين منذ نشأتها حتى عهد الاستقلال، مطبوعات بانوراما الخليج، مملكة البحرين، الطبعة الأولى.

- العبد، عاطف عدلي، العبد، نهى عاطف (2009) مدخل إلى الاتصال مفاهيمه، مجالاته، أنواعه، وسائله، تاريخه وتأثيراته، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى.
- عامر، قاسم أحمد (2003) حوادث السير والمرور أسبابها وآثارها وسبل الوقاية منها دراسة تطبيقية على إمارة الشارقة، دراسة منشورة، مركز بحوث الشرطة، الشارقة، الطبعة الأولى.
- عبد الحميد، محمد (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الأولى.
- عبدالهادي، محمد فتحي (1984) مقدمة في علم المعلومات، كلية الآداب، جامعة القاهرة، مكتبة غريب، الطبعة الأولى.
- عبيد، عاطف (1999)، مدخل إلى الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى.
- علم الدين، محمود (2009). مقدمة في الصحافة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى.
- الغانم، عبدالله خليفة عبدالله (2000) جوانب من تاريخ الشرطة في البحرين، مطبعة وزارة شؤون مجلس الوزراء والإعلام، مملكة البحرين، الطبعة الأولى.
- الختاتنة، سامي محسن، النوايسة، فاطمة عبدالرحيم (2011)، علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى.
- المسلمي، إبراهيم عبدالله (2011)، الصحافة والمجتمع المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى.
- المزاهرة، منال هلال (2012). نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى.
- الهاشمي، عبدالحميد محمد (1404هـ) المرشد في علم النفس الاجتماعي، دار الشروق، جدة، الطبعة الأولى.
- صابات، خليل، عبدالعظيم، جمال (2001) وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الأولى.
- مانع، خالد مسفر (1431هـ) دور المواطن في مواجهة الكوارث والأزمات في عصر المعلومات، شركة دار النحوي للنشر والتوزيع المحدود، الرياض، الطبعة الأولى.

- محمود، علم الدين (2009)، مقدمة في الصحافة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى.
- مخلف، شاكر الحاج (1998)، الإعلام والتوعية المرورية، دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة، دمشق، الطبعة الأولى.
- مكاي، حسن عماد، العبد، عاطف عدلي (2007) نظريات الاتصال، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى.
- مكاي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى.
- يونس، محمد (2014)، الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي النشأة والتطور، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى.

الصحف

- صحيفة الأيام، البحرين الثانية عربياً في التعليم، الخميس، 5 أكتوبر 2017م، العدد 10406.
- صحيفة الأيام، التوعية المرورية أخفضت نسبة حوادث المشاة في 2013، الأحد 03 أغسطس 2014، العدد 9246.
- صحيفة الوطن، استطلاع رأي: الصحف الورقية إلى أين؟، الثلاثاء 4 أبريل 2017م، العدد 4133.
- صحيفة الوطن، انخفاض الحوادث المرورية 20% منذ بدء تطبيق القانون الجديد، الأحد 8 مايو 2016، العدد 3802.
- صحيفة الوطن، "المرور": البحرين قللت حوادث الوفيات 40% والمخالفات 50%، الأثنين 23 أكتوبر 2017، العدد 4335.
- صحيفة الوطن، عبدالرحمن آل خليفة: 60% انخفاض الحوادث المرورية و45% بالوفيات، الأربعاء 3 يناير 2018، العدد 4347.
- صحيفة أخبار الخليج، الثلاثاء 11 أكتوبر 2017، العدد: 14081
- صحيفة الدستور الأردنية، الوعي المروري (طريق السلامة العامة وعنوان الالتزام المجتمعي)، الأثنين 14 ديسمبر 2009م، العدد 15226.

الكتيبات والمجلات:

- حقائق عن الحوادث المرورية في مملكة البحرين 2014، وزارة الداخلية، الإدارة العامة للمرور، مملكة البحرين.
- مجلة الأمن، العدد 89، أبريل 2015، وزارة الداخلية، الإدارة العامة للمرور، مملكة البحرين.
- مجلة الأمن، العدد 79، يونيو 2014، وزارة الداخلية، الإدارة العامة للمرور، مملكة البحرين.
- مجلة الأمن، العدد 83، أكتوبر 2014، وزارة الداخلية، الإدارة العامة للمرور، مملكة البحرين.
- مجلة الأمن، العدد 37، ديسمبر 2010، وزارة الداخلية، الإدارة العامة للمرور، مملكة البحرين.

الأوراق البحثية:

حامد، أحمد خليل (2012) ورقة بحث علمية بعنوان: الصورة الصحفية منظور مهني، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

المواقع الإلكترونية:

- موقع منظمة الصحة العالمية: <http://www.who.int/ar>
- موقع، جامعة الملك سعود: <http://www.ksu.edu.sa/>
- موقع موضوع: <https://mawdoo3.com>
- موقع قاموس ومعجم المعاني: <https://www.almaany.com>
- وزارة شؤون الإعلام: <http://www.mia.gov.bh/ar/Pages/default.aspx>
- موقع الإدارة العامة للمرور: <https://www.traffic.gov.bh>
- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة: <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

ثانياً: المراجع الأجنبية:
الدراسات والأطروحات العلمية:

- Amanda Delaney, Bella Lough, Michelle Whelan, Max Cameron (2004) A Review of Mass Media Campaigns in Road Safety, Master thesis, Monash University.
- Catherine Happer & John Hall (2015) The role of the media in spreading traffic awareness and reducing accidents, Journal of Social and Political Psychology Vol.2, No1.
- Mweresah Andrew Anini (2011), Priming Of Road Safety Information By Print Media In Kenya: A Study Of The Nation Newspaper, Master of Arts in Communication Studies, School of Journalism and Mass Communication, University of Nairobi.
- Norzaliha Jusoh (2013), Driver Attitude Towards Road Safety, Master thesis, Universiti Teknologi Malaysia, Faculty of Built
- Flowers, Kim (2001) Teaching Traffic System in School Journal of Visual Literacy, V (21) No. (2).

المواقع الإلكترونية:

- Child refuge: <http://childrefuge.org/>
- Mitchell'sNY: <https://www.mitchellsny.com/>
- University of Twente website: <https://www.utwente.nl/en/>
- Emncyclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/>
- Mass Communication Theory web: <https://masscommtheory.com/>
- Communication Studies website:
<https://www.communicationstudies.com/>
- Collins Dictionary: <https://www.collinsdictionary.com/>
- The Economic Times <https://economictimes.indiatimes.com/>
- Research Gate: <https://www.researchgate.net/>
- Revista Latina de Comunicación Social:
<http://www.revistalatinacs.org/>

الملاحق

الملحق رقم (1)
استمارة تحليل المضمون

اسم الصحيفة:	التاريخ:	العدد:
--------------	----------	--------

أولاً: فئات المضمون (ماذا قيل)

المجموع	التكرار	المعلومات المرورية
		التوعية بقانون المرور لسنة 2015م
		التوعية بأداب المرور
		فعاليات وأنشطة الإدارة العامة للمرور / الشراكة المجتمعية
		تغطية الحوادث المرورية
		إصدار الأحكام القضائية على مرتكبي الحوادث والمخالفات المرورية
		تطوير خدمات مقدمة للمواطنين
		تدشين حملات توعية جديدة
		استحداث قرارات وتدابير لحل المشكلات المرورية
		شكر وثناء على جهود الإدارة العامة للمرور
		نقد/شكوى موجهة للإدارة العامة للمرور
		الرد على مقالات الكتاب

المجموع	التكرار	أهداف المادة التحريرية
		التوعية
		التعليم
		التذكير
		وضع حلول للموضوع
		الحث على تبني موقف معين
		عرض للموضوع مع التحليل والتفسير

المجموع	التكرار	الجمهور المستهدف
		جمهور عام
		جمهور خاص

المجموع	التكرار	مصدر المعلومات
		الإدارة العامة للمرور
		كتاب المقال
		محرر أخبار
		المواطنون
		بدون مصدر

المجموع	التكرار	فئة الأسلوب
		إيجابي
		سلبي
		محايد

ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل)

المجموع	التكرار	الأشكال الصحفية
		الخبر الصحفي
		التقرير الصحفي
		الحديث الصحفي
		العمود الصحفي
		بريد القراء
		الكاريكاتير
		إعلان التوعية

المجموع	التكرار	موقع المادة
		الصفحة الأولى
		الصفحات الداخلية
		الصفحة الأخيرة

المجموع	التكرار	الاستمالات الإقناعية	
		الاستمالات العقلية	الاستشهاد بأحداث واقعية
			الحجج والبراهين
			تقديم إحصاءات وأرقام
			ذكر وجهات نظر مؤيدة معارضة
		الاستمالات العاطفية	استخدام التشبيهات والاستعارات
			الاستفهام الذي يرمي إلى السخرية والاستنكار
			التخويف والترهيب
			التركيز على النواحي العاطفية للقارئ

المجموع	التكرار	الصورة الإيضاحية
		صورة شخصية
		صورة إخبارية
		صورة تعبيرية
		رسم بياني
		بدون صورة

الملحق رقم (2)

قائمة محكمي إستمارة تحليل المضمون

تم عرض استمارة تحليل المضمون على السادة المحكمين في قسم الإعلام والسياحة والفنون بجامعة البحرين، وقسم الإعلام بالجامعة الأهلية التالية أسماؤهم:

الجامعة	الرتبة العلمية	المحكم	
الجامعة الأهلية	أستاذ	أ.د. همت حسن السقا	1
الجامعة الأهلية	أستاذ مشارك	د. كاظم مؤنس	2
جامعة البحرين	أستاذ مشارك	د. عبدالكريم الزباني	3
جامعة البحرين	أستاذ مساعد	د. كمال الغربي	4
جامعة البحرين	أستاذ مساعد	د. عدنان بومطيع	5
جامعة البحرين	أستاذ مساعد	د. عوض هاشم	6

جامعة البحرين



قسم الإعلام والسياحة والفنون

كلية الآداب

ملحق 3

استمارة استبيان حول:

دور الصحافة البحرينية اليومية في إمداد الجمهور بالمعلومات المرورية

"دراسة تحليلية وميدانية"

مخطط بحث لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد الطالبة:

هاجر أحمد آل محمود

إشراف:

د. شعيب الغباشي

ملاحظة:

الإخوة الأفاضل، تقوم الباحثة بإجراء دراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، وتقتضي الدراسة بحثاً ميدانياً. لذا نرجو منكم التكرم بالإجابة عن الأسئلة المرفقة بدقة وموضوعية، واختيار الإجابة التي تناسب وتتفق مع رأيكم، علماً بأن جميع الإجابات التي ستدلون بها سوف تكون سرية ولن تستخدم في غير أغراض البحث العلمي.

شاكرين لكم حسن تعاونكم معنا،

الباحثة

المحور الأول: البيانات الشخصية

1/ النوع:

أنثى () ذكر ()

2/ العمر:

18-25 () 26-35 () 36-45 () 46- فأكثر ()

3/ المستوى التعليمي:

ثانوي فأقل () جامعي () دراسات عليا ()

4/ الحالة المهنية:

طالب () موظف () متقاعد () عامل () أخرى

5/ منطقة السكن:

محافظة المحرق () محافظة العاصمة () المحافظة الشمالية () المحافظة الجنوبية ()

المحور الثاني: علاقة القارئ بالصحف

1- ما الصحيفة التي تفضل قراءتها؟

أخبار الخليج () الوطن () الأيام ()

البلاد () GDN () DT ()

2- ما معدل قراءتك للصحيفة؟

يومياً () ثلاثة أيام في الأسبوع () خمسة أيام في الأسبوع ()

3- كم من الوقت تقضيه في قراءة الصحيفة؟

أقل من ساعة () من ساعة إلى أقل من ساعتين ()

من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات () من ثلاث ساعات فأكثر ()

4- متى تقرأ الصحيفة؟

أيام العطل () أيام العمل () أيام الدراسة () في حال وقوع حدث معين ()

5- ما دوافع قراءتك للصحيفة؟

☐ للحصول على المعلومات

☐ للتسلية والترفيه

☐ للتخلص من الشعور بالملل

☐ تساعدني في فهم الواقع من حولي

☐ التغطية الفورية للأحداث

☐ عرض وجهات النظر الموضوعية المختلفة

☐ تفسير الأحداث وتحليلها لمختلف الموضوعات

☐ عرض المشكلة وحلولها

☐ أخرى

6- هل تقوم بقراءة الصحيفة:

☐ الورقية

☐ من مواقع التواصل الاجتماعي

☐ عن طريق التطبيق الخاص بالصحيفة APP

المحور الثالث: رأي القارئ في تناول الصحف للموضوعات المرورية:

1- اختر أهم الموضوعات التي تفضل قراءتها في الصحيفة بالنسبة لك:

☐ الفنية

☐ الثقافية

☐ الأمنية

☐ الدينية

☐ المرورية

☐ الرياضية

☐ السياسية

☐ الاقتصادية

☐ أخرى

2- هل أنت مهتم بمتابعة الأخبار والموضوعات المرورية في الصحف؟

☐ أهتم دائماً بمتابعتها

☐ أهتم إلى حد ما بمتابعتها

○ أهتم نادراً بمتابعتها

3- في حال إقامة فعالية مرورية كبيرة، ما الصحيفة التي تفضل متابعتها لتغطية الحدث؟

○ أخبار الخليج

○ الوطن

○ الأيام

○ البلاد

○ GDN

○ DT

4- هل ترى أن الصحف البحرينية قد ساهمت في تنمية الوعي المروري لديك؟

○ نعم (أجب على السؤال رقم 5)

○ نوعاً ما (أجب على السؤال رقم 5)

○ لا (أجب على السؤال رقم 6)

5- كيف ساهمت الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لديك؟

أجب على السؤال إن كنت أجبت بـ(نعم/ نوعاً ما)

☐ زادت من معرفتي بالقوانين والتشريعات المرورية

☐ زادت من معرفتي بآداب استخدام الطريق

☐ زادت من معرفتي بالآثار المترتبة على ارتكاب السلوكيات الخاطئة

☐ أخرى.....

6- لماذا لم تسهم الصحف البحرينية في تنمية الوعي المروري لديك؟

أجب على السؤال إن كنت أجبت بـ(لا)

☐ لم تعط المساحة الكافية لعرض الموضوعات المرورية

☐ لم تستعين بالمختصين في الشأن المروري

☐ لم تقم بنشر الموضوعات المرورية بشكل مستمر

☐ أخرى.....

7- هل تقوم بمناقشة الموضوعات والقضايا المرورية التي نقرأها في الصحيفة؟

○ نعم (انتقل للسؤال رقم 8 & 9)

○ أحياناً (انتقل للسؤال رقم 8 & 9)

○ لا (انتقل للسؤال رقم 10)

8- مع من تناقش الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة؟

أجب على السؤال إن كنت قد أجبت بـ(نعم/أحياناً)

○ الأهل

○ الأصدقاء

○ زملاء الدراسة

○ زملاء العمل

9- ما أبرز الموضوعات التي تناقشها؟

أجب على السؤال إن كنت قد أجبت بـ(نعم/أحياناً)

☐ المخالفات المرورية

☐ الغرامات المالية

☐ الأخطاء السلوكية أثناء القيادة

☐ فوائد وإيجابيات سن القوانين المرورية

☐ الخدمات المرورية المقدمة للمواطنين

☐ أخرى.....

10- لماذا لا تقوم بمناقشة الموضوعات والقضايا المرورية التي تقرأها في الصحيفة؟

أجب على السؤال إن كنت قد أجبت بـ(لا)

○ لا أجد من أناقشها معه

○ لا أملك المعلومات الكافية لمناقشتها

○ لا أحب مناقشة الموضوعات التي أقرأها

○ أرى أنها لا تستحق النقاش

11- هل تقدمت بشكوى في الصحيفة تخص أحد الجوانب المرورية وتم نشرها؟

○ نعم (أجب على السؤال رقم 12)

○ لا (انتقل للسؤال رقم 13)

12- هل حصلت على رد من المختصين بالشأن المروري على الشكوى؟

○ نعم

○ لا

13- حدد مدى موافقتك للعبارة التالية حول اتجاهاتك نحو الموضوعات المرورية:

العبارة	موافق	محايد	غير موافق
1 تزود الصحف البحرينية اليومية قراءها بالمعلومات المرورية بصورة كافية			
2 قراءتي للصحيفة زاد معرفتي بالقوانين المرورية			
3 أصبح بإمكانني مناقشة المواضيع المرورية			
4 أصبحت أثق بأهمية تطبيق القوانين المرورية واحترام التوجيهات والإرشادات			
5 بدأت أشعر بأهمية الموضوعات المرورية			
6 بدأت أشجع من حولي للتقيد بالأنظمة والقوانين المرورية			
7 المواضيع المرورية تعزز الثقافة المرورية لدى القارئ			
8 تقدم الصحف التوعية المرورية لجميع مستخدمي الطريق			
9 تساعد الموضوعات المرورية في خفض نسبة المخالفات والحوادث المرورية			
10 تسلط الموضوعات المرورية الضوء على مخاطر السلوكيات الخاطئة			
11 تسلط الموضوعات المرورية الضوء على إيجابيات الالتزام بالسلوكيات الصحيحة			
12 تُعرض الموضوعات المرورية للقارئ بشكل واضح مصحوبة بالأدلة والبراهين والحجج المنطقية			

المحور الرابع: رضا الجمهور عن أداء الصحافة في إمداده بالمعلومات

1- هل تشجع هذه الجرائد حاجتك في الحصول على المعلومات المرورية؟

☐ نعم

☐ نوعاً ما

☐ لا

2- إلى أي مدى تشعر بالرضا عن:

العبارة	راضٍ	راضٍ إلى حد ما	غير راضٍ
التوعية بالقضايا المرورية في الصحيفة			
الاستعانة بآراء بالمختصين في الشأن المروري			
الاهتمام بآراء الجمهور واقتراحاتهم			
كمية المعلومات المرورية المقدمة للجمهور			

3- ما مدى رضاك عن أسلوب عرض القضايا المرورية في الصحف من حيث:

العبارة	راضٍ	راضٍ إلى حد ما	غير راضٍ
المساحة المخصصة للنشر			
استخدام الألوان في العرض			
استخدام القوالب الفنية المناسبة (خبر - تقرير - مقال...)			
استخدام الصور التوضيحية			
موقع نشر المادة (صفحة أولى، داخلية، أخيرة)			

4- ما أهم المقترحات التي تراها مناسبة لتطوير الأداء الصحفي في عرض الموضوعات المرورية؟

(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

- ☐ إصدار ملاحق خاصة بالشأن المروري
- ☐ الاهتمام أكثر بوضع الحلول المناسبة للمشكلات المرورية
- ☐ الاستعانة بالمختصين في هذا المجال، سواء خبراء محليين أو من دول أخرى
- ☐ عمل استطلاعات رأي حول القضايا المرورية التي تهتم الجمهور لتغطيتها والتركيز عليها
- ☐ أخرى

5- هل ترى أن هناك موضوعات في الشأن المروري يجب أن تعالجها الجرائد بصفة مستمرة؟

○ نعم

○ لا

اذكرها إن وجد

.....

.....

.....

الملحق رقم (4)

قائمة محكمي إستمارة الإستبيان

تم عرض استمارة الإستبيان على السادة المحكمين في قسم الإعلام والسياحة والفنون بجامعة البحرين، وقسم الإعلام بالجامعة الأهلية التالية أسماؤهم:

الجامعة	الرتبة العلمية	المحكم	
الجامعة الأهلية	أستاذ	أ.د. همت حسن السقا	1
جامعة البحرين	أستاذ مشارك	د. عبدالكريم الزباني	2
جامعة البحرين	أستاذ مشارك	د. جمال عبدالعظيم	3
جامعة البحرين	أستاذ مشارك	د. أشرف عبدالمغيث	4
جامعة البحرين	أستاذ مساعد	د. عوض هاشم	5
جامعة البحرين	أستاذ مساعد	د. عدنان بومطيع	6

الملحق رقم (5)

المقابلات العلمية غير المقننة

تم إجراء عدد من المقابلات العلمية غير المقننة لجمع البيانات من ذوي الاختصاص، التالية
أسمائهم:

الإسم	المنصب	تاريخ إجراء المقابلة
1	المستشار أحمد المرشد	الخبير الإعلامي بمكتب الأمين العام لجامعة الدول العربية 4 مارس 2018م
2	سعد راشد	كاتب صحفي بجريدة البلاد 9 مارس 2018م
3	إيهاب محمد	رئيس قسم الشؤون السياسية والبرلمانية بصحيفة الوطن 4 فبراير 2018م
4	غسان الشهابي	كاتب صحفي بجريدة البلاد 27 فبراير 2018م
5	سكينة الطواش	صحفية بجريدة الأيام 26 فبراير 2018م
6	زهراء حبيب	صحفية بجريدة الوطن 4 مارس 2018م
7	الرائد أسامة بحر	القائم بأعمال مدير إدارة الثقافة المرورية 10 مايو 2018م

Abstract:

The study aimed to identifying the role played by the Bahraini daily newspapers in providing the audience with traffic information, and to identify the interest of the sample in monitoring the news and traffic issues in the newspapers and the contribution of the Bahraini newspapers in developing traffic awareness among the public. The study also aimed at analyzing the contents of Gulf News and Al Watan for traffic information in terms of form and content.

The study was based on the survey method by using a survey tool distributed to the study sample of 400 Bahraini audience, and the content analysis tool was applied to (126) of Gulf News and Al watan newspapers, plus a number of Non-regulated scientific interviews with a number of experienced.

The results of the analytical study showed that the most journalistic forms used by the newspapers are the news by (%51.5), and that the editorial objectives used by the two newspapers to supply The public with traffic information is awareness-raising by (%44), and the most traffic information that the two newspapers have focused on is information related to traffic law awareness of 2015 by (%27.6), and most of the press contents was presented to the audience in a positive direction by (%62.3).

The results of the field study showed that the most important topics that the sample preferred to read in newspapers were political subjects (%53.1). And (%19.4) From the study sample always read the traffic issues. Bahraini newspapers were found to contribute to the development of traffic awareness by (%74.25), and the sample trends towards traffic issues in the newspapers were positive and obtained relative importance (79.41%), and newspapers satisfy the public's need for traffic information at (74.25%), showing that the sample's satisfaction with Traffic awareness in the press was moderate, with relative importance (69.8%), and a positive correlation and statistically significant correlation between public reading of Bahraini newspapers and their interest in following up on news and traffic issues in these newspapers ($R = 0.173$), a positive correlation and a statistically function Public interest in the follow-up of news and traffic issues in the press and its satisfaction with the awareness of traffic cases in these newspapers ($R = 0.252$).

Based on the results, the study recommends that traffic topics be published in the newspapers in a way that attracts the attention of the reader, giving the space to display the traffic topics in the press, in addition to issuing special Appendix on traffic

University of Bahrain



College of Arts



Dep. of Mass communication

**The role of Bahraini daily newspapers in providing the Audience
with traffic information “Analytical and Field Study**

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master's degree in the Media

Prepared by :

Hajar Ahmed Mahmood Al Mahmood

20054104

Supervision by

Dr. Shuaib Al Qhabashi

Associate Professor

University of Bahrain

Kingdom of Bahrain

September 2018