



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



استخدام الحماية المدنية لوسائل
الاتصال في نشر حملات التوعية
دراسة ميدانية على عينة من سكان حي سعيد ولاية ورقلة.

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم إعلام اتصال

تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إعداد:

-جدي خولة

-طقيع سهيلة

لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة العلمية	اسم الاستاذ
رئيسا		
مشرفا		د/صانع رابح
مناقشا		

السنة الجامعية:
2022م/2023م.



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



استخدام الحماية المدنية لوسائل
الاتصال في نشر حملات التوعية
دراسة ميدانية على عينة من سكان حي سعيد ولاية ورقلة.

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم إعلام اتصال

تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إعداد:

-جدي خولة

-طقيع سهيلة

لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة العلمية	اسم الاستاذ
رئيسا		
مشرفا		د/صانع رابح
مناقشا		

السنة الجامعية:
2022م/2023م.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر وتقدير

أول من يشكر ويحمد أثناء الليل وأطراف النهار، هو العلي القهار الاول والآخر والظاهر والباطن الذي اغرقنا بنعمته التي لا تحصى، وأغدق علينا رزقه الذي لا يفنى وأنار دروبنا فله جزيل الحمد والثناء العظيم، هو الذي انعم علينا أرسل فينا عبده ورسوله محمد صلى الله عليه وسلم عليه ازكى الصلاة والسلام.

والشكر موصول الى كل معلم أفادنا بعلمه خلال مسيرتنا الدراسية حتى هذه اللحظة، كما نرفع كلمة شكر الى الأستاذ المشرف "صانع رابع" الذي ساعدنا على انجاز مذكرتنا، وكما نشكر كل من ساعدنا في الجانب الميداني كما لم يبخلونا بالمعلومات ونخص بالذكر

"محي الدين ميموني"

كما نشكر كل من مد لنا يد العون من قريب او من بعيد، ونشكر كل أساتذة قسم علوم اعلام واتصال وكما نشكر لجنة المناقشة المتكونة من "مرئسا ومناقشا" على تقدير مجهوداتنا.

وفي الاخير لا يسعنا إلا أن ندعو الله عز وجل ان يرزقنا التوفيق والسداد.

-جدي خولة.

-طقيع سهيلة.

الإهداء

ما أجد أن يكون المرء بما لديه والأجد أن يفتخ الغالب الأغلب
ففي فتي نعمة في فتي أجيها اليوم في فتي فتي أفتيها إلى:

- روح أبي رحمه الله

- أمي العزيزة أطال الله عمرها.

- جميع إخوتي وأخواتي وعائلي وأصدقائي.

- وإلى من ساندني في إنجاز هذا العمل فتني بالصعاء.

شكر

كل عبارات الصداقة والوفاء أقدمها لزميلتي في المشوار الدراسي

زميلة زميلة "لطيفة سميحة"

زميلة جمعتني بها سنوات الجامعة، هنا نحن اليوم ننفي مشوارنا الدراسي بهذا العمل

تم

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى والدتي الحبيبة
إلى أختوتي الأعزاء حوالة نورة ياسر فهد و
بشرى أنس الجين حسام مؤيد
إلى ياسمينه العمر ورفيقة الحياة حوالة
إلى كل من وقف إلى جانبي في موطن
الضعف وسنبا لي في هذا العمل.

سكينة

قائمة المحتويات

I	شكر وتقدير.
V	الإهداء.
V	قائمة المحتويات.
IV	ملخص الدراسة.
VIII	قائمة الجداول.
X	قائمة الأشكال.
XII	قائمة الملاحق.
أ	مقدمة.
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
03	الإشكالية.
04	تساؤلات الدراسة.
04	أسباب اختيار الموضوع.
05	أهمية الدراسة.
05	أهداف الدراسة.
06	تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة.
08	مجتمع البحث والعينة.
09	منهج الدراسة.
11	أداة الدراسة.

13	المقاربة النظرية.
17	الدراسات السابقة.
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي	
22	إجراءات الدراسة الميدانية.
22	مجالات الدراسة.
23	عرض وتحليل بيانات الدراسة.
54	نتائج الدراسة.
57	الخاتمة.
59	قائمة المراجع.
62	الملاحق.

ملخص الدراسة:

تناولنا من خلال موضوع "استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر حملات التوعية"، انطلقت الدراسة بسؤال الاشكالية ما هو أثر استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر حملات التوعية لدى سكان حي سعيد ورقلة " وتفرعت عنه مجموعة أسئلة:- كيف تساهم وسائل الاتصال التي توظفها الحماية المدنية في حملات التوعية لتقليل من الحوادث؟-ماهي الإشباعات المحققة لدى سكان حي سعيد من استخدام وسائل الاتصال في حملات التوعية؟-كيف تفاعل سكان حي سعيد مع مختلف حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية؟، هدفت هذه الدراسة إلى:- معرفة الإشباعات المحققة لدى سكان سعيد من استخدام وسائل الاتصال في حملات التوعية، التعرف على طريق تفاعل سكان حي سعيد مع مختلف حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية، معرفة مساهمة وسائل الاتصال التي توظفها الحماية المدنية في حملات لتقليل من الحوادث، يمثل مجتمع الدراسة في سكان ولاية ورقلة.

تم الاعتماد على عينة قصدية وتمثلت في 80 مفردة وتم الاعتماد في هذه الدراسة على منهج الوصفي المسحي، كما تم استخدام أداة المقابلة والاستبيان لجمع البيانات التي تزفها الحماية المدنية فيت، كما تم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباعات، توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

-إن وسائل التي توظفها الحماية المدنية في حملات التوعية تساهم بشكل كبير في توعية المبحوثين وذلك لتنوع هذه الوسائل، فوجد وسائل سمعية بصرية، وسائل مكتوبة، وسائل مباشرة، بالإضافة إلى مواقع تواصل الاجتماعي.

- يحقق استخدام وسائل الاتصال في حملات التوعية إشباعات شتى لسكان حي سعيد وذلك لأن هذه الوسائل جعلت تلقى هذه المعلومات أكثر تأثيرا وفاعلية.

- يتفاعل المبحوثين مع مختلف الحملات التي تقدمها الحماية المدنية وذلك عن بطرق عديدة، فأحيانا يشاركون هذه المعلومات مع محيطهم لأن هذه المعلومات ساهمت في تشكيل الوعي لديهم.

الكلمات المفتاحية: استخدام، وسائل الاتصال، الحماية المدنية، حملات التوعية.

STUDY SUMMARY

Through the topic of "Civil Protection's use of means of communication in spreading awareness campaigns", the study began with the problematic question What is the impact of the use of civil protection of means of communication in spreading awareness campaigns among the residents of Saeed neighborhood and Ouargla? Awareness carried out by the Civil Protection?, This study aimed to: - Knowing the gratifications achieved among the residents of Said from the use of means of communication in awareness campaigns. - Identify the way in which the residents of Saeed neighborhood interact with the various awareness campaigns carried out by the Civil Protection. - To know the contribution of the means of communication employed by the Civil Protection in campaigns to reduce accidents, representing the study population in the wilaya of Ouargla. A non-probability sample was relied on and represented in 80 items, and this study was based on the descriptive survey method, and the interview and questionnaire tool was used to collect data that are falsified by the Civil Protection

The study also relied on the theory of uses and gratifications, the study reached the most important results: - The means employed by civil protection in awareness campaigns contribute significantly to the awareness of respondents due to the diversity of these means, we find audiovisual means, written means, direct means, in addition to social networking sites. - The use of means of communication in awareness-raising campaigns achieves various gratifications for the residents of Hay Sa'id, because these means have made the receipt of this information more effective and effective. - Respondents interact with the various campaigns provided by the Civil Protection in many ways, sometimes they share this information with their surroundings because this information contributed to the formation of their awareness.

قائمة الجداول

24	توزيع العينة حسب الجنس.
25	توزيع العينة حسب السن.
26	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.
27	مشاهدة أفراد العينة لبرامج حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.
28	رأي العينة حول معلومات التي تطرح في البرامج التلفزيونية.
29	نسبة استماع أفراد العينة لمواضيع التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية عبر الإذاعة.
30	إطلاع العينة على ملصقات أو مطويات التوعية المقدمة من طرف
31	الحماية المدنية.
32	الجانب الأكثر تأثيرا في مطويات وملصقات التوعية للحماية المدنية.
33	توزيع أفراد العينة على حسب وجود صعوبة في استيعاب مضمون كل من ملصقات ومطويات للحماية المدنية.
34	توزيع أفراد العينة على حسب إذا يوجد صعوبة في استيعاب مضمون كل من ملصقات ومطويات للحماية المدنية.
35	توزيع أفراد العينة على حسب اطلاعهم على منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.
36	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في حجم المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التي تقوم بها الحماية المدنية.
37	توزيع أفراد العينة حسب إضافة حملات التوعية للحماية المدنية معلومات جديدة.
38	توزيع أفراد العينة حسب شعور التعرض لحملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.
39	توزيع أفراد العينة على حسب رأيهم في حجم المعلومات التي تقدمها الحماية المدنية في مجال التوعية.
40	توزيع أفراد العينة حسب نوع معلومات حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.
41	تبيان مساهمة حملات التوعية في تشكيل الوعي لدى أفراد العينة.
43	تبيان تقييم استخدام وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية للحماية المدنية.

45	الوسيلة الاتصالية الأكثر فاعلية في حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.
46	مساهمة حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية في تعديل سلوك الأفراد.
47	نسبة مشاركة أفراد العينة لما يتعلمونه من حملات الحماية المدنية.
49	نوع الاستفادة التي حققتها لهم الحملات التي تقدمها الحماية المدنية.
50	نوع الاستفادة المعرفية التي تحصلوا عليها.
51	نوع الاستفادة السلوكية التي تحصلوا عليها.
52	اختيار العينة لحملات فصل الصيف.
52	اختيار العينة لحملات خاصة بفص الشتاء (اختناق بالغاز).
54	اختيار العينة لحملات مستمرة طوال السنة (حوادث المرور، إسعافات أولية).
55	اختيار العينة لحملات أخرى.
56	أفراد العينة على حسب تقييم جهود وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية للحماية المدنية.
	تبيان تقييم حملات التوعية التي تقوم بها مصالح الحماية المدنية.

قائمة الاشكال

24	توزيع العينة حسب الجنس.
25	توزيع العينة حسب السن.
26	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.
27	مشاهدة أفراد العينة لبرامج حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.
28	رأي العينة حول معلومات التي تطرح في البرامج التلفزيونية.
29	نسبة استماع أفراد العينة لمواضيع التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية عبر الإذاعة.
30	إطلاع العينة على ملصقات أو مطويات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.
31	الجانب الأكثر تأثرا في مطويات وملصقات التوعية للحماية المدنية.
32	توزيع أفراد العينة على حسب وجود صعوبة في استيعاب مضمون كل من ملصقات ومطويات للحماية المدنية.
33	توزيع أفراد العينة على حسب إذا يوجد صعوبة في استيعاب مضمون كل من ملصقات ومطويات للحماية المدنية.
34	توزيع أفراد العينة على حسب اطلاعهم على منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.
35	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في حجم المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التي تقوم بها الحماية المدنية.
36	توزيع أفراد العينة حسب إضافة حملات التوعية للحماية المدنية معلومات جديدة.
37	توزيع أفراد العينة حسب شعور التعرض لحملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.
38	توزيع أفراد العينة على حسب رأيهم في حجم المعلومات التي تقدمها الحماية المدنية في مجال التوعية.
39	توزيع أفراد العينة حسب نوع معلومات حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.
40	تبيان مساهمة حملات التوعية في تشكيل الوعي لدى أفراد العينة.

42	تبيان تقييم استخدام وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية للحماية المدنية.
43	الوسيلة الاتصالية الأكثر فاعلية في حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.
45	مساهمة حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية في تعديل سلوك الأفراد.
46	نسبة مشاركة أفراد العينة لما يتعلمونه من حملات الحماية المدنية.
48	نوع الاستفادة التي حققتها لهم الحملات التي تقدمها الحماية المدنية.
49	نوع الاستفادة المعرفية التي تحصلوا عليها.
50	نوع الاستفادة السلوكية التي تحصلوا عليها.
51	اختيار العينة لحملات فصل الصيف.
52	اختيار العينة لحملات خاصة بفص الشتاء (اختناق بالغاز).
53	اختيار العينة لحملات مستمرة طوال السنة (حوادث المرور، إسعافات أولية).
54	اختيار العينة لحملات أخرى.
55	أفراد العينة على حسب تقييم جهود وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية للحماية المدنية.
56	تبيان تقييم حملات التوعية التي تقوم بها مصالح الحماية المدنية.

قائمة الملاحق

71	دليل أسئلة المقابلة.
73	استمارة تحكيم أسئلة الاستبيان.
78	استمارة الاستبيان.

مقدمة

مقدمة:

يعتبر الاتصال من الضروريات التي يحتاجها الانسان في حياته اليومية للتفاعل داخل المجتمع والتفاعل مع الآخرين، ومع تطور حياة الانسان تطورت معه طرق الاتصال ووسائله وأصبحت أكثر فاعلية ومرونة.

فوسائل الاتصال تمثل النشاط الأساسي للإنسان فضلا عن ذلك هو عملية حيوية وديناميكية تنطوي على انتقال المعلومات وتبادل الأفكار والآراء من أجل تصور وفهم الأمور بين شخص وآخر.¹

فهي تلعب دورا هاما في حياة الأفراد والمجتمعات وكذلك دورها الأساسي في نجاح المؤسسات التي تعتبره من العوامل المهمة لتحقيق أهدافها الداخلية من تفاهم وانسجام، وتحسين علاقتها مع جمهورها ومعرفة آرائه واتجاهاته.

وهنا يبرز دور الفعال الذي تقوم به وسائل الاتصال وذلك عن طريق تشكيل المعلومات وتقديمها في شكله النهائي سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مقروءة، فهي تسعى إلى تعديل من سلوكيات جمهورها.

لذلك فإن المؤسسات في الوقت الراهن بدأت تنظر باهتمام كبير لوسائل الاتصال، فنجد مؤسسة الحماية المدنية من بين المؤسسات التي تعتمد على وسائل الاتصال في مختلف أنشطتها، كما تستخدمها في تقديم إرشاداتها ونصائحها في حملات التوعية، وذلك من أجل توعية الأفراد وتخليصهم من الأفكار الغير سليمة وجعل الأفراد يتميزون بمستوى عالي من الوعي والمعرفة العلمية.

فإذا كانت عمليات التوعية تحتاج إلى إعداد رسالة ذات محتوى معين. فإنها تحتاج كذلك إلى وسيلة لتبليغ هذا المحتوى إلى المتلقي، وتعتبره هذه الوسيلة عنصرا هاما في عملية التوعية.²

¹ - بن عمارة حاج محمد -ابراهيم طويل، وسائل الاتصال ودورها في التوعية السياحية، رسالة ماستر في الاتصال السياحي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017. ص أ.
² - كلثوم صدراتي، صاب محفوظ. التوعية المرورية كأحد آليات الوقاية من حوادث المرور، مجلة سوسيو لوجيا، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019، ص 88.

وفي هذا السياق أردنا تسليط الضوء على استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر حملات التوعية، حيث اعتمدنا في بحثنا هذا على الخطة التالية:

الإطار المنهجي:

تطرقنا فيه إلى مجموعة من العناصر تمثلت في: الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، تحديد مفاهيم والمصطلحات، مجتمع البحث والعينة، المنهج المستخدم، أداة الدراسة، المقاربة النظرية، تلخيص الدراسات السابقة.

الإطار التطبيقي:

يتضمن إجراءات الدراسة، مجالات الدراسة، عرض وتحليل بيانات الدراسة.

الإطار المنهجي

- الإشكالية
- تساؤلات الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
- مجتمع البحث والعينة
- منهج الدراسة
- أداة الدراسة
- المقاربة النظرية
- الدراسات السابقة

إشكالية الدراسة:

يعتبر الاتصال من حاجيات الإنسان في حياته اليومية فهو قديم قدم الانسان به يتمكن من تحقيق مختلف

رغباته وحاجياته، ومن المعروف أن تلبية هذه الرغبات لا تتم إلا عن طريق تفاعل مع الآخرين في مجتمع سواء كان هذا التفاعل يحدث داخل المنزل مع الافراد أو خارجه بين الافراد والمؤسسات من خلاله يتبادل المنفعة والمصلحة التي تحفظ بقاءه في هذه الحياة التي لا يمكن استمرارها إلا عن طريق الاتصال بالآخرين سواء باستخدام وسائل مادية أو معنوي

1.

استطاعت هذه الوسائل التأثير على جميع الأنشطة التي يقوم بها الافراد والمؤسسات . وهذه

الأخيرة تحتاج إلى الاتصال مهما كانت صفة النشاط الذي تقوم به وذلك من أجل توفير المعلومات التي تضمن استمرار العملية الإدارية أو من خلال التأثير على جمهورها وذلك بتغيير أو التعديل فيه.

ومؤسسات الجزائرية ليست بمعزل عن ذلك حيث سعت إلى توظيف جميع الوسائل التي من خلالها تتطور داخليا من ناحية الإدارية أو خارجيا ويكمن ذلك في علاقتها مع جمهورها.

نجد من بين هذه المؤسسات الحماية المدنية التي تسعى إلى توظيف هذه الوسائل في عملها خاصة في مجال الذي يتعلق بجمهورها حيث سخرت كل الوسائل المادية والمعنوية لي توعية بالحوادث التي يتعرض لها الافراد خلال ممارسته لحياته اليومية، فهو يتعرض إلى مجموعة من حوادث منها التي تكون بفعل الطبيعة وأخرى هو المتسبب الرئيسي فيها وذلك عن طريق جهله بها أو لا يملك معلومات كافية عن سبب حدوثها فيشكل خطر على نفسه وعلى الافراد من حوله.

وتعتبر الحماية المدنية من بين الجهات التي لها دور كبير في توجيه الافراد لتقليل من هذه الحوادث، فهي أكثر المؤسسات التي على درايا بالعدد المهول من حوادث التي تحدث على

¹ -حبيب ركان عبد الكريم وآخرون، مقدمة وسائل الاتصال، ط1، دار زهران، 2001م، ص11.

مدار أربعة وعشرون ساعة في كل ولايات الوطن حيث تشهد حوادث متنوعة منها ما يتعلق بحوادث المرور والحرائق وكذا حوادث المنزلية كالتسريب الغاز خصوص في فصل الشتاء وغيرها من حوادث التي تتسبب في قتل الافراد بشكل مستمر.

وعليه سعت مؤسسة الحماية المدنية عبر فروعها في كامل تراب الوطني إلى تنظيم مختلف الحملات التوعوية من أجل الحد من خطر هذه الحوادث .

وعليه كانت الإشكالية على النحو التالي:

ما هو أثر استخدام مديرية الحماية المدنية لوسائل الاتصال في حملات التوعوية لدى سكان حي سعيد ورقلة؟

وللإجابة عن هذا التساؤل اعتمدنا على الأسئلة التالية:

- كيف تساهم وسائل الاتصال التي توظفها الحماية المدنية في حملات التوعوية لتقليل من حوادث؟

- ماهي الاشباعات المحققة لدى سكان حي سعيد من استخدام وسائل الاتصال في حملات التوعوية؟

-كيف يتفاعل سكان حي سعيد مع مختلف حملات التوعوية التي تقوم بها الحماية المدنية؟

1.أسباب اختيار الموضوع:

1.1 أسباب ذاتية:

- الرغبة في دراسة الموضوع.
- ارتباط الموضوع بمجال تخصص الطلبة.
- الاهتمام بموضوع استخدام وسائل الاتصال خاصة في مجال المؤسسات.

2.1 أسباب موضوعية:

- تفاقم حوادث رغم كثافة الحملات التوعوية التي تقوم بها الحماية المدنية.

- قابلية الدراسة من جانب المنهجي والنظري.
- الرغبة في تقليل من الحوادث الحاصلة وذلك عن طريق حثهم على حضور حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.
- الزيادة المعرفية لمكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية خاصة قسم علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة.
- الرغبة في الوصول الدراسة إلى نتائج تساعد الفئة القادمة اعتبارها نقطة انطلاق لدراساتهم.

2. أهمية الدراسة:

بما أن الاتصال أصبح ضروري، إذ يعد وسيلة لربط بين المؤسسة والجمهور المستهدف لتحقيق الهدف وكسب الثقة والتوعية والالتزام بالنصائح والارشادات المقدمة من طرف أعوان الحماية المدنية، فأهمية الدراسة مرتبطة بأهمية الموضوع نفسه، فحاجة المؤسسة لاستخدام وسائل الاتصال أصبح ضروري في النشاط التوعوي، خاصة أن هذا الأخير يركز تقديم مختلف الارشادات والنصائح التي تضمن سير الحملة وتطوير العمل الاتصالي لبلوغ أهدافها.

أ- **أهمية علمية:** التركيز على العلاقة بين متغيرات الدراسة، علاقة استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال والحملات التوعية المقدمة وكذلك مدى الاستفادة منها.

ب- **أهمية عملية:** استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر الحملات التوعية يساوي استفادة الجمهور من الدروس التي تقدمها مؤسسة الحماية المدنية.

تقرب مؤسسة الحماية المدنية من سكان ولاية ورقلة من اجل تقديم حملات توعية يساوي التزام الافراد بالإرشادات وتقليل من الحوادث الحاصلة ويساوي أيضا نجاح الخطة الاستراتيجية التي تقوم بها المؤسسة من أجل بلوغ الهدف المرجو.

3. أهداف الدراسة:

- معرفة الاشباعات المحققة لدى سكان حي سعيد من استخدام وسائل الاتصال في حملات التوعية.

- التعرف على طرق تفاعل سكان حي سعيد مع مختلف حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.

- معرفة مساهمة وسائل الاتصال التي توظفها الحماية المدنية في حملات التوعية لتقليل من الحوادث.

5. مفاهيم الدراسة:

1.5- استخدام:

أ- لغة: خدمة قام بحاجته وهي خادم خدم وخدام وهي خادمة جعل له خادما أخدمه والبعير شد في وسعه الخدمة.

استخدم: خدم نفسه وفلانا سأله ان يخدمه.

استخدمها تخده خادما وفلانا سأله ان يخدمه.

المستخدم يؤدي عملا في الحكومة ونحوها بأجر (محدثة)¹.

ب- اصطلاحا: يعرف الاستخدام على أنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع ذلك بفضل التكرار والقدم... وقد يشير الاستخدام إلى الممارسات وإلى سلوكيات والعادات والاتجاهات².

ج- اجرائي: هو عملية وطبيعة الأفعال التي يقوم بها الافراد من خلال وسائل الاتصال ومواضع حملات التوعية وتفاعل معها.

2.5- الحماية المدنية: عرفها جمال حواش وعزة عبد الله بأنها الوقاية من الاخطار

الطبيعية والصناعية والحربية والتحقيق من نتائجها وتوحيد الجهود لمواجهة تلك الأخطار والعمل على استمرار عمل المرافق العامة ووضع الإجراءات والأعمال المناسبة لحماية الأرواح والممتلكات العامة والخاصة تحت كل الظروف³.

1- أنس إبراهيم، منتصر ع الحليم، الصوالحي عطية، خلف الله أحمد محمد، المعجم الوسيط، ط1، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، مصر، 2004م، ص ص 221-222.

2- ابتسام رايس علي، نظرية "الاستخدامات والاشباعات" وتطبيقاتها على الاعلام الجديد، مجلة دراسات وأبحاث. المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية:2، ديسمبر.2016م، ص03.

3- سعيد عابد، دور الحماية المدنية في إدارة الأزمات والكوارث في الجزائر، مجلة دراسات حول الجزائر والعالم. 5، ص03.

الإجرائي: هي مؤسسة عمومية متواجدة في كل دولة، تقوم بساعدة مواطنيها بحثهم على الالتزام بالإرشادات والنصائح وتكون هذه الأخيرة على شكل حملات توعية.

3.5- وسائل الاتصال: وسيلة الاتصال هي الوسيط الذي ينقل الرموز والمعاني التي

تحتويها الرسالة المستقبل أو المتلقي بطريقة واضحة ومفهومة¹.

الإجرائي: هي مختلف الوسائل المادية والمعنوية التي تستخدمها الحماية المدنية في إيصال الأفكار والمعلومات إلى جمهورها بهدف تغيير من سلوكهم واقناعهم بأخطار الناجمة عن عدم الالتزام بالقوانين الواجب اتخاذها في حالة وجود حوادث سواء كانت طبيعية ام هو متسبب فيها.

4.5- حملات التوعية:

أ- الحملة:

لغة: جاء في لسان العرب.

حملة على الامر يحلمه حملا. فاحمل: أغراه به².

اصطلاحا: تعرف الحملة لأنها مجموعة الجهود المنظمة التي تقوم بها جهة معينة بهدف الترويج لأفكار معينة أو زيادة القبول لفكرة اجتماعية. وذلك لإحداث تغيير في اتجاهات وسلوكيات الأفراد واقناعهم بقبول فكرة أو سلوك اجتماعي معين أو الترويج لخدمة أو منتج معين، من خلال فترة زمنية معينة وتحقيق نتيجة محددة والوصول إلى رد فعل يتلاءم مع هدف المرسل أو القائم بالاتصال³.

ب- التوعية:

1 – الوعي:

1- محمد عبد الحميد، وسائل الاتصال الإداري، ط1، دار الستة، السعودية، 1988م، ص26.

2- ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف. القاهرة، ص 1001.

3 - أميمة زعيتر، خديجة هربان، لامية شمعوني، فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بالتلقيح ضد وباء كورونا، رسالة ماستر، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2022، ص ص 09-10.

لغة: حفظ القلب الشيء، وعن الشيء والحديث يعيه وعيا وأوعاه: حفظه وفهمه وقلبه، فهو واع، وفلان أوعى من فلان، أي حفظ وفهم¹.

اصطلاحاً: الوعي حسب إبراهيم مذكور وآخرون: يعني الفهم وسلامة الإدراك " إدراك الناس، تصوراتهم للعالم الموضوعي المحيط. مجمل الأفكار والمعارف والثقافة التي يمثلها الفرد. والتي تجعله يسلك منهاجاً معيناً" كما يشير الوعي أحياناً إلى الاستجابات التي يقوم بها الشخص إزاء موقف معين².

2 – التوعية:

اصطلاحاً: هي النشاط الذي يهدف إلى تركيز انتباه العديد من الأشخاص إلى مسألة معينة أو قضية محددة³.

وتعرف أيضاً علا أنها التكوين الصحيح لحقيقة ما يجري⁴.

ج- الحملات التوعية:

الاجرائي: هي تلك نشاطات التي تهدف إلى تغيير السلوك ونشر الوعي حول مواضيع معينة وتستخدمها الحماية المدنية من أجل نشر الوعي بين السكان حول حوادث التي يتعرضون لها.

6. مجتمع البحث والعينة:

يشكل المجتمع المجموع الكلي للعناصر التي يسعى الباحث الى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، فهو إذا يختلف عن مفهوم المجتمع بشكله العام فهنا نحن مجتمع الدراسة بخصائصه و فئاته، أي نحن لا نتناول جميع فئات المجتمع أو خصائصه و عناصر المعاينة هي الوحدات التي يتكون منها المجتمع و تشكل الأساس في سحب العينة، وعنصر المعاينة هو وحدة تحليل، أو حالة من حالات المجتمع، ويمكن أن تكون هذه الحالة شخصاً أو جماعة أو هيئة أو عملاً من الأعمال أو كلها عناصر تخضع للقياس و

¹ - وفاء كعوس، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري، شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2016، ص16.

² - مرجع نفسه، ص16.

³ - دعاء موح. (2021) "الفرق بين التوعية والتثقيف".

⁴ <http://www.Aimrsal.com>، 25 مارس 2023م، 57:5 صباحاً.

⁴ <http://www.almanny.com>، 25 مارس 2023م، 10:6 صباحاً.

جمع البيانات، ويحدد الباحث الوحدة التي تجري عليها عملية المعاينة و يعتبر هذا التحديد بمثابة تعريف للمجتمع¹.

يمثل مجتمع البحث المتمثل في هذه الدراسة هو سكان ولاية ورقلة ذلك لأننا قمنا بتحديد المجال الجغرافي لهذه الدراسة.

العينة:

يعتمد الباحث في إجراء بحثه الميداني وغيره من البحوث الأخرى على طريقة العينة للوصول الى المعلومات و حقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة ،فبعض الباحثين يواجهون صعوبة في تحديد العينة المناسبة للدراسة فتعرف العينة على أنها الطريقة الأكثر شيوعا في البحوث العلمية ،لأنها أيسر تطبيقا و أقل تكلفة من دراسة المجتمع الأصلي ،إذ أنه ليس هناك من حاجة لدراسة المجتمع الأصلي اذا أمكن الحصول على عينة كبيرة نسبيا و مختارة بشكل يمثل المجتمع الأصلي المأخوذ منه حيث أن الدراسة بواسطة عينة مأخوذة من المجتمع الأصلي هي التوجه الشائع بين الباحثين لصعوبة دراساتهم للمجتمعات الأصلية²

وقد اعتمدنا العينة قصدية و متمثلة في 80 مفردة من سكان حي سعيد رقم 01 نظر لصعوبة دراسة جميع سكان ولاية ورقلة.

7-منهج الدراسة

منهج الدراسة:

يعتمد الباحثون على مناهج بحثية من اجل الحصول على المعلومات دقيقة وواقعية تصور الواقع الاجتماعي فقد عرف المنهج بأنه الطريقة التي يسلكها الباحث للإجابة على الاسئلة التي تثيرها المشكلة الموضوع البحث فعندما يواجه الباحث أو الانسان العادي مشكلة ما فإنه يبدأ بالتفكير كيف يسجل هذه المشكلة و المنهج هو طريقة الحل فأما أن تكون طريقة الحل غير علمية أي تعتمد على الاساطير و الأفكار المسبقة غير المبرهن عنها

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون 01، دار اليازوري، عمان. الأردن، 2016م، ص 74.

² - عبد الرحمن بن عبد الله الواصل، البحث العلمي خطواته و مراحلها، أساليبه مناهجه، أدواته ووسائله، أصول كتابته، وزارة المعارف، المملكة العربية السعودية، 1420هـ/1999م، ص 53.

ودون الرجوع الى واقع الظاهرة بالملاحظة و التجربة و المقارنة ،وفي هذه الحالة تكون أمام المنهج غير علمي وإما على العكس من ذلك تنطلق من الملاحظة و التجريب و نستعمل ادوات البحث العلمي ،ومن هنا نكون أمام منهج العلمي¹.

كما يعرف أيضا بأنه هو الوسيلة التي يمكننا عن طريقها الوصول الى الحقيقة أو مجموعة حقائق في أي موقف من المواقف ومحاولة اختبارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى وتعميمها لنصل الى ما نطلق عليه اصطلاحا (نظرية) وهي هدف كل بحث علمي².

كما يعد المنهج الوسيلة أو الطريقة التي يعتمد عليها الباحث لإنجاز بحثه و تحقيق هدفه أو أهدافه التي عمد الى تحديدها مسبقا ،ففي البحث العلمي يشترط عادة في الباحث أن يحدد هدفه أو أهدافه التي يسعى الى تحقيقها من اجراء بحثه مسبقا ،كذلك هو الطريقة السليمة التي يعتمدها الباحث للوصول الى هدفه المنشود الذي حدده في بداية بحثه ،حيث أن وظيفة الباحث في العلوم الاجتماعية و الانسانية مثلا هي استكشاف المبادئ التي تنظم الظواهر الاجتماعية و تربوية بل و انسانية بصفة عامة ،وما يسبب أن يؤدي الى حدوثها و في ضوء ذلك يمكن للباحث تفسير مثل تلك الظواهر و ضبط نتائجها فضلا عن إمكانيات التحكم بها³. كذلك يعتبر المنهج الطريقة الموضوعية التي يسلكها الباحث في دراسته أو في تتبعه لظاهرة معينة، من أجل تحديد أبعادها بشكل شامل يجعل من السهل التعرف عليها وتمييزها وبتيح معرفة أسبابها ومؤثراتها والأشكال التي يتخذها والعوامل التي أثرت فيها أو تأثرت بها، وقياس هذا الأثر أو التنبؤ به بشكل موضوعي دقيق يفسر العلاقات التي تربط عواملها الداخلية والخارجية بهدف الوصول الى نتائج عامة محددة يمكن تطبيقها أو تعميمها⁴.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج الوصفي المسحي.

¹-إبراهيم إبراهيم، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط01، دار الشروق، عمان، 2008م، ص 65.

²-حسو الزبياري طاهر، أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع، ط01، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات، بيروت. لبنان، 2011م، ص 23.

³- عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، (د.ط)، دار اليازوري، (د.ب.ن)، ص06.

⁴- عبد الحليم غربي، منهجية البحث العلمي في العلوم المالية والمصرفية الإسلامية، ط01، مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية، (د.ب.ن)، إبريل 2019م، ص 37.

يعرف المنهج الوصفي المسحي بأنه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة، وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر، دون الخوض في تأثير الماضي والتعمق في هذا الماضي، كما أنها تدرس الظواهر كما هي دون تدخل الباحث فيها والتأثير على مجرياتها، وفي المسح الاجتماعي يتم جمع بيانات مقننة من مجتمع البحث، ويعد الاستبيان والمقابلات المقننة أكثر الأساليب استخداماً في تنفيذ المسوح الاجتماعية، ويتمثل الغرض الرئيسي من إجراء المسح في إنتاج بيانات تشكل أساساً للتعميم حول مجتمع المسح أو الجماعات المستهدفة¹.

ويعرف بأنه هو ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطته استجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط دون أن يتجاوز ذلك دراسة العلاقة أو استنتاج الأسباب².
اتبعنا هذا المنهج بغية تحليل ودراسة استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر الحملات التوعوية ومعرفة مدى استفادة الجمهور من هذه الدروس المقدمة من طرف أعوان الحماية المدنية.

8- أدوات جمع البيانات:

في البحوث الميدانية يلجأ الباحث الى الميدان مباشرة للحصول على المعلومات اللازمة لعملية البحث وغالباً ما يستعين الباحثون بأداة أو أكثر من الأدوات التالية لجمع البيانات وهي: الملاحظة، المقابلة، الاستمارة وتحديد أي من هذه الأدوات الأنسب يرجع الى طبيعة المنهج المتبع وحجم العينة ونوع المشكلة محل البحث³.

كما تتعد وسائل وادوات جمع البيانات في البحث الاجتماعي، وهذا التعدد والتنوع يسمح للباحث باستخدام أكثر من طريقة او أداة لجمع البيانات حول مشكلة الدراسة، وتتحدد الأداة

¹-الزبياري طاهر حسو، مرجع سابق ذكره، ص68.

²- محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط03، دار الكتب صنعاء، الجمهورية اليمنية، 2019م، ص52.

³-إبراهيم إبراهيم، مرجع سابق ذكره، ص261.

المناسبة في ضوء طبيعة منهج البحث ومشكلة البحث وأهداف البحث وفرضياته والأسئلة التي يسعى الى الاجابة عنها¹.

1/المقابلة : هي وسيلة شفوية عادة ما تكون مباشرة أو هاتفية لجمع البيانات، يتم خلالها سؤالاً فرداً أو خبير عن معلومات لا تتوفر عادة في الكتب او المصادر الأخرى، كذلك تعد تفاعل لفظي منظم بين الباحث و المبحوث أو المبحوثين لتحقيق هدف معين².
اعتمدنا في دراستنا على أداة المقابلة التي قمنا بها مع موظف مكلف بمصلحة الحملات التوعوية، وقد أضفنا هذه الأداة بهدف المساعدة على جمع البيانات حول موضوع الدراسة للاستفادة بها في بناء أسئلة استمارة الاستبيان التي سنقوم بتوزيعها على عينة البحث.

2/استمارة الاستبيان:

هي وسيلة من وسائل جمع البيانات، وتعتمد أساساً على استمارة تتكون من مجموعة أسئلة ترسل بواسطة البريد، أو تسلم الى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه وإعادته ثانية، ويتم كل ذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عنها³.
مجموعة من الاسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة عن الأسئلة الواردة فيها⁴.

اعتمدنا في دراستنا على أداة استمارة الاستبيان وهي الأداة الأساسية حيث احتوت محاور الأساسية للدراسة وهي 3 محاور تمثلت في:

- محور يتمحور حول مساهمة وسائل الاتصال التي توظفها الحماية المدنية في حملات التوعية للتقليل من الحوادث.

¹ - الزبيباري طاهر حسو، مرجع سابق ذكره، ص 129.
² -محمد الفاتح حمدي، سطوطاح سميرة، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط01، دار الحامد، 2019م، ص ص83-84.
³ - عبد الله محمد الشريف ، مناهج البحث العلمي ، دليل الطالب في كتابة الأبحاث و الرسائل العلمية ، ط01، مكتبة الشعام للطباعة والنشر والتوزيع ، 1996م، ص 123.
⁴ - عمار بوحوش، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، تحر عباش عائشة، رانجة زكية، (د.ط)، المركز الديمقراطي العربي، برلين. ألمانيا، 2019م، ص 71.

- محور الثاني تضمن الاشباكات المحققة لدي سكان حي سعيد من استخدام وسائل الاتصال في حملات التوعية.
 - والمحور الأخير يتناول التفاعل مع مختلف حملات التوعية التي تقدمها الحماية المدنية.
- قمنا بتوزيع 80 استمارة وبعد استرجاعها وجدنا 68 استمارة قابلة للدراسة.

المقاربة النظرية:

1-9 نظرية الاستخدامات والاشباكات:

يعتبر المقرب النظري بمثابة المعلم الذي من خلاله يحدد الباحث الطريق الصحيح حتى يتمكن من الإحاطة ببعض جوانب دراسته، ولأن دراستنا حول استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الحملات التوعوية لدى الطلبة فإن النظرية الأنسب لدراستنا هي نظرية الاستخدامات والاشباكات وذلك بغية الوصول إلى نتائج تخدم الموضوع.

2-9 نشأ النظرية:

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز وبلومر، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض من جانب آخر¹.

يذهب "إدلستين وزملاؤه" إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والإشباكات جاء كرد فعل لمفهوم: "قوة وسائل الإعلام الطاغية"، ويضيف هذا النموذج صفة إيجابية على الجمهور وسائل الإعلام، فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي

¹ - مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظرياته المعاصرة، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2015، ص

يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة¹.

3-9 مفهوم النظرية:

عرفت نظرية الاستخدامات والاشباع بأنها دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة، وقد أكد كاتز وهو أحد رواد هذه النظرية أن استخدام وسائل الاتصال يتيح بصورة واضحة حينما نوجه اهتمامنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل لا حينما نهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور².

4-9 فروض النظرية:

تستند هذه النظرية إلى فروض أساسية تتمثل:

1- "يقوم الأفراد الجمهور باختيار المادة الإعلامية التي يرون أنها تشبع احتياجاتهم.

2- يستطيع أفراد الجمهور تحديد احتياجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل والرسائل الإعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات.

3- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع ما من خلال التعرف على

استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

4- يشارك أعضاء الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري بفعالية، ويستخدمون وسائل

الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي واقعهم³.

5-9 أهداف النظرية:

تحاول هذه النظرية من خلال فروضها تحقيق الأهداف التالية:

¹ - حسن عماد مكايي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1988، ص 240.

² - عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الاعلام، ط1، دار العالمية، الهرم، مصر، 2014م، ص 145.

³ - عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2011م، ص 300.

1- تفسير استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لإشباع احتياجاتهم، وذلك بافتراض أنه الجمهور نشط يختار الوسائل المناسبة التي تشبع حاجاته ودوافعه.

2- تفسير دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف الفهم الأعمق لعملية الاتصال الجماهيري¹.

9-9 عناصر النظرية:

1- افتراض الجمهور النشط: يعتبر مفهوم الجمهور النشط جوهر المدخل، وأن مفهوم الجمهور لا يتعلق باختيار الرسالة الإعلامية التي تشبع رغباته فحسب، بل يخص أيضا المعاني التي تفسر هذه الرسائل. على ضوء الاستعداد الذهني لأفراد الجمهور الذي تحققه الاستعدادات النفسية والعلاقات الاجتماعية. والمحيط الذي يعيش فيه الفرد فضلا عن نوعية الرسائل الإعلامية ومدى توافقها أو تعارضها مع اتجاهات الجمهور. وأن هذا الجمهور يتميز بالنشاط من خلال المؤشرات الرئيسية التالية:

- الانتقاء: حيث أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل وفق احتياجاته ورغباته، أي كلما كان مضمون يلبي حاجاته كلما زادت نسبة اختيارهم لتلك الوسيلة.

- الاستغراق: ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين ويحدث هذا على المستويين الإدراكي والسلوكي.

- الإيجابية: من خلال الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال، ويتبادل الآراء والمعلومات ومحاولة إثراء الرصيد المعرفي².

2 – الأصول النفسية والاجتماعية:

1- عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق ذكره، ص254.

2- جمال الدين مدفوني، نظرية الاستخدامات والإشباع من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية.3(3): 64-91. 2019، صص73-74.

يؤكد الباحثون أن الانسان ليس حالة سلبية يتأثر بكل الرسائل الإعلامية، بل يدخل في هذا التأثير متغيرات كثيرة، بعضها نفسي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه واحتياجه النفسية وبعضها اجتماعي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد في داخل البيئة الاجتماعية والفرد يختار المضمون الذي يتلاءم واستعداده النفسي وظروفه الاجتماعية¹.

3 – الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام:

يؤكد روبن وزملاؤه على أن الاحتياجات الإنسانية الأساسية للأفراد تولد دوافع الاتصال والقيام بسلوك معين بهدف اشباع تلك الاحتياجات ويختار الأفراد بين مصادر الاتصال الشخصي والجماهيري لإشباع تلك الاحتياجات.

حيث قسم الدوافع إلى:

أ- دوافع نفعية: وتعني استخدام موجهة لمحتوى وسيلة الاتصال.

ب -دوافع طقوسية: الاهتمام بالوسيلة وليس مضمون المقدم. ويضيف moquai

فئات لاستخدام وسائل الاعلام كالتكامل الاجتماعي والتسلية والترفيه والحصول على المعلومات عن المجتمع والعالم.

أما بالنسبة للحاجات فقد صنفت كالتالي من قبل كاتز وجير وفيتش وهاس:

- حاجات معرفية
- حاجات العاطفية.
- حاجة الانساق الجماعي.
- حاجة الاسترخاء.
- إشباعات وسائل الاعلام².

¹ - خير الله رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الاعلام، قسم العلوم الاجتماعية والاعلام، جامعة المتوفية، ص161.

² -رشدي خير الله، مرجع سابق ، ص ص 162-167.

9-11 اسقاط النظرية:

تساهم هذه النظرية في موضوع الدراسة من خلال التعرف على استخدام مديرية الحماية المدنية لوسائل الاتصال في حملات التوعية وأثرها لدى سكان حي سعيد ومعرفة مختلف الاشباكات والتفاعلات مع وسائل الاتصالية مستخدمة في هذه الحملات.

10-الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر حملات التوعية ، وتناولته من زوايا مختلفة.

الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد (يونس عيادة وفريد فغموس)¹ لنيل شهادة الماستر، بعنوان " دور خلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية في التوعية المرورية"، 2020. حيث كانت الإشكالية حول دور خلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية لولاية ورقلة في توعية المواطنين للحد من حوادث المرور؟ وتفرعت منها تساؤلات فرعية:

-كيف تساهم خلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية في التوعية المرورية؟
-ماهي خطط خلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية في التوعية المرورية؟
-ماهي الطرق المتبعة من قبل الخلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية للحد من حوادث المرورية؟

وتهدف هذه الدراسة إلى:

-معرفة مساهمة خلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية في التوعية المرورية.
-معرفة خطط خلية الاعلام والاتصال في التوعية المرورية.

¹ - يونس عيادة، فريد فغموس، دور خلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية في التوعية المرورية، رسالة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، 2020م.

-معرفة الطرق المتبعة من قبل الخلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية للحد من حوادث المرور.

استعان الباحثين في دراستهم على نظرية البنائية الوظيفية ومنهج الوصفي وذلك لوصف الظاهرة محل الدراسة وتسليط الضوء على مختلف جوانبها، حيث أن الدراسة كانت على عينة قصدية متمثلة في سائقين الأجرة مهتمين بالدور خلية الاعلام والاتصال لولاية ورقلة.

ومن أجل جمع المعلومات تم استعمال أداتين الاستبيان والمقابلة؛ استعملت استمارة الاستبيان كأداة رئيسية حيث تم توزيعها على سائقي الأجرة أما المقابلة فكانت مع مسؤولين خلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية.

نتائج الدراسة: في هذه الدراسة كان استعراض نتائج على الشكل الآتي
جواب على إشكالية الدراسة:

ساهمت خلية الاعلام والاتصال في التوعية المرورية وفي نشر الوعي المروري، تحسيس المجتمع بخطورة حوادث المرور، عن طريق التوعية والوقاية، وبما تقدمه من برامج التوعية والارشادات والنصائح حول الوقاية من حوادث المرور، وتعتبر على أنها وسيلة فعالة داخل المجتمع، وما تقدمه من التوعية والوقاية التي تصب في جميع مناحي الحياة.

نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية للدراسة:

-إن مساهمة الخلية الإعلام والاتصال في التوعية المرورية ويعود ذلك في نشرها التوعية والتحسيس بين المواطنين، وأعطت اهتماما لحوادث المرور بنسبة كبيرة وذلك ما أكده لنا المبحوثين من أفراد العينة من المستوى الجامعي، والمجهودات التي تقوم بها فعالة باستعمال مختلف الإجراءات والوسائل التي تهدف إلى الحد من الحوادث المرور، من النصائح والارشادات والتوعية والوقاية.

-لخصت الدراسة أن خطط خلية الاعلام والاتصال جيد وذلك لما تقدمه من التوعية والندوات والأيام المفتوحة والملتقيات التي تقوم بها للحد من حوادث المرور، حيث الأفراد يولون اهتمام كبير بالحملات الإعلامية موجودة على الطرق، وأن أغلب الأفراد يستمعون

للإذاعة التي تهدف للحد من الظاهرة حوادث المرور، والتنسيق الحاصل بين الحماية المدنية وشركائها وبين مختلف الفاعلين في مجال التوعية.

-الطرق المتبعة للحد من الحوادث تمثلت في التوعية والتحسيس والإذاعة بما تقدمه من النشاطات التثقيفية، وأن البرامج التي يتابعونها السائقين طرق السلامة لأنه يهدف للتوعية والوعي المروري، وأن أغلب المبحوثين من المستوى الجامعي أكثر مطالعة المنشورات والمطويات ويعود ذلك على مستواهم التعليمي ومطالعتهم واهتمامهم بالتوعية المرورية.

-لخصت الدراسة أن ارتفاع الحوادث المرور في الجزائر كبيرة وذلك يعود عدم احترام القوانين المرور وكذلك السرعة المفرطة والتجاوزات الخطيرة والقيادة تحت تأثير الكحول وأن أغلب الأضرار كانت مميتة بدرجة الأولى وكانت جسدية ومادية.

-إن أغلب أفراد العينة اقترحوا العقوبات لمن يخالف قوانين المرور تمثلت في سحب الرخصة.

الدراسة الثانية:

من إعداد الطالبين (بن عمارة حاج محمد وطويل إبراهيم)¹، لنيل شهادة الماستر، "ب عنوان وسائل الاتصال ودورها في التوعية السياحية"، 2017.

والتي انطلقت من إشكالية مفادها: ما هو دور وسائل الاتصال في التوعية أفراد المجتمع الجزائري سياحيا؟

الذي تفرعت منه الأسئلة التالية:

- كيف تساهم وسائل الاتصال في ترقية التوعية السياحية؟
- ما هو تصور الأفراد في المجتمع الجزائري حول التغيرات الحاصلة على مستوى ثقافتهم السياحية؟
- هل اضافت المطويات باعتبارها من الحوامل الاتصالية ثقافة جديدة لدى الفرد الجزائري؟
- هل المطويات قادرة على تغيير سلوك الفرد في المجتمع الجزائري؟

¹ - حاج محمد بن عمارة، ابراهيم طويل، وسائل الاتصال ودورها في التوعية السياحية، رسالة ماستر في الاتصال السياحي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017.

كما تهدف هذه الدراسة إلى:

- معرفة رأي الفرد في المجتمع حول وسائل الاتصال بالجزائر ودورها في الترويج للسياحة.
- معرفة أي الوسائل الاتصالية المفضلة لدى الفرد في مجال السياحة.
- معرفة درجة الوعي السياحي التي تقدمها المطوية باعتبارها وسيلة من وسائل الاتصال.
- تحديد إيجابيات وسلبيات المطويات وأثرها على الجلب السياحي.
- إبراز الدور المهم الذي تلعبه وسائل الاتصال
- التعرف بالسياحة وإبراز المقومات الأساسية التي يعتمد عليها القطاع السياحي.
- لتحقيق هذه الأهداف اعتمدت هذه الدراسة على كل من منهج المسحي والاستبيان كأداة لجمع المعلومات وبالنسبة للنظرية فتم الاعتماد على نظرية الاستخدامات والاشباع.
- أما بالنسبة للعينة الدراسة فقد أجرت الدراسة على عينة نمطية من سكان مدينة واد ارهيو.

توصلت الدراسة إلى نتائج التالية:

- المطوية السياحية لها دور إيجابي في تدعيم وإثراء الرصيد السياحي للفرد الجزائري من خلال ما تعرضه من مضامين سياحية.
- الثقافة السياحية بحاجة إلى تدعيم في مدينو وادار هيو.
- المطويات تعتبر وسيلة هادفة أدت إلى تغيير بعض السلوكيات الخاصة بالتوعية السياحية والترويج السياحي.

الدراسة الثالثة:

هذه الدراسة من إعداد (صوكو حسيبة وبجح فاطمة الزهراء)¹. لنيل شهادة الماستر، بعنوان " دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر"، 2020 .

¹ - حسيبة صكو، وبجح فاطمة الزهراء، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر، شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2020.

تمحور سؤال الإشكالية عن كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي في الجزائر.

ومن هذا التساؤل تفرع إلى تساؤلات فرعية التالية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجتمع الجزائري؟

- هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق التوعية الصحية بالجزائر؟

- هل لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي تأثير على مجتمع الجزائري؟

تهدف هذه الدراسة إلى:

- محاولة التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التوعية الصحية.

- معرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الفرد في اكتساب وزيادة وعيه الصحي.

- التعمق الأكثر في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي ومدى فائدتها للأفراد في توعية الصحية.

تم استخدام المنهج الوصفي وأداة الاستبيان لجمع المعلومات حيث تم توزيعه على عينة الدراسة وهي عينة طبقية متمثلة في 44 طالب من قسم علوم الاعلام والاتصال أما بالنسبة للنظريات المستخدمة فهي نظرية البنائية الوظيفية ونظرية استخدامات والاشباعات.

توصلت هذه الدراسة إلى نتائج التالية:

1- نتائج في ضوء الفرضيات الدراسة:

- أن معظم الطلبة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات الصحية وذلك لحاجتهم للتوعية الصحية.

- أن أغلب الطلبة يهتمون بالوسائل الإعلامية بدافع الفضول واكتساب معلومات جديدة في حياتهم.

-بينت الدراسة أنه كلما زاد إقبال الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي كلما زاد وعيهم الصحي مما يحقق لهم إشباعاتهم ورغباتهم بما في ذلك التحصيل المعرفي باعتبارهم باحثين يحتاجون إلى مصادر موثوقة لتعزيز رصيدهم العلمي.

2-نتائج في ضوء النظرية البنائية الوظيفية:

-أن شبكات التواصل الاجتماعي لها وظيفة توعوية في مجتمع.
-أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بنشر المعلومات الصحية من خلال البرامج المتخصصة للصحة والمعلومات الصحية المنشورة عبرها التي تهتم كافة شرائح المجتمع وكذا نشر الاتجاهات الصحيحة للفرد مما يساهم في تغير سلوكياتهم السلبية في مجال الصحة وبالتالي حسب هذه النظرية في شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بدور إيجابي في نشر الوعي الصحي.

3-نتائج في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات:

-المبوهون يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التواصل مع الآخرين ولمواكبة الأحداث الجارية وكذلك زيادة وعيهم الفكري والصحي.

-أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي حاجاتهم وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا الحالية التي بينت لنا أن طلبة علوم الاعلام والاتصال هو جمهور نشط وفعال وانتقائي فهو يتحكم في ظروف التلقي من حيث وقت العرض وكذلك الزمن والذي أظهرت النتائج أن معظم عينة الدراسة تستخدم أو تتصفح المواقع مثل فيس بوك في الفترة الليلية أكثر وهذا ما يتناسب مع عدد الساعات التي يقضيها المبعوث في مزاولة دراسته في الفترة الصباحية مما يفضل استخدام المواقع في الفترات الليلية فهو يستخدم هذه المواقع لتحقيق أهداف خاصة يري أنها تحقق له أهدافه.

-التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون ووسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد، وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا حيث توصلنا إلى أن طلبة الاعلام والاتصال بجامعة جيجل يستخدمون هذه المواقع في تحديد حاجاتهم ودوافع تعرضهم لها، فهو يختار المضامين التي تشبع حاجاته ورغباته وميولته، فمعظم الطلبة يميلون إلى استخدام أكثر من

موقع في متابعة القضايا ذات الطابع الصحي، كما أنهم يقومون بالانضمام إلى مجموعات وصفحات صحية تعود عليهم كدافع في تنمية وزيادة وعيهم الصحي، وتلبية حاجاتهم من خلال المضامين التي تلبي حاجاتهم الصحية من متابعة الاخبار والقضايا الصحية عبرها.

الدراسة الرابعة:

دراسة من إعداد طالبة (نسبية العلمي)¹ لنيل شهادة الماستر، بعنوان " دور التلفزيون في نشر الوعي الصحي برنامج OZ.Dr أنموذجا"، 2019.

انطلقت من إشكالية حول دور برنامج Dr. OZ في نشر الوعي الصحي لدى مشاهديه؟

والذي تفرع إلى الأسئلة التالية:

-ما درجة اقبال الافراد على مشاهدة البرامج التلفزيونية الصحية؟

-ما هي دوافع وحاجات تعرض الافراد لمشاهدة برنامج Dr.OZ؟

-كيف يساهم برنامج Dr.OZ في نشر الوعي الصحي؟

وتهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

-التعرف على درجة اقبال الافراد على مشاهدة البرامج التلفزيونية الصحية.

-الكشف عن دوافع تعرض الافراد لمشاهدة برنامج Dr.OZ.

-معرفة مدى مساهمة برنامج Dr.OZ في نشر الوعي الصحي.

اعتمدت الباحثة على منهج المسحي ونظرية الاستخدامات والاشباعات، وكأداة لجمع المعلومات فاستعملت استمارة الاستبيان وذلك لمعرفة آراء الجمهور بشكل دقيق وحاجياته التي تتمثل في توعية الصحية عبر التلفاز،

أجريت هذه الدراسة على عينة قصدية من مجتمع مشاهدي برنامج Dr.OZ المتواجدين

بمدينة أم بواقي.

توصلت الدراسة إلى نتائج التالية:

¹ - نسبية العلمي، دور التلفزيون في نشر الوعي الصحي برنامج OZ.Dr أنموذجا، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019.

- أن هناك نسبة معتبرة من مفردات العينة يتابعون البرامج التلفزيونية الصحية من أبرزها Dr. OZ، The doctors ، التفاح الأخضر وإرشادات الطبية ويعود ذلك إلى كونها تطرح وتعالج قضايا صحية تهم الجمهور المشاهد.

- يعود سبب متابعة المفردات لبرنامج Dr.OZ من أجل التثقيف واكتساب معلومات جديد في حين يري العض الاخر أنه من أجل تعلم سلوكيات صحية جيدة وإيجابية، وذلك للوقاية من الامراض وتمكنهم من الاستفادة في مجال التوعية الصحية من خلال ما يتناوله Dr.OZ من قضايا صحية وشرح أسبابها كيفية معالجتها والوقاية منها.

- أن أفراد العينة يتابعون برنامج Dr.OZ لغايات التثقيف الصحي من خلال الحصول على استشارات وتوجيهات سليمة، حيث اتضح أن هذا الأخير يشبع حاجاتهم المعرفية في المجال الصحي ويلبي حاجاتهم المتعلقة بالقضايا الصحية المختلفة فالرسالة الصحية التي يتبناها برنامج Dr.OZ تحت المشاهد على تبني واتباع سلوكيات صحية سليمة.

- أن برنامج Dr.OZ ساهم بشكل كبير في تنمية الوعي والثقافة الصحية لدى مفردات عينة البحث، وذلك من خلال التأثير الإيجابي الذي يحدثه البرنامج بالإضافة لاستخدامه مصطلحات بسيطة ومفهومة لدى عامة الناس، ومعالجته للقضايا والمواضيع الصحية الأكثر أهمية وهذا ما جعلهم يستفدون من نصائح وإرشادات وإتباعها في حياتهم اليومية وأبرزها الحصول على توجيهات صحية من خلال ما يقدمه Dr.OZ، وكذلك إيجاد حلول بسيطة للمشاكل الصحية المعقدة والتزويد بمعلومات وحقائق لم يكن المشاهد على علم بها.

- يلعب برنامج Dr.OZ دور توعوي تثقيفي هادف لدى أفراد العينة، فالبرنامج من خلال مواضيع الحساسية التي يطرحها للنقاش ومن خلال الأطباء والخبراء الذين يستضيفهم Dr.OZ للرد على استفسارات الجمهور والمشاهدين، الأمر الذي ساهم في زيادة مستوى الوعي الصحي لدى أفراد العينة.

الدراسة الخامسة:

دراسة من إعداد: (فقعاص فايزة، بونار شهيناز)¹، لنيل شهادة الماستر، بعنوان " دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي"، 2021.

انطلقت الدراسة من اشكالية: كيف تساهم إذاعة جيجل الجهوية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي؟

وقد تفرعت عنه جملة من الاسئلة الفرعية:

-كيف تساهم البرامج الإذاعية من رفع مستوى الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي؟

-ماهي المواضيع الصحية التي تركز عليها إذاعة جيجل الجهوية؟

-ماهي الاشباكات المحققة لدى الطالب الجامعي عند استماع البرامج الصحية بإذاعة جيجل الجهوية؟

-ما هو الأثر الذي تركته البرامج الصحية لإذاعة جيجل الجهوية على جمهور الطلبة الجامعيين؟

هدفت الدراسة الى إبراز مدى مساهمة إذاعة جيجل الجهوية في نشر الوعي الصحي، معرفة حجم اهتمام الإذاعة المحلية بالمواضيع الصحية و تحديد نوع المشكلات و المواضيع التي تطرحها و تناولها بالنقاش من خلال حصصها و برامجها الصحية المختلفة، الكشف عن الاشباكات التي تحقق للطلبة من خلال الاستماع لبرامج الإذاعة المحلية، معرفة آثار اقبال الطالب الجامعي على هذه البرامج على الافراد المجتمع ككل، معرفة كيفية مساهمة إذاعة جيجل الجهوية في التوعية الصحية لدى الطالب الجامعي. تكمن اهمية الدراسة في كونها تتناول موضوع هام وهو التوعية الصحية هذه الاخيرة التي منذ عقود لفت انتباه لدور الذي تلعبه الإذاعة وخاصة برامج التوعية و أثره في توعية الطالب المستمع صحيا من خلال التعرف على الحاجات لتي

¹ -فايزة فقعاص، بونار شهيناز، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، جامعة محمد الصديق بن يحي، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي، 2021.

يرغب المستمع في اشباعها من خلال متابعته لهذه البرامج كما يؤمل في هذه الدراسة ان تقدم آفاق تقوم على اساس النتائج العلمية التي توصلت اليها الدراسة زيادة التعرض الى البرامج الإذاعة الصحية التي تبث في الراديو و جعلها أكثر جديدة و فائدة ،دور اعلام في توعية المجتمع صحيا من خلال البرامج و الحملات التوعوية إذاعية التي تهدف الى المستوى الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين بجامعة محمد الصديق بن يحي ،و لقد استخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق منهج الوصفي و تمثلت عينتها في فئة طلاب باعتبار انهم يمثلون أكثر فئة حساسة في المجتمع ،اعتمدت على مقاربة نظرية الاستخدامات و الاشباعات وقد نتجت عن هذه الدراسة نتائج أبرزها :

أن الاذاعة تعمل بشكل كبير وفعال باستخدام كافة الامكانيات الممكنة لها من أجل ترسيخ الوعي الصحي لدى المستمعين وبضرورة الصحة بالنسبة لهم، وأي خلل أو ضرر قد يؤدي بحياتهم لمختلف الأمراض التي تضرهم، وذلك انطلاقا من نتائج الدراسة يمكن القول إن الاذاعة المحلية لولاية جيجل تساهم بشكل فعال في خلق مجتمع واع صحيا عن طريق مختلف برامجها الصحية المقدمة.

أوجه الاتفاق والاختلاف:

-اتفقت الدراسات السابقة على هدف مشترك وهو: مساهمة وسائل الاتصال في التوعية باستثناء دراسة عابد وفغموس التي تهدف الى معرفة دور خلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية في توعية.

-اتفقت الدراسة 03 و 05 في عينتها طلبة الجامعة، في حين الدراسة 01 و02 و04

على عينة من سكان مجتمع الجزائري.

-اعتمدت الدراسات السابقة على أداة الاستبيان لجمع المعلومات وأضافه الدراسة

01 أداة المقابلة كأداة مساعدة إلى جانب الاستبيان.

-وظفت الدراسة 01 و03 و05 المنهج الوصفي والدراسة 02 و04 المنهج المسحي.

-الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية:

من خلال استعراض أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة نشير الى أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في موضوعها الرئيسي وهدفها العام إلا أنها تختلف عنها في عدة جوانب تمثل الفجوة العلمية التي تعالجها في هذه الدراسة وهي:
-استخدمت هذه الدراسة مدخلين بحثيين مدخل كمي ومدخل كفي، وذلك لتكوين فكرة دقيقة عن مشكلة الدراسة، كما تضمنت تنوعا في منهج الدراسة لتشمل المنهج الوصفي المسحي

-تعددت أدوات هذه الدراسة حيث شملت المقابلة واستمارة الاستبيان، وذلك من أجل جمع البيانات بدقة أكبر.

-ومن العرض السابق يتضح أن هذه الدراسة عالجت فجوة علمية متعددة الجوانب بتطرقها لموضوع استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر الحملات التوعوية، وشمول عينتها أفراد سكان حي سعيد عتبة -ورقلة- ، وتعدد أدواتها بين المقابلة والاستبيان واستخدامها لمنهج الوصفي المسحي.

الإطار التطبيقي

- 1- إجراءات الدراسة
- 2- مجالات الدراسة
- 3- عرض وتحليل بيانات الدراسة
- 4- نتائج الدراسة
- 5- الخاتمة

1-إجراءات الدراسة:

من خلال الدراسات السابقة التي تم عرضها في جانب المنهجي وانطلاقاً من الأسئلة الفرعية وأهداف الدراسة والمقابلة التي أجريتها مع مديرية الحماية المدنية، تم تصميم استمارة الاستبيان التي مرت بعد مراحل وهي:

1.1 **تحديد المعلومات والبيانات:** انطلاقاً من إشكالية الدراسة وأسئلتها الفرعية وأهدافها وعن طريق استعانة استمارة الدراسات السابقة بالإضافة إلى مقابلة التي كان لها دور كبير في تحديد مختلف وسائل الاتصال وحملات التوعية التي تقوم بها مصلحة الحماية المدنية.

2.1 **بناء الأولي للاستمارة:** بعد جمع مجموعة من الأسئلة وصياغتها تم تصنيفها وترتيبها وفق محاور الدراسة.

3.1 **عرض الاستمارة على أستاذ الأستاذ المشرف:** قام الأستاذ المشرف بمراجعة الاستبيان وتعديل فيه.

4.1 **مرحلة تحكيم:** في هذه المرحلة تم إخضاع استمارة الاستبيان لتحكيم من قبل (06) أساتذة: حمایمی محرز، كواجة محمد الصغير، زواي محمد الطيب، بودربالة عبد القادر، حفيان ناريمان، ثابت مصطفى، قبل وضعها في بدأ في توزيعها على العينة.

2-مجالات الدراسة:

1- **المجال الجغرافي:** ونعني به المكان الذي تم فيه إجراء الدراسة، وقد تم اختيار ولاية ورقلة ذلك لأنها: مكان إقامة الباحثين، وأنها تتناسب مع إمكانياتهم.

2- **المجال البشري:** تمت هذه الدراسة على عينة قصدية من سكان حي سعيد وذلك لربح الوقت والجهد وأنها تتناسب مع ظروف الطلبة وأيضاً الرغبة في إجراء دراسة على سكان هذه المنطقة.

3- المجال الزمني: انطلقت الدراسة من أواخر شهر فيفري 2023 ليكتمل في

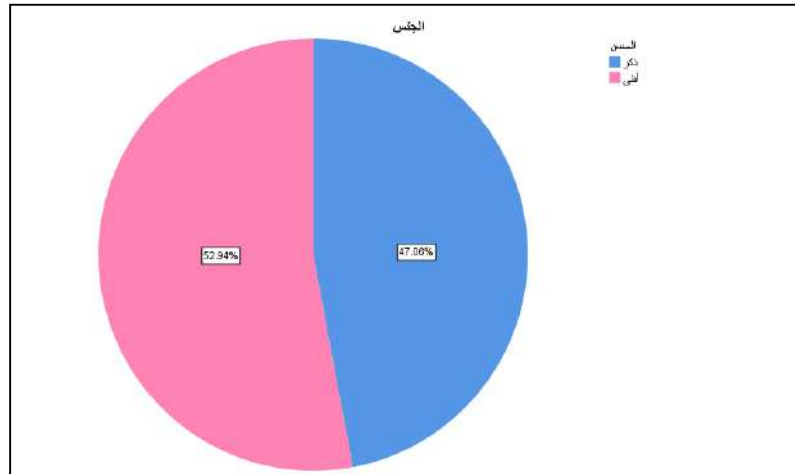
صورته النهائية في أوائل شهر جوان.

وقد مرة بعدة مراحل:

- جمع معلومات حول الدراسة.
- مرحلة ضبط وصياغة الإطار المنهجي.
- مرحلة أيام الماستر (بوستار ماستر) الذي تم فيها عرض الجانب المنهجي وتقديم بعض الاقتراحات.
- مرحلة الجانب التطبيقي من تصميم استمارة الاستبيان من 1 ماي 2023 ومناقشتها مع الأستاذ المشرف وتحكيمها، تم توزيعها على عينة الدراسة في 15-24 ماي.
- مرحلة تفريغ استمارة الاستبيان باستعمال برنامج تحليل الاحصائي (spss).
- مرحلة صياغة وتحليل نتائج الدراسة وإعداد التقرير النهائي.

3- عرض وتحليل بيانات الدراسة:**الجدول رقم 1: يوضح توزيع العينة حسب الجنس**

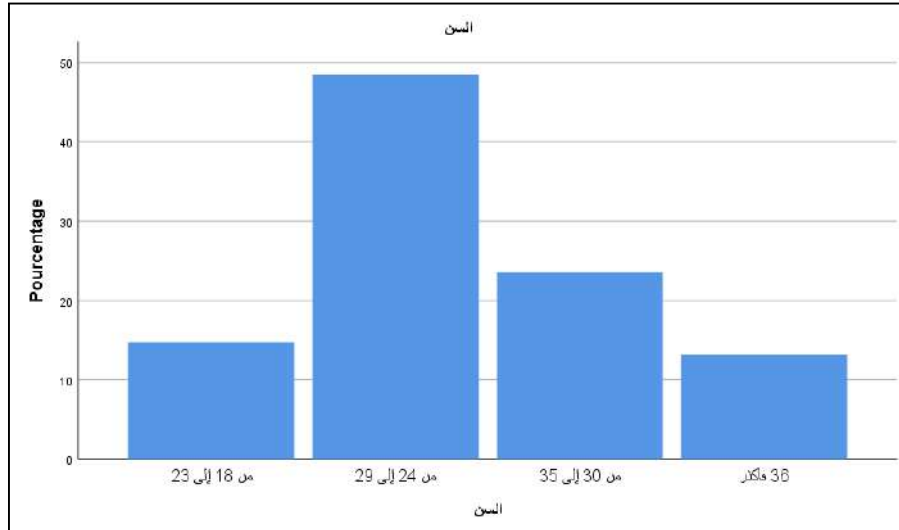
النسبة المئوية	التكرار	الجنس
47%	32	ذكر
53%	36	أنثى
100%	68	المجموع

**الشكل رقم 1: يوضح توزيع العينة حسب الجنس**

يمثل الجدول توزيع العينة حسب الجنس حيث نلاحظ أن نسبة الإناث أعلى من نسبة ذكور حيث بلغت نسبة الإناث 53% وبلغت نسبة الذكور 47%. يرجع ارتفاع نسبة الإناث على نسبة الذكور إلى تصادفنا مع فئة الإناث أكثر عند توزيع الاستمارة الاستبيان.

الجدول رقم 2: يوضح توزيع العينة حسب السن

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
من 18 إلى 23	10	15%
من 24 إلى 29	33	48%
من 30 إلى 35	16	24%
36 فأكثر	9	13%
المجموع	68	100%



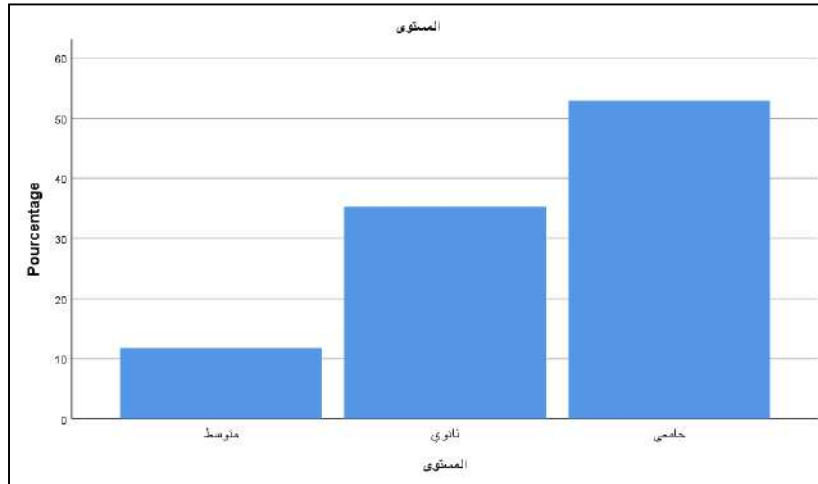
الشكل رقم 2: يوضح توزيع العينة حسب السن.

يبين الجدول أن الفئة العمرية من 24 إلى 29 هي أعلى نسبة بـ 48% تليها الفئة العمرية من 30 إلى 35 بنسبة 24% ثم فئة 18 إلى 23 بنسبة 15% وفي الأخير فئة 36 فأكثر بنسبة 13%.

نلاحظ الفئات العمرية للعيينة تتراوح بين 24 و35 ويرجع ذلك إلى بنية مجتمع الجزائري التي تتميز بارتفاع نسب الشباب، حيث بلغت 3670 حسب نتائج الإحصاء لسنة 2018¹.

الجدول رقم 3: يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	0	%0
متوسط	8	%12
ثانوي	24	%35
جامعي	36	%53
المجموع	68	%100



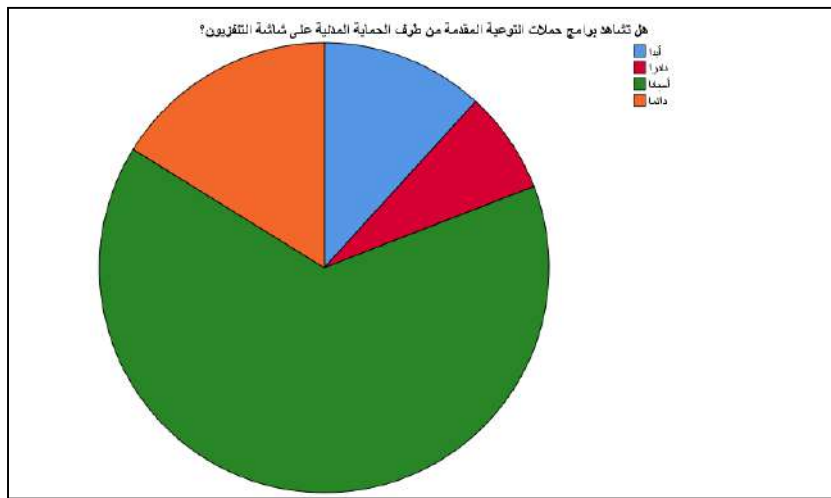
الشكل رقم 3: يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة المستوى الجامعي هي أعلى نسبة حيث بلغت 53% من عينة الدراسة يليها المستوى الثانوي بنسبة 35%، ثم المستوى المتوسط بنسبة 12% وفي الأخير المستوى الابتدائي 0%.

¹ - الديوان الوطني للإحصائيات، (2021). <http://www.Ons.Dz>، 30 ماي 2023 م، الساعة 7:00 صباحا.

الجدول رقم 4: يمثل مشاهدة أفراد العينة لبرامج حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية على شاشة التلفزيون.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
11%	8	أبدا
8%	5	نادرا
64%	44	أحيانا
17%	11	دائما
100%	68	المجموع



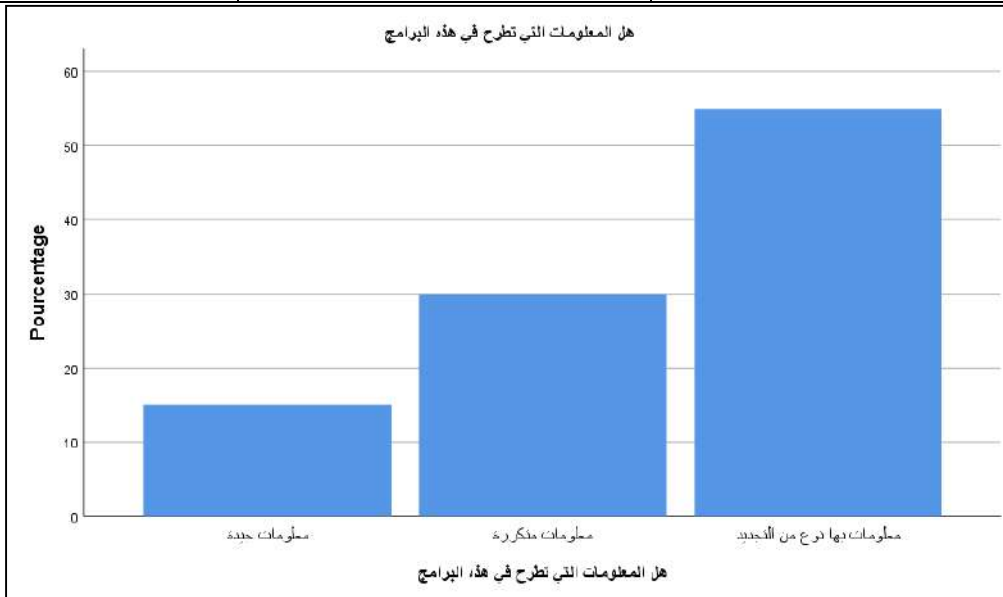
الشكل رقم 4: يمثل مشاهدة أفراد العينة لبرامج حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية على شاشة التلفزيون.

بين جدول مشاهدة أفراد العينة لبرامج حملات التوعية التي تقدمها الحماية المدنية عبر شاشة التلفاز، حيث بلغت نسب كالتالي: أحيانا 64%، دائما 17%، أبدا 11% و نادرا 8%. يتضح لنا أن التلفاز لا يزال يحافظ على مكانته بين الوسائل الاتصالية حيث تشير الدراسات إلى أن تلفاز هو صاحب الدور الأساسي، في توجيه وقيادة المجتمع، ليس بمعنى السيطرة الموجهة طبعاً، ولكن بث رسالته الإخبارية والثقافية والفنية والترفيهية وما إلى ذلك.¹

¹- إبراهيم هلال. التلفزيون لا يزال مسيطراً. هكذا اختراق عالم السوشيال ميديا، 21 جانفي 2019، <http://www.Aljazeera.net>، 31 ماي 2023، 19:30 مساءً.

الجدول رقم 5: يمثل رأي العينة حول معلومات التي تطرح في البرامج التلفزيونية.

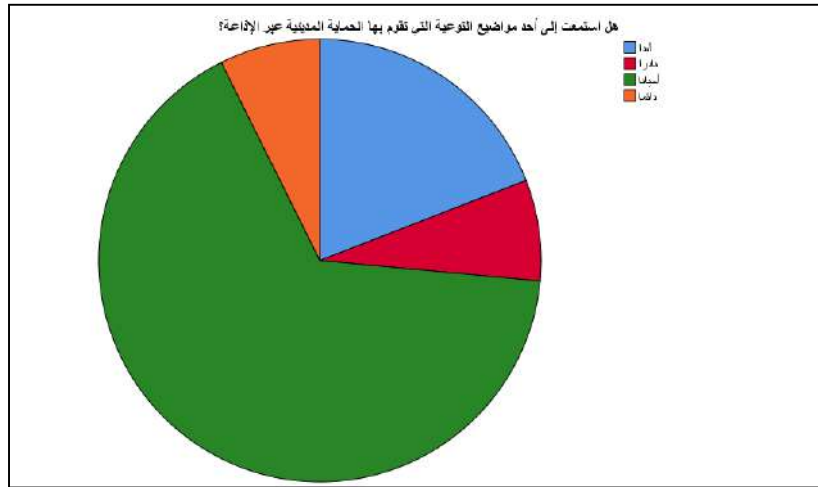
النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
15%	9	معلومات جديدة
30%	18	معلومات متكررة
55%	33	معلومات بها نوع من تجديد
100%	60	المجموع



الشكل رقم 5: يمثل رأي العينة حول معلومات التي تطرح في البرامج التلفزيونية. يمثل الجدول رأي العينة حول المعلومات حملات التوعية للحماية المدنية التي تطرح في البرامج التلفزيونية حيث تمثل نسبة 55% معلومات بها نوع من تجديد، نسبة 30% معلومات متكررة ونسبة 15% معلومات جديدة. نلاحظ أن حملات التوعية التي تقدم عبر التلفاز بها نوع من تجديد فلم تعد حملات تخص فقط حوادث المرور بل أصبحت تشمل مواضيع عدة وبطرق متنوعة.

الجدول رقم6: يمثل نسبة استماع افراد العينة لمواضيع التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية عبر الإذاعة.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
19%	13	أبدا
8%	5	نادرا
66%	45	أحيانا
7%	5	دائما
100%	68	المجموع



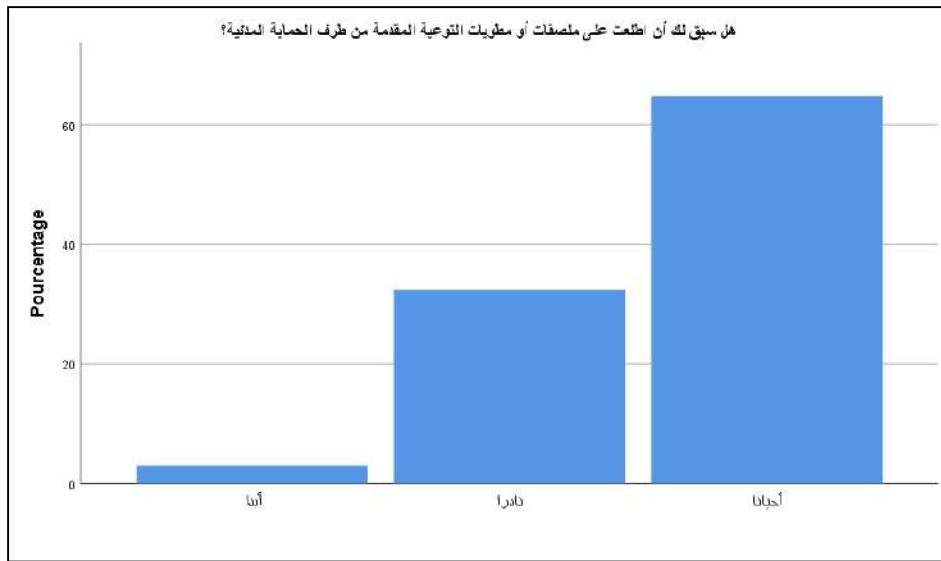
الشكل رقم6: يمثل نسبة استماع افراد العينة لمواضيع التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية عبر الإذاعة.

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة استماع افراد العينة لمواضيع التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية عبر الإذاعة توزعت كالتالي: أحيانا 66%، أبدا 19%، نادرا 8%، دائما 7%.

أن مواضيع التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية عبر الإذاعة تلقى اهتمام من طرف أفراد العينة. نستنتج أن إذاعة بالنسبة للمبحوثين لازالت تقدم معلومات ذات فائدة ومتنوعة.

الجدول رقم 7: يمثل إطلاع العينة على ملصقات أو مطويات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أبدا	2	3%
نادرا	22	33%
أحيانا	44	64%
المجموع	68	100%



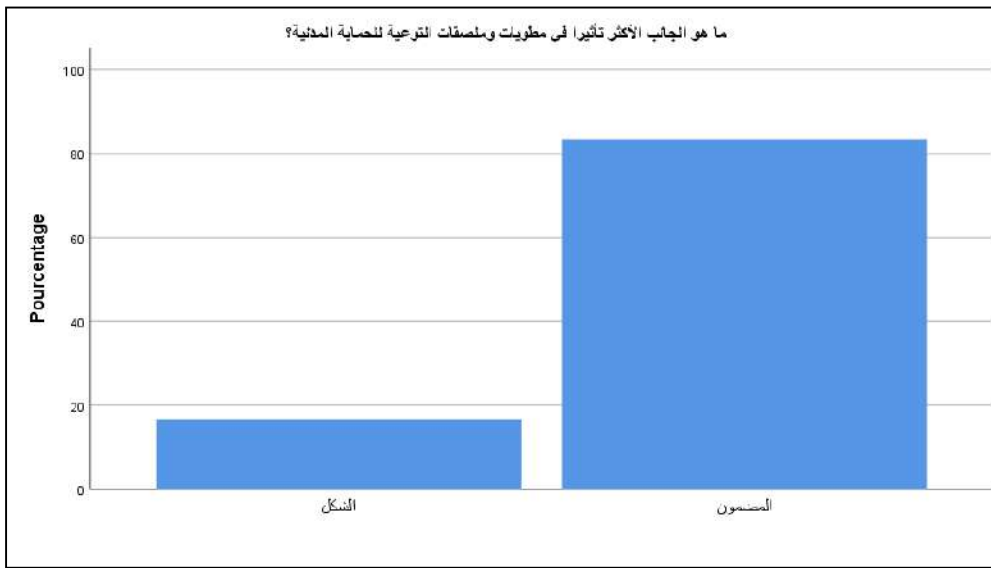
الشكل رقم 7: يمثل إطلاع العينة على ملصقات أو مطويات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.

يبين الجدول إطلاع العينة على ملصقات أو مطويات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية حيث توزعت النسب على الشكل التالي: أحيانا 64%، نادرا 33%، أبدا 3%.

نستنتج أن مطويات تلعب دورا مهما في توعية ذلك أنها من الوسائل الاتصال المهمة فهي تحمل رسائل لتوعية المخاطبين.

الجدول رقم 8: يمثل الجانب الأكثر تأثيراً في مطويات وملصقات التوعية للحماية المدنية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الشكل	11	17%
المضمون	55	83%
المجموع	66	100%



الشكل رقم 8: يمثل الجانب الأكثر تأثيراً في مطويات وملصقات التوعية للحماية المدنية.

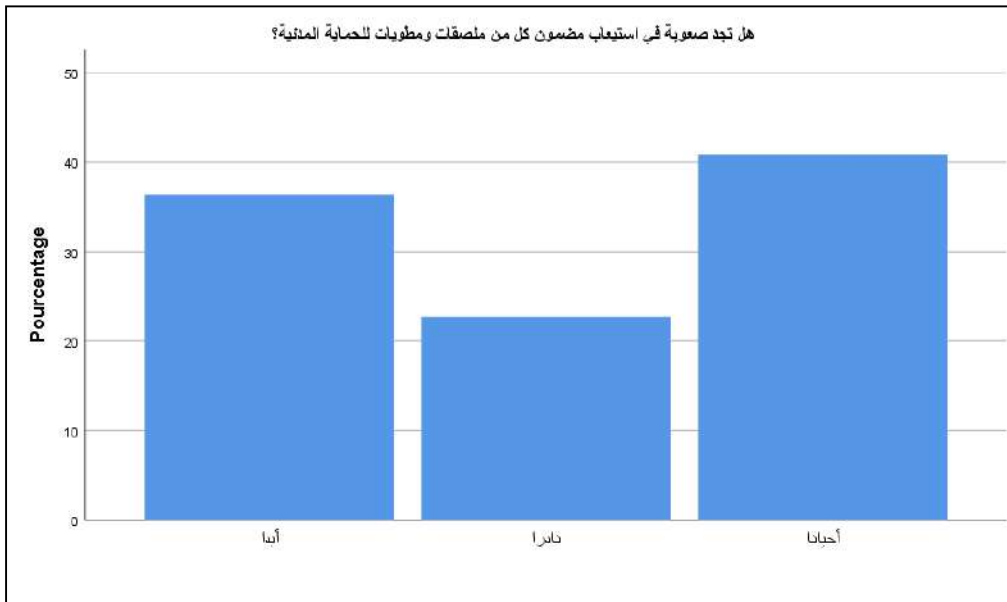
يمثل الجدول الجانب الأكثر تأثيراً في مطويات وملصقات التوعية للحماية المدنية بالنسبة لعينة الدراسة، 83% من عينة الدراسة يهتمون بمضمون وملصقات ونسبة 17% يهتمون بشكل أكثر من المضمون.

يعتبر الشكل في مطويات مهم جداً ذلك أنها يجب أن تكون ملفت للانتباه وبأسلوب يغري النظر، فهي يجب أن تحتوي على عامل رئيسي يجذب الانتباه قد يكون شكل الصورة أو رسم مثير أو عنوان قوى الصيغة أو مميز يفاجئ الشعور.¹ غير أن أفراد العينة يرون أن مضمون أهم من شكل، بمعنى أنهم يهتمون لما تحتويه المطوية أكثر من شكلها.

¹ - ، حاج محمد بن عمارة -ابراهيم طويل، مرجع سابق ذكره، وسائل الاتصال ودورها في التوعية السياحية، ص73.

الجدول رقم 9: يمثل توزيع افراد العينة على حسب وجود صعوبة في استيعاب مضمون كل من ملصقات ومطويات للحماية المدنية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
36%	24	أبدا
23%	15	نادرا
40%	27	أحيانا
100%	66	



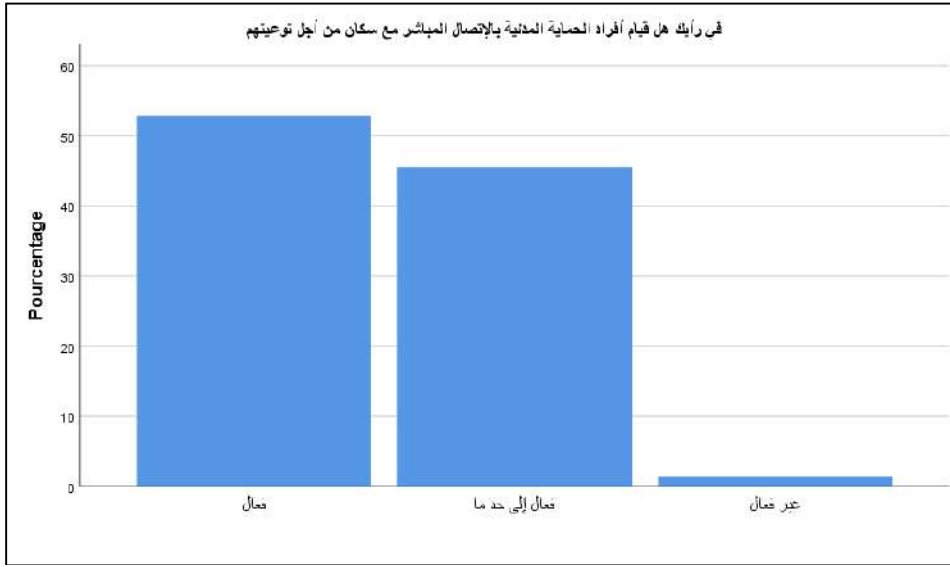
الشكل رقم 9: يمثل توزيع افراد العينة على حسب إذا يوجد صعوبة في استيعاب مضمون كل من ملصقات ومطويات للحماية المدنية.

يبين الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة على حسب وجود صعوبة في استيعاب مضمون كل من ملصقات ومطويات التوعية للحماية المدنية. نسبة 40% أحيانا ما يجدون صعوبة في استيعاب مضمون المطويات، 36% لا يجدون صعوبة في ذلك ونسبة 23% نادرا ما يجدون صعوبة في استيعابها.

من خلال ما سبق يتضح أن مضمون مطوية بشكل عام سهل ولا يجد أفراد العينة صعوبة في استيعابها، وهذا من مميزات المطوية فهي يجب أن تكون بسيطة في صياغتها وتركيبها.

الجدول رقم 10: يمثل توزيع افراد العينة حسب رأيهم في قيام أفراد الحماية المدنية بالاتصال المباشر مع السكان من أجل توعيتهم.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
53%	36	فعال
45%	31	فعال إلى حد ما
1%	1	غير فعال
100%	68	المجموع



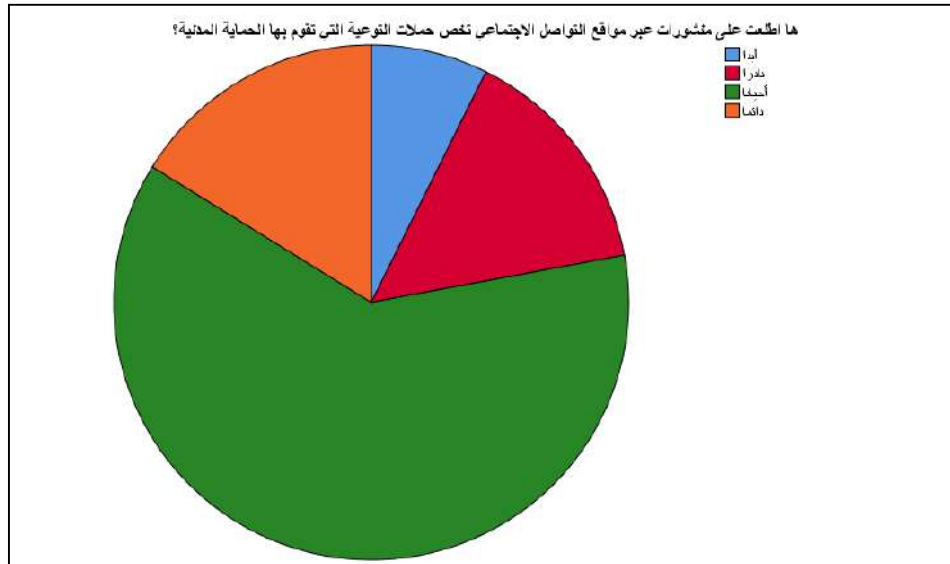
الشكل رقم 10: يمثل توزيع افراد العينة حسب رأيه في قيام أفراد الحماية المدنية بالاتصال المباشر مع السكان من أجل توعيتهم.

ما نلاحظه من خلال الجدول أعلاه أن 53% من عينة الدراسة ترى أن قيام أفراد الحماية المدنية بالاتصال المباشر مع السكان من توعيتهم هو أمر فعال وبنسبة 45% يرون أنه فعال إلى حد ما، وبنسبة 1% يرى أنه غير فعال.

يذهب أفراد العينة إلى أن قيام أفراد الحماية المدنية بالاتصال المباشر بهم فعال وذلك لأن تواجدهم في أرض الميدان له أثر بالغ خصوصا في الأماكن العمومية، من خلا محاضرات وندوات والمعارض.

الجدول رقم 11: يمثل توزيع أفراد العينة على حسب أطلعهم على منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
8%	5	أبدا
14%	10	نادرا
61%	42	أحيانا
17%	11	دائما
100%	68	المجموع



الشكل رقم 11: يمثل توزيع أفراد العينة على حسب أطلعهم على منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.

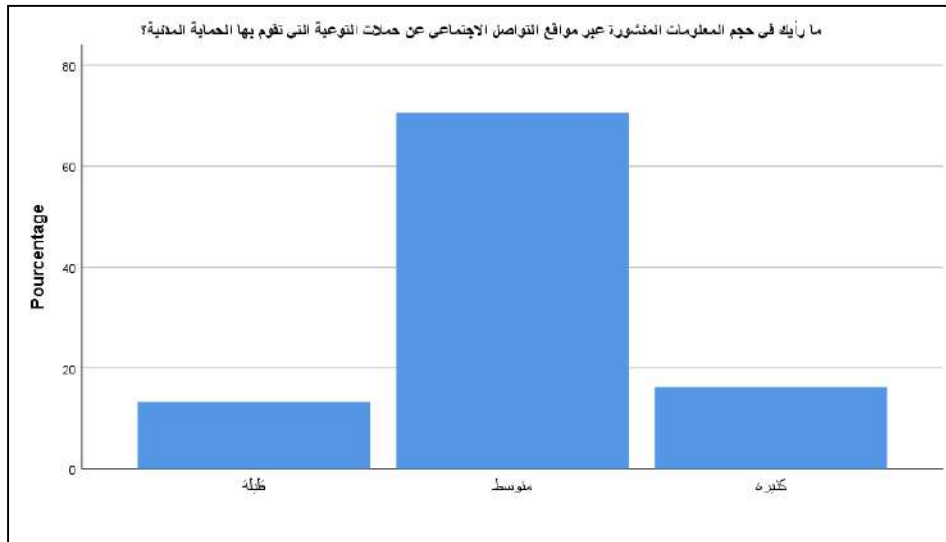
يوضح الجدول توزيع أفراد العينة على حسب أطلعهم على منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تخص حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية، أحيانا بنسبة 61%، دائما بنسبة 17%، نادرا بنسبة 14%، أبدا بنسبة 8%.

نستنتج أن منشورات الحماية المدنية حول حملات التوعية تلقى اهتمام من طرف أفراد العينة. فهي تتضمن كافة المعلومات المتعلقة بها وتقدم كافة التعليمات

والتوجيهات والإرشادات التي يحتاجها الجمهور، ومن بين مواقع التواصل الاجتماعي نجد صفحة الحماية المدنية الجزائرية على موقع فيس بوك.

الجدول رقم 12: يمثل توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في حجم المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
قليلة	9	13%
متوسطة	48	71%
كثيرة	11	16%
المجموع	68	100%



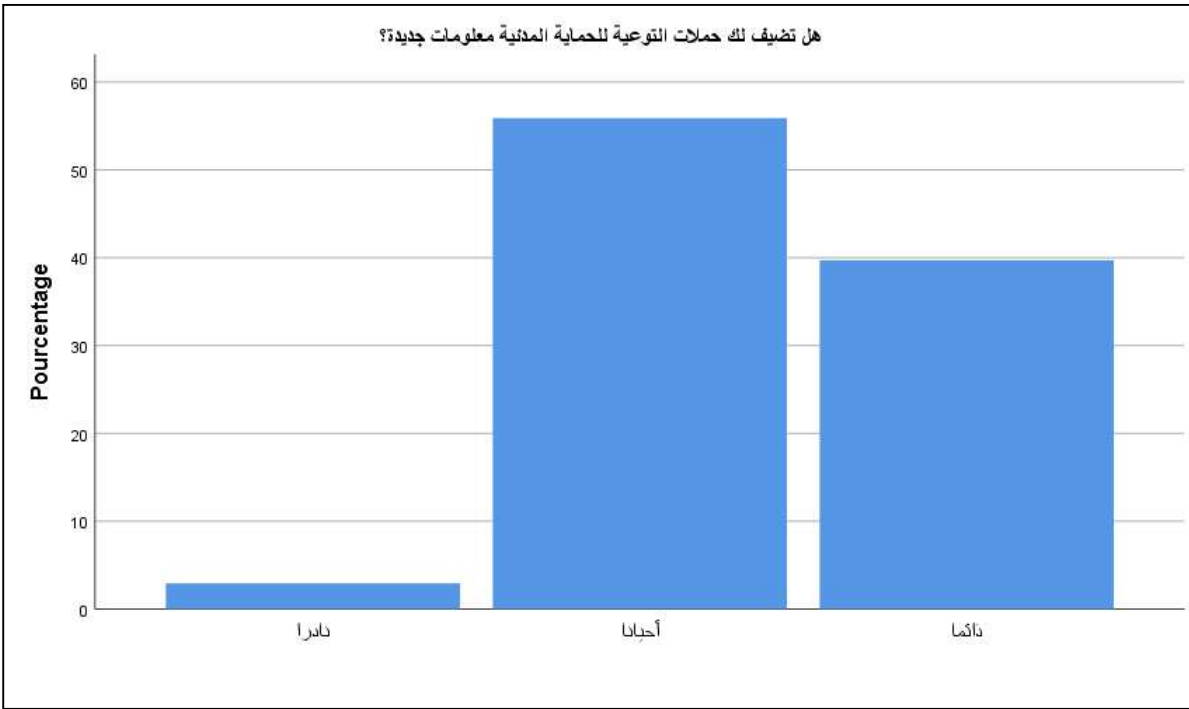
الشكل رقم 12: يمثل توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في حجم المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.

نلاحظ من خلال الجدول أن حجم المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية، متوسطة بنسبة 71%، كثيرة بنسبة 16% وقليلة بنسبة 13%.

نستنتج أن أفراد العينة يبحثون عن منشورات أكثر من أجل الاستفادة من هذه الحملات.

الجدول رقم 13: يمثل توزيع أفراد العينة حسب إضافة حملات التوعية للحماية المدنية معلومات جديد.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نادرا	3	6%
أحيانا	38	55%
دائما	27	39%
المجموع	68	100%

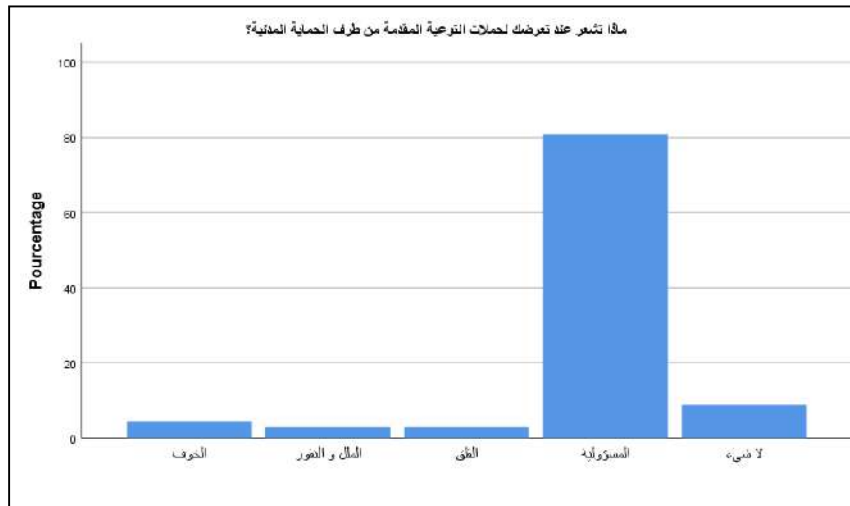


الشكل رقم 13: يمثل توزيع أفراد العينة حسب إضافة حملات التوعية للحماية المدنية معلومات جديد.

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب إضافة حملات التوعية للحماية المدنية معلومات جديدة لهم، حيث نلاحظ أن نسبة أحيانا 55%، دائما 39% و نادرا 6%. نستنتج أن حملات التوعية تضيف للعينة معلومات جديدة أي أن الدور الذي تقوم به الحماية المدنية مهم جدا في توعيتهم وهذا ما تأكده النتائج.

الجدول رقم 14: يمثل توزيع أفراد العينة حسب شعور التعرض لحملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
5%	3	الخوف
3%	2	الملل والنفور
3%	2	القلق
80%	55	المسؤولية
9%	6	لا شيء
100%	68	المجموع



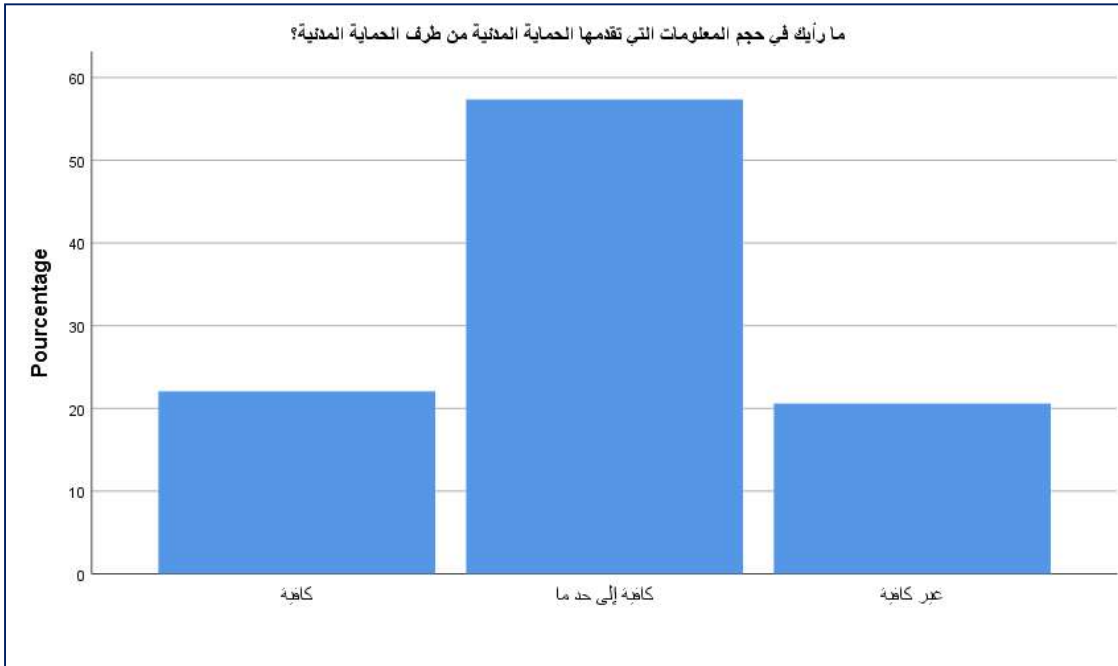
الشكل رقم 14: يمثل توزيع أفراد العينة حسب شعور التعرض لحملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.

يوضح الجدول أن نسبة 80% يشعرون بالمسؤولية عند تعرضهم لحملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية، بنسبة 9% لا ينتابهم أي شعور عند تعرض لهذه الحملات، في حين 5% يشعرون بخوف وبنسبة متساوية والتي تقدر ب 3% يشعرون ب الملل والنفور والقلق.

أن شعور 80% من أفراد العينة بالمسؤولية يدل على نجاح حملات التوعية التي تقدمها الحماية المدنية في إيصال أهمية المعلومات التي تطرحها مما يدفعهم إلى شعور بالمسؤولية.

الجدول رقم 15: يمثل توزيع أفراد العينة على حسب رأيهم في حجم المعلومات التي تقدمها الحماية المدنية في مجال حملات التوعية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
كافية	15	22%
كافية إلى حد ما	39	57%
غير كافية	14	21%
المجموع	68	100%



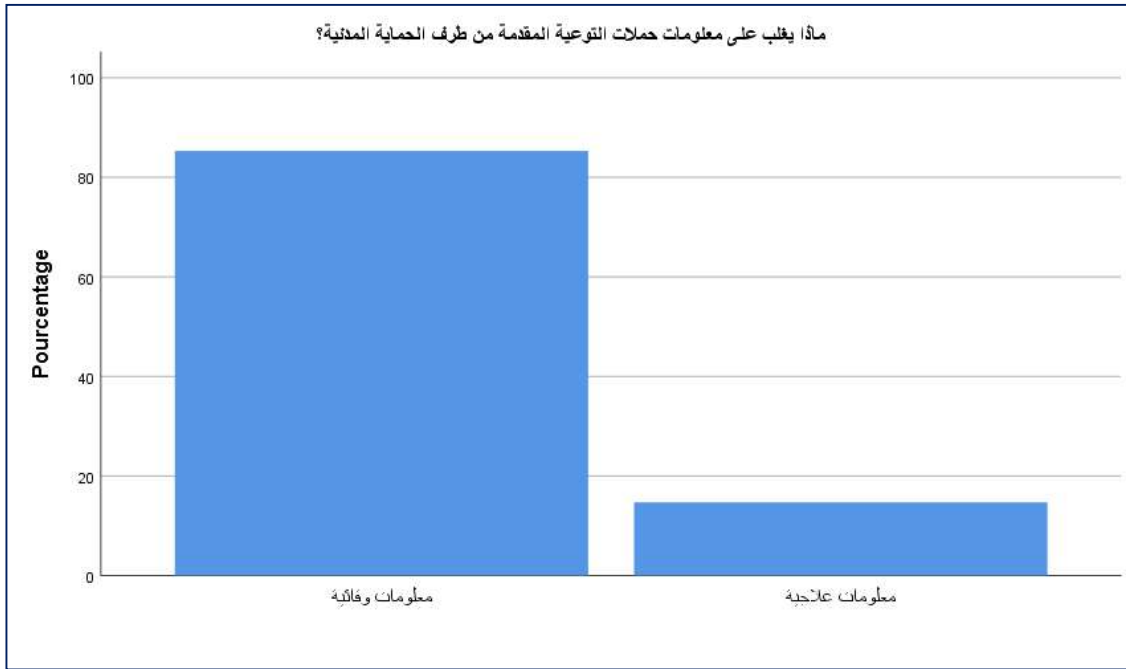
الشكل رقم 15: يمثل توزيع أفراد العينة على حسب رأيهم في حجم المعلومات التي تقدمها الحماية المدنية في مجال حملات التوعية.

نلاحظ من خلال الجدول أن المعلومات التي تقدمها الحماية المدنية في مجال التوعية توزعت على نحو التالي: كافية إلى حد ما بنسبة 57%، كافية بنسبة 22% وغير كافية بنسبة 21%.

نستنتج من خلال الجدول أن معلومات التي تقدمها الحماية المدنية كافية في توعية أفراد العينة.

الجدول رقم 16: يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع معلومات حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
معلومات وقائية	58	85%
معلومات علاجية	10	15%
المجموع	68	100%



الشكل رقم 16: يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع معلومات حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول والشكل أن نسبة المعلومات الوقائية أكثر من نسبة المعلومات العلاجية حيث بلغت نسبة الأولى 85% مقارنة بالنسبة الثانية بلغت 15%.

التفسير:

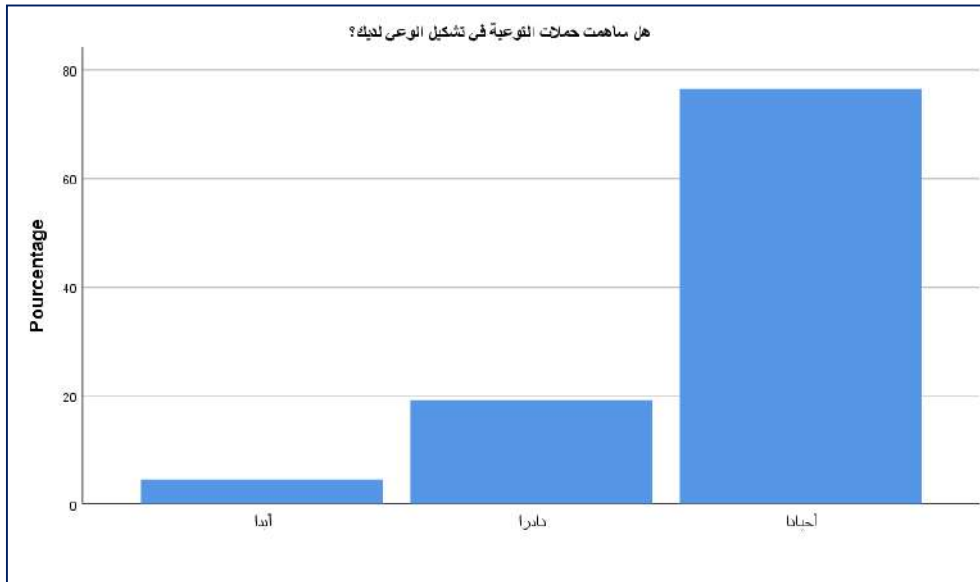
تعتبر المعلومات الوقائية هي المعلومات التي تجعل الفرد يغير سلوكه اتجاه حادثة ما، وهذه المعلومات تكون جديدة حتى تزيد في تشكيل الوعي لديه، فالأفراد يحتاجون

إلى هذه المعلومات الوقائية الجديدة لتفادي المخاطر و التعرف على طرق التعامل مع الحوادث ،ارتفاع نسبة المعلومات الوقائية سببه راجع إلى أن الأفراد يريدون التثقيف في مجال التوعية ،فيما يقابله المعلومات العلاجية سبب انخفاضها راجع لتجاهل الحملات التي تقدمها الحماية المدنية ،فالمعلومات الوقائية يعني المعلومات والارشادات والنصائح التي تقدمها الحماية المدنية للتعامل مع الحوادث لتجنب الضرر، بينما المعلومات العلاجية فهي معالجة الضرر الذي خلفته هذه الحوادث يكون بأهل الاختصاص (طبيب، صيدلي... الخ) .

الجدول رقم 17: تبيان مدى مساهمة حملات التوعية في تشكيل الوعي لدى أفراد

العينة.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أبدا	3	5%
نادرا	13	19%
أحيانا	52	76%
المجموع	68	100%



الشكل رقم 17: تبيان مدى مساهمة حملات التوعية في تشكيل الوعي لدى أفراد

العينة.

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن أحيانا ما تشكل الحملات التي تقوم بها الحماية المدنية ووعي لدى الافراد وهي النسبة الأعلى 76% مقارنة بالنسب الأخرى.

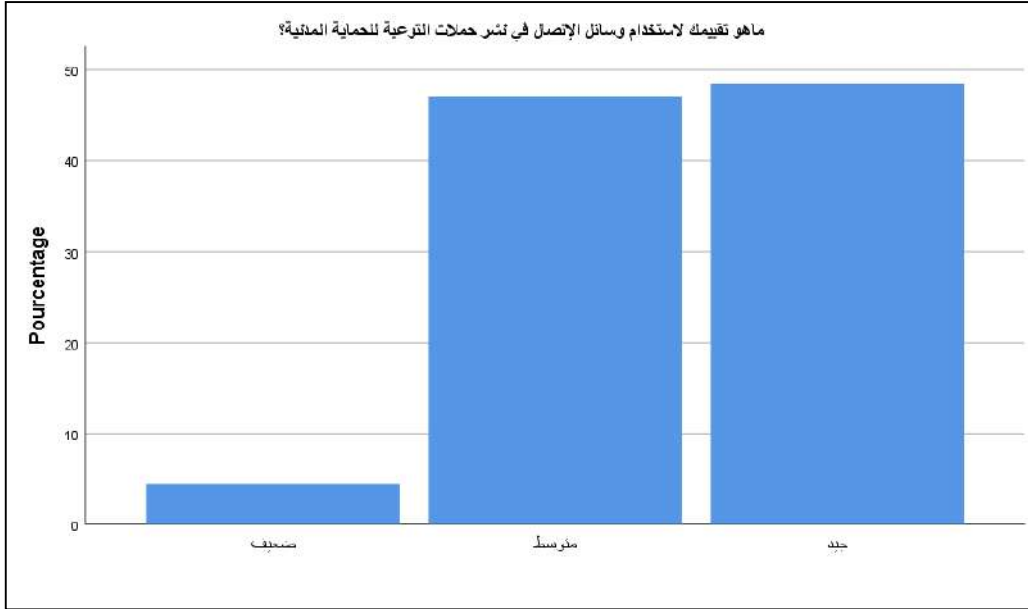
التفسير:

إن الاهتمام و متابعة الحملات التي تقدمها حماية المدنية يزيد من تكوين معارف و معلومات تجعله يتفاعل بشكل جيد مع الحوادث، كذلك إلمام الأفراد بمعلومات و حقائق حول الحد من الحوادث، فالافراد يهتمون بالمعلومات الوقائية الصحية عبر كافة الوسائل وهذا من أجل زيادة الوعي والتعرف على الحلول الوقائية اتجاه الحوادث، كما تشكل حملات التوعية ووعي صحي اتجاه الحوادث، فهو يتحدد بالوجود الاجتماعي ويتشكل من خلال الدروس التوعوية التي تقدمها الحماية المدنية، فهو يعد شرط أساسي لوجود حياة سليمة ويشكل ثقافة توعوية .

الجدول رقم 18: تبيان تقييم استخدام وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية

للحماية المدنية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
5%	3	ضعيف
47%	32	متوسط
48%	33	جيد
100%	68	المجموع



الشكل رقم 18: تبيان تقييم استخدام وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية للحماية المدنية.

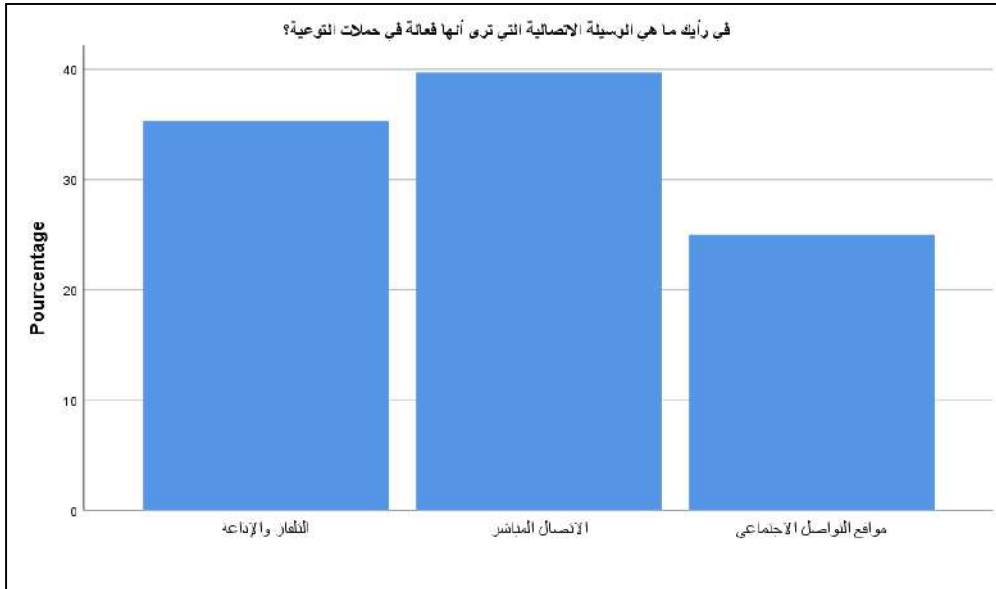
التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن تقييم استخدام وسائل الاتصال في نشر الحملات التوعية كان جيد لبلوغه النسبة الاعلى التي قدرت ب 48%، ثم تليها نسبة 47% للتقييم المتوسط، وأخيرا نسبة 5% للتقييم الضعيف.

التفسير:

نستنتج ان وسائل الاتصال لها دور كبير في مجال توعية، حيث أنها تقوم بنشر كافة المعلومات المتعلقة بالتوعية وصحة، كما تقوم بأنشطة ترفع من الوعي عند الافراد، وتزيد من عدد اقبال الجمهور لهذه الحملات مهما اختلفت وسيلة عرضها.

الجدول رقم 19: يمثل الوسيلة الاتصالية الأكثر فاعلية في حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
35%	24	التلفاز والإذاعة
0%	0	المطويات والملصقات
40%	27	الاتصال المباشر
25%	17	مواقع التواصل الاجتماعي
100%	68	المجموع



الشكل رقم 19: يمثل الوسيلة الاتصالية الأكثر فاعلية في حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية.

التعليق: نلاحظ من خلال الأشكال أن الوسيلة الاتصالية الأكثر فاعلية في حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية هي الاتصال المباشر الذي تحصل على النسبة الأعلى قدرت ب 40%، ثم تليها وسيلة السمع البصري بنسبة 35%، ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 25%، وفي المرتبة الأخيرة وسيلة المطويات والملصقات بنسبة 0%.

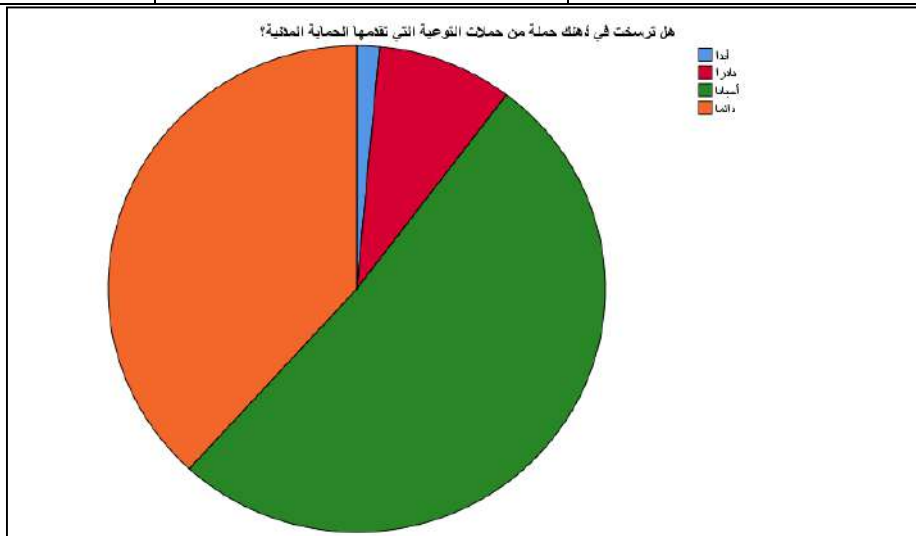
التفسير:

إن الوسائل الاتصالية متعددة ومتطورة مع تطور العصور، فالالاتصال المباشر يعتبر الأكثر فاعلية لأنه اتصال تفاعلي وجماهيري يتم بسير عملية اتصالية منظمة (مرسل، الرسالة، المستقبل، رجع الصدى)، ويعتبر كذلك عملية اجتماعية تحقق المصالح و تحقق الأهداف بين أعوان الحماية المدنية و أفراد، كما تعد وسيلة التلفزيون الوسيلة التي لها فاعلية في الحملات وهذا يكون بمخاطبة شرائح اجتماعية مختلفة و التأثير فيها لذلك فإن البرامج التلفزيونية التي تقدم في إطار التوعية يمكنها أن تستخدم هذه الخصائص الاتصالية و التقنية التي تميز بها التلفزيون من أجل تقديم هذه البرامج و الاسهام في تحقيق الوعي حول حادثة، كما نجد البرامج الإذاعية التي تتناول موضوع حملات التوعية في فقراتها تركز على تمرير المعارف التوعية مقابل القواعد و النصائح وتقديم فقرات تكون بمثابة مثير مثل حادثة، الحل، النصائح الارشادية اتجاه تلك الحادث وغيرها من المواضيع¹، وكذلك وسائل السمعية البصرية لها القدرة على جذب انتباه الأفراد و التأثير فيهم من خلال المعلومات التي تقدمها حول التوعية الصحية و عرض أسباب الحادثة وكيفية التعامل معها و الحلول المناسبة لتفاديها وكل هذه الحملات التي تعرضها تجعل الفرد يتأثر و ذلك باستضافة عون من أعوان الحماية المدنية أشخص عايش (تصادف) مع إحدى الحوادث، كما نجد أيضا مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة هامة في تقديم الآراء وتبادلها و تقدم فرص للربط بين الفرد وأعوان الحماية المدنية وذلك بالتفاعل مع المنشورات الخاصة بحملات التوعية والاستفادة الكبيرة من الحلول المقدمة حول تلك الحوادث .

¹-صدراتي كلتوم، صباب محفوظ، مرجع سابق ذكره، ص ص95-96.

الجدول رقم 20: يبين مساهمة حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية في تعديل سلوك الأفراد.

النسبة المئوية	التكرارات	الإجابة
0%	0	أبدا
13%	9	نادرا
53%	36	أحيانا
33%	23	دائما
100%	68	المجموع



الشكل رقم 20: يبين مساهمة حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية في

تعديل سلوك الأفراد

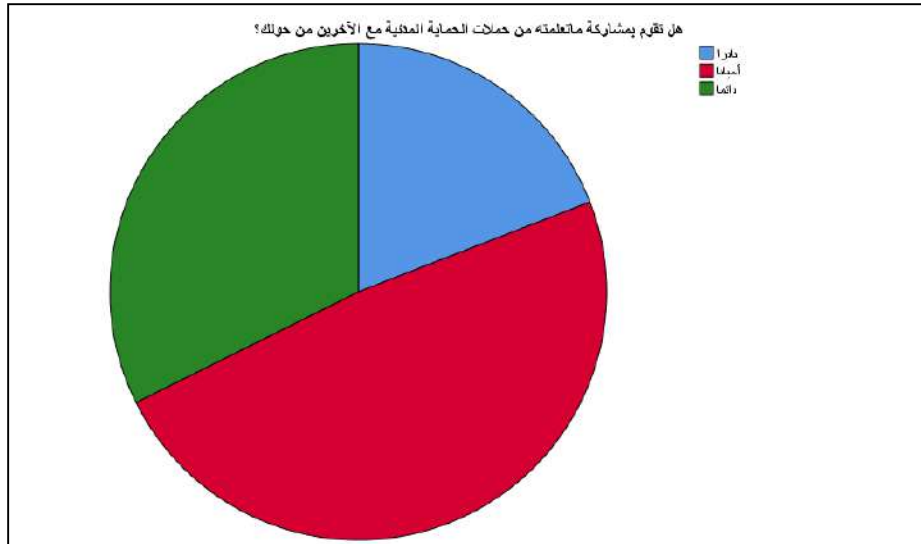
التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن أحيانا ما تساهم حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية في تعديل سلوك الأفراد، وبلغت نسبة المساهمة ب 53%، ثم تليها نسبة 33% للمساهمة الدائمة للحملات في تعديل السلوك، ثم نسبة 13% لندة المساهمة، ثم أخيرا نسبة 0% لعدم المساهمة (أبدا).

التفسير: إن حملات التوعية تصمم وتقدم من أجل تغيير اتجاهات وسلوكيات، وهذه الأخيرة تكون إلا بأسلوب الإقناعي لأن المرسل (أعوان الحماية المدنية) ينظر للفرد

ككائن نشط يقيم المعلومات التي تحصل عليها، فتغير سلوك الفرد تتحقق الرغبة والوصول إلى الهدف المرجو لأن الناس تستخدم المعلومات الجديدة لتحقيق ذلك.¹ لكي نقول إن يمكن لحملات التوعية أن تعدل من سلوك الفرد على أعوان الحماية المدنية رسم أو القيام باستراتيجية اتصالية هادفة مع بدائل أخرى في حين عدم توافق تلك الغايات المرسومة وهذه الاستراتيجية تهدف إلى تغيير سلوك الفرد خلال تعرضه لحادثة.

الجدول رقم 21: يوضح نسبة مشاركة أفراد العينة ل ما يتعلموه من حملات الحماية المدنية مع الآخرين من حولهم.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أبدا	0	0%
نادرا	13	19%
أحيانا	33	48%
دائما	22	33%
المجموع	68	100%



¹ -د. عبد اللطيف بن ديبان العوفي، حملات التوعية الإعلامية الأسس النظرية والإجراءات التطبيقية، دار جامعة الملك سعود للنشر العلمي والمطابع، الرياض 1433هـ، ص 52.

الشكل رقم 21: يوضح نسبة مشاركة أفراد العينة ل ما يتعلموه من حملات الحماية المدنية مع الآخرين من حولهم.

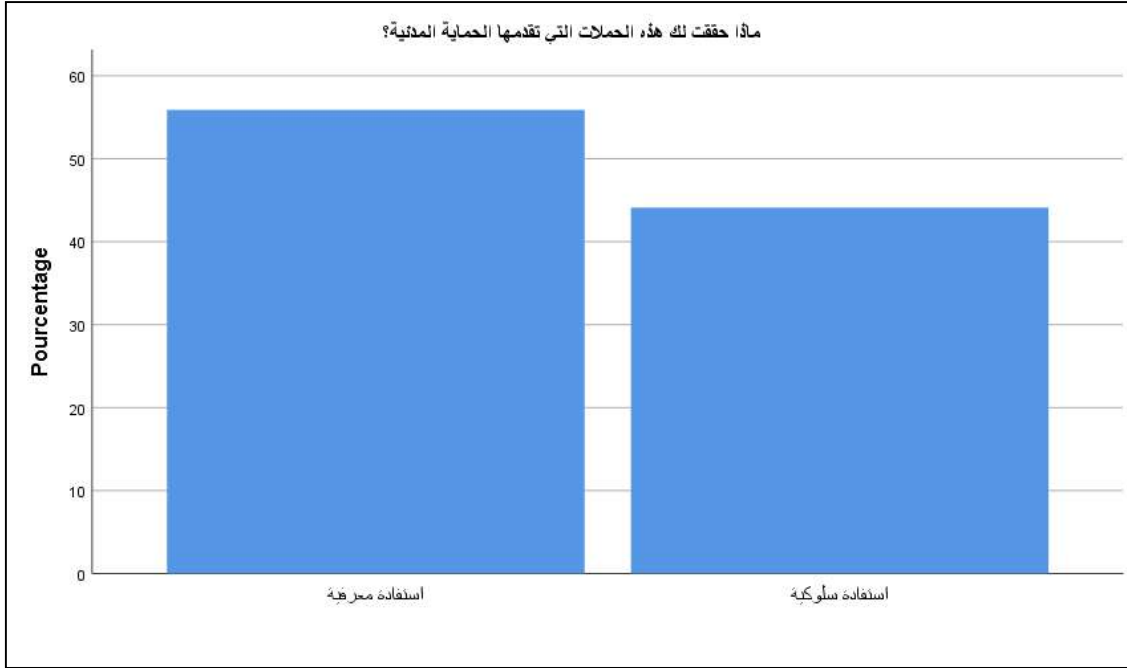
التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة أحياناً ما يشاركون ما يتعلمونه من الحملات التوعوية المقدمة من طرف الحماية المدنية مع الآخرين، وذلك لبلوغها أعلى نسبة 48%، تليها نسبة 33% لدائماً، ثم نسبة 19% لندرة المشاركة، ونسبة 0% لأبداً.

التفسير:

إن المعلومات التي يتحصل عليها الأفراد في حملات التوعية تساهم في تثقيف الأفراد وزيادة وعيهم اتجاه حادثة ما، ويتم استخدام وسائل الاتصال لإيصال المعلومات و الأفكار و مشاركة المعلومات مع بعضهم البعض، وهذا ما يسعى أعوان الحماية المدنية إلى تحقيقه مشاركة ما تعلمته مع الجميع، كما تعتبر مشاركة أفراد لما يتعلمونه من الحملات التوعوية التي تقدمها الحماية المدنية مع الآخرين أمر ضروري، لأن في حياتنا قد نتصادف مع أشخاص لم يتعرضوا للحملات التوعوية من قبل، ولا يملكون معلومات حول طرق الوقاية وطرق التعامل مع الحوادث، فالمشاركة تساعد على نشر وتزويد الآخرين بمعلومات حول الحوادث مهما اختلف نوعها وتفاديها.

الجدول رقم 22: يمثل نوع الاستفادة التي حققتها لهم الحملات التي تقدمها الحماية المدنية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
56%	38	استفادة معرفية
44%	30	استفادة سلوكية
100%	68	المجموع



الشكل رقم 22: يمثل نوع الاستفادة التي حققتها لهم الحملات التي تقدمها الحماية المدنية.

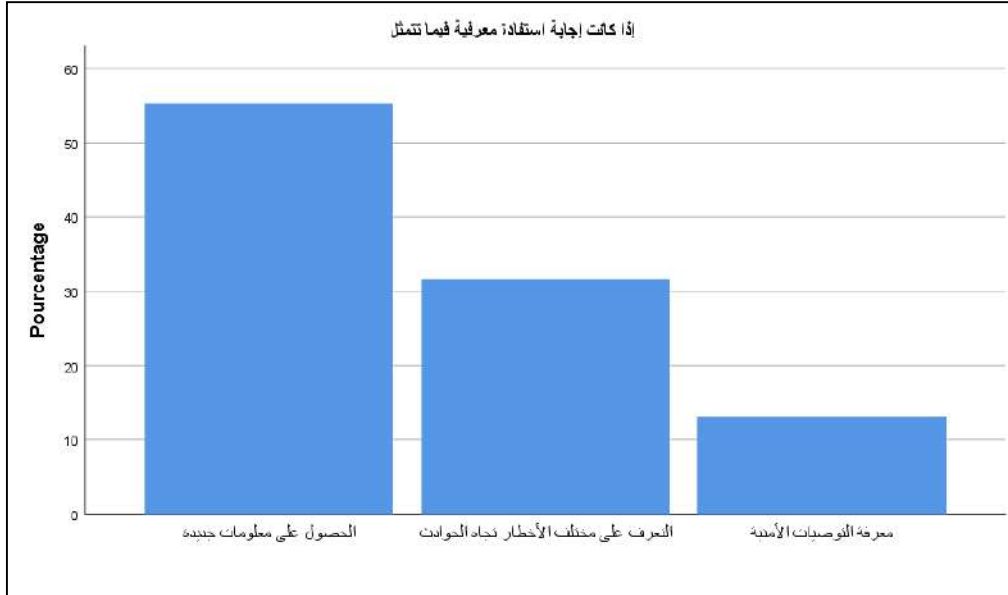
التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن الاستفادة المعرفي هي التي حققتها الحملات التي تقدمها الحماية المدنية هي الأعلى بنسبة 56%، تليها الاستفادة السلوكية بنسبة 44%.

التفسير:

إن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية تكون بمعلومات جديدة اتجاه حادثة ما لأن معظم الناس يهتمون بالجانب المعرفي لزيادة القدرة المعرفية لديهم وامتلاك الوعي الصحي اتجاه الحوادث والقدرة على تزويد الآخرين بالمعلومات الجديدة، و التعرف على الأخطاء اتجاه الحوادث، وهذا بسبب أن الفرد لديه فكرة أو طريقة للتعامل مع الحادثة، فيما نجد أن تلك الطريقة خاطئة، فالمعلومات التي تقدمها مصالح الحماية المدنية تتعرف على الطرق السليمة و الصحيحة للتعامل مع الحادثة و تفادي الحوادث الخطيرة التي قد تسبب في خسائر مهما كان نوعها مادية أو معنوية وكذلك أخيراً معرفة التوصيات الامنية التي لها علاقة بالأخطاء التي يقوم بها الفرد اتجاه حادثة ما .

الجدول رقم 23: يوضع نوع الاستفادة المعرفية التي تحصلوا عليها.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
55%	21	الحصول على معلومات جديدة
32%	12	التعرف على الأخطاء تجاه الحوادث
13%	5	معرفة التوصيات الأمنية
100%	38	المجموع

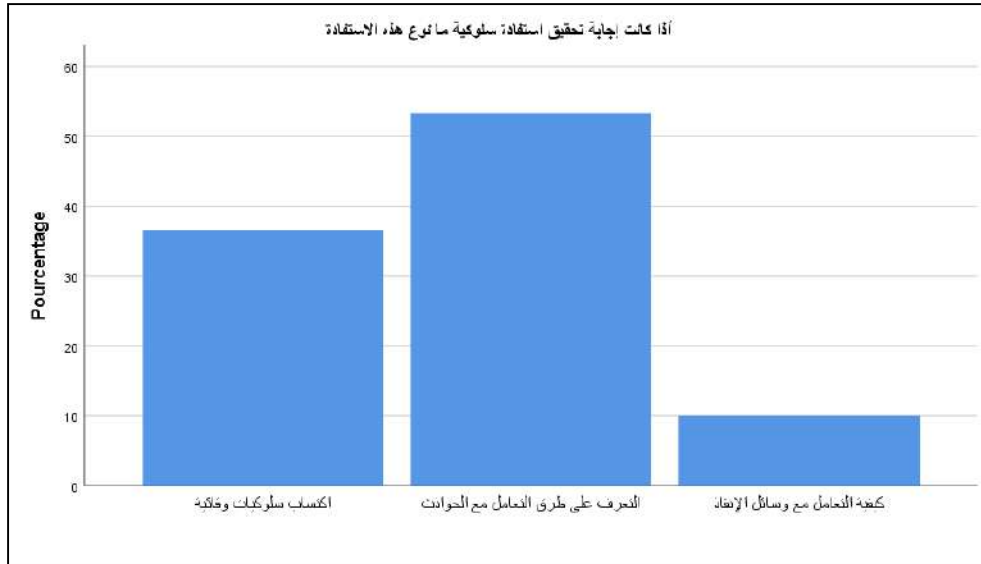


الشكل رقم 23: يوضع نوع الاستفادة المعرفية التي تحصلوا عليها.

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن: نوع استفادة المعرفية التي حققتها لهم الحملات التي تقدمها الحماية المدنية تكمن في الحصول على معلومات جديدة بنسبة أعلى تقدر ب 55%، تليها نسبة 32% للتعرف على الأخطاء اتجاه الحوادث، أخيراً نسبة 13% لمعرفة التوصيات الأمنية.

الجدول رقم 24: يوضح نوع الاستفادة السلوكية التي تحصلوا عليها.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
37%	11	اكتساب سلوكيات وقائية
53%	16	التعرف على طرق التعامل مع الحوادث
10%	3	كيفية التعامل مع الإنقاذ
100%	30	المجموع



الشكل رقم 24: يوضح نوع الاستفادة السلوكية التي تحصلوا عليها.

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن نوع الاستفادة السلوكية التي حققتها لهم حملات التي تقدمها الحماية المدنية تكمن في التعرف على طرق التعامل مع الحوادث بنسبة أعلى تقدر ب 53%، تليها اكتساب سلوكيات وقائية بنسبة 37%، أخيراً كيفية التعامل مع وسائل الإنقاذ بنسبة 10%.

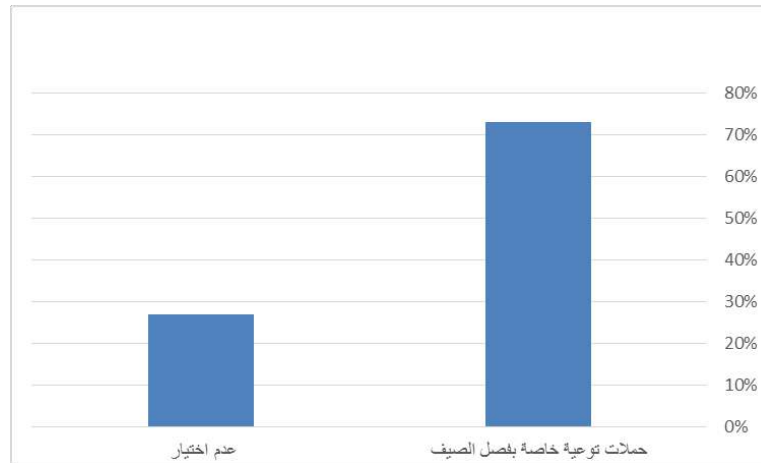
التفسير:

تفسير 23 و24: العديد من الأفراد يتعرضون لحملات التي تقوم بها الحماية المدنية وذلك لحصولهم على معلومات جديدة و الاستفادة من ما تقدمه لهم من أنشطة و العديد من طرق التعامل مع الحوادث وهذا ما يريدونه لأن جمع المعلومات الكافية حول

موضوع ما يجعلك آلياً تغيير بعض السلوكات الخاطئة إتجاه تلك الحادثة لا يمكن الإستغناء على الإستفادات السلوكية ،فالتعرض للحملات بدون تغيير بعض سلوكات الخاطئة يجعل الفرد غير مدرك لطرق التعامل مع الحوادث، نستطيع القول إن النصائح والارشادات والمعلومات الجديدة التي تقدمها الحماية المدنية يمكن أن تغير من سلوك الفرد اتجاه حادثة ما، هذا ما أشرنا إليه سابقاً، إستفادة معرفية (حصول على معلومات جديدة)+ إستفادة سلوكية(تعرف على طرق التعامل مع الحوادث)يساوي زيادة الوعي+القدرة على التعامل مع الحوادث .

الجدول رقم 25: يوضح اختيار العينة لحملات فصل الصيف.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
حملات توعية خاصة بفصل الصيف	50	73%
عدم الاختيار	18	27%
المجموع	68	100%

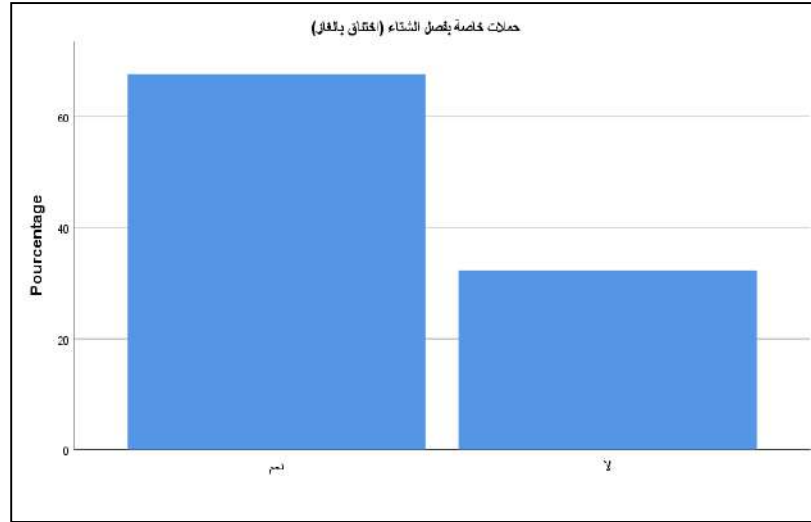


الشكل رقم 25: يوضح اختيار العينة لحملات فصل الصيف.

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن 73% من أفراد لعينة اختار وحملات التوعية الخاصة بفصل الصيف، مقارنة بعدم الاختيار التي بلغت نسبتها ب 27%.

الجدول رقم 26: يوضح اختيار العينة لحمالات خاصة بفصل الشتاء (اختناق بالغاز).

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
68%	46	نعم
32%	22	لا
100%	68	المجموع

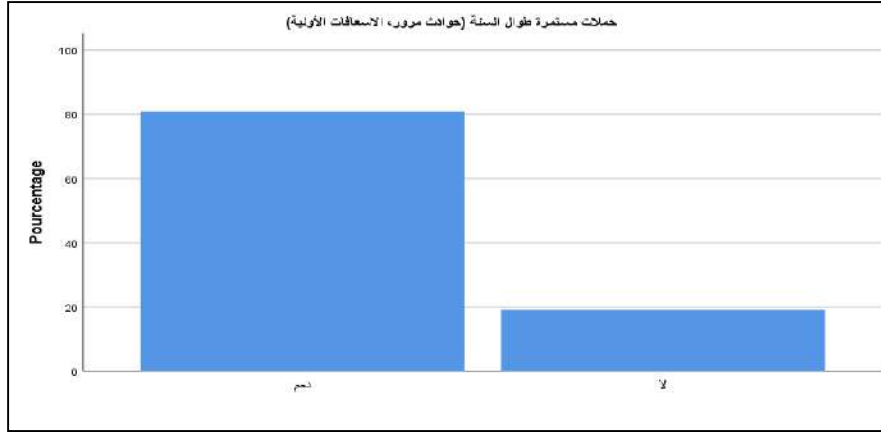


الشكل رقم 26: يوضح اختيار العينة لحمالات خاصة بفصل الشتاء (اختناق بالغاز).

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 68% اختاروا حمالات خاصة بفصل الشتاء، مقارنة بنسبة عدم الاختيار التي بلغت 32%.

الجدول رقم 27: يوضح اختيار العينة لحمالات مستمرة طوال السنة (حوادث مرور، الإسعافات الأولية).

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
81%	55	نعم
19%	13	لا
100%	68	المجموع



الشكل رقم 27: يوضح اختيار العينة لحملات مستمرة طوال السنة (حوادث مرور، الإسعافات الأولية).

التعليق: نلاحظ أن نسبة 81% من المبحوثين اختار حملات مستمرة طوال السنة، مقارنة بنسبة 19% لعدم اختيارها.

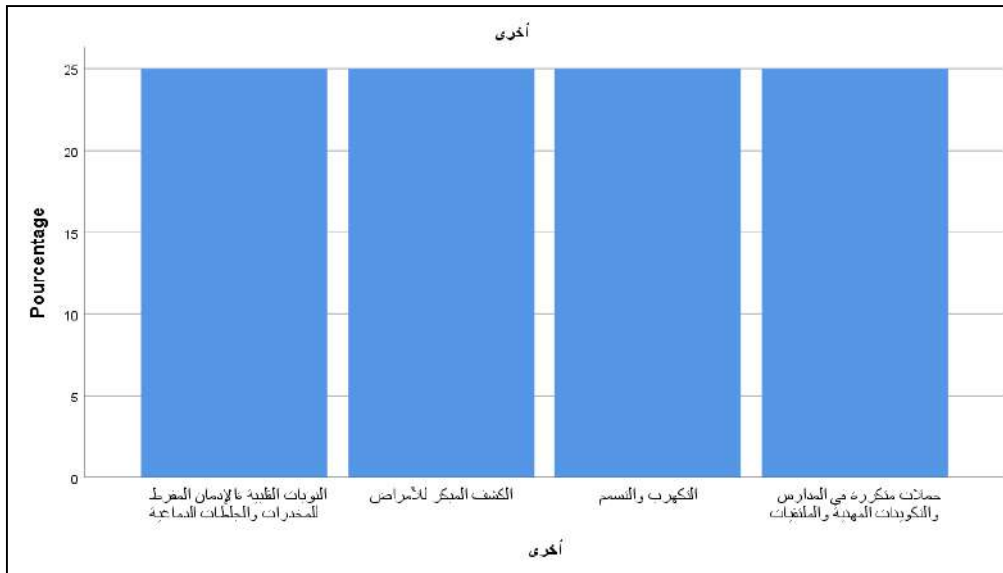
التفسير:

تفسير 25-26-27: نحن نعرف أن لكل فصل حملات خاصة به تقوم بها الحماية المدنية لتقديم معلومات ونصائح وارشادات اتجاه حادثة ما، فنجد أن الحماية المدنية تقوم بحملات التوعية في فصل الصيف تكون حول: حرائق الغابات والنخيل ضربات الشمس لساعات العقارب، السباحة في البرك والمجمعات الممنوعة وغيرها ففي فصل الشتاء تكون الحملات حول: اختناق بالغاز وغيرها، وأخيرا نجد أن هناك نوع من الحملات تكون طيلة السنة (مستمرة): حوادث لمرور حوادث المنزلية، الإسعافات الأولية... وغيرها¹.

¹-محي الدين ميموني، مديرية الحماية المدنية، استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر حملات التوعية، مكتب حملات التحسيسية، 03 أبريل 2023، الساعة 11:00 صباحا.

الجدول رقم 28: يوضح اختيار العينة لحمالات أخرى.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
25%	1	النوبات القلبية والإدمان للمخدرات والجلطات الدماغية
25%	1	الكشف المبكر للأمراض
25%	1	التكهرب والتسمم
25%	1	حملات متكررة في المدارس والتكوينات المهنية
100%	4	المجموع



الشكل رقم 28: يوضح اختيار العينة لحمالات أخرى.

التعليق:

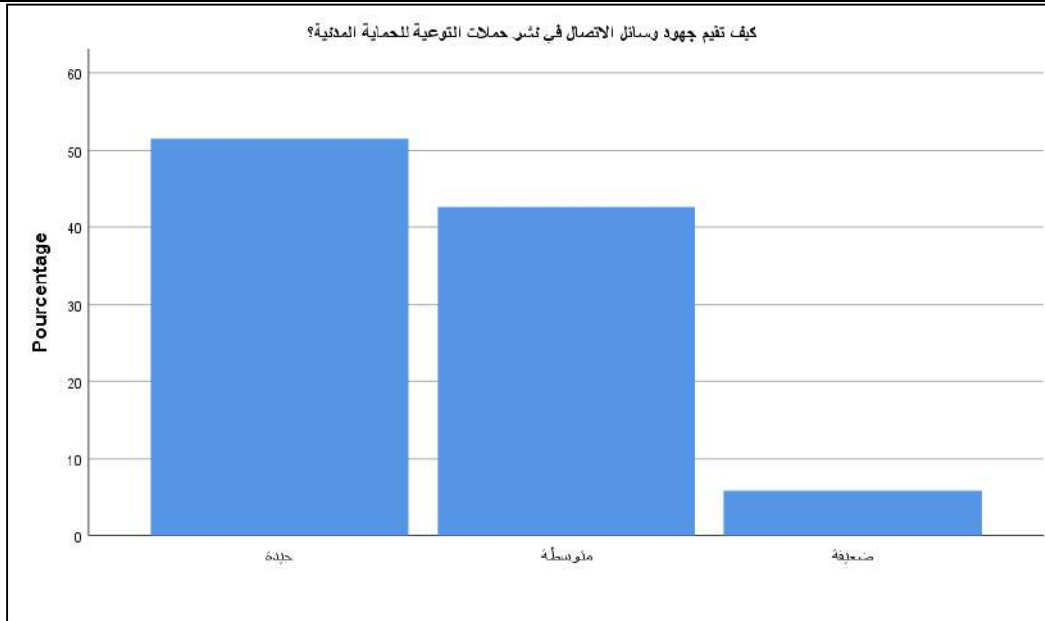
نلاحظ من خلال الجدول أن هناك حملات اخرى ذكرها المبحوثين لتقديم معلومات حولها من بينها

النوبات القلبية والإدمان المفرط للمخدرات والجلطات الدماغية حيث بلغت نسبة ذكرها 25%، كما نجد أيضا الكشف المبكر للأمراض بنسبة 25%، التكهرب والتسمم بنسبة 25%، حملات متكررة في المدارس والتكوينات المهنية بنسبة 25%.

الجدول رقم 29: توزيع أفراد العينة على حسب تقييم جهود وسائل

الاتصال ف ينشر حملات التوعية للحماية المدنية.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
6%	4	ضعيفة
43%	29	متوسطة
51%	35	جيدة
100%	68	المجموع



الشكل رقم 29: توزيع أفراد العينة على حسب تقييم جهود وسائل الاتصال في نشر

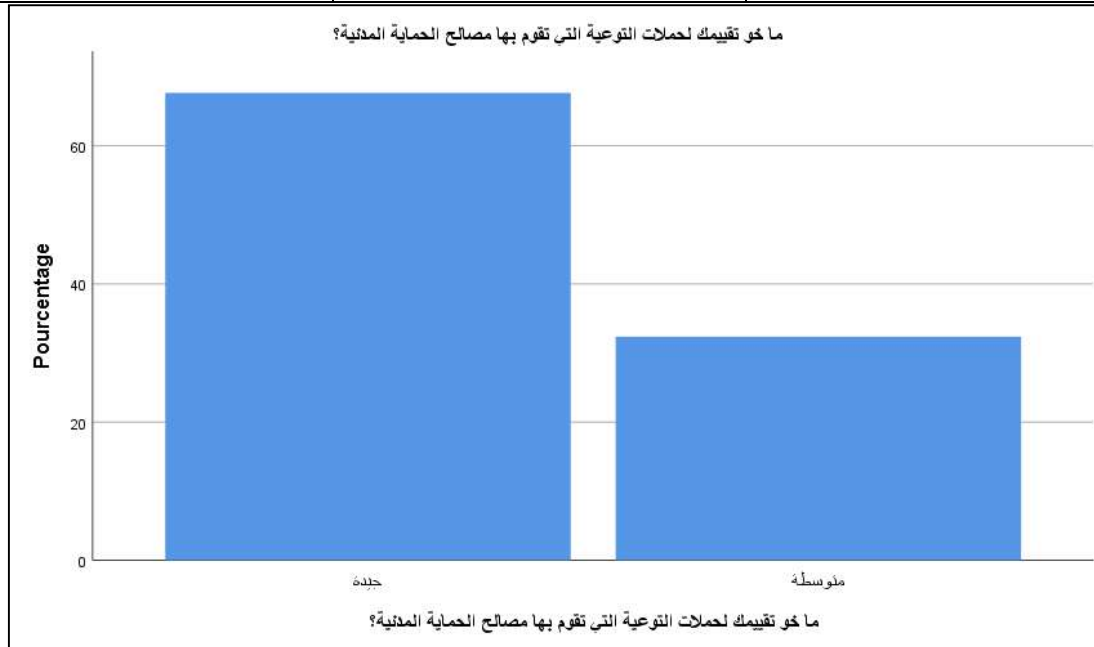
حملات التوعية للحماية المدنية.

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة تقييم جهود وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية جيدة ولقد بلغت 51%، تليها نسبة 43% للتقييم المتوسط، وأخيراً نسبة 6% للتقييم الضعيف.

التفسير: إن وسائل الاتصال هي الوسائل التي يعتمد عليها في نقل ونشر معلومات حول أي موضوع، فهنا تعد الوسائل الاتصالية هي الأداة الأساسية والجيدة التي بها يمكن للحماية المدنية توصيل الأفكار والمعلومات اتجاه حادثة ما أو موضوع ما، ومن خلال هذه المعلومات المقدمة تشكل وعي للأفراد اتجاه حادثة ما.

جدول رقم 30: تبيان تقييم حملات التوعية التي تقوم بها مصالح الحماية المدنية.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة	0	0%
متوسطة	22	32%
جيدة	46	68%
المجموع	68	100%



الشكل رقم 30: تبيان تقييم حملات التوعية التي تقوم بها مصالح الحماية المدنية.

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية جيدة وهذا من خلال تقييم المبحوثين ولقد بلغت نسبة ب 68%، مقارنة بالتقييمات الأخرى 32%متوسطة، 0%ضعيفة.

التفسير: ترجع تلك نتائج الى وجهة نظر كل فرد فهناك اختلاف في تأثير تلك الحملات على الأفراد كما للخصائص (سمات)الديمغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي) دور في تقييم هذه الحملات، حيث نجد أن الكبار يتأثرون بالمعلومات المقدمة، بينما الصغار يتأثرون بالرسومات والوسائل التي تعتمد عليها الحماية المدنية لتوصيل الفكرة، وكذلك حتى التعليم له دور في معرفة أسباب الحادثة وما يجب فعله والتعامل معها.

نتائج الدراسة

النتائج العامة للدراسة:

- هناك تقارب في النسب بين الجنسين.
- أغلب المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين 24-35 سنة لكلا الجنسين.
- إن المستوى الغالب في عينة الدراسة هو المستوى الجامعي.
- أوضحت النتائج أن المبحوثين أحيانا ما يشاهدون برامج حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.
- بينت نتائج المبحوثين أن المعلومات التي تطرح في البرامج التلفزيونية معلومات بها نوع من التجديد.
- أوضحت نتائج الدراسة أن المبحوثين أحيانا ما يستمعون للمواضيع التي تقوم بها الحماية المدنية عبر الإذاعة.
- أوضحت نتائج المبحوثين أن أحيانا ما يتطلعون على ملصقات ومطويات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية.
- بينت نتائج المبحوثين أن جانب المضمون هو الجانب تأثيرا في مطويات وملصقات التوعية للحماية المدنية.
- أوضحت نتائج المبحوثين أنهم أحيانا ما يجدون صعوبة في استيعاب مضمون كل ملصقات ومطويات الخاصة بالحملات التي تقوم بها الحماية المدنية.
- كشفت نتائج المبحوثين أن قيام الحماية المدنية بالاتصال المباشر لتقديم حملات التوعية فعال.
- أوضحت نتائج المبحوثين أنهم أحيانا ما يتطلعون على منشورات التي تعرضها حماية المدنية حول حملات التوعية عبر مواقع تواصل الاجتماعي.
- بينت نتائج المبحوثين أن حجم المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية معلومات متوسطة.
- أوضحت نتائج المبحوثين أنهم أحيانا ما تضيف حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية بإضافة معلومات جديدة.

- كشفت الدراسة أن افراد العينة عند تعرضهم لحملات يشعرون بالمسؤولية.
- تبين من خلال نتائج الدراسة أن حجم المعلومات التي تقدمها الحماية المدنية كافية إلى حد ما.
- أوضحت نتائج المبحوثين أن معلومات حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية عبارة عن معلومات وقائية.
- كشفت الدراسة أن احيانا ما تساهم حملات التوعية في تشكيل الوعي.
- أوضحت نتائج الدراسة أن تقييم استخدام وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية جيد.
- أوضحت نتائج الدراسة ان الوسيلة الاتصالية الأكثر فاعلية في حملات التوعية هي الاتصال المباشر.
- تبين من خلال نتائج الدراسة ان أحيانا ما تساهم حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية في تعديل سلوك الافراد.
- أوضحت نتائج المبحوثين أن احيانا ما يشاركون ما يتعلمونه من حملات التوعية مع الآخرين.
- تبين من خلال نتائج المبحوثين أن الاستفادة التي حققتها لهم حملات التوعية هي استفادة معرفية كما كان الهدف منها الحصول على معلومات جديدة.
- تبين من خلال نتائج المبحوثين أن الاستفادة التي حققتها لهم حملات التوعية هي استفادة سلوكية كان الهدف منها هو التعرف على طرق التعامل مع الحوادث.
- من خلال نتائج المبحوثين تبين ان مواضيع التي يجب التركيز عليها في حملات التي تقوم بها الحماية المدنية هي حملات فصل الصيف، حملات فصل الشتاء وحملات مستمرة طوال السنة إضافة إلى حملات أخرى تم اقتراحها.
- أوضحت الدراسة أن جهود وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية جيد.
- من خلال نتائج المبحوثين تبين أن حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية جيدة.

النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة:

- إن وسائل التي توظفها الحماية المدنية في حملات التوعية تساهم بشكل كبير في توعية المبحوثين وذلك لتنوع هذه الوسائل، فنجد وسائل سمعية بصرية، وسائل مكتوبة، وسائل مباشرة، بإضافة إلى مواقع تواصل الاجتماعي.
- يحقق استخدام وسائل الاتصال في حملات التوعية إشباعاً شتى لسكان حي سعيد وذلك لأن هذه الوسائل جعلت تلقى هذه المعلومات أكثر تأثيراً وفاعلية.
- يتفاعل المبحوثين مع مختلف الحملات التي تقدمها الحماية المدنية وذلك عن بطرق عديدة، فأحياناً يشاركون هذه المعلومات مع محيطهم لأن هذه المعلومات ساهمت في تشكيل الوعي لديهم.

الخاتمة

خاتمة

في ختام هذه الدراسة نستنتج أن الاتصال له دور فعال في نشر حملات اتوعية التي تقوم بها الحماية المدنية، وهذه الأخيرة تعتمد على عدة أنواع من الاتصال من بينها الاتصال المباشر وهو يعد الاتصال الأكثر تأثيراً في أفراد المتعرضون لحملات، فهو يسعى إلى تقديم معلومات جديدة حول مواضيع حملات التوعية بشكل واعي صحي، وثقافة توعوية حول حادثة ما .

كما يمكن القول من خلال الدراسة أن حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية تخدم مصلحة الفرد في جعله يتعرف على طرق التعامل مع الحوادث، كما لإستخدام الحماية المدنية دور كبير في نشر التوعية وتصحيح الأخطاء التي يقوم بها الفرد حول الحوادث التي يتعرض لها في حياته اليومية.

تنوع في إستخدام وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية يجعل أعوان الحماية المدنية تقدم معلومات جديدة مما تحقق الهدف الذي تخطط وهو تشكل الوعي، ومشاركة المعلومات مع الآخرين، وكذلك تغيير سلوكهم إتجاه الحوادث .

كما توصلت هذه الدراسة إلى أن هذه الحملات حققة لهم مجموعة من الإشباعات المختلفة منها السلوكية ومعرفية ذلك أنها تساعدهم في تعرف طرق التعامل مع الحوادث والحصول على معلومات جديدة كما تساهم حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية في تعديل سلوك الافراد.

وأخيراً نقول أن هدف الدراسة هو معرفة دور الفعال للاتصال الذي تقدمه للحماية المدنية في مجال التوعية .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

المعاجم والقواميس:

- ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف. القاهرة.
- إبراهيم أنس، منتصرع الحليم، الصواحي عطية، خلف الله أحمد محمد، المعجم الوسيط، ط1، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، مصر، 2004م.

الكتب:

- إبراهيم إبراهيم، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط01، دار الشروق، عمان، 2008م.
- الدليمي عبد الرزاق محمد، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، ط 01، دار اليازوري، عمان. الأردن، 2016م.
- الطيب عبد النبي عبد الله، فلسفة ونظريات الاعلام، ط1، دار العالمية، الهرم، مصر، 2014م.
- المحمودي محمد سرحان علي، مناهج البحث العلمي، ط03، دار الكتب صنعاء، الجمهورية اليمنية، 2019م.
- الواصل عبد الرحمن بن عبد الله، البحث العلمي خطواته ومراحله، أساليبه مناهجه، أدواته ووسائله، أصول كتابته، وزارة المعارف، المملكة العربية السعودية، 1420هـ/1999م.
- بن ديبان العوفي عبد اللطيف، حملات التوعية الإعلامية الأسس النظرية و الإجراءات التطبيقية، دار جامعة الملك سعود للنشر العلمي و المطابع، الرياض 1433هـ.
- بوحوش عمار، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، تحر عباش عائشة، رانجة زكية، (د.ط)، المركز الديمقراطي العربي، برلين. ألمانيا، 2019م.
- حبيب ركان عبد الكريم، مبارك واصل الحزامي، غازي زين عوض الله، مريهان الحلواني، محمد محمود مرسي، علي ظافر القرقي، مقدمة وسائل الاتصال، ط1، دار زهران، 2001م.

- حسو الوزيباري طاهر، أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع، ط01، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات، بيروت. لبنان، 2011م.
- حمدي محمد الفاتح، سطوطاح سميرة، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط01، دار الحامد، 2019م.
- عبد الحميد محمد، وسائل الاتصال الإداري، ط1، دار الستة، السعودية، 1988م.
- عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العلمي، دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية، ط01، مكتبة الشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، 1996م.
- عدلي العبد عاطف، نهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة. مصر، 2011م.
- غربي عبد الحليم، منهجية البحث العلمي في العلوم المالية والمصرفية الإسلامية، ط01، مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية، (د.ب.ن)، إبريل 2019م.
- قنديلجي عامر إبراهيم، منهجية البحث العلمي، (د.ط)، دار اليازوري، (د.ب.ن).
- كافي مصطفى يوسف، الرأي العام ونظرياته المعاصرة، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2015.
- مكاوي حسن عماد، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1988.

المذكرات الجامعية:

- العلمي نسبية، دور التلفزيون في نشر الوعي الصحي برنامج Dr.OZ أنموذجاً، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019.
- بن عمارة حاج محمد، ابراهيم طويل، وسائل الاتصال ودورها في التوعية السياحية، رسالة ماستر في الاتصال السياحي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017.

- زعيتن أميمة، خديجة هربان، لامية شمعوني، فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في حملة التوعية بالتلقيح ضد وباء كورونا، رسالة ماستر، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2022.
- - صكوا حسبية. بحبح فاطمة الزهراء، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بالجزائر، شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2020.
- عيادة يونس، فريد فغموس، دور خلية الاعلام والاتصال بمديرية الحماية المدنية في التوعية المرورية، رسالة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر،
- فقعاص فايزة، ونار شهبناز، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، جامعة محمد الصديق بن يحي، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي، 2021.
- كعوس وفاء، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي المروري، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016م.

المجلات العلمية:

- راييس علي ابتسام، نظرية "الاستخدامات والاشباكات" وتطبيقاتها على الاعلام الجديد، مجلة دراسات وأبحاث. المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية:2، ديسمبر.2016م.
- صدراتي كلثوم، التوعية المرورية كأحد آليات الوقاية من حوادث المرور، مجلة سوسيو لوجيا، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019،
- - عابد سعيد. (2017). "دور الحماية المدنية في إدارة الأزمات والكوارث في الجزائر". مجلة دراسات حول الجزائر والعالم. 5.

- مدفوني جمال الدين، نظرية الاستخدامات والاشباعات من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية.3(3): 64-91. 2019

المحاضرات الجامعية:

- رشدي خير الله، هشام. محاضرات في نظريات الاعلام، قسم العلوم الاجتماعية والاعلام، جامعة المتوفية.

المواقع الالكترونية:

- الديوان الوطني للإحصائيات، (2021). <http://www.Ons.Dz>.
- موح دعاء. (2021) "الفرق بين التوعية والتثقيف".

<http://www.Aimrsal.com>

- هلال إبراهيم. (2019). التلفزيون لايزال مسيطرا. هكذا اختراق عالم السوشيال ميديا، <http://www.Aljazeera.net>

<https://www.almaany.com>

المقابلات:

- ميموني محي الدين، مديرية الحماية المدنية، استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر حملات التوعية، مكتب حملات التحسيسية، 03أفريل 2023، (مقابلة شخصية).

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح – ورقلة –
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية.
قسم علوم الاعلام والاتصال



دليل مقابلة بعنوان:

إستخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر حملات التوعية
دراسة ميدانية على عينة سكان ولاية ورقلة.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة.

أستاذ المشرف:

د/صانع رابح

إعداد الطالبتين:

-جدي خولة.

-طقيع سهيلة.

السنة الجامعية: 2022م/2023م

أسئلة المقابلة:

- 1/ ماهي الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما في نشر الحملات التوعوية؟
- 2/ ماهي المواضيع التي تقوم بها الحماية المدنية في الحملات التوعوية وترى ان الجمهور استفاد منا؟
- 3/ ماهي النتيجة المتحصل عليها من خلال تعرض الجمهور للحملات التوعوية التي تقوم بها مؤسسة الحماية المدنية؟
- 4/ ماهي الفترة الزمنية المناسبة لتقديم دروس حول التوعية؟
- 5/ ماهي الاستراتيجية التي تستخدمها المؤسسة لتقديم الدروس التوعوية؟

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



مذكرة بعنوان

"استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر حملات التوعية"
دراسة ميدانية لعينة من سكان ولاية ورقلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة.

نضع بين ايديكم استمارة الاستبيان تحت العنوان المكتوب أعلاه بهدف تحكيمها لدا

نرجو منكم تقديم اقتراحاتكم وملاحظاتكم وشكرا.

أستاذ المشرف:
صانع رابح

إعداد الطالبتين:
-خولة جدي.
- سهيلة طقيع.

السنة الجامعية: 2022/2023م

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر. أنثى

السن: من 18 إلى 23 من 24 إلى 29 من 30 إلى 35 36 فأكثر

المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي. جامعة.

المحور الأول: مساهمة وسائل الاتصال التي توظفها الحماية المدنية في حملات

التوعية للتقليل من الحوادث.

1- هل شاهدت أحد البرامج حملات التوعية المقدمة من طرف حماية المدنية على

شاشة التلفزيون؟

دائماً. أحياناً. نادراً. أبداً.

2- هل معلومات التي تطرح في هذه البرامج:

معلومات جديدة. معلومات متكررة. معلومات بها نوع من

تجديد.

3- هل استمعت إلى أحد مواضيع التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية عبر الإذاعة؟

دائماً. أحياناً. نادراً. أبداً.

4- هل سبق لك أن اطلعت على ملصقات أو مطويات التوعية.

أحياناً. نادراً. أبداً.

5- ما هو الجانب الأكثر تأثير في مطويات وملصقات التوعية؟

الشكل. المضمون

6- هل تجد صعوبة في استيعاب مضمون كل من ملصقات ومطويات التوعية؟

أحياناً. نادراً. أبداً.

7- في رأيك هل قيام أفراد الحماية المدنية بالاتصال المباشر مع سكان من أجل توعيتهم:

فعال. غير فعال. فعال إلى حد ما.

8- هل اطلعت على منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تخص حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية؟

دائماً. أحياناً. نادراً. أبداً.

9- ما رأيك في حجم المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية؟

كثيرة. متوسطة. قليلة.

المحور الثاني: الإشباع المحققة لدى سكان حي سعيد من استخدام وسائل الاتصال في حملات التوعية.

10- هل تضيف لك هذه الحملات معلومات جديدة؟

أحياناً. نادراً. أبداً.

11- ماذا تشعر عند تعرضك لهذه الحملات؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

الخوف الملل والنفور القلق المسؤولية لا شيء

12- ما رأيك في حجم المعلومات التي تقدمها الحماية المدنية في مجال حملات التوعية:

كافية. غير كافية. كافية إلى حد ما.

13- ماذا يغلب على معلومات حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية:

معلومات وقائية معلومات علاجية

14- هل ساهمت حملات التوعية في تشكيل الوعي لديك؟

أحياناً نادراً أبداً

15- ماهو تقييمك لي استخدام وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية؟

جيد متوسط ضعيف

16- ماهي الوسيلة الاتصالية التي ترى أنها فعالة في حملات التوعية؟ (يمكنك

اختيار أكثر من اجابة)

التلفاز والإذاعة المطويات والملصقات الاتصال المباشر (حملات

تحسيسية)

مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: تفاعل مع مختلف حملات التوعية التي تقدمها الحماية المدنية.

17- هل ترسخ في ذهنك حملة من حملات التوعية التي تقدمها الحماية المدنية؟

دائما. أحيانا. نادرا. أبدا

18- هل قمت بسلوك حثت عليه حملة من حملات التوعية التي تقوم بها الحماية

المدنية؟

دائما. أحيانا. نادر. ابدا

19- ماذا حققت لك هذه الحملات؟ (يمكنك الاختيار أكثر من إجابة)

استفادة معرفية. استفادة سلوكية.

-إذا كانت إجابة استفادة معرفية فيما تتمثل:

حصول معلومات جديدة التعرف على مختلف الأخطار تجاه الحوادث

معرفة التوصيات الأمنية

-إذا كانت إجابة تحقيق استفادة سلوكية ما نوع هذه الاستفادة:

اكتساب سلوكيات وقائية

التعرف على طرق التعامل مع الحوادث كيفية التعامل مع وسائل الإنقاذ

20- هل تقوم بمشاركة ما تعلمته من هذه حملات مع الآخرين من حولك؟

دائما. أحيانا. نادرا. ابدا.

21- ما هي المواضيع التي يجب التركيز عليها في حملات التوعية؟ (يمكنك الاختيار أكثر من اجابة)

-حملات توعية خاصة بفصل الصيف: (لسعات العقارب، ضربات الشمس، السباحة في البرك، حرائق النخيل)

-حملات توعية خاصة بفصل الشتاء : (اختناق بالغاز)

-حملات مستمرة طوال السنة : (حوادث المرور، الاسعافات الاولية)
أخرى أذكرها.....

22- كيف تقييم جهود وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية:

جيدة متوسطة ضعيفة

23- ما هو تقييمك لحملات التوعية التي تقوم بها مصالح الحماية المدنية؟

جيدة متوسطة ضعيفة

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



مذكرة بعنوان

"استخدام الحماية المدنية لوسائل الاتصال في نشر حملات التوعية"

دراسة ميدانية لعينة من سكان ولاية ورقلة

مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة.

ملاحظة: إن معلومات هذه الاستمارة سرية، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي لذا

نرجو منكم الإجابة بكل موضوعية.

ضع علامة (+) في خانة الاجابة المناسبة.

أستاذ المشرف:

أ/صانع رابح

إعداد الطالبين:

- خولة جدي.

- سهيلة طقيع.

السنة الجامعية: 2022/2023م

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر. أنثى

السن: من 18 إلى 23 من 24 إلى 29 من 30 إلى 35

36 فأكثر

المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي. جامعة.

1- هل تشاهد برامج حملات التوعية المقدمة من طرف حماية المدنية على شاشة

التلفزيون؟

دائما. أحيانا. نادرا. أبدا.

إذا اجبت "ابدا" انتقل إلى سؤال 3.

2- هل معلومات التي تطرح في هذه البرامج:

معلومات جديدة. معلومات متكررة. معلومات بها نوع من

تجديد.

3- هل استمعت إلى أحد مواضيع التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية عبر الإذاعة؟

دائما. أحيانا. نادرا. أبدا.

4- هل سبق لك أن اطلعت على ملصقات أو مطويات التوعية المقدمة من طرف

الحماية المدنية؟

أحيانا. نادرا. أبدا.

إذا اجبت "ابدا" انتقل إلى سؤال 7.

5- ما هو الجانب الأكثر تأثير في مطويات وملصقات التوعية للحماية المدنية؟

الشكل. المضمون

6- هل تجد صعوبة في استيعاب مضمون كل من ملصقات ومطويات التوعية؟

أحيانا. نادرا. أبدا.

7- في رأيك هل قيام أفراد الحماية المدنية بالاتصال المباشر مع سكان من أجل

توعيتهم:

فعال. فعال إلى حد ما. غير فعال.

8- هل اطلعت على منشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تخص حملات

التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية؟

دائما. أحيانا. نادرا. أبدا.

9- ما رأيك في حجم المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن

حملات التوعية التي تقوم بها الحماية المدنية؟

كثيرة. متوسطة. قليلة.

10- هل تضيف لك هذه الحملات التوعية للحماية المدنية معلومات جديدة؟

أحيانا. نادرا. أبدا.

11- ماذا تشعر عند تعرضك لحملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية؟

الخوف الملل والنفور القلق المسؤولية لا

شيء

12- ما رأيك في حجم المعلومات التي تقدمها الحماية المدنية في مجال حملات

التوعية؟

كافية. كافية إلى حد ما. غير كافية.

13- ماذا يغلب على معلومات حملات التوعية المقدمة من طرف الحماية المدنية؟

معلومات وقائية معلومات علاجية

14- هل ساهمت حملات التوعية في تشكيل الوعي لديك؟

أحيانا نادرا أبدا

15- ما هو تقييمك لاستخدام وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية للحماية

المدنية؟

جيد متوسط ضعيف

16- ماهي الوسيلة الاتصالية التي ترى أنها فعالة في حملات التوعية؟ (يمكنك

اختيار أكثر من اجابة)

التلفاز والإذاعة المطويات والملصقات الاتصال المباشر (حملات
تحسيسية)

مواقع التواصل الاجتماعي

17- هل ترسخت في ذهنك حملة من حملات التوعية التي تقدمها الحماية المدنية؟

دائما. أحيانا. نادرا. أبدا

18- هل قمت بسلوك حثت عليه حملة من حملات التوعية التي تقوم بها الحماية

المدنية؟

دائما. أحيانا. نادر. ابدا

19- ماذا حققت لك هذه الحملات؟ (يمكنك الاختيار أكثر من إجابة)

استفادة معرفية. استفادة سلوكية.

-إذا كانت إجابة استفادة معرفية فيما تتمثل:

حصول معلومات جديدة التعرف على مختلف الأخطار تجاه الحوادث

معرفة التوصيات الأمنية

-إذا كانت إجابة تحقيق استفادة سلوكية ما نوع هذه الاستفادة:

اكتساب سلوكيات وقائية

التعرف على طرق التعامل مع الحوادث كيفية التعامل مع وسائل الإنقاذ

20- هل تقوم بمشاركة ما تعلمته من حملات الحماية المدنية مع الآخرين من حولك؟

دائما. أحيانا. نادرا. ابدا.

21- ما هي المواضيع التي يجب التركيز عليها في حملات التوعية؟ (يمكنك

الاختيار أكثر من اجابة)

-حملات توعية خاصة بفصل الصيف: (لسعات العقارب، ضربات الشمس،

السباحة في البرك، حرائق النخيل)

-حملات توعية خاصة بفصل الشتاء: (اختناق بالغاز)

-حملات مستمرة طوال السنة: (حوادث المرور، الاسعافات الاولية)

أخرى أذكرها.....

22- كيف تقييم جهود وسائل الاتصال في نشر حملات التوعية للحماية المدنية؟

جيدة متوسطة ضعيفة

23- ماهو تقييمك لحملات التوعية التي تقوم بها مصالح الحماية المدنية؟

جيدة متوسطة ضعيفة