



جامعة ميد أوشن

كلية الاعلام والتسويق

ماجستير التسويق الرقمي

دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية
السعودية

The role of modern media in raising awareness and addressing traffic crises in the
Kingdom of Saudi Arabia

إعداد الباحث/ الشمري

رقم الجامعي /

إشراف/

.د.

العام الدراسي:

2026م



الشكر والتقدير

الحمد لله كثيراً على نعمه التي لا تعد ولا تحصى، وبتوفيقه وصلت إلى ختام بحث رسالة الماجستير.

أبدأ بشكر هذا الصرح الذي أعتز بالانتماء إليه، وأخص بالشكر رئيس الجامعة ورئيس قسم إدارة الأعمال وجميع أعضاء قسم إدارة الأعمال المحترمين.

كما أخص بالشكر والتقدير الدكتور

التي تولى الإشراف على رسالتي بكل إخلاص وحرص، وقدم لي من علمه وفكره، وساهمت بتوجيهاته الثاقبة في إخراج هذا العمل إلى النور.

وأختتم بكلمات الشكر والعرفان لكل من قدم لي الدعم والمساعدة في إنجاز كافة متطلبات هذه الدراسة.

الملخص

هدفت الدراسة إلى قياس دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية. وطبقت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام قائمة الاستقصاء كأداة أساسية لجمع البيانات وللإجابة عن تساؤلات البحث واختبار فروضه، حيث تم توزيع (470) قائمة استقصاء وأمكن استرداد 450 قائمة استقصاء بمعدل استجابة 95%، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج العلوم الإحصائية SPSS وقد أظهرت نتائج الدراسة جاء الأساس النظري للإعلام الرقمي في المرتبة الأولى من حيث أثره على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية يأتي واقع الاعلام الرقمي في المرتبة الثانية حيث أثره على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية وجاء طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي في المرتبة الرابعة من حيث أثره على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية وبناء على نتائج الدراسة كانت اهم التوصيات كما يلي حث المسؤولين لمؤسساتهم وتشجيعهم على طرح أفكار يمكنهم من خلالها اما تغيير طريقة أدائهم للمهام الوظيفية أو إضافة مهام أخرى تعتمد على وسائل الإعلام الحديثة الأمر الذي سيزيد من فاعلية والتوعية ومواجهة الأزمات المرورية. وأجراء استبيان للوقوف على انخفاض مستوى كفاءة الحركة المرورية على ألا يشير الاستبيان إلى الأسباب الحقيقية المسؤولة عن ذلك ومن ثم قيام صانعي القرار باتخاذ التدابير اللازمة لمعالجة ذلك

الكلمات المفتاحية: وسائل الاعلام - التوعية - الازمات المرورية - اليات الاعلام الرقمي -

الأساس النظري للإعلام الرقمي - اليات الاعلام الرقمي

الفهرس

المحتويات

2.....	الشكر والتقدير
3.....	الملخص
6.....	الفصل الأول.....
6.....	الإطار العام للدراسة
7.....	1.1 مقدمة.....
9.....	1.2 مشكلة الدراسة.....
10.....	1.3 أهداف الدراسة.....
11.....	1.4 أهمية الدراسة.....
13.....	1.5 أسئلة الدراسة الفرعية.....
13.....	1.6 فرضيات الدراسة.....
14.....	1.7 متغيرات البحث.....
15.....	1.8 المصطلحات والمفاهيم.....
17.....	1.9 المنهجية وطرق البحث.....
18.....	1.10 أدوات البحث وطرق جمع المعلومات.....
18.....	1.11 حدود الدراسة.....
18.....	1.12 مجتمع وعينة الدراسة.....
18.....	مجتمع الدراسة.....
19.....	عينة الدراسة.....
20.....	1.13 أسباب اختيار لا دراسة.....
21.....	الفصل الثاني.....
21.....	الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة.....
22.....	2. الإطار النظري.....
22.....	2.1 المبحث الأول: وسائل الاعلام الحديثة.....
28.....	2.2 المبحث الثاني: التوعية المرئية.....
34.....	2.3 الدراسات السابقة.....
41.....	الفصل الثالث.....
41.....	منهجية الدراسة.....
42.....	الفصل الثالث: المنهجية.....
42.....	3.1 المقدمة.....

42.....	3.2 المنهجية:
43.....	3.3 مجتمع وعينة الدراسة:
44.....	3.4 أداة جمع البيانات:
47.....	3.5 طرق جمع البيانات والمعلومات كالتالي:
47.....	3.6 الأساليب الإحصائية المستخدمة:
49.....	الفصل الرابع
49.....	الدراسة التحليلية والإحصائية ومناقشة فرضيا الدراسة.
50.....	الفصل الرابع: النتائج والمناقشة.
50.....	1.4 مقدمة
50.....	2.4 إجراءات التأكد من صدق وثبات قائمة الاستقصاء
51.....	2.2.4 ثبات قائمة الاستقصاء
53.....	3.4 تحليل المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة
53.....	1.3.4 متغير الجنس
54.....	2.3.4 متغير العمر
55.....	3.3.4 متغير المؤهل العلمي
56.....	4.3.4 متغير سنوات الخبرة
57.....	5.3.4 متغير المستوى الوظيفي
57.....	4.4 الإحصاء الوصفي لاختبار الفرضيات
58.....	1.4.4 الإحصاء الوصفي لعبارات وسائل الإعلام الحديثة
65.....	5.4 التحقق من فروض الدراسة
72.....	الفصل الخامس
72.....	النتائج والتوصيات
73.....	الفصل الخامس: الخاتمة والتوصيات
73.....	1.5 مقدمة
73.....	2.5 الاستنتاجات
74.....	3.5 التوصيات
76.....	4.5 البحوث المستقبلية
81.....	الملاحق
83.....	الملاحق
83.....	الاستبيان
89.....	Abstract

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة

ومع التطورات الهائلة التي شهدها العالم منذ أواخر القرن العشرين حتى الآن، وخاصة في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات أصبح العالم قرية كونية صغيرة لا يمكن فصلها إعلامياً فقد أصبحنا نعيش عصر الأقمار الصناعية وما تنقله من معلومات وأخبار، وما أحدثته من تقارب ثقافي ومعرفي أتاح اطلاع الفرد على أحداث العالم حين حدوثها، مما زاد تأثير الإعلام ووسائله وقدرته على الهيمنة على لأفراد والمجتمعات تعد وسائل الاعلام واحدة من أهم الابتكارات التكنولوجية في العقد الماضي، وقد شهدت تطورا هائلا في الاستخدام والانتشار في جميع أنحاء العالم. ومن بين القطاعات التي استفادت بشكل كبير من هذا التطور إدارة الحركة المرورية، في المملكة العربية السعودية.

يعتبر الإعلام آلية هامة لإحداث التغيير داخل المجتمع وكذا الربط مختلف التفاعلات التي يمكن أن تنشأ بين أفرادها، فالإعلام مفهوم ذو أبعاد مختلفة وكونه علما قائم بذاته له أصوله المتميزة ومصطلحاته الخاصة كغيره من الحقول المعرفية فهو يضطلع بدراسة وتحميل ووصف وكذا معالجة مختلف الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية، إلى غيرها من الظواهر التي تحكم مسيرة التطور الهائل في شتى المجالات

وتؤدي وسائل الإعلام بشكل عام والإعلام الرقمي بشكل خاص في العصر الحديث أدورا مهمة ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، إذ يناط بها تسليط الضوء على زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بعمليات الوعي المعرفي والسلوكي التي تؤدي بدورها إلى تنمية المجتمع بشكل عام يأخذ تطوير الحياة

الاقتصادية والاجتماعية من اطر يحكمها أنظمة محددة وقوانين وتشريعات لحفظ الامن، والامن لا يقل اهمية عن الإعلام فهو من الاحتياجات الأساسية للفرد والمجتمع، فقد اتسع تأثير الإعلام ليشمل كل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية، والسياسية، والبيئة، والثقافية، والوطنية. ومع التطور في المجتمعات كان لابد أن ينشأ مفهوم جديد يساير التقدم الذي حدث في المجال الأمني ونخص بالذكر هنا إدارة الازمات المرورية التي تؤثر على نواحي الحياة اليومية لكل مواطن

تعد المملكة العربية السعودية واحدة من أكثر الوجهات أهمية في العالم، حيث تتمتع بتراث ثقافي وتاريخي غني والعديد من المواقع الطبيعية الجميلة لقد لعب تطوير وسائل الاعلام الرقمي دورا مهما في التوعية ومواجهة الازمات المرورية الداخلية تتبنى المملكة العربية السعودية استراتيجيات متقدمة لإدارة الازمات المرورية، تركز على الذكاء الاصطناعي، والتقنيات الذكية، وتطوير البنية التحتية للحد من الحوادث وتخفيف الاختناقات، خاصة في المدن الكبرى والمواسم (الحج والعمرة). تشمل الجهود استخدام إشارات مرور ذكية، وطائرات مسيرة للمراقبة، وتفعيل تقارير الحوادث عبر تطبيق "نجم" لسرعة الانسيابية ويلعب الاعلام الرقمي دورا هاما في التوعية بأهمية تعاون الجمهور لمواجهة الازمات المرورية وهنا تكمن الفجوة البحثية لتلك الدراسة في بيان دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الازمات المرورية في المملكة العربية السعودية من خلال وضع اليات واستراتيجيات تعمم علي مستوى المملكة بزيادة أهمية التوعية بمخاطر الازمات المرورية وكيفية مجابهة تلك الازمات من خلال استخدام وسائل الاعلام في توعية الجمهور.

1.2 مشكلة الدراسة

لم يكن ظهور الإعلام المروري في دول المنطقة من قبيل الصدفة، بل كان ضرورة لتلافي العديد من مشكلات الطرق وسلامة المواطنين عليها، على الرغم من شيوع هذا النمط من الإعلام المتخصص في الغرب منذ عشرات السنوات. وقد شهد الإعلام المروري تطورات عدة منذ اعتماده نمطا من أنماط الإعلام التوعوي المتخصص في دول المنطقة، فيما قدمت عدة دول نموذج جيد وفاعل من الإعلام المروري، الذي لا يعتمد فقط على بيان الحركة المرورية في أكثر محاور وطرق البلاد حيوية خلال اليوم، وإنما التعريف بقواعد السلامة، والحث على ضرورة إتباعها من خلال برامج إعلامية متخصصة،

تأتي المملكة العربية السعودية في مقدمة الدول العربية استخداما ما هو جديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ستساهم هذه الدراسة في فهم أفضل لتأثير وسائل الاعلام الرقمي على إدارة الازمات المرورية من خلال نشر التوعية بين الجمهور للحد من الحوادث والاختناقات المرورية. وتقديم توصيات ومقترحات عملية لتعزيز الاستخدام الفعال لهذه المنصات في التوعية بأهمية إدارة الحركة المرورية للجميع. ويواجه الإعلام المروري العديد من التحديات التي تحول دون تحقيق أهدافه في الحد بشكل ملحوظ من حوادث الطرق، والإسهام في سيولة المرور ومن أهم تلك التحديات الحاجة إلى عوامل مساعدة لضمان نجاح رسالة الإعلام المروري، وجمود المحتوى المقدم إعلامي ومن هنا تبلورت مشكلة الدراسة حول السؤال الرئيسي التالي: ما هو دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية؟

1.3 أهداف الدراسة

يمثل هدف الدراسة الرئيسي في " بيان دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية"

بناء على الهدف الرئيسي للدراسة يوجد عدد من الأهداف الفرعية التالية:

- الوقوف على المزايا والنتائج المحتملة من دور الاعلام الرقمي على تحسين الأداء الخاص التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية.
- التعريف بأهمية برامج الاعلام الرقمي الالكترونية في التأثير على تحسين الأداء والتوعية ومواجهة الأزمات المرورية بالمملكة العربية السعودية
- دراسة تأثير وسائل الاعلام الرقيم على تنمية التوعية ومواجهة الأزمات المرورية الداخلية في المملكة العربية السعودية.
- تحليل التأثيرات المختلفة لهذه المنصات الاعلامية على قطاع إدارة الحركة المرورية، وكذلك كيفية تعزيز استخدامها العملي في الترويج التوعية ومواجهة الأزمات المرورية.
- بيان واستعراض الدراسات والبحوث السابقة حول تأثير وسائل الاعلام الرقمي على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية.
- بيان معوقات تنمية مجال الاعلام الرقمي في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية من الوصول إلى نتائج وتوصيات إيجابية تعود بالفائدة على المملكة.
- التعرف على الأسس النظري للإعلام الرقمي في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في ضوء

رؤية المملكة 2030

1.4 أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من محورية الحملات الإعلامية ودورها الاستراتيجي في منظومة التوعية المرورية في ظل تفاقم مشكلة الأمن في الطرقات والزيادة المطردة في عدد الحوادث والإصابات، واستمرارها في استنزاف الطاقات البشرية والمادية رغم الإجراءات الردعية والقانونية من جهة، وفي تجسيدها إشكالية المؤتمر وموضوعه بضرورة إخضاع كل العناصر الفاعلة في منظومة السلامة المرورية للمساءلة والتقييم بما فيها المنظومة الإعلامية واستراتيجياتها. وتنقسم أهمية الدراسة الى أهمية عملية (تطبيقية) وأهمية علمية (نظرية) يمكن ايضاحها كما يلي

الأهمية النظرية

تتمثل الأهمية العملية للبحث في الآتي:

- إن الإعلام الرقمي بما يمثله من انتشار كبير واستحواذ على اهتمام قطاعات متنامية من جماهير وسائل الإعلام ربما بإمكانه القيام ببعض الأدوار في تعزيز الاستراتيجيات الخاصة ببعض القضايا الملحة لا سيما المرتبطة التوعية ومواجهة الأزمات المرورية
- تكمن أهمية الدراسة الحالية في كونها تركز على الجمهور السعودي باعتباره من أكثر الجماهير ارتباطاً من غيرهم بالتقنيات الحديثة حول التوعية ومواجهة الأزمات المرورية

- تساهم التوعية ومواجهة الأزمات المرورية رؤية مستقبلية لتحقيق اهداف ورؤية المملكة العربية السعودية 2030 من خلال دور الاعلام الرقمي

- اهتمام بدراسة افضلية السبل الممكنة للاستفادة من التقنيات الحديثة في الترويج للاستراتيجيات المختلفة الخاصة بخطط التوعية ومواجهة الأزمات المرورية

الأهمية التطبيقية:

تتمثل الأهمية العملية للبحث في الآتي:

– تكمن أهمية دراسة تأثير وسائل الاعلام الرقمي على تنمية التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية وخاصة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية الداخلية، حيث يعد تطوير التوعية المرورية أمرا ضروريا لتعزيز الاقتصاد المحلي وتنويع مصادر الدخل في المملكة العربية السعودية وذلك من خلال فهم تأثير مواقع الاعلام الرقمي،

– تبرز أهمية الدراسة في اظهار مدى التعاون بين الاعلام الرقمي والجمهور لرفع مستوى وكفاءة بخطط التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في السعودية في ظل رؤية المملكة 2030

– يكمن جوهر الدراسة في البحث مستوى الوعي للتقليل من الحوادث المرورية. عبر ربط المكونات المختلفة لمستوى الوعي المروري وعلاوة على ذلك استكشاف الفروق حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع؛ الفئات العمرية) في متوسط درجات الوعي المروري

– تقدم الدراسة توصيات حول الدور الفاعل الذي يلعبه الجمهور في التفاعل والتواصل في شبكات الاعلام عبر منصات التواصل الاجتماعي بما يعزز خطط التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية

1.5 أسئلة الدراسة الفرعية

السؤال الرئيسي للدراسة

ما هو دور وسائل الإعلام الحديثة على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية بالمملكة العربية السعودية؟

يمكن ان اشتقاق عدد من الأسئلة الفرعية تتمثل فيما يلي:

1- ما هي الأسس النظرية للإعلام الرقمي وتعزيز التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في

ضوء الظروف المعاصرة؟

2- ما هو واقع الاعلام الرقمي في تعزيز التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة

العربية السعودية في ضوء رؤية 2030؟

3- ما طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي والتوعية ومواجهة الأزمات المرورية

بالمملكة العربية السعودية؟

4- ما هي الإجراءات المقترحة لتفعيل دور الاعلام الرقمي في تحقيق التوعية ومواجهة

الأزمات المرورية بالمملكة العربية السعودية؟

1.6 فرضيات الدراسة

تساعدنا الفرضيات على تنظيم البحث واعطائه صبغة جديدة، فالفرضيات تترجم لنا

ذهنية لاكتشاف أفضل الحلول والبدائل والفرضيات هي 'مواقف مبدئية أو تخمينات ذكية

يصبغها الباحث لتنظيم تفكيره في حل مشكلة البحث:

فرضية الدراسة الرئيسية:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على استراتيجيات وسائل الاعلام الرقمي في متابعة عمليات التوعية ومواجهة الأزمات المرورية المرتبطة بها.

الفرضية الاولى:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأسس النظري للإعلام الرقمي وتعزيز التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في ضوء الظروف المعاصرة في المملكة العربية السعودية

الفرضية الثانية:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين واقع الاعلام الرقمي في تعزيز التوسع بخطط التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية

الفرضية الثالثة:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي والتوسع بخطط التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية

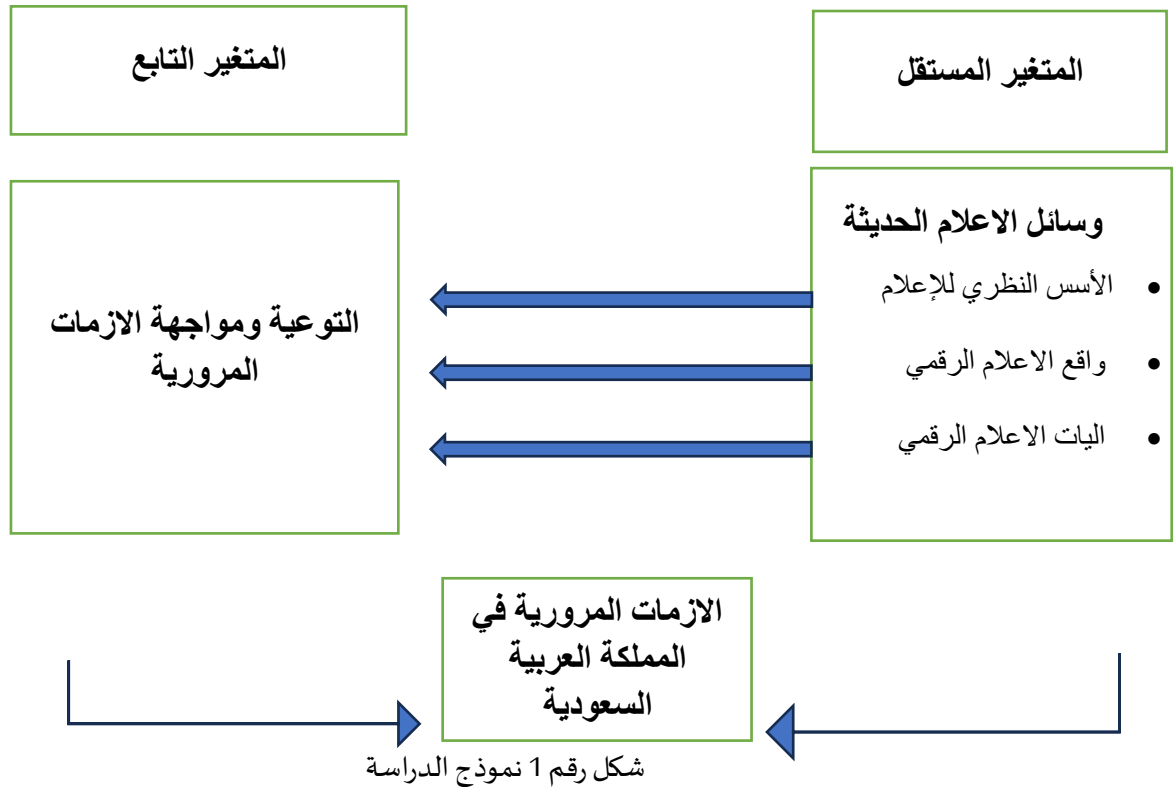
1.7 متغيرات البحث:

-المتغير المستقل: وسائل الاعلام الحديثة. ويتكون من الابعاد الثلاثة التالية

- الأسس النظري للإعلام

- واقع الاعلام الرقمي
- اليات الاعلام الرقمي

-المتغير التابع: التوعية ومواجهة الازمات المرورية



1.8 المصطلحات والمفاهيم.

الاعلام الرقمي

– يعرف اصطلاحاً: هو كافة أشكال المحتوى (نصي، صوتي، مرئي) الذي يتم إنتاجه،

نشره، وتوزيعه باستخدام تقنيات الحاسب الآلي والإنترنت (Jenni, et, al, 2024)

– يعرف اجرائياً: هو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنا

من انتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة

الالكترونية في عملية تفاعلية عبر المرسل والمستقبل

الازمات:

- تعرف اصطلاحاً: هي حالة خلل، توتر، أو نقطة تحول حاسمة ومفاجئة تهدد الأهداف والقيم الأساسية للمؤسسة أو الفرد (Nashed, 2023)
- تعرف اجرائياً: هي حالة خلل مفاجئ وغير متوقع، تؤدي إلى توقف أو تمزق في الأنشطة المعتادة للنظام (مؤسسة، دولة، فرد)، وتحدث خسائر مادية أو بشرية أو معنوية.

تعريف الوعي المروري

- التعريف الاصطلاحي هو عملية منظمة ومدروسة تستهدف تغير اتجاهات وأداء وأفكار ومواقف الأفراد والجماعات تجاه قضية من القضايا وترشيدهم إلى حقيقة الموقف والظواهر المحيطة بهم ومن ثم تمكينهم من التفاعل والتعامل معها, Nashed (2023).
- التعريف الإجرائي هو "الدرجة التي يحصل عليها الفرد في اختبار (معرفي/مهاري) يُعد لقياس مدى إدراكه وفهمه وتطبيقه لقواعد وأنظمة المرور، وإشارات الطريق، وآداب القيادة، مما يجعله قادراً على تفادي الحوادث وحماية نفسه والآخرين.

الحركة المرورية:

- تعرف اصطلاحاً: هي انتقال الأشخاص، المركبات، والبضائع ضمن نظام مواصلات منظم عبر شبكة الطرق والشوارع، وتتضمن حركة السير، الوقوف، والاتجاهات المختلفة وفق قواعد وقوانين محددة. (Jenni, et, al, 2024)
- تعرف اجرائياً: هي منظومة ديناميكية متكاملة تشمل تدفق المركبات والمشاة على الطرق، يتم قياسها وتحليلها بناءً على معايير محددة مثل حجم المرور (عدد

المركبات)، السرعة، والكثافة، بهدف تنظيم السير لضمان الأمان والانسائية، ويتم التحكم بها عبر لوائح وقوانين، أنظمة هندسية، إشارات، وحملات توعوية لتقليل الحوادث.

1.9 المنهجية وطرق البحث

يقصد بالمنهج تلك الطرق والأساليب التي سيتعين بها الباحث في عملية جمع البيانات لذا اعتمدنا في دراستنا المنهج الوصفي وهو عبارة عن وصف وتفسير ما هو كائن وجمع البيانات بنوعها الكيفي والكمي حول الظاهرة محل الدراسة من أجل تحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج والوصول إلى تعميمات. وانطلاقاً من طبيعة الدراسة والمعلومات المراد الحصول عليها في موضوعنا، فقد تم استخدام المنهج الوصفي – التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد فيها وصفاً دقيقاً كمياً و كيفياً للواقع، يعبر عنها تعبيراً وصفيّاً ورقمياً يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطى وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة كما أنه كثيراً ما يتعدى الوصف إلى التفسير وتتمثل طرق جمع البيانات فيما يلي:

المصادر الأولية: من أجل جمع البيانات والمعلومات اللازمة للكشف عن دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية بالمملكة تم الاعتماد واستخدام على الاستبيان الأداة الرئيسة للدراسة.

المصادر الثانوية: استخدم مجموعة من الرسائل العلمية بالإضافة إلى الأبحاث والدراسات المنشورة في المجالات والمواقع الالكترونية اعداد في الإطار النظري للدراسة.

1.10 أدوات البحث وطرق جمع المعلومات

هي الأداة أو مجموعة الأدوات التي تستخدم في جمع البيانات والمعلومات من عينة البحث وطرق تحليلها لاستخلاص النتائج المتعلقة بدراسته، ويوجد العديد من الأدوات التي يستخدمها الباحثون في جمع البيانات والمعلومات وسوف يتم الاعتماد على الاستبانة كاده لجمع المعلومات عن طريق الاستبانة الالكترونية. عن موضوع دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية

1.11 حدود الدراسة:

-حدود مكانية: المملكة العربية السعودية

حدود موضوعية: دراسة موضوع (دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية).

حدود زمنية: 2026م

حدود بشرية: العاملون بقطاع الاعلام الرقمي والخدمات المرورية في المملكة العربية السعودية

1.12 مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة:

يعد قطاع الخدمات المرورية في السعودية، التابع لوزارة الداخلية (الإدارة العامة للمرور)، منظومة رقمية متكاملة تهدف لتسهيل الإجراءات عبر منصة "أبشر"، وتشمل إصدار وتجديد

الرخص، تسجيل المركبات، إسقاط المركبات، الاعتراض على المخالفات، ومبايعة السيارات، مع التركيز على التحول الرقمي، تعزيز السلامة، والإشراف على مدارس القيادة. ويتكون مجتمع الدراسة يتكون من العاملين بحيث يكون العاملين في الإدارة العامة للمرور في كافة الوظائف التشغيلية والفنية والإدارة العليا بالمملكة العربية السعودية ولا يوجد رقم رسمي معلن ومحدث لـ "إجمالي" عدد العاملين في الإدارة العامة للمرور بالسعودية، إلا أن الجهاز ضخم ويضم آلاف الضباط والأفراد والإداريين الموزعين على 16 إدارة رئيسية بالمناطق، بالإضافة إلى فروع المحافظات والمراكز التابعة لها، وذلك لضمان التغطية الأمنية وتنظيم السير وتحصيل المخالفات.

عينة الدراسة:

تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية البسيطة وهي من أبسط طرق اختيار العينة حيث عن طريق هذا النوع من العينات يعطي الباحث فرصة متساوية لكل فرد من أفراد المجتمع بأن يكون ضمن عينة المختارة، ويكون هذا النوع من العينات مفيد ومؤثر عندما يكون هنالك تجانس بين جميع أفراد المجتمع الأصلي المعني بالدراسة، من حيث الخصائص المطلوب دراستها، وعليه فإن جميع أسماء أفراد المجتمع الأصلي يجب أن تكون محددة ومعروفة لدى الباحث وتتكون من عينة عشوائية من العاملين في الإدارة العامة للمرور من المسؤولية عن الاعلام الرقمي , وإدارة الازمات والتوعية بالإدارة العامة للمرور بالمملكة العربية السعودية.

1.13 أسباب اختيار لا دراسة :

ومن بين الأسباب التي دفعت بنا لدراسة هذا الموضوع ما يلي

- أهمية الموضوع فالوعي المروري عامل أساسي لاستمرار الرضا والحفاظ على السلامة الشخصية والعامة بمقابل الحد من الحوادث .
- الحاجة إلى نتائج مثل هذه الدراسات لدعم الأبحاث والبرامج الإرشادية لرفع مستوى الوعي المروري لدى هذه الفئة
- التحديات التي يوجهها الشباب تحتاج إلى تعزيز مستوى الوعي المروري لديهم حتى يتمكنوا من أداء أفضل والتقليل من الحوادث
- قلة الدراسات التي تهدف إلى زيادة الوعي المروري في المملكة العربية السعودية.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

والدراسات السابقة

2. الإطار النظري

تمهيد:

تكتسب الحملات الإعلامية المرورية أهمية كبيرة في تفعيل الدور الوقائي من حوادث المرور وتعزيز الوعي والمعرفة بضرورة احترام قواعد وآداب السلامة المرورية من خلال الرسائل الإقناعية التي تبثها عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، غير أن التغيرات الكبيرة التي يعرفها مجال الإعلام في السنوات الأخيرة انعكست على خارطة التواصل المجتمعي العام بحيث تقع وسائل الإعلام التقليدية اليوم في درجة ثانية ضمن مجالات البث والنشر والاستخدام ومخاطبة الجماهير ومنه التأثير والإقناع، مقابل المراتب الأولى لقنوات الإعلام الجديد ومواقع التواصل للشارع والرأي العام والتي خلقت فضاء جديدا للحوار والنقاش التفاعلي يضم أكبر عدد من المستخدمين.. (Afreen, 2024)

2.1 المبحث الأول: وسائل الاعلام الحديثة

وسائل الإعلام الحديثة (أو الإعلام الجديد) هي منصات رقمية تفاعلية تعتمد على الإنترنت والأجهزة الذكية، تمتاز بالسرعة، وتعدد الوسائط (نص، صوت، فيديو)، والقدرة على التفاعل المباشر. تشمل مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، الصحافة الإلكترونية، واليوتيوب، مما أحدث ثورة في تبادل المعلومات وتجاوز قيود البث التقليدي أحادي الاتجاه. أبرز أنواع وسائل الإعلام الحديثة مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، منصات مشاركة الفيديو والصوت الصحافة الإلكترونية والمدونات مثل مواقع الإخبارية الرقمية التطبيقات والمحادثات الفورية مثل واتساب، تلغرام، وتطبيقات الرسائل النصية. وأخيرا المنتديات ومواقع النقاش: التي تتيح تبادل الآراء والمجموعات الافتراضية. وتشمل مميزات الإعلام الحديث عن التقليدي وتتمثل في ان المستخدم مشارك في صناعة المحتوى والتعليق عليه،

وليس مجرد متلقي. ونقل الأخبار والمعلومات لحظة وقوعها. وتقديم محتوى مخصص حسب اهتمامات كل مستخدم. ودمج النص، الصورة، الفيديو، والصوت في مكان واحد. وتوجد تأثيرات وسائل الإعلام الحديثة تتمثل في تعزيز التواصل العالمي، تشكيل رأي عام سريع، وإمكانية نشر الشائعات. واستخدامها كممبر للحملات الانتخابية، ومراقبة المزاج العام للناخبين. وظهور التسويق الرقمي والإعلانات عبر الإنترنت. وتتمثل الأدوات اللازمة للوصول إلى الإعلام الحديث، يلزم وجود جهاز إلكتروني (هاتف ذكي، حاسوب، جهاز لوحي) واتصال بالإنترنت (محمد، 2024)

مفهوم وسائل الاعلام الرقمي الحديثة

الإعلام الرقمي الحديث هو منظومة اتصالية تعتمد على التكنولوجيا الرقمية والإنترنت لإنتاج، نشر، وتخزين المحتوى (نصوص، صوت، صورة، فيديو) بشكل فوري وتفاعلي عبر الأجهزة الإلكترونية. يتميز بالسرعة، وتجاوز الحدود الجغرافية، والاعتماد على الوسائط المتعددة، مما يتيح للمستخدمين المشاركة والتعليق مقارنةً بوسائل الإعلام التقليدية (Huma, 2023)

أبرز مفاهيم وخصائص الإعلام الرقمي الحديث: (Jane, 2024)

- التفاعلية، والتي يتيح للمتلقي أن يكون منتجاً ومستهلكاً للمحتوى (مثل التعليقات والمشاركة).
- الوسائط المتعددة عبر دمج النص والصوت والصورة والفيديو في قالب واحد.
- الآنية والسرعة من خلال تحديث المعلومات ونقل الأخبار فور وقوعها.
- الانتشار العابر للحدود من أجل لوصول لجمهور عالمي دون قيود جغرافية.

– الترابط الشبكي عبر استخدام الروابط التشعبية لربط المحتوى ببعضه .

أهمية الإعلام الرقمي في الوعي المروري:

يعد الإعلام الرقمي أداة جوهرية في تعزيز الوعي المروري من خلال سرعة نشر الرسائل التوعوية، التفاعلية، والقدرة على استهداف واسع للجمهور، مما ساهم في تعديل السلوكيات الخاطئة وخفض الحوادث. توفر منصات التواصل الاجتماعي والوسائط الرقمية رسائل مبسطة ومؤثرة لتعزيز ثقافة السلامة المرورية والالتزام بقواعد المرور. (Jenni, et, al, 2024).

– يتيح الوصول لأكبر عدد من الجمهور في أسرع وقت ممكن وبتكلفة منخفضة،

مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

– يتيح الإعلام الجديد مساحة للحوار والنقاش التفاعلي، مما يزيد من فعالية

الحملات التوعوية ويحرك الرأي العام.

– يمكن توجيه رسائل نوعية لفئات محددة من السائقين أو المشاة بناءً على

سلوكياتهم، مما يزيد من فاعلية الإقناع.

– يساهم في الحد من حوادث المرور من خلال نشر الوعي بضرورة احترام قواعد

وأداب السلامة المرورية، وتحويل الالتزام من خوف من العقاب إلى سلوك واعي.

– يستخدم فيديوهات ومحتوى تفاعلي يجذب انتباه المستخدمين ويضمن ترسيخ

المبادئ المرورية.

– يربط بين المواطن والأجهزة الأمنية، مما يساهم في خلق انطباع إيجابي وزيادة

الامتثال للقوانين.

لقد أثبتت التوعية المرورية عبر وسائل التواصل الاجتماعي دوراً ريادياً في تعزيز أمن الطرق، حيث أكدت الغالبية العظمى أهمية هذا النوع من التواصل في تعزيز السلامة.

دور وسائل الإعلام الرقمي في الوعي المروري:

تعد وسائل الإعلام الرقمي، مثل مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية، أداة محورية في نشر الوعي المروري عبر تقديم محتوى سريع، تفاعلي، وواسع الانتشار. تساهم هذه الوسائل في تغيير السلوكيات المرورية الخطرة، وتعزيز الثقافة الأمنية، والحد من حوادث الطرق عبر رسائل توعوية مبتكرة وموجهة تستهدف مختلف فئات المجتمع. (عيشة، 2019)

– سرعة الوصول والتفاعلية: تتيح منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستغرام) نشر حملات السلامة المرورية فوراً والوصول إلى أعداد كبيرة من الجمهور بشكل تفاعلي.

– الرسائل الإقناعية المباشرة: تُستخدم الفيديوهات القصيرة، والجرافيك، والقصص الواقعية لتسليط الضوء على خطورة المخالفات (كالسرعة، استخدام الهاتف، عدم ربط الحزام) وتأثيرها على الأمن المجتمعي. (Jenni, et, al, 2024)

– التوعية المرورية المستمرة: توفر المواقع الإلكترونية والمنصات الذكية معلومات مستمرة ونصائح إرشادية حول قوانين المرور وآداب الطريق، مما يساعد في ترسيخ المعرفة.

– تغيير السلوك: تلعب دوراً كبيراً في التنشئة الاجتماعية وتعديل السلوكيات المرورية السلبية إلى إيجابية من خلال التوعية المتكررة.

- الإعلام الأمني المتخصص: توظيف الصفحات الرسمية للأجهزة الأمنية الرقمية لنشر تقارير الحوادث، نصائح السلامة، والتحذيرات الجوية لضمان حيطة المستخدمين.

أمثلة على الوسائل الرقمية المستخدمة:

- حسابات الشرطة والمرور على مواقع التواصل (مثل "تويتر" أو "إكس" حالياً).
- تطبيقات الهواتف الذكية الخاصة بالخرائط (Google Maps/Waze) لتنبيه السائقين بحالة الطريق. (زيادة، 2017)
- حملات هاشتاق (Hashtag) توعوية تفاعلية.

تعد هذه الأدوات الحديثة مكماً أساسياً للإعلام التقليدي، بل وتفوقت عليه في القدرة على التأثير والإقناع السريع. (طلحة، 2023)

إعلام الأزمة

من الطبيعي أن تمر المجتمعات بأزمات من نوع ما، وعلى الدولة أن تعمل على إدارة الأزمة إعلامياً، ويعتبر ذلك من أخطر وأدق الأدوار التي يضطلع بها الإعلام الأمني، وذلك لما يحيط بالأزمة من معلومات كثيرة ودقيقة وخطيرة علاوة على أنها متنامية ومتسارعة ومتصاعدة وتتعلق بالأمن واستقرار المجتمع. ولأن الإعلام لديه جمهوره الذي يمثل قطاعات عريضة متابعة للأحداث، (عمار، 2021)

وما بين السيطرة على المعلومات أو البوح بها تكمن خطورة الأزمة في بسط الأمن والاستقرار أو انفلاته يكمن نجاح الإعلام الأمني أو فشله في إدارة الأزمة، وعلم إدارة

الأزمات هو أحد العلوم الإنسانية الحديثة المهمة التي ازدادت وتعاظمت أهميتها في عصرنا الحاضر، وهو علم إدارة توازنات القوى ورصد حركتها واتجاهاتها، وهو أيضا علم التكيف مع المتغيرات ويبرز دور الإعلام الأمني بكافة الوسائل الاتصالية في إدارة الأزمة ويتجلى في مساهمته، وفي تحديدها وتشخيصها، (جوابرة، 2024)

ولابد توافر مجموعة من المتخصصين الإعلاميين الأمنيين، الذين يعملوا وفق خطة متكاملة لتحديد نحوي وأشكال رسائل الإعلام الموجهة أثناء الأزمة، ومتابعة رسائل الإعلام الأخرى لتحليل رسائلها

النظريات العلمية لوسائل الإعلام الحديثة

تتمحور النظريات العلمية لوسائل الإعلام الحديثة (الرقمية) حول تفسير تأثيرات الإعلام الشبكي التفاعلي، حيث انتقل التركيز من التأثير المباشر إلى دور الجمهور النشط والشبكات الاجتماعية. تشمل أبرزها نظريات "الاستخدامات والإشباعات"، "الاعتماد على الوسائل"، "تحديد الأجندة"، "الحتمية التكنولوجية"، و"الشبكات الاجتماعية"، مع التركيز على التفاعلية والسرعة. (جرادلت، 2023)

أهم هذه النظريات العلمية وتطبيقاتها في وسائل الإعلام الحديثة:

نظرية الاستخدامات والإشباعات تعتبر من أهم النظريات وتفترض أن الجمهور نشط وواعٍ، يختار وسائل الإعلام الحديثة (مثل فيسبوك، يوتيوب) لتحقيق إشباعات معينة (معلومات، ترفيه، تفاعل اجتماعي) وليس مجرد متلقٍ سلبي. ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسر اعتماد الأفراد المتزايد على الإنترنت والشبكات الاجتماعية في أوقات الأزمات

والصراعات للحصول على معلومات دقيقة ومباشرة، خاصة مع توفر البدائل وسرعة الانتشار. (بوسعيد، 2018).

ونظرية تحديد الأجندة في العصر الرقمي: تؤكد أن وسائل الإعلام الرقمية لم تعد فقط تحدد ما يفكر فيه الناس، بل أصبح الجمهور يشارك في ترتيب أولويات القضايا عبر التفاعل. ونظرية الحتمية التكنولوجية تشير إلى أن التطور التكنولوجي (الإنترنت، الذكاء الاصطناعي) هو المحرك الأساسي لتغيير طريقة تفكير المجتمعات وتنظيمها، وليس مضمون الرسائل. (Jenni, et, al, 2024).

ونظريات شبكات التواصل الاجتماعي تركز على كيفية بناء الهوية الافتراضية، التفاعل الاجتماعي، وتكوين المجتمعات الافتراضية عبر المنصات المختلفة. ونظرية ثراء الوسيلة تقيس قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات، حيث تعتبر الوسائط الجديدة (فيديو، تفاعل مباشر) أكثر "ثراءً" وتأثيراً من الوسائل التقليدية.

ونظرية الإعلام والمعلومات تركز على مهارات الجمهور في فهم وتحليل وتقييم المحتوى الإعلامي الرقمي ومواجهة الأخبار الكاذبة. وتتميز هذه النظريات بدمج أساليب البحث الكمي والكيفي لتحليل تأثير الإعلام الجديد الذي يتسم بالسرعة، التفاعلية، والشبكية.

2.2 المبحث الثاني: التوعية المروية :

تعد الحوادث المروية احد أهم الأخطار التي تواجه إنسان العصر الحديث، واقتصاديا، وليس أدل على ذلك من آلاف والتي غدت تستنزف المجتمعات بشريا ووفيات والجرحى والمعاقين علاوة على الخسائر المالية المكلفة التي تخلفها الحوادث المروية (السالمي، 2023)

ويعتبر العمل في مجال التوعية المرورية مسؤولية فردية تتمثل بما يلتزم به الفرد من ضوابط وقوانين أثناء القيادة بالتزام المسارات الصحيحة، والتحلي بروح قائد على نفسه في المقام الأول ثم على الآخرين. (العطار، 2021).

ومن أهم نواحي التوعية المثالي التعريف بآداب السر وسلوكياته والكيفية الصحية لاستخدام الطريق، والتجاوز ومعرفة إشارات وعلامات المرور، وهذه التوعية تبث لشرائح المجتمع المتعددة. (Jane, Orpha. 2024)

مفهوم التوعية المرورية:

التوعية المرورية هي عملية تربوية وتثقيفية منظمة تهدف إلى نشر المعرفة بقوانين وأنظمة المرور، وتشكيل سلوك آمن لدى مستخدمي الطريق، مما يعزز السلامة المرورية والالتزام الطوعي بالأنظمة للحد من الحوادث المرورية وحماية الأرواح والممتلكات. وهي ليست مجرد عقوبات، بل ثقافة مرورية شاملة. (البريار، 2024)

أبرز جوانب ومفاهيم التوعية المرورية:

- اليقظة الذهنية والامام الكامل بقواعد القيادة، آداب الطريق، والإشارات المرورية.
- تركيز على تحويل القواعد المرورية إلى ممارسات يومية طوعية ناتجة عن قناعة ذاتية، وليس فقط خوفاً من العقوبة.
- تثقيف المواطنين بمخاطر المرور، وأهمية حزام الأمان، والسرعة المحددة، والتركيز أثناء القيادة.
- تهدف إلى تقليل الخسائر البشرية والمادية الجسيمة التي تسببها حوادث السير.
- تشمل تربية الناشئة على السلوك المروري الصحيح (مثل عبور المشاة) لبناء جيل

مفهوم الازمات المرورية:

الازمات المرورية هي حالة من التشبع والتباطؤ الشديد في حركة السير، تحدث عندما يتجاوز حجم المركبات سعة الطريق المتاحة، مما يؤدي إلى تكون طوابير طويلة وتوقف المركبات. تُعد ظاهرة معقدة تُسبب إهدار الوقت، التوتر، التلوث، وتعطل المصالح، وتنتج عن زيادة الكثافة السكانية، حوادث السير، أو أعمال الطرق. (أبو عرقوب، 2019)

أبرز جوانب مفهوم الازمات المرورية: (Russell, & Norvig, 2020).

- تجاوز عدد السيارات للقدرة الاستيعابية للطريق.
- تحرك المركبات بسرعة بطيئة جداً أو توقفها التام.
- حدوث تأثيرات متتالية تبدأ من فرملة سيارة واحدة وتنتشر لتخلق ازدحاماً طويلاً.
- تباطؤ وتسارع متكرر في حركة المرور الكثيفة، خاصة في المناطق الحضرية.
- إهدار الوقت، زيادة تلوث الهواء، الضوضاء، والضغط النفسي .

أسباب ومظاهر الازمات المرورية: (Ramatu, el, al, 2023).

- عوامل بشرية مثل حوادث التصادم الناتجة عن القيادة المتهورة.
- عوامل تنظيمية/بيئية أعمال الطرق، سوء الأحوال الجوية، ونقص المواقف.
- زيادة عدد السكان وامتلاك السيارات، مع بنية تحتية لا تتناسب مع هذا النمو

أنظمة التنبؤ بالأزمات المرورية:

يلعب التنبؤ بحركة المرور دورًا حاسمًا في تخفيف الازدحام المروري الذي يمثل مشكلة حرجية عالميًا، مما يؤدي إلى عواقب سلبية مثل ضياع ساعات إضافية من وقت السفر وزيادة استهلاك الوقود. يوفر دمج التقنيات الناشئة في أنظمة النقل فرصًا لتحسين التنبؤ بحركة المرور بشكل كبير ويؤدي إلى مشكلات بحثية جديدة. (الشرفات، 2024)

• طريقة التنبؤ بالازدحام المروري:

تطبيقات الملاحة الذكية لا تقتصر فقط على إرشاد السائقين إلى الطرق الأسرع، بل تساعد أيضاً في تجنب الزحام بطرق مبتكرة: (Praimnath, & Arun, 2019)

- التوجيه الذكي: من خلال تحليل حركة المرور في الوقت الفعلي، يمكن لتطبيقات الملاحة تقديم أفضل المسارات استناداً إلى الحالة الراهنة. هذا لا يشمل فقط الطرق السريعة، بل أيضاً الطرق الداخلية والشوارع الجانبية (Parveen, et al, 2022)
- التحذيرات المسبقة: يتم إرسال تنبيهات للسائقين عن الازدحام المتوقع على المسار الذي يسلكونه قبل وصولهم إليه. يمكن أن تكون هذه التحذيرات حول الطرق التي تشهد زيادة في الحركة أو الحوادث المتوقعة
- الاقتراحات البديلة: في حال كانت الطرق الرئيسية مكتظة، توفر هذه التطبيقات مسارات بديلة لتجنب الازدحام. تساعد هذه الوظيفة في تقليل الوقت المفقود على الطرق المكتظة وتحسين تجربة القيادة (الشرفات، 2024)

• فوائد التنبؤ بالازدحام المروري: (Opioid, et al, 2023)

- تقليل الازدحام وتحسين تدفق حركة المرور.
- توفير الوقت والمجهود.

- تقليل التلوث البيئي.
- تعزيز الأمان والسلامة على الطرق.
- دعم التخطيط الحضري وإدارة المرور.
- تحسين تجربة القيادة اليومي.

أبرز جهود وآليات إدارة الأزمات المرورية:

- التقنيات الذكية والذكاء الاصطناعي: نشر إشارات مرور ذكية تتكيف مع تدفق المركبات، واستخدام الذكاء الاصطناعي لإدارة الحركة خلال أوقات الذروة.
- المراقبة الجوية والتقنية: توظيف طائرات مسيرة (درون) لمراقبة الطرق ورصد الاختناقات.
- إدارة الحوادث (نجم): الاعتماد على شركة نجم للخدمات التأمينية للتبليغ المباشر عن الحوادث ومعاينتها لسرعة إخلاء الطرق.
- تشريعات صارمة: تعديل لوائح المرور لتعزيز السلامة، مثل فرض غرامات بحددها الأعلى أو السجن لمخالفي السلامة العامة.
- التوعية والتدريب: الإشراف على مدارس تعليم القيادة (47 مدرسة) وإطلاق حملات توعوية لتعزيز "ثقافة القيادة الآمنة".
- التعامل مع حوادث الطرق: التنسيق بين الجهات الأمنية ووزارة النقل لضمان السلامة وإعادة الحركة في أسرع (Nashed, 2023)

اخطار الحوادث المرورية

- تعتبر حوادث المرور من أخطر المشاكل الأمنية الاجتماعية التي تعاني منها غالبية الدول في عصرنا الحديث دون استثناء، سواء النامية أو المتقدمة منها، ويرجع ذلك إلى الاهتمام الكبير الذي حظيت به المركبات في السنوات الأخيرة مما أدى إلى تضاعف أعدادها، فرغم أنها تعتبر وسيلة نقل وترفيه يستفيد منها الجميع (Mallick, 2023)
- إلا أنها تحولت مع ذلك إلى خطر ملا تخلفه من آثار سلبية نتيجة سوء استعمالها. وأصبحت تشكل هاجسا خطيرا مما يترتب عليه من خسائر بشرية واقتصادية تتضح بشكل حاد وملحوس في البلدان النامية، حيث تؤكد كل من منظمة الصحة العالمية والبنك الدولي على أن حوادث المرور هي ثاني الأسباب الرئيسية للوفيات بين سكان العالم. (Jenni, et, al, 2024)

النظريات والأسس العلمية للتوعية بالأزمات

تستند النظريات العلمية للتوعية بالأزمات إلى نماذج نفسية، اجتماعية، وإعلامية، تهدف لفهم وتشكيل سلوك الأفراد (مثل نظرية التدخل في الأزمات لإريك ليندمان، واستراتيجيات الاتصال الوقائي). تشمل التوعية الفعالة رفع الوعي الذاتي، صناعة المعاني لتعديل الصور الذهنية، والاستعداد المسبق لتقليل حدة الصدمة النفسية والمادية. وأهم النظريات والأسس العلمية للتوعية بالأزمات تشمل نظرية التدخل في الأزمات طورها إريك ليندمان وجيرالد كابلان، وتركز على التعامل الفوري مع الأزمات لتقليل أضرارها النفسية، وتعتبر التوعية أداة رئيسية لتأهيل الأفراد نفسياً لمواجهة الموقف. وأيضاً نظرية سيكولوجية الأنا تركز على قدرة الإنسان على التعلم والنمو والتكيف، وتستخدم في بناء الوعي بالقدرة على

التعامل مع الأزمات. وأيضاً استراتيجية الاتصال الوقائي تهدف إلى توعية المواطنين قبل الأزمة، وتعزز اليقظة لمواجهة الشائعات، وتحليلها للكشف عن الأكاذيب والمغالطات. وأخيراً منهج النظم في الأزمات الذي ينظر للأزمة كجزء من نظام كلي، مما يتطلب توعية شاملة تتجاوز حدود المنظمة أو الفرد لتشمل المجتمع. (Jane, Orpha. 2024).

2.3 الدراسات السابقة:

شهد مجال الاعلام الرقمي الحديثة وتطبيقاته في مجال التوعية بالأزمات اهتماماً متزايداً في الأدبيات الأكاديمية خلال العقد الأخير، خصوصاً في ظل التحديات المرتبطة بزيادة الكثافة السكانية في المدن، وارتفاع معدلات الازدحام، والحاجة إلى تحسين الكفاءة التشغيلية للأنظمة المرورية. وقد تنوعت الدراسات السابقة ما بين النماذج التقنية، والتحليلات الاقتصادية، والبحوث التطبيقية، لتغطي الجوانب المختلفة لهذا المجال المتداخل بين الإدارة والتكنولوجيا وتضمنت الدراسات السابقة عدد من الدراسات العربية والأجنبية حسب التسلسل الزمني من الاحداث الي الاقدم كما م يلي:

دراسة (البربار، 2024): تهدف الدراسة إلى تفعيل دور المنظومة الإعلامية العربية في التعامل الفاعل مع الأزمات المختلفة وإدارتها، وذلك من خلال تشخيص التحديات التي تواجه ذلك الدور، واستشراف سبل تطويره مستقبلاً. تم الاعتماد علي المنهج الوصفي التحليلي لعينة بلغت 175 موظف في المنظومة الاعلامية وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج العلوم الإحصائية SPSS وقد خلصت الدراسة إلى أن ثمة العديد من التحديات تحول دون قيام

المنظومة الإعلامية العربية بدورها على الوجه المطلوب في مواجهة الأزمات فضلا عن الأدوار المختلفة في عملية الوعي، من بينها قصور التخطيط والاستعداد المسبق ونقص الكوادر المؤهلة وضعف الإمكانيات المادية والتقنية.

. دراسة (Jamel Ali Arous2024): تهدف الدراسة إلى دراسة تأثيرات استخدام وسائل الاعلام الرقمي على السياحة المحلية في المملكة العربية السعودية وتحديد العوامل التي تساهم في هذه التأثيرات. ولتحقيق هذا الهدف، سنقوم بتحليل البيانات المتعلقة باستخدام المستخدمين لمنصات الاعلام الرقمي وتأثيرها على سلوكهم المسؤول تجاه السياحة المحلية. سيتم إجراء هذا التحليل من خلال إدارة 886 استبياناً مصمماً لكل مستخدم، وتسعى الدراسة أيضاً إلى تحديد العناصر المؤثرة على استجابة المستخدم لهذه المعلومات، بما في ذلك العمر والجنس والتعليم والثقافة والوضع الاجتماعي والاقتصادي والعوامل البيئية. سيستخدم المعادلات لتحليل البيانات.

دراسة (الحصينان، 2023): تهدف الدراسة إلى بيان دور الإعلام الواضح في نشر الوعي بالقانون حتى لا يقوم بذلك وغيره للتوصل إلى ما قد يصل إلى حد. تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لعينة بلغت 100 مفردة وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج العلوم الإحصائية SPSS ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج حول تحسين التمييز والتعامل بين مختلف مستعملي وصلي الطريق يدل على الوعي الذي لها المجتمع، فنجد ثم نظم السير محترمة بحذافيرها عن طوعية دون خوف من مكافحة ولا من وجود شرطة المرور والرادارات، ولا يتأتى هذا الوضع إلا من خلال التأثير الاجتماعي بجوانبه وأنه الذي نشأ فيه مستعمل (الأسرة، والمدرسة، والشارع، والإعلام والاتصال).

دراسة (طلحة، 2023): تهدف الدراسة الى بيان وسائل الإعلام والتوعية الأمنية - التوعية بحوادث المرور حيث تستخدم وسائل الإعلام التجارية في توعية الجماهير بالاختلافات الكبيرة، تم الاعتماد علي المنهج الوصفي التحليلي لعينة بلغت 687 مفردة وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج العلوم الإحصائية SPSS واهم ما توصلت اليه الدراسة من نتائج وتساهم بشكل كبير في زيادة الثقافة الأمنية، بحيث تجعلهم يدركون تكاملاً بما في ذلك جميعهم من الأحداث السياسية، أو فعالة، أو صحية، وخاصة أمنية التي أصبحت ذات أهمية كبيرة في الناس والمجتمعات، لما لها من آثار سيئة عليهم، لذلك فهي مهمة وسائل الإعلام أن توفر العديد من تفادي العديد من المحسنات بالمواطنين في جميع المجالات التي تمس أمنهم واستقرارهم المادي.

دراسة (القطار، 2021): يهدف البحث إلى التعرف على وسائل إعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري لمكافحة فيروس كورونا. تعتبر الدراسات من الدراسات الوصفية وتستخدم دراسة منهج المسح بالعين من جمهور المصري. نطاق الدراسة: أُنقسمت إلى النطاق الزمني: في الفترة من 2020/8/25 إلى 2020/9/30 وذلك بعد انتهاء المرحلة الأولى لانتشار فيروس كورونا. والحدود البشرية: اقتصر على الجمهور المصري من 20 إلى 60 ممثلاً كل. تم التنسيق لعينة ومجتمع البحث تتكون العينة من 200 مفردة تمثل المجتمع (الجمهور المصري) من "الذكور والإناث" و"الحضر والريف" وعلى اختلاف المؤهلات العلمية والعمرية. وجاءت أهم نتائج البحث كما يلي توجد علاقة ارتباطية طردية دالة بين الاعتماد على الجمهور (الريف - الحضر) على وسائل الإعلام الجديدة لها في زيادة نشر الوعي والصحفي بينهم.

دراسة (عمار، 2021): تهدف الدراسة الي بيان دور الحملات الإعلامية في التوعية المرورية على عينة من السائقين تم الاعتماد علي المنهج الوصفي التحليلي لعينة بلغت 200 مفردة وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج العلوم الإحصائية SPSS " ومن اهم ما توصلت اليه الدراسة من نتائج: أثبتت ناجعتها في الميدان لدى بلدان كثيرة تراكمت فيها تجارب توظيف الاتصال بمختلف ميادينها عموما والاتصال تحديدا لمعالجة قضايا المجتمع المختلفة كالأمراض أو الآفات الاجتماعية وحوادث المرور حيث تعتبر هذه الأخيرة من أخطر المشكلات التي تواجهها الدول المعاصرة خاصة وأنها في منحنى تصاعدي مما يخلف خسائر بشرية ومادية كبيرة تفوق نسبتها تلك التي تسببها الحروب والصراعات

دراسة (العتيبي، 2021): بعنوان " دور الوسائل الإعلامية في تشكيل الوعي المروري والتقليل من الحوادث من وجهة نظر الشباب "دراسة ميدانية" هدف الدراسة التحقق من إمكانية التنبؤ بدور الوسائل الإعلامية في تشكيل الوعي المروري والتقليل من الحوادث لدى الشباب بمدينة الجلفة، وأيضا طبيعة الفروق حسب المتغيرات الديموغرافية التالية: (النوع؛ الفئات العمرية)، وتكونت العينة من 400 شاب تمّ اعتماد المنهج الوصفي، وقد أسفرت النتائج على أنّه: يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي للوسائل الإعلامية في تشكيل الوعي المروري لدى الشباب؛ تُأثر الوسائل الإعلامية في سلوكيات الشباب لزيادة الوعي المروري والحد من الحوادث المرورية، هناك فروق دالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.5)$ في اتجاهات الشباب حول دور الوسائل الإعلامية في تشكيل الوعي المروري والتقليل من الحوادث بمدينة الجلفة تعزى لمتغير الجنس.

دراسة (زيادة، 2017): بعنوان " دور وسائل الإعلام في الوقاية من حوادث المرور" تتلخص هذه الدراسة في كون وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها، من أنجح الوسائل الاتصالية المعبرة

عن البيئة الاجتماعية والثقافية للجمهور، تلعب دوراً كبيراً ومحورياً في نشر الوعي والاحساس بخطورة حوادث المرور، التي هي في تزايد مستمر، بالرغم من الجهود المبذولة والمتكاثفة لمختلف الجهات، للحد أو على الأقل التقليل من حدوثها، نظراً لانعكاساتها الخطيرة على المجتمع ككل، ناهيك عن التسبب في عاهات مستديمة راح ضحيتها أبرياء من أعمار مختلفة. دراسة (المناصير، 2016): يهدف البحث تعريف التوعية المرورية، وكذلك تعريف السلامة المرورية وعناصرها المتمثلة في المركبة، والطريق، والسائق. تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لعينة بلغت 350 مفردة من مسؤولي السلامة وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج العلوم الإحصائية SPSS وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن القضاء على الحوادث المرورية لن يأتي إلا باستشعار الجميع لواجبهم وعلى رأسهم المسؤولون في القطاعات المختلفة، ولا يتحقق ذلك إلا بتكثيف حملات التوعية المرورية باستخدام عنصر المفاجئة وعدم الإعلان عن وقت ومكان تلك الحملات. وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور الإعلام الأمني لتنمية المسؤولية الاجتماعية لكل أفراد ومؤسسات المجتمع بدءاً من المساجد والأسرة والمدارس والجامعات ووسائل الإعلام.

التعليق على الدراسات السابقة

غطت العديد من الدراسات هذا الموضوع من جوانب مختلفة، بما في ذلك الإشارة إلى العلاقة بين وسائل الاعلام الحديثة وتأثيرها على التوعية مواجهة الازمات المرورية. وتأثيرات على جودة حياة المقيمين في المملكة العربية السعودية: توجد دراسات تجريبية، والتي بحثت في تأثيرات وسائل الاعلام الحديثة على التوعية مواجهة الازمات المرورية وحددت مجموعة من المشتقات الحرجة التي يمكن أن تتأثر ببعضها البعض. ناقشت هذه

الدراسات ثلاثة أبعاد رئيسية تحدد بدقة نطاق تأثير وسائل الاعلام الحديثة كان لها تأثير مباشر إلى حد ما على جودة حياة السكان. أظهر تحليل الاختبار أن العديد من العوامل الديموغرافية كانت مرتبطة في المقام الأول بالأبعاد الثلاثة للإعلام الرقمي.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، حيث قام الباحث باستعراض عدد من الدراسات السابقة والاطلاع على اهم نتائجها في مجال الدراسة الحالية حيث تم التركيز على بعض نقاط التشابه والاختلاف كما يلي:

— هناك ندرة في الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع بشكل مباشر في البيئة الأجنبية بوجه عام والبيئة العربية والمحلية بوجه خاص في المملكة العربية السعودية.

— الدراسات السابقة ساهمت بشكل كبير في الادراك الجيد لمتغيرات الدراسة وصياغة اهداف وفرضيات الدراسة الحالية وتحديد الفجوة البحثية المناسبة لموضوع الدراسة الحالية.

— تناولت العديد من الدراسات السابقة ابعاد تمثل مجال أوسع لدراسات مستقبلية مثل استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام الرقمي في حملات التوعية بالآزمات مثل دراسة البربار (2024) ودراسة الحصيان (2023)

— تحاول الدراسة الحالية سد الفجوة البحثية الواضحة في هذا المجال مع التوسع في دراسة هذه المشكلة وتحديد مسبباتها حيث تم أدوات الاعلام الرقمي من خلال ثلاث ابعاد وقياس أثرها على المتغير التابع " التوعية ومواجهة الازمات المرورية.

— تتمثل مبررات اختيار هذا الموضوع في تسليط الضوء على مفهوم أدوات وسائل الاعلام الحديثة المستخدمة في رفع كفاءة الحركة المرورية ومواجهة الازمات والتوعية بها في المملكة العربية السعودية بصفته موضوع جديد وحديث.

- يوجد اختلاف جوهري وكبير بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة في تحديد مجتمع وعينة الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة حيث طبقت الدراسة الحالية على في المملكة العربية السعودية.
- الدراسة الحالية اختلفت مع الدراسات السابقة من حيث ابعاد متغيرات الدراسة وكذلك النطاق الزمني والجغرافي للرسالة الحالية.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

الفصل الثالث: المنهجية

3.1 المقدمة:

يتناول هذا الفصل الثالث منهجية الدراسة متضمنا عدة أمور (المنهج المستخدم في الدراسة - مجتمع الدراسة - عينة الدراسة - أدوات الدراسة- بيئة الدراسة - خطوات تطبيق الدراسة) منهجية دراسة المشكلة هي نفسها منهجية البحث العلمي وهي جزء لا يتجزأ منه وتشتمل على مجموعة الخطوات والإجراءات المدروسة بعناية التي يقوم بها الباحث ليصل إلى نتائج البحث والحقائق المرتبطة بموضوعه العلمي حيث ينتهي الفصل باستنتاج موثوقة ومصداقية وأخلاقيات البحث العلمي وصحته.

3.2 المنهجية:

سوف يتم الاعتماد بشكل واضح على المنهج الوصفي التحليلي باعتبار انه المنهج المناسب لدراسة الظاهرة كما انه الأنسب لدراسة العلاقة بين متغيرات قابلة للقياس الكمي والتحليل الإحصائي كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ومباشر ويعبر عنها وصفا وكميا فالتعبير الكيفي او الوصفي يهدف الى وصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي او الرقمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى من تحليل ووصف دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية.

تعتبر الدراسة الحالية دراسة وصفية تحليلية كمية، وكذلك لتحديد دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية، حيث تعتمد هذه الدراسة على البيانات الكمية بوصفها الأداة الأساسية للتحليل، حيث سيتم جمع معلومات

رقمية منظمة من المشاركين حول المتغير المستقل (وسائل الإعلام الحديثة) والمتغير التابع (التوعية ومواجهة الأزمات المرورية). تعد البيانات الكمية مناسبة لهذه الدراسة نظرًا لقدرتها على تقديم مؤشرات دقيقة يمكن تحليلها إحصائيًا واستخلاص علاقات وارتباطات واضحة بين الأبعاد المختلفة. كما سيتم الاستعانة ببيانات ثانوية داعمة، تشمل تقارير رسمية صادرة عن إدارات المرور والنقل، ودراسات أكاديمية منشورة حديثًا، إلى جانب إحصائيات حكومية محلية أو خليجية ذات علاقة بالإعلام الرقمي حول الالتزامات المرورية، مما يساهم في توفير خلفية مرجعية مقارنة تساعد على تعزيز التفسير التحليلي للبيانات الأولية.

3.3 مجتمع وعينة الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة مجموعة من الجهات والأفراد المرتبطين بشكل مباشر أو غير مباشر بوزارة النقل والخدمات اللوجستية وأمانات المناطق والإدارة العامة للمرور والهيئة العامة للطرق ووزارة الاعلام والهيئة العامة للنقل في المملكة العربية السعودية لم يتم تحديد عدد محدد لمجتمع الدراسة نظرا لتعدد الجهات لخاصة بمجتمع الدراسة وعدم وجود احصائيات حول عدد مجتمع الدراسة في المملكة العربية السعودية.

عينة الدراسة سوف يتم اختيارها بطريقة العينة الطبقية العشوائية حيث يستهدف ان يكون حجم العينة 450 مفردة وسوف يتم توزيع الاستبيان الكترونيا على عينة الدراسة واستلام الردود عليها حيث يتم توزيع 470 استبيان للحصول على عدد استبيانات 450 مكتملة وصحيحة للعدد المطلوب لعينة الدراسة ويتكون عينة الدراسة من الفئات التالية:

- موظفو الإدارة العامة للمرور وقطاع النقل العام على المستوى الحكومي

والتنفيذي بعدد تقريبي 100 مفردة.

- موظفو وزارة الاعلام بعدد تقريبي 100 مفردة.

- فنيون ومبرمجون يعملون في مجال الاعلام الرقمي في المؤسسات المتخصصة
بعدد تقريبي 100 مفردة.

- مجموعة من مستخدمي الطرق، مثل السائقين والمواطنين، لتقييم الجانب
التطبيقي من وجهة نظر المستخدم بعدد تقريبي 150 مفردة.

3.4 أداة جمع البيانات:

تعد أداة الاستبانة من أهم أدوات البحث العلمي وأكثرها استخداما في العلوم الاجتماعية، وهي استمارة بحث يتم من خلالها الحصول على المعلومات والحقائق في مختلف الظروف والبحث في مختلف الاتجاهات والمواقف. وتشتمل على مجموعة من الأسئلة التي يطلب من أفراد العينة الإجابة عليها، ويمكن أن يتم إرسال هذه الأسئلة بالبريد الإلكتروني، ويطلق عليها في هذه الحالة الاستبانة البريدية وسوف يتم قياس صدق الأداة: من خلال تحكيم الخبراء أو المحكمين الأكاديميين. وقياس ثبات الأداة: عبر معامل كرونباخ ألفا وستستخدم في هذه الدراسة أداة استبيان مغلق، تتكون من مجموعة من الأسئلة المصممة وفق مقياس ليكرت الخماسي، موزعة على محاور تمثل أبعاد المتغير المستقل، وهي:

1. الأسس النظري للإعلام الرقمي.

2. واقع الاعلام الرقمي.

3. طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي.

وقد انقسم الاستبيان البحث إلى قسمين رئيسيين:

القسم الأول: الخاص بالبيانات الشخصية للمبحوثين: (الجنس- السن- الأقدمية -
المؤهل العلمي - والوظيفة).

القسم الثاني: العوامل المؤثرة في دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة
الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية وتكون المتغير المستقل من ثلاث محاور
رئيسية كل محور يتكون من خمس فقرات. في كل محور والمتغير التابع ويتكون من
خمس فقرات.

جدول رقم (3) مكونات استمارة الاستبيان

درجة الموافقة	القسم	عدد الفقرات
الجزء الاول	البيانات الشخصية	العمر – النوع – سنوات الخبرة – الوظيفة- المسمى الوظيفي
المتغير المستقل: وسائل الإعلام الحديثة		
البعد الاول	الأسس النظري للإعلام الرقمي.	5 فقرات
البعد الثاني	واقع الاعلام الرقمي.	5 فقرات
البعد الثالث	طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي.	5 فقرات
المتغير التابع		

5 فقرة	التوعية ومواجهة الأزمات المرورية	
--------	-------------------------------------	--

وسوف يتم استخدام مقياس ليكرث الخماسي التي تتراوح اختياراته من موافق بشدة

وموافق ومحاييد وغير موافق وغير موافق بشدة كما يلي:

جدول 4: أوزان الإجابات حسب مقياس ليكرث الخماسي

المتوسط الموزون	الوزن النسبي	درجة الموافقة
5.00 – 4.20	5	موافق بشدة
4.20 >- 3.40	4	موافق
3.40 >- 2.60	3	محاييد
2.60 >- 1.80	2	غير موافق
1.80 >- 1	1	غير موافق بشدة

الجدول السابق يوضح قيم المتوسطات المرجحة وفقا لمقياس ليكرث للتدرج الخماسي وقد

تم حساب المتوسطات الحسابية المرجحة لكل عبارة من عبارات محاور وأبعاد أداة الدراسة

ومقارنتها مع المدى الموجود في الجدول وتعطى الإجابة المقابلة للمدى الذي يقع بداخله

متوسط العبارة.

وتستهدف هذه المحاور قياس مدى إدراك المستجيبين لأثر كل بعد من هذه الأدوات على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية، بوصفها المتغير التابع. كما يتضمن الاستبيان أسئلة عامة حول الخلفية الديموغرافية للمشاركين (الوظيفة، الخبرة، والمؤهل العلمي والنوع والعمر).

3.5 طرق جمع البيانات والمعلومات كالتالي:

أولاً: المصادر الأولية

من أجل جمع البيانات والمعلومات اللازمة للكشف عن أثر وسائل الإعلام الحديثة على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية بما يتماشى مع رؤية 2030 تم الاعتماد في الجانب الميداني على الاستبيان الأداة الرئيسة للدراسة. وتمثل الاستبانة هي أداة بحثية تستخدم لجمع البيانات واستطلاع آراء الأفراد في موضوع معين. يتم تصميم الاستبانة عادة في شكل سلسلة من الأسئلة المفتوحة أو المغلقة التي يتم توزيعها على الأفراد المشاركين. يتم استخدام الاستبانات في مجالات مختلفة مثل البحث العلمي واستطلاعات الرأي والدراسات الاجتماعية

ثانياً: المصادر الثانوية

استخدم مجموعة من الرسائل العلمية بالإضافة إلى الأبحاث والدراسات، والرسائل العلمية المنشورة في المجلات والمواقع الالكترونية عبر متصفحات الانترنت اعداد في الإطار النظري للدراسة.

3.6 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، وفق مجموعة من الأساليب الإحصائية الملائمة لطبيعة الدراسة، وهي:

- تحليل التكرارات والنسب المئوية: لتوصيف خصائص العينة وتوزيعها حسب المتغيرات الديموغرافية، مثل نوع الجهة أو سنوات الخبرة.
- المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري: لقياس توجهات العينة نحو المتغيرات المستقلة ومدى أثرها من وجهة نظرهم.
- تحليل الارتباط (Pearson Correlation): لفحص أثر بين كل بعد من أبعاد وسائل الإعلام الحديثة وكفاءة إدارة المرور.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد: لاختبار فرضيات الدراسة بدقة، وتحديد مدى أثر المتغيرات المستقلة مجتمعة أو منفردة على المتغير التابع.
- اختبار T-Test وANOVA: لتحليل الفروق بين آراء المجموعات المختلفة داخل العينة (مثل المقارنة بين الإداريين والفنيين والمهندسين)، ومعرفة ما إذا كانت هناك فروقات ذات دلالة إحصائية تعكس وجهات نظر مختلفة باختلاف الدور أو الخبرة.

اختبار الصدق والثبات:

اختبار الصدق والثبات هما مقياسان أساسيان في الأدوات البحثية (كالاستبيانات والاختبارات) للتحقق من دقتها وموثوقيتها. الصدق هو مدى قياس الأداة لما صُممت لقياسه فعلاً، بينما الثبات هو مدى اتساق نتائج الأداة عند تكرار قياسها في ظروف متشابهة. الأداة التي تُعد ثابتة وقادرة على إعطاء نفس النتائج مع مرور الوقت هي بالضرورة صادقة، ولكن العكس ليس صحيحاً دائماً.

الفصل الرابع

الدراسة التحليلية والاحصائية

ومناقشة فرضيا الدراسة

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

1.4 مقدمة

يتناول هذا الفصل التحقق من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في قائمة الاستقصاء و ثم تحليل العينة الأساسية للدراسة من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة للوقوف على واقع تلك المتغيرات من خلال حساب المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري، فضلاً عن التحقق من فروض الدراسة باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد للفرض الرئيس الأول واستخدام الـ t-test، وتحليل التباين أحادي الاتجاه للتحقق من بقية المتغيرات الديموغرافية الأخرى، ثم ينتهي الفصل بمناقشة النتائج من خلال ربطها ومناقشتها مع نتائج الدراسات السابقة التي أجريت للتحقق من أثر وسائل الإعلام الحديثة على التوعية ومواجهة الأزمات المروية.

2.4 إجراءات التأكد من صدق وثبات قائمة الاستقصاء

يستعرض هذا الجانب من الدراسة الإجراءات التي اتبعت للتحقق من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في قائمة الاستقصاء.

1.2.4 صدق قائمة الاستقصاء أو صدق المقاييس:

يشير صدق المقياس إلى أن المقياس يقيس ما وع من أجله وما هدف إلى قياسه؛ أي العبارات التي اشتملها سواء المتغير المستقل بأبعاده الثلاثة وكذلك المتغير التابع هي فعلياً تقيس تلك المتغيرات ولا تقيس شيئاً آخر، لذا تم إجراء هذا الاختبار الإحصائي للتحقق من صدق المقاييس التي اشتملتها قائمة الاستقصاء عن طريق الصدق الظاهري (صدق المحكمين) وصدق الاتساق الداخلي للمقياس.

جدول رقم (4-1) نتائج التحقق من صدق المقاييس المستخدمة في استمارة

الاستقصاء

المتغيرات/ الأبعاد	عدد العبارات	معامل ألفا
وسائل الإعلام الحديثة		
■ الأسس النظري للإعلام الرقمي	5	0.846
■ واقع الاعلام الرقمي	5	0.854
■ طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي	5	0.822
■ التوعية ومواجهة الأزمات المرورية	5	0.912

"يتضح من جدول الاتساق الداخلي للأبعاد الأربعة المكونة للمتغير المستقل والمتمثل بوسائل الإعلام الحديثة وكذلك المتغير التابع المتمثل بـ التوعية ومواجهة الأزمات المرورية، تتمتع بدرجة مقبولة من الاتساق الداخلي، حيث تراوحت قيم ألفا بين (0.846) و(0.912)."

2.2.4 ثبات قائمة الاستقصاء

"يشير ثبات قائمة الاستقصاء إلى مدى استقرار قياس عبارات قائمة الاستقصاء، أي اقتراب مستوى استجابات العينة الذي تعكسه عبارات هذه القائمة في كل مرة يستجيب لها نفس

أفراد العينة خلال فترة زمنية متقاربة أو متلاحقة

وقد قام الباحث بحساب ثبات المقاييس المستخدمة بقائمة الاستقصاء من خلال حساب معامل (ألفا كرونباخ) عن طريق استخدام برنامج (SPSS) إصدار (24)، حيث بلغت الدرجة

الكلية لمقياس وسائل الإعلام الحديثة (0.920) والدرجة الكلية لمقياس التوعية ومواجهة الأزمات المروية (0.869)، مما يشير إلى تمتع قائمة الاستقصاء بدرجة مرتفعة من الثبات. كما تم حساب معامل ألفا للثبات لكل بعد من أبعاد قائمة الاستقصاء وهو ما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (4-2) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات قائمة الاستقصاء

المتغيرات	وسائل الإعلام الحديثة				الدرجة الكلية	التوعية ومواجهة الأزمات المروية
	الأبعاد	الأسس النظرية للإعلام الرقمي	واقع الإعلام الرقمي	طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي		
معامل ثبات كرونباخ	0.846	0.854	0.831	0.875	0.869	

"يتضح من الجدول (4-2)، أن جميع معاملات الثبات للمتغير المستقل المتمثل في وسائل الإعلام الحديثة وأبعاده المتمثلة في الأسس النظرية للإعلام الرقمي، وواقع الاعلام الرقمي، طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي. قد حصلت على نسب ثبات عالية بلغت (0.846)، (0.854)، (0.831)، على التوالي، مما يدل على تمتع المقياس بمستوى مرتفع من الثبات بما يؤهله لوضعه في صورته النهائية المعتمدة، والمباشرة في توزيعه على أفراد عينة الدراسة،

باعتبار أن النسبة المعيارية المقبولة هي أكبر أو تساوي 0.70 الأمر الذي يشير إلى عدم تأثر النتائج بعامل الوقت إذا طبقت على نفس الأفراد في فترة لاحقة."

3.4 تحليل المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة

اشتمل القسم الأول من قائمة الاستقصاء على البيانات الشخصية لعينة الدراسة، لذلك سيتناول هذا الجانب من الفصل استعراض لتحليل نسب وأعداد (تكرارات) عينة الدراسة والتي تم اختيارها باتباع أسلوب العينة الطبقية العشوائية، وذلك من أجل وصف نسب وأعداد العينة المبحوثة المستهدفة في الدراسة الحالية ورسم ملامحها وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخبرة).

1.3.4 متغير الجنس

جدول (3-4) وصف عينة البحث وفق الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكر	383	85%
أنثى	67	15%
المجموع	450	%100

"يوضح الجدول (3-4) أن أعداد العاملين الذكور كانت أكثر بكثير من أعداد العاملات الإناث، حيث بلغ عدد العاملين الذكور (383)؛ أي بنسبة (85%) من مجموع أفراد العينة، أما عدد الإناث فقد بلغ عددهن (67)؛ أي بنسبة (15%) من مجموع أفراد العينة، والذي قد يعزى إلى طبيعة عمل عينة الدراسة الذي يعكس هيكل الوظائف وفقاً للجنس."

2.3.4 متغير العمر

جدول (4-4) وصف عينة البحث وفق العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية
30 سنة فأقل	135	30%
31-40 سنة	225	50%
41-50 سنة	68	15%
51 سنة فأكثر	22	5%
المجموع	450	100%

يوضح الجدول (4-4) أن النسبة الأكبر من أفراد العينة في الشركة كانت الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها بين (31-40 سنة)، حيث بلغت (225) فردًا بنسبة بلغت (50%)، يليها الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها بين (30 سنة فأقل)، حيث بلغت (135) فردًا بنسبة بلغت (30%) من مجموع أفراد العينة، وتلاهها في ذلك الفئة العمرية من (41-50 سنة)، إذ بلغت نسبتها (15%) وبعدد (68) فردًا من مجموع أفراد العينة، وأخيرًا الفئة العمرية (51 سنة فأكثر)، بنسبة بلغت (5%) وبعدد (22) افراد من مجموع أفراد العينة، الأمر الذي قد يفسر بأن تعتمد أكثر على العاملين من ذوي الفئات المتوسطة العمر، حيث بلغت نسبة الفئتين العمرتين من (30 سنة فأقل) و(31-40 سنة) 76.65% من مجموع أفراد العينة.

3.3.4 متغير المؤهل العلمي

جدول (4-5) وصف عينة البحث وفق المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة المئوية
ثانوي / دبلوم	202	45%
بكالوريوس	90	20%
ماجستير	90	20%
دكتوراه	68	15%
المجموع	450	100%

يوضح الجدول (4-5) أن أعداد الأفراد الذين يحملون مؤهل ثانوي ودبلوم هم الأكثر عددًا مقارنةً بباقي المؤهلات العلمية، إذ بلغ عددهم (202) فردًا، حيث مثلوا ما يقارب نصف عينة الدراسة بنسبة بلغت (45%) من إجمالي العينة، يليه نسبة الحاصلين على مؤهل البكالوريوس، إذ بلغ عددهم (90) فردًا، وهم يمثلون نسبة (20%) من مجموع أفراد العينة، ثم الحاصلين على مؤهل الماجستير، إذ بلغ عددهم (90) فرد، وهم يمثلون نسبة (20%) من مجموع أفراد العينة، وأخيرًا جاءت النسبة الأقل للحاصلين على شهادة عليا، إذ بلغ عددهم (68) فرد، وهم يمثلون نسبة (15%) من مجموع أفراد العينة، فهم الأقل مقارنة بباقي المؤهلات العلمية، الأمر الذي قد يفسر بأن تلك الهيئات تركز على تعيين الكوادر من حملة مؤهل ثانوي أو دبلوم وفقًا لطبيعة الوظائف ومجال الخدمات المرورية".

4.3.4 متغير سنوات الخبرة

جدول (6-4) وصف عينة البحث وفق سنوات الخبرة

الخبرة	العدد	النسبة المئوية
5 سنوات فأقل	180	40%
6-10 سنوات	134	30%
11-15 سنة	68	15%
16 سنة فأكثر	68	15%
المجموع	450	100%

"يوضح الجدول (6-4) ان أعداد الأفراد الذين لديهم سنوات خبرة تتراوح بين (اقل من 5 سنوات) هم الأكثر عدداً حيث إذ بلغ عددهم (180) فرداً وبنسبة بلغت 40%، تلاها الفئة التي تتراوح سنوات خبراتهم (6-10 سنوات)، بعدد (134)، بنسبة بلغت 30%، تلاهما الفئة التي تتراوح سنوات خبرتهم بين (11-15 سنة)، وقد بلغت نسبتهم (15%) بعدد (68) فرداً، أخيراً فئة الأفراد الذين تتراوح سنوات خبرتهم بين (16 سنة فأكثر)، حيث بلغت نسبتهم 15% بعدد (68) فرداً، والذي قد يفسر بأنه نظراً لطبيعة العمل الميداني، فالنسبة الأكبر من عينة الدراسة تتراوح سنوات خبراتهم (اقل من 5 إلى 10 سنوات) حيث مثلت 70% من مجموع أفراد العينة.

5.3.4 متغير المستوى الوظيفي

جدول (4-7) وصف عينة البحث وفق المستوى الوظيفي

الوظيفة	العدد	النسبة المئوية
موظف	225	50%
إحصائي	135	30%
رئيس قسم	68	15%
مدير إدارة	22	5%
المجموع	450	100%

"يوضح الجدول (4-7) أن الموظفين يمثلون النسبة الأكبر من عينة الدراسة بنسبة بلغت 50% بعدد (225) فردًا، ويلهم في ذلك الإحصائيين بنسبة بلغت 30% بعدد (135) إحصائي، ثم رؤساء الأقسام بنسبة 15% بعدد (68) رئيس قسم، وأخيرًا مدراء الإدارات بنسبة بلغت 5% بعدد (22) مدير إدارة. وهذا يفسر بأن العاملين يمثلون القوام الأكبر من العاملين لكونهم الفئة المنوطة بالتشغيل اليومي، مقارنةً بالحاجة الأقل بكثير لرؤساء الأقسام ومدراء الإدارات."

4.4 الإحصاء الوصفي لاختبار الفرضيات

تم إجراء التحليل الوصفي لعبارات قائمة الاستقصاء عن طريق استخدام بعض الأساليب الإحصائية في الإحصاءات الوصفية. حيث تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب فقرات المتغيرات الرئيسية والفرعية لقائمة الاستقصاء حسب

الأهمية للوقوف على العبارات الأكثر أثر لكل متغير، فضلاً عن استخراج المتوسط العام لكل متغير من متغيرات قائمة الاستقصاء.

1.4.4 الإحصاء الوصفي لعبارات وسائل الإعلام الحديثة

تم إجراء التحليل الوصفي لعبارات متغير وسائل الإعلام الحديثة لكل بعد من أبعاد مقياس متغير وسائل الإعلام الحديثة بأبعادها الثلاثة المتمثلة بـ (الأسس النظري للإعلام الرقمي، واقع الاعلام الرقمي، أنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي) والتي تشكل هذا المتغير.

1.1.4.4 الإحصاء الوصفي لعبارات محور الأسس النظري للإعلام الرقمي

جدول (4-8) الإحصاء الوصفي لعبارات محور الأسس النظري للإعلام الرقمي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
1	هل يوفر الاعلام الرقمي كل الخدمات المعلوماتية الكافية لزيادة التوعية ومواجهة الأزمات المروية؟	3.684	8510.	3	مرتفع
2	هل يساعد الاعلام الرقمي في التوعية ومواجهة الأزمات المروية في المملكة؟	3.655	130.5	4	مرتفع
3	يوجد حرص من مقدمي الخدمات التوعية ومواجهة الأزمات المروية على الارتقاء بجودة الخدمة الاعلامية؟	7733.	0.499	5	مرتفع
4	هل للإعلام الرقمي دور في زيادة التوعية ومواجهة	3.888	4450.	2	مرتفع

				الأزمات المرورية في المملكة؟	
مرتفع	1	0.559	0293.	هل ساعد الاعلام الرقمي في خلق التوعية ومواجهة الأزمات المرورية لدى الجمهور؟	5
مرتفع	-	5250.	3.821	المتوسط العام	

"يتبين من نتائج الجدول (4-8) أن المتوسط العام لعبارات الأسس النظري للإعلام الرقمي قد بلغ (3.821) وبانحراف معياري قدره (0.525)، وهي قيمة مرتفعة بناءً على مقياس التحليل المعتمد في الدراسة. مما يشير على وجود أثر ذات دلالة إحصائية بين الأسس النظري للإعلام الرقمي والتوعية ومواجهة الأزمات المرورية حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة"

"وقد حصلت العبارة رقم (5) على أعلى متوسط حسابي بلغ (3.902)، والتي تنص على "هل ساعد الاعلام الرقمي في خلق التوعية ومواجهة الأزمات المرورية لدى الجمهور؟"

"في حين حصلت العبارة رقم (3) على أقل متوسط حسابي والذي بلغ (3.377)، والتي تنص على: "يوجد حرص من مقدمي الخدمات التوعية ومواجهة الأزمات المرورية على الارتقاء بجودة الخدمة الاعلامية؟"، والذي قد يفسر بأنه يوجد أثر ذات دلالة إحصائية بين الأسس النظري للإعلام الرقمي والتوعية ومواجهة الأزمات المرورية.

2.1.4.4 الإحصاء الوصفي لعبارات محور واقع الاعلام الرقمي

جدول (4-9) الإحصاء الوصفي لعبارات محور واقع الاعلام الرقمي (N=450)

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
1	هل ساعد الاعلام الرقمي علي زيادة الاقتناع بأهميته في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة؟	3.681	0.486	1	مرتفع
2	هل الأداء الإعلامي الموجود على الساحة اليوم يفي بمتطلبات التوعية للازمات المرورية في ضوء رؤية 2030؟	3.663	0.477	3	مرتفع
3	هل ساهم الاعلام الرقمي في تعزيز التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في ضوء رؤية المملكة 2030؟	3.672	0.495	2	مرتفع
4	هل للإعلام الرقمي دور في فتح قنوات جديدة للتوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟	3.60	0.567	4	مرتفع
5	هل وفر الاعلام الرقمي بيئة إيجابية تتوافر فيها مقومات تدعم التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة؟	3.546	0.522	5	مرتفع
	المتوسط العام	3.605	0.41	-	مرتفع

يتبين من نتائج الجدول (4-9) أن المتوسط العام لعبارات واقع الاعلام الرقمي قد بلغ (3.60) وبانحراف معياري قدره (0.41)، هي قيمة مرتفعة بناءً على مقياس التحليل المعتمد في الدراسة مما يشير إلى أنه يوجد أثر ذات دلالة إحصائية بين واقع الاعلام الرقمي على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

وقد حصلت العبارة رقم (1) على أعلى متوسط حسابي بلغ (3.68) والتي تنص على "هل ساعد الاعلام الرقمي علي زيادة الاقتناع بأهميته في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة؟".

بينما حصلت العبارة رقم (5) على أقل متوسط حسابي بلغ (3.546) والتي تنص على "هل وفر الاعلام الرقمي بيئة إيجابية تتوافر فيها مقومات تدعم التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة؟" والذي قد يفسر بأنه يوجد أثر ذات دلالة إحصائية بين واقع الاعلام الرقمي على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية.

3.1.4.4 الإحصاء الوصفي لعبارات محور أنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي

جدول (4-11) الإحصاء الوصفي لعبارات محور المواءمة بين قيم الفرد والمنظمة

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
1	هل يوجد دور للتكنولوجيا الرقمية دور في تشكيل السلوك نحو التوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟	03.28	.51	1	مرتفع

2	هل للتكنولوجيا دور في تسهيل عمليات التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في فترات قصيرة؟	443.2	0.6	4	مرتفع
3	هل تؤثر زيادة فاعلية وتنوع قنوات التواصل الحالية على تحقيق رؤية المملكة 2030 بالنسبة للتوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟	3.249	.61	5	مرتفع
4	هل الجمهور السعودي مع او ضد التطور في اليات وتكنولوجيا المستخدمة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟	853.2	.59	3	مرتفع
5	هل ساهمت اليات الاعلام الرقمي في زيادة التوعية ومواجهة الأزمات المرورية ودور المملكة في دعم عمليات التوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟	3.264	.51	2	مرتفع
المتوسط العام		3.247	.42	-	مرتفع

يتبين من نتائج الجدول (4-11) أن المتوسط العام لعبارات المواءمة بين قيم الفرد والمنظمة قد بلغ (3.247) وبانحراف معياري قدره (0.42) وهي قيمة متوسطة بناءً على مقياس التحليل المعتمد في الدراسة، مما يشير إلى وجود أثر ذات دلالة إحصائية بين أنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي على تحسين كفاءة التوعية ومواجهة الأزمات المرورية بها حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

وقد حصلت العبارة رقم (1) على أعلى متوسط حسابي بلغ (3.28) والتي تنص على "هل يوجد دور للتكنولوجيا الرقمية دور في تشكيل السلوك نحو التوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟".

بينما حصلت العبارة رقم (2) على أقل متوسط حسابي بلغ (3.24) والتي تنص على "هل تؤثر زيادة فاعلية وتنوع قنوات التواصل الحالية على تحقيق رؤية المملكة 2030 بالنسبة التوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟"، الأمر الذي قد يفسر بأنه يوجد أثر ذات دلالة إحصائية بين أنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي على تحسين كفاءة التوعية ومواجهة الأزمات المرورية.

2.4.4 الإحصاء الوصفي لعبارات التوعية ومواجهة الأزمات المرورية

جدول (4-12) الإحصاء الوصفي لعبارات متغير التوعية ومواجهة الأزمات المرورية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
1	هل تساعد التطبيقات الإدارية لتقنيات وسائل الإعلام الحديثة المؤسسة على تحميل كميات كبيرة من المعلومات لإنشاء خصائص في مواقف معينة؟	2.655	0.88	2	مرتفع
2	هل تساعد تقنيات وسائل الإعلام الحديثة في تحليل بيانات حركة المرور وتنبؤ الازدحام؟	9552.	0.96	5	متوسط

3	هل تساعد واقع الاعلام الرقمي في تحديد الاحتياجات الفعلية للمجتمعات المستهدفة؟	952.6	0.92	1	مرتفع
4	هل تم استخدام واقع الاعلام الرقمي في تحليلات النقل لتقليل وترشيد التكاليف؟	2.647	0.87	4	مرتفع
5	هل تم استخدام تقنيات إنترنت الأشياء في طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي يتيح ربطها بوسائل النقل المختلفة؟	2.655	0.91	3	مرتفع
المتوسط العام		2.571	0.11	-	مرتفع

تم إجراء التحليل الوصفي لكافة عبارات مقياس متغير التوعية ومواجهة الأزمات المروية

على النحو المبين أدناه:

حيث يتبين من نتائج الجدول (4-12) أن المتوسط العام لعبارات التوعية ومواجهة الأزمات المروية قد بلغ (2.57) وبانحراف معياري قدره (0.11) وهي قيمة منخفضة بناءً على مقياس التحليل المعتمد في الدراسة. مما يشير إلى أثر وسائل الإعلام الحديثة على التوعية ومواجهة الأزمات المروية حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

وقد حصلت العبارة رقم (3) على أعلى متوسط حسابي بلغ (952.6)، والتي تنص على "هل تساعد واقع الاعلام الرقمي في تحديد الاحتياجات الفعلية للمجتمعات المستهدفة؟".

بينما حصلت العبارة رقم (2) على أقل متوسط حسابي بلغ (2.595)، والتي تنص على "هل تساعد تقنيات وسائل الإعلام الحديثة في تحليل بيانات حركة المرور وتنبؤ الازدحام؟"، الأمر

الذي قد يعكس وجود أثر ذات دلالة إحصائية لأثر وسائل الإعلام الحديثة على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية.

5.4 التحقق من فروض الدراسة

يتناول هذا الجزء من البحث نتائج التحقق من فروض الدراسة والتي تشتمل على الفرض الرئيسي وتفرعاته.

وفي هذا الجانب من الفصل تتناول الدراسة أثر بين وسائل الإعلام الحديثة والتوعية ومواجهة الأزمات المرورية، حيث تم اختبار مستوى أثر المتغير المستقل وأبعاده على المتغير التابع المتمثل في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية، باستخدام معادلة ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول (4-12):

جدول (4-13) مصفوفة الارتباطات بيرسون Pearson Correlation Coefficient

بين أبعاد وسائل الإعلام الحديثة والتوعية ومواجهة الأزمات المرورية (N=450)

وسائل الإعلام الحديثة				المتغيرات	
الدرجة الكلية	أنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي	واقع الاعلام الرقمي	الأسس النظري للإعلام الرقمي		
.770**	.606**	.706**	.739**	معامل الارتباط	التوعية

قيمة الدلالة	.000	.000	.000	.000
الدلالة الإحصائية	دال	دال	دال	دال
الترتيب	4	2	1	
**معامل ارتباط دال إحصائيًا عند مستوى (0.01)				

يتضح من مصفوفة الارتباطات بيرسون وجود أثر ارتباطية إيجابية وذات دلالة إحصائية بين أبعاد وسائل الإعلام الحديثة على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية موظفين والقياديين بقطاع النقل والادارة العامة للمرور والهيئة العامة للطرق والهيئة السعودية للبيانات ووسائل الإعلام الحديثة والهيئة العامة للنقل في المملكة العربية السعودية. حيث كانت قيمة معامل الارتباط الكلية (0.770). وهو معامل ارتباط مرتفع وذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية (0.01)، الأمر الذي يعكس أن وسائل الإعلام الحديثة ترتبط بمستوى كبير بالتوعية ومواجهة الأزمات المرورية للموظفين والقياديين. بمعنى آخر، كلما زادت أبعاد وسائل الإعلام الحديثة، ارتفع مستوى التوعية ومواجهة الأزمات المرورية والعكس صحيح. وقد اتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع الدراسات التي قام بها دراسة البربار (2024) ودراسة الحصيان (2023). ودراسة (Jamel Ali Arous2024) والتي خلصت نتائجها إلى وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام الحديثة على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية.

كما يتضح من مصفوفة الارتباطات أن بعد الأسس النظري للإعلام الرقمي كان أكثر أبعاد وسائل الإعلام الحديثة ارتباطاً إيجابياً بالتوعية ومواجهة الأزمات المرورية وفق آراء العاملين، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط لبيرسون (0.74)، وهو معامل ارتباط مرتفع وعند مستوى دلالة إحصائية (0.01)، والذي قد يعزى إلى أن الأسس النظري للإعلام الرقمي يعكس أنه وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الأسس النظري للإعلام الرقمي على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية.

يلي ذلك واقع الاعلام الرقمي حيث كان هناك أثر إيجابي للتوعية ومواجهة الأزمات المرورية أيضاً بدرجة مرتفعة حيث بلغت (0.706)، وعند مستوى دلالة إحصائية (0.01)، والذي قد يرجع إلى أن واقع الاعلام الرقمي يشجع التوعية ومواجهة الأزمات المرورية لتقليل الازدحام المروري.

واخيراً يتضح وجود أثر لبعدها أنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي كان اقل أبعاد وسائل الإعلام الحديثة ارتباطاً إيجابياً بالتوعية ومواجهة الأزمات المرورية وفق آراء العاملين، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط لبيرسون (0.606)، وهو معامل ارتباط مرتفع وعند مستوى دلالة إحصائية (0.01)، والذي قد يعزى إلى أن الأسس النظري للإعلام الرقمي يعكس أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي على تحسين كفاءة النقل وتقليل أوقات الانتظار.

1.5.4 نتائج التحقق من الفرض الرئيسي

ينص الفرض الرئيسي على:

الفرض الأول:

H: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية، ويتفرع من الفرض الرئيس الأول الفروض الفرعية الآتية:

(H₁) - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأساس النظري للإعلام الرقمي على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية.

(H₂) - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لواقع الاعلام الرقمي على تحسين تدفق المرور وتقليل الزحام.

(H₃) - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي على تحسين كفاءة النقل وتقليل أوقات الانتظار.

جدول (4-14) نتائج تحليل التباين للانحدار الخطي المتعدد MULTIPLE LINEAR REGRESSION لاختبار حجم أثر وسائل الإعلام الحديثة على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية

مصدر التباين	مجموع درجات الحرية	متوسط المربعات	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	معامل التحديد المعدل Adj R ²	قيمة الاختبار F-test	مستوى دلالة Sig. F
Regression الانحدار	1	17.855	65.794				0.000**
Residual الباقي	195	8.522	.247	.716**	.511	266.189	
Total الكلي	196	26.377					

تشير المعطيات الإحصائية في جدول (4-14) لتحليل الانحدار الخطي المتعدد إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) لوسائل الاعلام الحديثة على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية موظفين والقياديين بقطاع النقل والادارة العامة للمرور والهيئة العامة للطرق والهيئة السعودية للبيانات ووسائل الإعلام الحديثة والهيئة العامة للنقل في المملكة العربية السعودية، وذلك بدليل ارتفاع قيمة (F) المحسوبة والبالغة (266.19)، عند مستوى دلالة إحصائية (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$)، ويعزز ذلك قيمة معامل التحديد المعدل (R^2 Adj.) التي بلغت (0.511)، وبالتالي يمكن القول بأن وسائل الإعلام الحديثة تفسر ما نسبته (56.1%) من التباين أو التغيرات الحاصلة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية.

جدول (4-15)

نتائج تحليل التباين للانحدار الخطي المتعدد MULTIPLE LINEAR REGRESSION
لاختبار حجم أثر وسائل الإعلام الحديثة على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية

الأبعاد	بيتا β	T- value	Sig.	الدلالة
الأسس النظري للإعلام الرقمي	.229	3.697	**.001	دالة
واقع الاعلام الرقمي	.221	3.462	**.000	دالة
أنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي	0.201	2.555	**.005	دالة

- كشفت النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (4-15) أن أكثر أبعاد وسائل الإعلام الحديثة لأثر التوعية ومواجهة الأزمات المروية هو بعد الأسس النظري للإعلام الرقمي، وذلك استناداً إلى قيمة معامل بيتا β التي بلغت (0.23)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.00)، ويعزز ذلك قيمة معامل (T) التي بلغت (3.70). وبناءً عليه؛ يتم قبول الفرض الفرعي الأول ($H_{1.1}$)، والذي انبثق من الفرض الرئيسي، الذي ينص على: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الأسس النظري للإعلام الرقمي على التوعية ومواجهة الأزمات المروية".
- وجاء واقع الاعلام الرقمي بالمرتبة الثانية بعد الأسس النظري للإعلام الرقمي، حيث بلغت قيمة معامل بيتا β (0.22)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، ويعزز ذلك قيمة معامل (T) التي بلغت (3.46). وبناءً عليه؛ يتم قبول الفرض الفرعي الثاني ($H_{2.2}$)، والذي انبثق من الفرض الرئيسي، الذي ينص على "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين واقع الاعلام الرقمي والتوعية ومواجهة الأزمات المروية".
- واخيرا جاء أثر أنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي على تحسين كفاءة النقل وتقليل أوقات الانتظار بالمرتبة الرابعة، حيث بلغت قيمة معامل بيتا β (0.201)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، ويعزز ذلك قيمة معامل (T) التي بلغت (2.55). وبناءً عليه؛ يتم قبول الفرض الفرعي الثالث ($H_{4.4}$)، والذي انبثق من الفرض الرئيس الأول، الذي ينص يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أنظمة طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي وتحسين كفاءة النقل وتقليل أوقات الانتظار.

2.5.4 ملخص اختبار الفرضيات

جدول (16.4) ملخص فرضيات الدراسة

Significant / No Significance	Accept / Reject	P – Value (> / <)	الفرضيات
ذات دلالة احصائية	مقبولة	>	(H ₁) – توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأسس النظري للإعلام الرقمي وتعزيز التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في ضوء الظروف المعاصرة في المملكة العربية السعودية.
ذات دلالة احصائية	مقبولة	>	(H ₂) - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين واقع الاعلام الرقمي في تعزيز التوسع بخطط التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية
ذات دلالة احصائية	مقبولة	>	(H ₄) - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي والتوسع بخطط التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

الفصل الخامس: الخاتمة والتوصيات

1.5 مقدمة

يمثل هذا الفصل استعراضاً للاستنتاجات التي تمت صياغتها في ضوء ما خلصت إليه الدراسة الحالية من نتائج، وما تمت مناقشته وتفسيره فيما يخص التحقق من فروض الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها؛ ومن ثم، طرح عددٍ من التوصيات التي قد تعزز من مستوى التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية. فضلاً عن ذلك، يتناول هذا الفصل تصوراً لأفكار بحثية يمكن للباحثين في المستقبل الاستفادة منها في ضوء ما تمت دراسته في الدراسة الحالية من متغيرات، ومن ثم استكمال ما بدأتها الدراسة.

2.5 الاستنتاجات

يستعرض هذا الجانب من الدراسة الاستنتاجات التي أمكن طرحها في ضوء تحليل النتائج التي تم تحليلها ومناقشتها على النحو التالي:

- جاء الأساس النظري للإعلام الرقمي في المرتبة الأولى من حيث أثره على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية وهو اتفق مع ما جاء في دراسة الحصيان (2023) بعنوان " بعنوان " دور الإعلام الواضح في نشر الوعي بالقانون" يعد إلى الوصول إلى الوعي الكبير بالمشكلة الكبيرة ومسؤوليتها الجماعية تأخذها كل المؤسسات الاجتماعية بما فيها الإعلام، حيث أن هذه الأخيرة دوراً مهماً في قيامه المشاعر في، ونصل إلى تحقيق الأمان لي لجميع مستعملي الطريق. إذنه من بعد أن تصنع سيناء للطريق سوف من الفرد أن يكون ملتزماً بقوانين المشاركة ولا يتطور بها المجتمع.

- يأتي واقع الاعلام الرقمي في المرتبة الثانية حيث أثره على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية وهو ما اتفق ما جاء في دراسة البريار (2024) بعنوان " أثر فاعلية وسائل الإعلام في توجيه الوعي لإدارة الأزمات: دراسة نظرية لقضايا إقليمية" تناولت هذه الدراسة إشكالية تفعيل دور المنظومة الإعلامية العربية في التعامل الفاعل مع الأزمات المختلفة وإدارتها، وذلك من خلال تشخيص التحديات التي تواجه ذلك الدور، واستشراف سبل تطويره مستقبلاً.

- جاء طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي في المرتبة الرابعة من حيث أثره على التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية وهو ما اتفق مع دراسة (Jamel Ali Arous2024) تهدف الدراسة إل دراسة تأثيرات استخدام وسائل الاعلام الرقمي في المملكة العربية السعودية وتحديد العوامل التي تساهم في هذه التأثيرات. ولتحقيق هذا الهدف، سنقوم بتحليل البيانات المتعلقة باستخدام المستخدمين لمنصات الاعلام الرقمي وتأثيرها على سلوكهم المسؤول.

3.5 التوصيات

من خلال دمج وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الازمات المرورية، يُمكن للسلطات تحسين انسيابية حركة المرور، وتحسين جداول النقل العام، ودعم الاستراتيجيات القائمة على البيانات لضمان تنقل أكثر استدامة ومرونة وتأسيساً على ما تم صياغته استنتاجات، فأن الدراسة الحالية تقدم بعض التوصيات التي من شأنها تحسين مستوى التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية من خلال وسائل الإعلام الحديثة، وذلك على النحو التالي:

- حث المسؤولين لمؤوسمهم وتشجيعهم على طرح أفكار يمكنهم من خلالها اما تغيير طريقة أدائهم للمهام الوظيفية أو إضافة مهام أخرى تعتمد على وسائل الإعلام الحديثة الأمر الذي سيزيد من فاعلية والتوعية ومواجهة الأزمات المرورية.
- إجراء استبيان للوقوف على انخفاض مستوى كفاءة الحركة المرورية على ألا يشير الاستبيان إلى الأسباب الحقيقية المسؤولة عن ذلك ومن ثم قيام صانعي القرار باتخاذ التدابير اللازمة لمعالجة ذلك.
- حث المسؤولين المباشرين على توجيه الدعم المادي والتقني لمؤوسمهم ومساندتهم في التعامل مع وسائل الإعلام الحديثة في حل المشكلات التي تواجههم وتزويدهم بالموارد التكنولوجية والتدريبية التي يحتاجونها لتجاوز الخلل في كفاءة الحركة المرورية.
- ضرورة تعزيز السلامة المرورية عبر توفير وسائل تحكم فعالة تُسهم في تقليل الحوادث المرورية عبر توحيد المعايير والممارسات واعتماد مرجعية موحدة لتصميم وتنفيذ وسائل التحكم المروري.
- ضرورة معالجة التشوه البصري من خلال التحكم في أسباب التشوه البصري وتحديد الأسلوب الأمثل للتعامل معها من خلال رفع كفاءة الحركة المرورية عبر تحسين تنظيم المرور في الشوارع والمواقع الحيوية.
- ضرورة تمكين الجهات التنفيذية والفنية من خلال تزويد مهندسي المرور والمخططين والجهات ذات العلاقة بإرشادات واضحة وعبر دعم استدامة البنية التحتية المرورية من خلال الاستخدام الأمثل لوسائل التحكم بما يُطيل من عمر الأصول.

- اشراك جميع العاملين في دورات تدريبية تهدف إلى رفع مهارات التعامل مع وسائل الإعلام الحديثة بحيث يصبحوا أكثر قدرة على اتخاذ القرارات بشكل صائب.

4.5 البحوث المستقبلية

تأسيساً على ما خلصت إليه الدراسة من استنتاجات، وما تم طرحه من توصيات، فإن الدراسة الحالية تقدم تصوراً لعدة أفكار بحثية للاستلهاً بها وللاستفادة منها في دراسة متغيرات أخرى ذات صلة بموضوع البحث الحالي، وذلك لاستكمال ما تناوله البحث بغرض الإضافة إلى المعرفة في الأدبيات ذات العلاقة، ومن ثم يمكن استعراض بعض الأفكار البحثية على النحو الآتي:

- أثر وسائل الإعلام الحديثة في قطاع النقل والمواصلات الذكية.
- أثر تطبيقات الإدارة لتقنيات وسائل الإعلام الحديثة في تحقيق التميز اللوجستي.
- أثر الصعود المتواصل للذكاء الاصطناعي في مجال النقل والاعلام الرقمي

المراجع والمصادر

المراجع العربية

- أبو عرقوب. (2019) الاتصال والاعلام الرقمي: الأساسيات والتطبيقات. دار الفكر العربي
<https://www.jeahs.com/index.php/jeahs/article/view/546>
- آل سعود، م. 2018. التكنولوجيا الرقمية وتأثيرها على الإعلام الرقمي. مجلة الإعلام العربي،
https://jsb.journals.ekb.eg/article_115633
- البربار، 2024. أثرفاعلية وسائل الإعلام في توجيه الوعي لإدارة الأزمات: دراسة نظرية لقضايا إقليمية. المجلة الافريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية
<https://aaasjournals.com/index.php/ajashss/article/view/921>
- العطار، هبه محمد فهي، 2021. دور وسائل الإعلام الجديدة في زيادة وعي الجمهور المصري إلا أنها أصبحت صحية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.
https://journals.ekb.eg/article_156924.html
- السامي، محمد. 2023 تأثير حملات الإعلام الرقمي على الترويج للسياحة في السعودية في ضوء رؤية 2030 المجلة العربية للدراسات السياحية، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية-رماح،
- الحصينان، عمر سالم علي، 2023. " دور الإعلام الواضح في نشر الوعي بالقانون. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام.
https://journals.ekb.eg/article_299811_0.html
- بوسعيد رندا، 2018. فعالية الإقناعية لحملات التوعية المرورية عبر العالم الجديد. جامعة عمار ثلجي الأغواط. <https://asjp.cerist.dz/en/article/182314>

- جرادات، منذر. 2023. الإعلام الرقمي في الأردن: المواقع الإخبارية الإلكترونية في الأردن
أنموذج المجلة العربية للنشر العلمي، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية
- جوابرة، رنيم. 2024. تأثير الإعلام الرقمي على الترويج للسياحة جامعة أم درمان
الإسلامية، معهد الدراسات الاستراتيجية والعلاقات الدولية الأردن
- زيادة، كوثر. 2017. دور وسائل الإعلام في الوقاية من حوادث المرور. مجلة افاق العلوم
<https://asjp.cerist.dz/en/article/14319>
- طلحة، 2023. وسائل الإعلام والتوعية الأمنية - التوعية بحوادث المرور " نموذج نمودجي.
_ <https://www.researchgate.net/publication/369316285> _
- عمار، خلافييه. 2021. دور الحملات الإعلامية في التوعية المرورية: دراسة ميدانية على
عينة من السائقين. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية.
<https://search.mandumah.com/Record/1227213>
- عيشة علة، 2019. دور الوسائل الإعلامية في تشكيل الوعي المروري والتقليل من
الحوادث من وجهة نظر الشباب " دراسة ميدانية. المركز الديموقراطي العربي.
<https://democraticac.de/?p=62084>
- محمد، عبد المنعم. 2024. دور الإعلام الرقمي في تعديل أهداف التنمية المستدامة.
جامعة عين شمس، كلية البحوث والدراسات البيئية العليا،
<https://www.jeahs.com/index.php/jeahs/article/view/546>

- Afreen, Sumaia. (2024). The role of digital marketing in promoting tourism business: A study of the use of social media in promoting travel World Journal of Advanced
- Daniel, Kurniawan., Camelina, Basili, Tambunan. (2023). The role of social media and crisis awareness on the business continuity management <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/>
- Human Rights Watch. (2023, December 6). Libya: Derna flood response costs lives. Retrieved from <https://reliefweb.int/report/libya/libya-derna-flood-response-costs-lives-enar>
- Jane, Orpha. (2024). Strategic entrepreneurship and digital transformation to enhance tourism performance management.) In Strategic Tourism Planning for Communities,
- Jenni, et, al, (2024). The role of artificial intelligence in improving the efficiency of PT. Pelita Media Nusantara's supply chain". in Indonesia. International Journal of Doctoral studies. Vol. 15
- Mallick, Sidra Urooj. (2023). Promoting tourism through digital marketing. The American Journal of Management and Economics Innovations,
- Nashed, M. (2023, October 29). Western coverage of Israel's war on Gaza bias or unprofessionalism. <https://www.aljazeera.com/news/2023>

- Opioid, M. et al., (2023). The role of artificial intelligence for management decision: a structured literature review. Emerald Publishing Limited. Journal of Knowledge Management. Vol. 27 (7).
- Parveen, S., Chadha, R. S., Kumar, P., & Singh, J. (2022). Artificial intelligence in transportation industry: An analytical study on the use of AI technologies in safety management, public transport, logistics, and traffic control.
- Praimnath, S. N., & Arun, A., (2019), A qualitative study of artificial intelligence application framework in human resource management, Journal of Xi'an University of Architecture & Technology,
- Ramatu, Barış, Tan, Ahmet, Amponsah, Mary, & Parida, Subahdars. (2023). Tourist behavior: The role of digital marketing and social media.)
- Russell, S., & Norvig, P. (2020). Artificial Intelligence: A Modern Approach. (4th Ed.). Pearson Series in Artificial Intelligence. International Journal of Doctoral studies. Vol. 11(5).
-

الملاحق

دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية
السعودية

The role of modern media in raising awareness and addressing traffic crises
in the Kingdom of Saudi Arabia

إعداد الباحث/ الشمري

رقم الجامعي /

إشراف/

د.

العام الدراسي:

2026م

الملاحق

الاستبيان

(دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية)

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته تحية طيبة

يسرنا دعوتكم للمشاركة في هذا الاستبيان كجزء من بحث الماجستير بعنوان: "دور وسائل

الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة العربية السعودية".

نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبيان بدقة وموضوعية، استناداً إلى تجربتكم

العملية وواقع بيئة العمل في مؤسستكم، علماً بأن جميع المعلومات ستعامل بسرية تامة،

وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

كل الشكر والتقدير لمساهمتكم التي تثرى نتائج هذا البحث وتدعم.

أولاً: الخصائص الديموغرافية:

الاسم	
الجنس	ذكر انثى

العمر:

أقل من 30 سنة	أكبر من 30 و أقل من 40 سنة
أكبر من 40 و أقل من 50 سنة	أكبر من 50 سنة

المؤهل العلمي:

المؤهل	ثانوي / دبلوم	بكالوريوس	ماجستير	دكتوراه

البيانات الوظيفية:

الإدارة – القسم	
مسمى الوظيفة الحالية	

سنوات الخبرة:

اقل من 5 سنوات	من 6 سنوات الي اقل من 10 سنوات
من 11 الي اقل من 15 سنة	أكبر من 16 سنة

الجزء الثاني فقرات واسئلة الاستبيان

الرجاء وضع علامة (✓) في المربع المناسب تحت التدرج الذي يعبر عن درجة

موافقتكم:

م	مستوي الموافقة				
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق
	المتغير المستقل: التحول الرقمي				
	الأسس النظرية للإعلام الرقمي				
1					هل يوفر الاعلام الرقمي كل الخدمات المعلوماتية الكافية لزيادة التوعية ومواجهة الأزمات المروية؟
2					هل يساعد الاعلام الرقمي في التوعية ومواجهة الأزمات المروية في المملكة؟
3					يوجد حرص من مقدمي الخدمات التوعية ومواجهة الأزمات المروية على الارتقاء بجودة الخدمة الاعلامية؟
4					هل للإعلام الرقمي دور في زيادة التوعية ومواجهة الأزمات المروية في المملكة؟
5					هل ساعد الاعلام الرقمي في خلق التوعية ومواجهة الأزمات المروية لدى الجمهور؟
	تابع واقع الاعلام الرقمي				
1					درجة الاهمية

					2	هل ساعد الاعلام الرقمي علي زيادة الاقتناع بأهميته في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في المملكة
					3	هل الأداء الإعلامي الموجود على الساحة اليوم يفي بمتطلبات التوعية للازمات المرورية في ضوء رؤية 2030؟
					4	هل ساهم الاعلام الرقمي في تعزيز التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في ضوء رؤية المملكة 2030؟
					5	هل للإعلام الرقمي دور في فتح قنوات جديدة للتوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟
					تابع	طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي
					1	هل يوجد دور للتكنولوجيا الرقمية دور في تشكيل السلوك نحو التوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟
					2	هل للتكنولوجيا دور في تسهيل عمليات التوعية ومواجهة الأزمات المرورية في فترات قصيرة؟

3	هل تؤثر زيادة فاعلية وتنوع قنوات التواصل الحالية على تحقيق رؤية المملكة 2030 بالنسبة التوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟				
4	هل الجمهور السعودي مع او ضد التطور في اليات وتكنولوجيا المستخدمة في التوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟				
5	هل ساهمت اليات الاعلام الرقمي في زيادة التوعية ومواجهة الأزمات المرورية ودور المملكة في دعم عمليات التوعية ومواجهة الأزمات المرورية؟				

م	المحور الثالث	مستوي الموافقة			
	المتغير التابع: التوعية ومواجهة الأزمات المرورية	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
1	هل تساعد التطبيقات الإدارية لتقنيات وسائل الإعلام الحديثة المؤسسة على تحميل كميات كبيرة من المعلومات لإنشاء خصائص في مواقف معينة؟				

					2 هل تساعد تقنيات وسائل الإعلام الحديثة في تحليل بيانات حركة المرور وتنبؤ الازدحام؟
					3 هل تساعد واقع الاعلام الرقمي في تحديد الاحتياجات الفعلية للمجتمعات المستهدفة؟
					4 هل تم استخدام واقع الاعلام الرقمي في تحليلات النقل لتقليل وترشيد التكاليف؟
					5 هل تم استخدام تقنيات إنترنت الأشياء في طبيعة العلاقة بين اليات الاعلام الرقمي يتيح ربطها بوسائل النقل المختلفة؟

Abstract

This study aimed to measure the role of modern media in raising awareness and addressing traffic crises in the Kingdom of Saudi Arabia. The study employed a descriptive-analytical approach, using a questionnaire as the primary data collection tool to answer research questions and test hypotheses. (470) questionnaires were distributed, and 450 were returned, representing a 95% response rate. The data were analyzed using the SPSS statistical software. The results showed that the theoretical foundation of digital media ranked first in terms of its impact on raising awareness and addressing traffic crises in the Kingdom of Saudi Arabia. The reality of digital media ranked second in terms of its impact on raising awareness and addressing traffic crises in the Kingdom of Saudi Arabia. The nature of the relationship between digital media mechanisms ranked fourth in terms of its impact on raising awareness and addressing traffic crises in the Kingdom of Saudi Arabia. Based on the study's findings, the most important recommendations were as follows: Supervisors should urge and encourage their subordinates to propose ideas that could either change their approach to performing job duties or add new tasks that rely on modern media, which would increase the effectiveness of raising awareness and addressing traffic crises. A survey should be conducted to assess the decline in traffic flow efficiency, without identifying the underlying causes. Decision-makers should then take the necessary measures to address the issue.

Keywords: Media - Awareness - Traffic Crises - Digital Media Mechanisms - Theoretical Foundations of Digital Media - Digital Media Mechanisms

Mid-Ocean University

Faculty of Media and Marketing

Master of Digital Marketing.



**The role of modern media in raising awareness and addressing traffic crises
in the Kingdom of Saudi Arabia**

Prepared by the researcher/

.....

University ID/

Supervision/

Dr.

2026