

دور التلفزيون في تعزيز الوعي المروري لدى الجمهور

أ.م.د. منتهى هادي التميمي

بلقيس محسن زيدان

المستخلص

البحث الموسوم بـ(دور التلفزيون في زيادة الوعي المروري لدى الجمهور: دراسة ميدانية على جمهور مدينة بغداد). تتمحور أهداف هذا البحث حول الإجابة عن التساؤلات التي صبغت في ضوء مشكلة البحث، ويسعى إلى تحقيق عدة أهداف، وهي: 1- معرفة مدى وطبيعة متابعة الجمهور للبرامج التلفزيونية المرورية. 2- التعرف على عادات الجمهور في متابعة البرامج التلفزيونية المرورية. 3- تحديد أهداف وأسباب مشاهدة الجمهور للبرامج التلفزيونية المرورية. 4- معرفة مدى الاستفادة من البرامج التلفزيونية المرورية في تعديل سلوك الجمهور وتنمية وعيه المروري. 5- التعرف على العلاقة بين مدى مشاهدة البرامج والاستفادة منها في ضوء متغير الجنس والأسباب المرتبطة بذلك. وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج المهمة، من أبرزها ما يأتي: - أظهرت الدراسة ارتفاع نسبة مشاهدة الجمهور من السائقين للبرامج التلفزيونية المرورية، مما يدل على أن جمهور المتلقين جمهور نشط في تعرضه لوسائل الإعلام، وأن هذا التعرض مقصود ويهدف إلى تحقيق منفعة محددة، وهو ما أكدته الدراسة الاستطلاعية الأولية التي أجراها الباحث على عينة الدراسة. - بينت النتائج ارتفاع مستوى الاهتمام الناتج عن مشاهدة البرامج التلفزيونية المرورية التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية، إذ جاء هدف زيادة المعلومات واكتساب الثقافة المرورية في المرتبة الأولى بين أهداف المشاهدة لدى المبحوثين بنسبة بلغت 64%، وهو ما يؤكد صحة فرضيات الدراسة. - أظهرت البيانات الميدانية أن نصف أفراد العينة من سائقي المركبات لا يمتلكون إجازة سوق، وبنسبة بلغت 51%، مما يعني أن معظم سائقي المركبات لا يتقنون التعليمات المرورية ولا يلتزمون بالإشارات والعلامات والإرشادات المرورية، الأمر الذي يستدعي ضرورة تكثيف برامج التوعية المرورية والاهتمام بمضامينها وتنويعها. - وعلى الرغم من قصدية المبحوثين في مشاهدة البرامج المرورية لتحقيق فائدة معينة ورضاهم عن أساليب إنتاج هذه البرامج وتقديمها، فإن مستوى استفادتهم العامة في مجال التوعية المرورية كان محدوداً، إذ كانت إجاباتهم (استفدت قليلاً) بنسبة بلغت 64% من إجمالي الإجابات.

الكلمات المفتاحية: التلفزيون، الوعي المروري، الجمهور، البرامج المرورية، السلامة المرورية.

The Role of Television in Increasing Traffic Awareness of the Audience

Asst. Prof. Dr. Muntaha Hadi Al-Tamimi
Balqis Mohsen Zaidan

Abstract

Research entitled (The Role of Television in Increasing Traffic Awareness of the Audience) a field study on the public of Baghdad. The objectives of this research are centered in answering the questions that were formulated in light of the research problem. The research seeks to achieve several goals as follows:

- 1- Knowing the extent and nature of the audience following TV traffic programs.
- 2- Knowing the audience's follow-up habits of TV traffic programs.
- 3- Identify the objectives and reasons for the audience to watch TV traffic programs
- 4-Knowing the extent of the benefit from television traffic programs in modifying the behavior and traffic awareness of the public.
- 5-Knowing the relationship between the extent of viewing the programs and the benefit in terms of the gender variable and the reasons.

The researcher reached the most important results, including the following:

-The study showed a high percentage of the driving audience watching traffic TV programs, thus, it appears that the audience of the recipients is an active audience with exposure to the media, which is an intentional exposure to achieve a specific benefit, and this is what the researcher's initial survey showed Of the total sample.

-The results showed an increase in the interest rate resulting from watching traffic TV programs provided by Iraqi satellite channels. Increasing information and acquiring traffic culture were the first goals of the respondents to watch by 64%, which confirms the fulfillment of the study hypotheses. The field data showed that half of the sample members and vehicle drivers do not have a driving license, at a rate of 51%, which means that most vehicle drivers do not master the traffic instructions and adhere to the signs and identification and traffic guidance signs, which calls for the need for traffic awareness programs and attention to their contents and diversification. Despite the respondents' intention to watch traffic programs for a specific benefit and their satisfaction with the methods of producing and presenting these programs, their general benefit in the field of traffic awareness was little and their answer was (I benefited a little) with 64% of the total answers.

Keywords: Television, Traffic Awareness, Audience, Traffic Programs, Road Safety.

المقدمة

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته:

حددت الباحثة مشكلة البحث عن طريق الممارسة العملية في قسم الإعلام في وزارة الداخلية وتواصلها مع الجهات ذات العلاقة والقائمين على إعداد وإنتاج وتقديم البرامج المرورية التلفزيونية، وبناءً على ما تقدم رأت الباحثة أن مشكلة البحث تكمن في التساؤل الرئيس الآتي:

ما دور التلفزيون في زيادة وتعزيز الوعي المروري لدى جمهور مدينة بغداد؟

وتتفرع من التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي على النحو الآتي:

1. ما مدى متابعة جمهور سواق المركبات للبرامج المرورية التلفزيونية؟
2. هل يفضل المبحوثون برامج مرورية محددة؟
3. ما عادات وأهداف متابعة الجمهور للبرامج المرورية التلفزيونية؟
4. ما أسباب متابعة الجمهور للبرامج المرورية التلفزيونية؟
5. ما مدى فائدة متابعة البرامج المرورية التلفزيونية في تعديل السلوك والوعي المروري للجمهور؟
6. هل توجد علاقة بين مدى مشاهدة البرامج والفائدة منها وامتغير الجنس وأسباب المشاهدة ووقتها؟

ثالثاً: أهمية البحث:

- الأهمية العلمية والأكاديمية: تبرز أهمية البرامج المرورية التلفزيونية في أنها لم تحظَ بالاهتمام البحثي الكافي إلا نادراً، وأن النظرة السائدة جماهيرياً عن عدم جاذبية هذه البرامج ناتجة عمّا تقدمه من شكل ومضمون. كما تظهر أهمية البحث العلمية لقلّة الدراسات الحديثة المتعلقة بالمضامين التلفزيونية التي تتناول توجيه الوعي المروري للجمهور وتعزيزه وإرشاده لاتباع شروط السلامة المرورية.
- الأهمية للمجتمع: ترتبط البرامج المرورية التلفزيونية وما تقدمه من مضامين بأشكال فنية مختلفة بتوجيه وإرشاد شريحة مهمة وكبيرة في المجتمع، وهي شريحة سواق المركبات بمختلف أنواعها، ولا سيما في ظل كثرة عدد المركبات مقارنة بالطرق والزحامات والحوادث والمخالفات المرورية المتكررة، مما يتطلب دراسة وتشخيص أهمية إنتاج مضمون إعلامي يتناسب مع حاجات الجمهور ومتطلباته.
- رابعاً: أهداف البحث:

يسعى البحث لتحقيق أهداف عدة وكالآتي:

1. معرفة مدى وطبيعة متابعة الجمهور للبرامج المرورية التلفزيونية.
2. معرفة البرامج المرورية التلفزيونية المفضلة عن غيرها لدى الجمهور.
3. معرفة عادات وأهداف متابعة الجمهور للبرامج المرورية التلفزيونية.
4. معرفة مدى الإفادة من متابعة البرامج المرورية التلفزيونية في تعديل السلوك والوعي المروري للجمهور.

خامساً: منهج البحث:

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي الذي يعد أحد المناهج المرتبطة بالبحوث المسحية، كونه أنسب الطرائق العلمية في جمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة وتوضيحها. ويرمي إلى وصف وتوصيف الظاهرة وإيجاد العلاقة بين متغيرين أو أكثر للتعرف إلى طبيعة العلاقة بينهما.

— مجتمع وعينة وإجراءات البحث:

يعرف مجتمع البحث بأنه وحدات أو مفردات الظاهرة موضوع الدراسة جميعها، أو الحالات كلها التي تنطبق عليها خصائص معينة.⁽¹⁾ ويتمثل مجتمع البحث بسواق المركبات الصغيرة في مدينة بغداد وأطرافها، وقد اختير سواق المركبات الصغيرة للأسباب التي ذكرناها سابقاً في المجال البشري للبحث، كما اختيرت مدينة بغداد كونها العاصمة والأكثر عددًا من حيث السكان والمركبات، وتشمل مختلف طبقات وأطياف الشعب العراقي، فضلاً عن وجود وزارة الداخلية وانتشار دوائر المرور ومكاتبها فيها أكثر من باقي المحافظات.

— عينة البحث:

تم اختيار عينة عمدية أو قصدية غرضية غير احتمالية من مجتمع البحث ومن مختلف سواق المركبات الصغيرة، كونه مجتمعاً ملائماً لأغراض البحث. وقد بلغ حجم العينة (100) مبحوث، مراعين فيها مختلف توصيفات الجنس والمهنة ومستوى التعليم** وبعد توزيع استمارات الاستبانة عليهم تم استرجاعها كاملة.

(* لا توجد إحصائية موثقة عن أعداد السواق لذلك فهم من المجتمعات غير المؤطرة.

(**) انظر المجال البشري للبحث.

وقد اعتمدنا في تحديد حجم العينة على جدول.⁽²⁾ الذي يوضح حجم عينة البحث، وبتطبيق معادلة الخطأ في العينة تبين أن الخطأ في العينة بلغ (9%) وهي نسبة مقبولة في البحوث، وبحسب المعادلة الآتية:

$$X \frac{\sqrt{f(1-f)}}{N}$$

وبتطبيق اختبار (Z) على عينة البحث بلغت قيمة Z (3.8) فيما كانت قيمة Z الجدولية (0.499) عند مستوى دلالة (0.05) ولأن Z المحسوبة أكبر من Z الجدولية فإن الفرض الصفري مقبول وإن الذكور في العينة نسبتهم (0.5) بمعنى أن (95%) من احتمالات العينة تؤكد قبول الفرض الصفري، وهذا يعني صحة اختيار العينة.

أدوات البحث:

1. الملاحظة: هي عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث وعلاقتها بأسلوب علمي منظم بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات وتوجيهها لخدمة المجتمع. (4) (3)
2. المقابلة الميدانية للمختصين: اعتمدت الباحثة المقابلة العلمية، سواء بهدف الاستيضاح عن كيفية الاتفاق بين القنوات التلفازية حول إنتاج وعرض البرامج المرورية، وكذلك بهدف توضيح وتفسير بعض الأسئلة للمبحوثين وشرح بعض الإشكالات التي تواجه إنتاج البرامج.

استمارة الاستبانة: وزعت الباحثة استمارة استطلاعية أولية لتحديد المشكلات بدقة قبل البدء بدراستها دراسة دقيقة ومتعمقة، أو قبل وضع فروض مشكلة محددة، وأهم متغيراتها، واكتشاف العلاقة الموجودة بين تلك المتغيرات. وتضمنت الاستمارة الاستطلاعية عددًا من المؤشرات العلمية لبناء الاستمارة النهائية واختيار العينة، وقد بلغ عددها (26) استمارة وُزعت على سواق المركبات بمختلف أنواعها في مدينة بغداد، وبعد توزيع الاستمارات وجمعها وتحليل بياناتها خرجت الباحثة بمؤشرات حددت على ضوءها البرامج المرورية المشاهدة من الجمهور. وبعدها صممت الباحثة استمارة الاستبانة التي تألفت من مجموعة أسئلة مفتوحة وأخرى مغلقة وفقًا لأسئلة البحث وفروضه وأهدافه.

وزعت استمارة الاستبانة النهائية التي تضمنت (21) سؤالاً على عدد من الخبراء، وعليه تم حذف وإعادة صياغة بعض الفقرات وترتيبها في ضوء الملاحظات التي أشار إليها الخبراء .

الصدق والثبات:

_ الصدق:

تم عرض الاستبانة على خمسة خبراء في مجال الاختصاص لغرض الحكم على صلاحيتها للتطبيق، وتم إبداء عدد من الملاحظات المنهجية والآراء العلمية والعملية، وكانت نسبة الاتفاق بشأن تلك الاستمارة (98%) وهي نسبة جيدة جداً من الاتفاق وحسب المعادلة :

$$\begin{aligned} &= \frac{460,9}{5} = 92\% \frac{\text{مجموع الدرجات النهائية}}{\text{عدد المحكمين}} = \text{متوسط اتفاق الخبراء} \\ &= \frac{0,92 \times 5}{0,92 \times 4 + 1} = \frac{4,6}{4,68} = 0,98\% \frac{N \times S}{S(1-N) + 1} = \text{معامل صدق المحكمين} \end{aligned}$$

أما احتساب الثبات فقد استعانت الباحثة بمعادلة رولون، وذلك بتقسيم الاستمارة إلى أسئلة زوجية وفردية للتأكد من الاتفاق في النتائج، وكانت نسبة الثبات (37%).

كما طبقت الباحثة معامل ارتباط بيرسون وكانت نسبة الثبات (23%) وبالتصحيح باستخدام معادلة سبيرمان وبروان

$$= K_r \frac{Nr}{1+(N-1)}$$

تبين أن نسبة الثبات = 36%

وهي تفيد فقط في حساب الأوساط الحسابية وفي المسح الإحصائي. ⁽⁵⁾ الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

1. مربع كاي 2 ومعادلة بيرسون.
2. الخطأ في العينة بتطبيق معادلة الخطأ في العينة تبين أن الخطأ في العينة بلغ 9% وهي نسبة مقبولة إلى حد ما في البحوث.

$$\text{الخطأ في العينة} = \frac{F(1 - F)}{N} \times Z$$

الدراسات السابقة:

اطلعت الباحثة على دراسات عراقية وعربية عديدة قريبة من موضوع دراستها، وأفادت منها في أثناء فترة الكتابة، إذ تساعد الدراسات السابقة الباحث على معرفة ما يمكن أن يضيفه إلى التراث العلمي، ومن أي جانب يبدأ، مستفيداً من النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات، وأهمها ما يأتي:

- الدراسات العراقية :

- اطلعت الباحثة على دراسات عديدة عراقية وعربية قريبة من دراستها وأفادت منها أثناء فترة الكتابة، إذ تجعل الدراسات السابقة الباحث يعرف كل ما يمكن أن يضيفه للتراث العلمي ومن أي جانب يبدأ مستفيداً من النتائج التي توصلت لها، وأهمها ما يأتي:
- الدراسات العراقية:
- 1-دراسة الدباغ، ١٩٩٠ بعنوان: (أساليب واتجاهات نشر الوعي ضد الجريمة في الصحافة العراقية ١٩٨٠-١٩٨٨). (6)
- وسعت هذه الرسالة إلى الوقوف على ما تنشره الصحافة العراقية من أساليب صحفية متنوعة عن الجرائم، وأهم الاتجاهات التي تناولتها هذه الأساليب المتعلقة بنشر الوعي ضد الجريمة، فضلاً عما تنتهجه الصحافة العراقية عمومًا من صيغ عمل جديدة لنشر أخبار الجرائم أو التوعية ضدها، انطلاقًا من مشاركة وسائل الإعلام المختلفة في الوقاية من الجريمة ومكافحتها. ويتمثل هدفها الأسمى في نشر الوعي ضد الجريمة والانحراف عن طريق الصحافة لخدمة المجتمع والإنسانية عمومًا.
- 2-دراسة الحديشي 2006 بعنوان: "دور العلاقات العامة في نشر الوعي المروري". (7) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في نشر الوعي المروري عند الجمهور في ضوء قياس درجه الوعي المروري لدى المواطن العراقي وكذلك التعرف على أهم الوسائل الناجمة لنشر هذا الوعي عن طريق التعرف بالرسائل التي يستقي منها الجمهور وعيه بأنظمة المرور وقوانينه وكذلك يهدف البحث إلى قياس الوعي المروري لدى الجمهور العراقي والتعرف على طبيعة الفروق في درجة الوعي المروري تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمر، التحصيل الدراسي، صنف الجمهور) والتعرف على أهم الوسائل والأساليب التي تساعد الجمهور في تشكيل وعيه المروري.
- المنهج الذي استخدمه الباحث المنهج الوصفي
- استخدم الباحث العينة العمدية أما أدوات البحث فهي الاستبانة والمقابلة.
- وأهم الاستنتاجات التي توصل إليها الباحث
- وجود وعي مروري عال لدى الجمهور العراقي إذ بلغ المتوسط العام (٧٨،٢٦).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية للوعي المروري وفقاً لمتغير الجنس
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية للوعي المروري وفقاً لمتغير العمر
- الأوضاع الأمنية تعد السبب في حدوث الاختناقات والحوادث المرورية.

- - يعد التلفاز والإذاعة من أكثر الوسائل التي تسهم في تكوين الوعي المروري لدى الجمهور العراقي.

أهمية البرامج التلفازية ووظائفها

أولاً: أهمية التلفاز ووظائفه.

لوسائل الإعلام، وفي مقدمتها التلفاز، أهمية كبيرة ودور مؤثر في المستويات كافة، وعلى الرغم من التطورات التكنولوجية الكبيرة التي طرأت على وسائل الإعلام وظهور الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، فإن التلفاز ما زال يشكل وسيلة إعلامية جماهيرية مهمة في المجالات كافة. ولعل أهم المجالات التي تؤدي عن طريقها هذه الوسيلة دوراً كبيراً ومهماً هو مجال الإعلام والتثقيف والإرشاد.⁽⁸⁾ إذ تقوم وسائل الإعلام، ومنها الفضائيات، ببث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع، وتنشر مبادئ التطور والتنمية، لتحقيق النهوض الحضاري والفكري وتنوير الجماهير ورفع مستوياتهم الثقافية والمعرفية وتكثيف مواقفهم تجاه الأحداث والأحوال الاجتماعية.⁽⁹⁾ كذلك تسهم الفضائيات في توفير الترفيه والتسلية عن طريق برامجها التي تتخللها أفكار إرشادية وتوجيهية تصب في مصلحة المجتمع، وتخلق أجواء يسودها النظام والابتعاد عن الفوضى.⁽¹⁰⁾ وتعد البرامج المرورية أحد هذه البرامج التثقيفية، وتعدد وظائف التلفاز بتعدد حاجات الجمهور ومتطلباته، فهناك وظائف أساسية تنفرع منها وظائف أخرى.⁽¹¹⁾ وأهم وظائف التلفاز الأساسية هي:

1. الوظيفة الإعلامية: ويقصد بها (الأخبار، التفسير، التحليل)، إخبار الجمهور بكل ما يقع من أحداث داخلية وخارجية في ميادين الحياة من سياسية وثقافية واجتماعية واقتصادية الخ، مع الشرح والتفسير حتى يكونوا على علم بمجريات الأمور حولهم.
2. الوظيفة التثقيفية والتعليمية: أي تقديم كل ما هو مادي وفكري واجتماعي للجمهور لتوجيه الأفراد وإرشادهم إلى كل ما يحقق النهوض الفكري والاقتصادي والتغيير الاجتماعي ومحاربة التخلف والفوضى ونقل المعلومات والخبرات وما يرتبط بها من عادات وعلاقات اجتماعية بين مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية، وما يترتب على ذلك من فهم للحقوق والواجبات والقيم والعادات وخلق الجو الحضاري للملائم للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة بكل المجالات.⁽¹²⁾
3. الوظيفة الترفيهية: يوفر التلفاز الترفيه والتسلية للأفراد عن طريق برامج ومضامينه المختلفة ويتمثل في عرض التمثيليات والأفلام والقصص والفن والموسيقى والأغاني من أجل الترفيه ومساعدة الناس للتخفيف عن أنفسهم من مشكلات وهموم الحياة، والترفيه ليس شيئاً ثانوياً في حياة الأفراد وإنما

أصبح ضروريا خاصة في العصر الحالي الذي يتسم بالقلق والتوتر ، غير أنّ الترفيه لا يعني التديني بمستوى الذوق العام وعليه فأفضل ترفيه هو ما يعبر عن معانٍ سامية ترتقي بالمتلقي. (13)

● البرامج التلفزيونية التوعوية المتخصصة:

يقصد بالبرنامج التلفازي المتخصص هو المضمون الذي يهتم أساسا بجانب مهم من جوانب المعرفة الإنسانية ويصل إلى جمهور متخصص تجمعته عدد من الخصائص والسمات المشتركة، والبرنامج المتخصص هو البرنامج الذي يتناول مضموناً معيناً ضمن مجال برامجي منفرد يوجّه إلى جمهور محدد⁽¹⁴⁾ وكلمة متخصص مشتقة من فعل خصص وفي لسان العرب لابن منظور، خصه بالشيء وخصصه واختصه: أفرد به دون غيره. (15)

والبرامج المرورية هي إحدى البرامج التلفازية المتخصصة بالجانب المعرفي التثقيفي التي تتناول مضموناً إرشادياً خدمياً وتوجهه إلى جمهور محدد. (16) وهم سواق المركبات بأنواعها كافة ، وإنتاج وتقديم هذا النوع من البرامج تحتاج إلى خبرة كبيرة واطلاع واسع ، أي أنّ معدي ومقدمي البرامج يجب أنّ يكونوا مختصين ومؤهلين ومن ذوي الخبرة الملموسة ، ويمتلكوا لباقة ومنطقاً وشكلاً مقبولاً ، لأنهم يمكن أنّ يكونوا قادرين على تقديم النصائح والمعلومات عن طريق البرنامج التلفازية الإرشادية والتوجيهية. (17)

● خصائص البرامج التوعوية الإرشادية:

يمكن تحديد أهم خصائص البرامج التوعوية والإرشادية وشروطها على النحو الآتي:

الاستمرارية: يجب أن تتصف البرامج التوعوية بالاستمرارية والديمومة؛ فهي عملية مستدامة وليست مجرد حدث أو مجموعة أحداث متفرقة، وذلك كي ترسخ الثقافة التوعوية لدى الفئة الموجهة إليها، وتخلق لديهم نسقاً معرفياً وسلوكياً إيجابياً. لذا فإن الاستمرارية شرط أساسي لتحقيق أهداف التوعية.

والقاعدة العامة تقول إن "التعليم الهادف يهذب السلوك والتوعية المستمرة تعزز المعرفة لذلك فإن إفرزات التعليم والتوعية حول سلامة المرور تجعل الفرد أكثر وعياً بها ويستجيب في ذاته لندائها"¹

الشمولية: التوعية والإرشاد عملية شاملة، بمعنى أنّها تشمل مختلف جوانب الحياة ومجالاتها، وتستهدف الوصول إلى كل الشرائح الاجتماعية.

التكامل: التوعية عملية متكاملة، وخاصة في البرامج الإرشادية المرورية بمعنى أنّها تهتم بمختلف الأطراف المعنية بالمسألة المرورية (البشرية، الهندسية، القانونية، العمرانية....) وتهتم بمختلف جوانب المشكلة المرورية

(الاقتصادية، النفسية الاجتماعية) وتنطلق من حقيقة أن هذه الأطراف متكاملة وبالتالي فإن الجهد التوعوي المروري يجب أن يكون متكاملًا.

- المنهجية والانتظام والتماسك: التوعية عملية منهجية منتظمة ومتناسكة، تحدد أسسها ومنطلقاتها وأهدافها، وتضع الخطط والبرامج الكفيلة بتحقيق هذه الأهداف، وهذا ما يفسر كون التخطيط والبرمجة الدعامتين القويتين اللتين تقوم عليهما التوعية المرورية.

- التجدد والتطور: التوعية عملية متجددة ومتطورة، إذ تستطيع أن تواكب المتغيرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية (أنظمة تقنيات وقوانين وأنماط المعيشة ومتغيرات ديمغرافية

اجتماعية واقتصادية...) من الضروري التجديد والابتكار في مضامين التوعية المرورية، وفي الخطاب المروري، وفي الوسائل والموضوعات وأساليب المعالجة المستخدمة.

- التفاعلية: التوعية الناجحة هي التي تتعد عن التلقين والإكراه وتعتمد أسلوب التفاعل

وتتجح في رفع فعالية الناس وتفاعلهم مع الأهداف الاستراتيجية للتوعية المرورية.

وتتناول الباحثة تعريف البرامج المرورية المقدمة عن طريق الفضائيات العراقية والتي تبين عن طريق الاستمارة الاستطلاعية أنها برامج تحظى بمشاهدة واسعة من قبل الجمهور العراقي وهي كالآتي:

— برنامج وقفة مرورية: برنامج أسبوعي مباشر يبث عن طريق قناة العراقية الفضائية، وهو برنامج توعوي يتناول قوانين المرور وحوادث السير ومخالفات السواق وعلاقة شرطة المرور بالمواطن عن طريق تقارير المراسلين الميدانية والمقابلات مع منتسبي المرور في بغداد والمحافظات ويسلط الضوء على مشكلات المواطنين والرسائل التي ترد لبريد الخط الساخن الإلكتروني، وتقوم فكرة البرنامج على الإرشاد وزيادة الوعي المروري لدى الجمهور عن طريق توزيع الكراسيات الإرشادية التوعوية للمواطنين بواسطة شرطة المرور.

— برنامج السلامة للجميع: برنامج أسبوعي مباشر يبث عن طريق قناة هنا بغداد، وهو برنامج توعوي يتناول المشاكل المتعلقة بقضايا السير والمخالفات وتنفيذ القرارات المرورية المهمة التي تسهم في المحافظة على نظام السير وحماية أرواح المواطنين ويتضمن تقارير ميدانية مصورة ويسمح باتصالات الجمهور للاستفسار والسؤال وتفسير التعليمات والقرارات المرورية.

— برنامج طريق السلامة: برنامج خدمي إرشادي مباشر يبيث عن طريق قناة آفاق الفضائية ويتناول الحوادث المرورية المصورة عن طريق تقارير المراسلين الميدانية والتركيز على الإرشادات والتعليمات المرورية وضرورة الالتزام بالعلامات المرورية العامة عن طريق توزيع الكراسيات والمنشورات التعريفية الخاصة بالطرق الخارجية، مثل ارتداء حزام الأمان والاحتفاظ بطفاية الحريق والاحتياجات الأمنية الأخرى واحترام شرطي المرور والنظام المروري العام ويتم خلال البرنامج فتح اتصالات هاتفية مع الجمهور للسؤال والاستفسار .

● الوعي والتوعية المرورية

● مفهوم الوعي:

يعرف الوعي لغويا كما ورد في لسان العرب (يأتي تحت مادة وعي: وعي الشيء، والحديث يعيه وعيا، وأوعاه أي حفظه وفهمه وقبله فهو واع. وفي حديث أبي أمامه ((لا يعذب الله قلبا وعى القرآن)) قال ابن الأثير: أي عقله إيمانا به وعملا، فإما من حفظه ألفاظا، وضيق حدوده، فإنه غير واع له. (18) أما المعنى الاصطلاحي للوعي فهو يعني (إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به، وهو على درجات من الوضوح والتعقيد، والوعي بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد لنفسه ولوظائفه العقلية والجسمية وإدراكه لخصائص العالم الخارجي، وأخيرا إدراكه لنفسه باعتباره عضوا في الجماعة). (19)

اولا-أهمية التوعية المرورية :

تكمّن أهمية التوعية المرورية في تهذيب المفاهيم التي اعتاد عليها الأفراد في مجتمعنا، بحيث تكون نظرتهم إلى التقيد بأنظمة المرور وآدابه ليس على أساس الخوف من العقاب وإنما على أساس الانصياع الذاتي لها ولما لمخالفتها من مخاطر على حياتهم أولا ، ولأنها تنافي السلوك القويم والأخلاق الفاضلة ثانيا، وهي ذات علاقة بطموحنا نحو المستقبل وأن يكون المواطنون متعاونين مؤمنين بأهمية تعليمات المرور والأسس التي يقوم عليها الوعي المروري ، وبما يساعد على نشر أنظمة وتعليمات المرور، حتى يصبح العمل شكلاً تكاملياً ما بين الجمهور المستهدف والأجهزة المعنية لتحقيق الهدف المنشود وهو السلامة المرورية لكل مستخدمي الطريق. (20) وتحقيق السلامة المرورية بين الجماهير في مجتمعهم الكبير، ليست مسؤولية رجال المرور وحدهم فحسب، بل هي مسؤولية جماعية يؤدي رجل المرور فيها وظيفته مشكورا ولا بد أن يتعاون أفراد المجتمع الحضاري جميعا، ولا يكتفي في هذا الصدد بكفاءة من يقود عجلة القيادة فحسب بل لابد من توفر ثقافة عالية، ودراية ومعرفة بوسائل السلامة للمحافظة على أرواح المواطنين أو السائقين ودمائهم. (21)

ثالثاً: وسائل ومصادر التوعية المرورية:

لعل من المهم قبل البدء في تحديد الوسائل أو الآليات لتنفيذ برامج التوعية المرورية ، أن يتم دراسة المناخ المجتمعي الذي ستنفذ عن طريقه هذه البرامج ، بمعنى أن دراسة الجمهور وسلوكهم واتجاهاتهم ليتم وضع ما يناسبهم وضمان استجابتهم ولو نسبياً للشعور بالمسؤولية والانتماء الوطني ، فالتنشئة الاجتماعية السليمة والتربية الصحيحة هي الأرضية التي يتوقف عليها مدى استعداد الفرد لتلك القواعد والتعليمات .ولما كان نظام المرور هو سلوك ومظهر تقاس به حضارة ورفي المجتمعات وأن أطراف هذا السلوك هم رجال المرور ومستخدمو الطرق فإنه يجب توجيه الاهتمام بهذه العلاقة ومحاولة تحقيق التوازن المطلوب لها وبالتالي سوف ينعكس ذلك على سيادة النظام بالمجتمع وهنا تكون أهم الآليات والوسائل هي .(22)

إقامة المسابقات المرورية للتعريف بأهمية النظام المرورية

- توعية النشء، عن طريق المؤسسات التعليمية سواء المدرسة أم الجامعة واستخدامه كوسيلة لنقل المعلومات داخل الأسرة. ونشر الملصقات والبوسترات والعلامات المرورية التكميلية في الشوارع والحدائق العامة والأماكن الترفيهية التجارية الكبيرة.

- إعداد برامج إعلامية، سواء كانت مرئية أم مسموعة أم مقروءة، تركز على توعية الأفراد وضرورة اتباع إشارات المرور وتعليماته.

وأهم توعية هي توعية المجتمعات بمخاطر المخالفات المرورية ونشر الوعي المروري بضرورة الالتزام بالقوانين والتعليمات المرورية عن طريق مصادر يتم اعتمادها بالتعاون بين وزارة الداخلية - مديرية المرور العامة وبين هذه المصادر التي من أهمها:
دوائر شرطة المرور وقوات الأمن الأخرى.

1- وزارة النقل

2- وسائل الإعلام: -

1- الصحافة المكتوبة

2- الإذاعة

3- القنوات التلفازية.

4- وسائط الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي.

5- المؤسسات التعليمية (المدارس والجامعات).

- اعتماد استراتيجية نشر المعلومات والحقائق عن مختلف جوانب الحياة المرورية وتفسير الأحداث والظواهر والتطورات والمشاكل المرورية وتحليلها ومناقشتها سبيلا لنشر الثقافة المرورية التي تقوم عليها التوعية المرورية وتنطلق منها.

● الجانب الميداني وتحليل البيانات

جدول رقم (1) يبين جنس المبحوثين

الجنس	التكرار	النسبة مئوية
ذكور	69	69%
إناث	31	31%
المجموع	100	100%

تبين من الجدول رقم (1) أن عدد الذكور بلغ أكثر من الإناث في عينة البحث إذ كان (69) بنسبة 69% من المبحوثين بينما كان عدد الإناث (31) وبنسبة 31% من عدد المبحوثين، ويعود ذلك لطبيعة المجتمع وتفوق عدد نسبة سواق المركبات الرجال على الإناث.

العمر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
18-25	43	43%	الأولى
25-35	37	37%	الثانية
35- فما فوق	20	20%	الثالثة
المجموع	100	100%	

جدول رقم (2) يبين أعمار أفراد العينة

يتضح من الجدول رقم (2) أن الفئة العمرية من (18-25) شكلت أعلى نسبة عمرية للعينة وبنسبة (43%) تليها الفئة (25 - 35) بالمرتبة الثانية بنسبة (37%) من مجموع العينة وأخيرا جاءت الفئة (35 فما فوق) بنسبة (20%). من ذلك نستنتج تفوق فئات الأعمار الشابة على مجتمع سواق المركبات وهذه الفئة حديثة بقيادة المركبة كون قيادة المركبة تحتاج إلى حيازة إجازة السوق التي تمنح للفرد بعد تجاوزه عمر 18 عاما، لذلك فمن الضروري الاهتمام ببرامج التوعية والإرشاد المروري ومضمونها المتنوع.

جدول رقم (3) يبين حيازة المبحوثين لإجازة السوق

المرتبة	النسبة مئوية	التكرار	الإجابة
الثانية	49%	49	نعم
الأولى	51%	51	كلا
	100%	100	المجموع

يتضح من الجدول رقم (3) أن عدد غير الحاصلين على إجازة السوق جاء بالمرتبة الأولى بنسبة (51%) من مجموع العينة يقابلهم بفارق ضئيل الحاصلون على إجازة السوق بنسبة (49%). ما يوضح أن نصف عدد أفراد العينة وسواق المركبات لا يمتلكون إجازة سوق ما يعني عدم إتقانهم للسياسة وفق القوانين والتعليمات المرورية والالتزام بالعلامات والإشارات التي تعرف السائق بالطرق والسلوك الممنوع أو المسموح في الشارع وهذا ما يؤكد ضرورة وجود برامج مرورية توعوية تساهم في زيادة الوعي والثقافة المرورية بين سواق المركبات وتعريفهم بالقوانين والتعليمات لتجنب المخالفات والحوادث المرورية.

جدول رقم (4) يبين مشاهدة المبحوثين للبرامج المرورية في الفضائيات العراقية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	97	97%
كلا	3	3%
المجموع	100	100%

تبين من جدول رقم (4) أن معظم أفراد العينة يشاهدون ويستمعون للبرامج المرورية بنسبة (97%) بينما جاء الذين لا يشاهدون بنسبة (3%). وهذا ما يشكل دافعاً لدى المسؤولين في قطاع المرور وخاصة مسؤولي الإعلام منهم للاهتمام بمضامين البرامج المرورية وتطويرها بحسب ما تحتاج إليه المرحلة، والظواهر المتنوعة والمنتشرة في الشارع.

جدول رقم (5) يبين مشاهدة البرامج بالنسبة لجنس المبحوثين الكلي

الإجابة		أشاهد		لا أشاهد		المجموع	
الجنس	إناث	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
		29	93.548%	2	6.452%	31	100%
ذكور	68	98.551%	1	1.449%	69	100%	

ظهر عن طريق تحليل جدول رقم (5) الذي يبين العلاقة بين جنس المبحوثين ومشاهدة البرامج المرورية أن الذكور يشاهدون البرامج أكثر من الإناث إذ بلغ الذكور الذين يشاهدون البرامج نسبة (98%) من مجموع العينة بينما الإناث (29%). وهذا ما يعكس طبيعة المرأة وانشغالها بأدوارها في المجتمع بين الوظيفة والأعمال المنزلية ومسؤوليات العائلة والأولاد وغيرها وعدم اهتمامها بالبرامج المرورية التي يقتصر تقديمها على الرجل وأيضاً لما تحتويه مضامينها الموجهة للسائق، وهذا ما يظهر ضرورة الاهتمام بتقديم مضامين ومقاطع واقعية تبين سلوك المرأة في الشارع خلال سياقتها للمركبة سواء كان سيباً أو جيداً، وأيضاً إمكانية التعاون بين المرأة والرجل في تقديم البرامج المرورية لاسيما أنها تشغل مناصب في وزارة الداخلية ومديريات المرور العامة.

جدول رقم (6) يبين مدى المشاهدة للبرامج المرورية من قبل المبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
الاولى	61.856 %	60	دائما
الثانية	29.897%	29	أحيانا
الثالثة	8.247 %	8	نادرا
	100%	97	المجموع

أظهر الجدول رقم (6) أن (61.856%) من مجموع العينة يشاهدون البرامج المرورية دائما، بينما كانت نسبة الذين يتابعون أحيانا (29.897%) بالمرتبة الثانية وأخيرا جاء الذين يشاهدون نادرا بنسبة (8.247%). من ذلك يتضح أن أغلب المبحوثين يشاهدون البرامج المرورية دائما وقد يعود ذلك إلى نوع المضامين التي تقدمها البرامج المرورية إذ لوحظ عن طريق متابعة الباحثة للبرامج أن البرامج تقدم مضامين واقعية مشوقة من عرض الحوادث التي صورتها الكاميرات في الشارع وشرح ملبساته وأسبابه عن طريق مقدم البرامج فضلا عن التركيز في القوانين والتعليمات الصادرة من دائرة المرور ووزارة الداخلية.

جدول رقم (7) يبين مدة مشاهدة المبحوثين للبرامج المرورية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
77.319 %	75	أقل من ساعة
16.496 %	16	ساعة
6.185 %	6	أكثر من ساعة
100 %	97	المجموع

أظهرت بيانات الجدول رقم (7) الذي يوضح ساعات مشاهدة الباحثين للبرامج المرورية الآتي: الباحثون الذين يشاهدون أقل من ساعة يشكلون نسبة (77.319%) من العينة، الذين يشاهدون ساعة وبنسبة (16.496%) من العينة، وأخيرا جاءت المشاهدة لأكثر من ساعة وبنسبة (6.185%)، وربما يعود ذلك إلى أن مدة عرض أغلب البرامج المرورية ساعة أو أقل أو أكثر بقليل أو أن الباحثين يفضلون مشاهدة فقرات معينة من البرنامج.

جدول رقم (8) يبين هدف الباحثين لمشاهدة البرامج (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

الأهداف	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
زيادة المعلومات	72	34.952 %	الأولى
اكتساب الثقافة المرورية	62	30.097 %	الثانية
الاطلاع على مستجدات الأحداث	24	11.650 %	الرابعة
معرفة القرارات والتعليمات المرورية	48	23.301 %	الثالثة
أخرى	0	0	
المجموع	206 (*)	100 %	

يبين الجدول رقم (8) أهداف الباحثين من مشاهدة البرامج المرورية ومعرفة مضامينها، وقد جاء أولا دافع (زيادة المعلومات) بنسبة (34.952%) وجاء ثانيا (اكتساب الثقافة المرورية) وبنسبة (30.097%)، أما ثالثا فكان (معرفة القرارات والتعليمات المرورية) بنسبة (23.301%)، وحل رابعا (الاطلاع على مستجدات الأحداث) وبنسبة (11.650%).

جدول رقم (9) يبين أسباب متابعة الباحثين للبرامج المرورية (يمكن الإجابة لأكثر من اختيار)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
الثالثة	27.564 %	43	الإفادة من الإرشادات والاطلاع على القوانين الجديدة
الأولى	39.744 %	62	الاطلاع على الحوادث المرورية وأسبابها
الثانية	32.692 %	51	لمعرفة القواعد والمخالفات المرورية والغرامات
	100 %	156	المجموع

يوضح الجدول رقم (9) أسباب مشاهدة الباحثين للبرامج المرورية؛ إذ جاء سبب الاطلاع على الحوادث المرورية وأسبابها أولاً بنسبة (39.744%)، بينما جاء ثانياً سبب معرفة القواعد والمخالفات المرورية والغرامات بنسبة (32.692%)، وحل أخيراً سبب الإفادة من الإرشادات والاطلاع على القوانين الجديدة بنسبة (27.564%).

جدول رقم (10) يبين مدى إفادة الباحثين من البرامج المرورية التي يتابعونها

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
الأولى	65.979 %	64	استفدت كثيراً
الثانية	31.959 %	31	استفدت قليلاً
الثالثة	2.062 %	2	لم أستفد
	100 %	97	المجموع

ظهر من الجدول رقم (10)، الذي يبين مدى استفادة الباحثين من متابعة البرامج المرورية، أن إجابة (استفدت كثيراً) جاءت بنسبة (65.979%) من مجموع العينة، تلتها ثانياً إجابة (استفدت قليلاً) بنسبة (31.959%)، بينما جاءت أخيراً إجابة (لم أستفد) بنسبة (2.062%) من مجموع العينة. جدول رقم (11) يبين اكتساب الوعي المروري للباحثين عن طريق البرامج المرورية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
الأولى	88.659 %	86	نعم
الثانية	11.341 %	11	كلا
	100 %	97	المجموع

تبين من الجدول رقم (11) الذي يبين إجابات الباحثين أهمية البرامج المرورية في إكسابهم الوعي والثقافة المرورية بشأن كل ما يتعلق بقوانين المرور والإجراءات الحكومية. وقد أجاب بـ(نعم) أكسبني البرامج وعيا مروريا، (86) مبحوثاً بنسبة (88.659 %) من مجموع العينة، بينما كانت الإجابة (كلا) لـ(11) مبحوثاً وبنسبة (11.341%) من مجموع العينة.

جدول رقم (12) يبين مجالات سلوكيات الوعي المروري التي اكتسبها المبحوثون من متابعة البرامج المرورية (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
الأولى	37.096 %	46	الالتزام بسرعة السير المناسبة
الرابعة	14.516 %	18	معرفة العلامات المرورية والالتزام بها
الثانية	29.034 %	36	احترام قانون وإرشادات وتعليمات المرور والتقييد بتنفيذها
الثالثة	19.354 %	24	معرفة القوانين وتجنب وتقليل المخالفات المرورية
	100 %	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (12) تبين أن اكتساب الوعي المروري لدى المبحوثين عن طريق متابعة البرامج المرورية كان في مجالات وسلوكيات متنوعة، وهي كالاتي: جاءت أولاً فقرة (الالتزام بسرعة السير المناسبة) بـ(46) تكراراً وبنسبة (37.096%) من مجموع الإجابات، بينما جاءت ثانياً فقرة (احترام إرشادات وتعليمات المرور وضرورة تنفيذها) بـ(36) تكراراً وبنسبة (29.034%) من الإجابات، وثالثاً

فقرة (الاطلاع على القوانين ومعرفة لتجنب المخالفات المرورية وتقليلها) ب(24) تكرارًا وبنسبة (19.354%)، وأخيرًا جاءت فقرة (معرفة العلامات المرورية والالتزام بها) ب(18) تكرارًا وبنسبة (14.516%) من مجموع إجابات العينة.

● العلاقات الارتباطية وتطبيقها إحصائياً:

- 1- هنالك علاقة ارتباطية بين مشاهدة البرامج المرورية في الفضائيات وبين استفادة الباحثين من البرامج. وبتطبيق معامل ارتباط بيرسون على (جدول رقم 7 وجدول رقم 14) تبين أن الارتباط بينهما 0.023 فيما T الجدولية 1.66 ولأن الجدولية أكبر من المحسوبة فهي دالة إحصائياً.
- 2- هناك علاقة ارتباطية بين الأهداف التي يسعى الباحثون لها من مشاهدة البرامج المرورية في الفضائيات وبين سلوكيات الوعي المروري التي يحققونها. وبتطبيق معامل ارتباط بيرسون على (جدول رقم 10 وجدول رقم 16) تبين أن معامل ارتباط بيرسون 0.019 وهو ارتباط طردي ضعيف مما يعني تحقق العلاقة. وتبين أن T المحسوبة 0.185 فيما T الجدولية 1.66 ولأن المحسوبة أصغر من الجدولية فهي دالة إحصائياً.
- 3- هنالك علاقة ارتباطية بين أسباب متابعة الباحثين للبرامج المرورية في الفضائيات وبين الإفادة من البرامج التي يشاهدونها. وتبين أن معامل الارتباط 0.45 وهو ارتباط طردي متوسط مما يعني تحقق العلاقة. وبحساب T تبين أن T المحسوبة 4.911 فيما T الجدولية 1.66 ولأن المحسوبة أكبر من الجدولية فهي غير دالة إحصائياً هنالك علاقة ارتباطية بين أسباب متابعة الباحثين للبرامج المرورية في الفضائيات وبين سلوكيات الوعي المروري للباحثين. وبتطبيق معامل الارتباط الرتب سبيرمان على (جدول رقم 11 وجدول رقم 14) تبين أن قيمة الارتباط 1,5 وهو ارتباط عكسي تام مما يعني عدم تحقق العلاقة.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي أسفرت عنها الدراسة، نقترح بعض التوصيات التي نأمل أن تسهم في تفعيل أساليب التوعية المرورية، وهي كالآتي:
- ١ - لا يكفي أن تصل رسائل التوعية إلى الجماهير المستهدفة ولكن لا بد من أن تخلق الاتجاهات الإيجابية والتصرفات السلوكية المرغوبة، نحو سلوك القيادة والمخالفات المرورية.
 - 2 - الاهتمام بالبرامج التوعوية المرورية لتثقيف سواق المركبات وخلق الالتزام بأنظمة وقوانين المرور.

- 3- كما توصي الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات والأبحاث ذات الصلة بموضوع الدراسة.
- 4- العمل على زيادة مساحة مشاركة المواطنين عن طريق طرائق الاتصال المختلفة، مثل الهاتف والرسائل النصية والبريد الإلكتروني، في تقديم استفساراتهم واقتراحاتهم.
- 5- التنسيق مع وزارتي التربية والتعليم العالي والبحث العلمي لإدراج مواد ومناهج تعليمية خاصة بالتوعية المرورية.
- 6- إنشاء مراكز لوعي المروري في مختلف الإدارات المرورية على مستوى العراق.
- 7- التوسع في التنبيهات المرورية في التلفاز وخاصة أن سواق المركبات يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات المرورية.

المصادر

1. حمدان خضر سالم , جاسم محمد شبيب (2018) طرائق مواجهة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) (مجلة الباحث الإعلامي، عدد 41، مج 10).
2. شيماء ذو الفقار زغيب (2017)، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (القاهرة: دار المصرية اللبنانية)
3. رجي مصطفى عليان، وعثمان محمد غنيم. (2000). مناهج وأساليب البحث العلمي. عمان: دار الصفا للتوزيع والنشر.
4. إيمان أبو الروس. (2001). كيف تكتب بحثاً ناجحاً في 25 خطوة لإعداد البحوث والرسائل الجامعية. القاهرة: دار الطلائع للنشر والتوزيع.
5. علي جبار الشمري. (2012). الانترنت وتشكيل الوعي العلمي لدى طلاب جامعة بغداد. بغداد: مجلة الدراسات في الإعلام الجامعة (جامعة بغداد) الدار الجامعية للطباعة والنشر.
6. أسامة بدري محمد صالح الدباغ. (1990). أساليب واتجاهات نشر الوعي ضد الجريمة في الصحافة العراقية. بغداد: رسالة غير منشورة.

7. علي موفق الحديشي. (2006). دور العلاقات العامة في نشر الوعي المروري. جامعة بغداد، كلية الإعلام. بغداد: رسالة غير منشورة.
8. محمد منير حجاب. (2010). نظريات الاتصال . مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
9. يسرا إبراهيم خالد، و فاطمة عبد الكاظم حمد. (2018). نظريات الاتصال. بغداد: الدار البيضاء للطباعة والنشر والتوزيع.
10. سعاد جبر سعيد. (2008). سايكولوجية الاتصال الجماهيرية. الأردن: عالم الكتب الحديث.
11. عبدالعزيز شرف. (2003). الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة. القاهرة: عالم الكتب.
12. جلال عبدالرحمن. (2019). دور التلفزيون في تثقيف المجتمع الجزائري. المسلية: رسالة غير منشورة.
13. فاطمة حسين عواد (2010) الإعلام الفضائي : الأردن دار أسامة للنشر والتوزيع .
14. سامي الشريف. (1999). القنوات التلفزيونية المتخصصة (رؤية نقدية). جامعة القاهرة ، كلية الإعلام. القاهرة: المجلة المصرية للبحوث الإعلام.
15. ابن منظور. (2003). لسان العرب (المجلد مج3). القاهرة: دار الحديث
16. إسماعيل إبراهيم (2017) المناهج الإعلامية : القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع .
17. اجناسي فانيفتس. (1973). التعليم بالراديو والتلفزيون . باريس: اليونسكو.
18. ابن منظور، و محمد بن مكرم الانصاري. (2004). لسان العرب (المجلد مج 15). بيروت: دار صادر.
19. عبدالله زيد الكيلاني، و نضال الشريفين. (2007). مدخل إلى البحث في العلوم التربوية والاجتماعية . الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

0.Alex, T(1985 *Mass Communication Theories and research*1985New Yorkmacmillan puplishing

21. عبدالله الحامد، و عبدالله الخلف. (2005). دور أفلام التوعية في رفع مستوى الوعي المروري. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية قسم العلوم الاجتماعية .
22. ماهر بن سعد الجديد. (1424 هـ). الآثار الصحية الناتجة عن الحوادث المرورية. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.