دور التلفزيون في تعزيز الوعي المروري لدى الجمهور

أ.م.د.منتهى هادي التميمي

بلقيس محسن زيدان

المقدمة

صارت وسائل الإعلام في وقتنا الحاضر من أهم أدوات التأثير والتوجيه والتثقيف والإعلام والتعليم خاصة في خضم العولمة الاتصالية، إذ ازدادت التفاعلات بين الأفكار والمعلومات بشكل سريع، فصار الكل يعرف مهما كانت المسافات والأزمنة .

ونظرا الى الأهمية التي يكتسيها الإعلام في وقتنا الحاضر، فقد أصبح يشكل مجالا خصبا للبحوث والدراسات العلمية، لما لهذا القطاع من تأثير وتأثر بالمجتمع، ولأنّ الإعلام يؤدي دورًا مزدوجا سواء على الصعيد الدولي أم المحلي.

ولاشك في أن الإعلام المحلي له دور مهم في تحمل جزء كبير من هذه المسؤولية فيظل مفهوم الإعلام بمعناه العام والشامل، ولهذا فالإعلام المحلي هو الإعلام المرتبط باهتمامات جمهور معين داخل بيئة محددة، لذا فبقدر ارتباط هذا الإعلام المحلي بالبيئة المحلية فإنه يستطيع أن يحقق رسالته في تنمية وخدمة هذه البيئة.

ويُعد التلفاز من أبرز وسائل الإعلام الجماهيري وأكثرها تأثيرا وقدرة على المشاركة في عمليات التغيير الاجتماعي عموما والعمل على تلبية خدمات الأفراد المحلية، باعتبار الحياة هي الجوهر لدى الأفراد، فقد أولى التلفاز اهتماما بالغا بحياة الأفراد وذلك عن طريق برامجها التلفازية وما تبثه فيها من وعي وإرشاد، والوعي المروري يؤدي بالأفراد إلى المعرفة التامة بقواعد المرور وأنظمتها مما يحتم عليهم اتباعها.

من هنا سنحاول الوقوف على التلفاز في نشر الوعي المروري وتحليل نتائجها

The Role of Television in Increasing Traffic Awareness of the Audience

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:

-1Knowing the extent and nature of the audience following TV traffic programs.

-2Knowing the audience's follow-up habits of TV traffic programs.

-3Identify the objectives and reasons for the audience to watch TV traffic programs

-4Knowing the extent of the benefit from television traffic programs in modifying the behavior and traffic awareness of the public.

-5Knowing 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:

أولا: 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 التلفازية، 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،هي على النحو الآتي:

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

ثالثا: أهمية البحث:

- الأهمية العلمية والأكاديمية: تبرز أهمية البرامج المرورية التلفازية من أنها لم تحظَ بالاهتمام البحثي إلا ما ندر وإن النظرة السائدة جماهيريا عن عدم جاذبية هذه البرامج ناتج مما تقدمه هذه البرامج من شكل ومضمون مشوق، وتظهر أهمية البحث العلمية لقلة الدراسات الحديثة المتعلقة بالمضامين التلفازية التي تتناول توجيه الوعي المروري للجمهور وتعزيزه وإرشاده لاتباع شروط السلامة المرورية، تناولت الباحثة موضوع البحث.
- الأهمية للمجتمع: ترتبط البرامج المرورية التلفازية وما تقدمه من مضامين وبأشكال فنية مختلفة بتوجيه وإرشاد شريحة مهمة وكبيرة في المجتمع وهي شريحة سواق المركبات بمختلف أنواعها خاصة في ظل كثرة عدد المركبات نسبة إلى الطرق والزحامات والحوادث والمخالفات المرورية المتكررة.ما يتطلب دراسة وتشخيص أهمية إنتاج مضمون إعلامي يتناسب ومدى إسهامها في تلبية حاجات ومتطلبات الجمهور .
- رابعا:أهداف البحث:

يسعى البحث لتحقيق أهداف عدة وكالآتي:

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

_ خامسا: 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 في الحالات كلها التي تنطبق عليها خصائص معينة .[1] ويتمثل مجتمع البحث بسواق المركبات الصغيرة في مدينة بغداد وأطرافها، وقد تم اختيار سواق المركبات الصغيرة للأسباب التي ذكرناها سلفا في المجال البشري للبحث وتم اختيار

مدينة بغداد كونها العاصمة والأكثر عددا من ناحية السكان والمركبات، وتشمل مختلف طبقات وأطياف الشعب العراقي،وأيضا وجود وزارة الداخلية وانتشار دوائر المرور ومكاتبها أكثر من باقي المحافظات.

_ عينة البحث:

تم اختيار عينة عمدية أو قصدية غرضية غير احتمالية من مجتمع البحث ومن مختلف سواق المركبات الصغيرة، كونه مجتمعا ملائما لأغراض البحث. وقد بلغ حجم العينة (100) مبحوثٍ، 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:

$$\text{x } \frac{\sqrt{f(1-f}}{N}\text{Z}$$

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 منZ الجدولية فإن الفرض الصفري مقبول وإن الذكور في العينة نسبتهم (0.5) بمعنى أنَّ (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 وعلاقاتها بأسلوب علمي منتظم 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 ، تضمنت الاستمارة الاستطلاعية عددا من المؤشرات العلمية وذلك لبناء الاستمارة النهائية واختيار العينة ،وقد بلغ عددها (26)وزعت على سواق المركبات بمختلف أنواعها

في مدينة بغداد وبعد توزيع الاستمارات وجمعها وتحليل بياناتها خرجت الباحثة بمؤشرات حددت على ضوئها البرامج المرورية المشاهدة من الجمهور , وبعدها صممت الباحثة استمارة الاستبانة تألفت من مجموعة أسئلة مفتوحة وأسئلة مغلقة وفقا لأسئلة وفروض وأهداف البحث .

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

الصدق والثبات:

_ الصدق:

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

متوسط اتفاق الخبراء = $\frac{\text{مجموع الدرجات النهائية}}{\text{عدد المحكمين}}$ 92% $=\frac{460,9}{5}=$

معامل صدق المحكمين $=\frac{\text{ن×س}}{\text{س}\left(1+(\text{ن}-1)\right)}$ 0,98% $= \frac{4،6}{4،68} = \frac{0،92\times5}{0،92\ x\ 4+1}=$

أما احتساب الثبات فقد استعانت الباحثة بمعادلة رولونوذلك بتقسيم الاستمارة إلى أسئلة زوجي وفردي، للتأكد من الاتفاق في النتائج، وكانت نسبة الثبات (37%).

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

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

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.

الخطأ في العينة $= \text{ف}\sqrt{\left(1-\text{ف}\right)}\ \text{xz}$

ن

الدراسات السابقة:

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 مستفيدا من النتائج التي توصلت لها، 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 مستفيدا 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]
- وهذه الرسالة سعت للوقوف على ما تنشره الصحافة العراقية من أساليب صحفية متنوعة عن الجرائم، وأهم الاتجاهات التي تناولتها هذه الأساليب المتعلقة بنشر الوعي ضد الجريمة، فضلا عن ما تنتهجه الصحافة العراقية بشكل عام من صبغ عمل جديدة لنشر أخبار الجرائم أو التوعية ضدها، انطلاقا 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 بشكل عام.
- 2–دراسة الحديثي2006 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 تبعا 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 وفقا لمتغير الجنس
- – وجود فروق ذات دلالة إحصائية للوعي المروري وفقا 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

اولا: أهمية التلفاز ووظائفه.

لوسائل الإعلام وفي مقدمتها التلفاز أهمية كبيرة ودور مؤثر في المستويات كافة بالرغم من التطورات التكنلوجية الكبيرة التي طرأت على وسائل الإعلام وظهور الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي إلا أن التلفاز ما زال يشكل الوسيلة الإعلامية الجماهيرية المهمة في المجالات كافة ولعل أعم المجالات التي تؤدي عن طريقها هذه الوسيلة دورا كبيرا ومهما هو مجال الإعلام والتثقيف والإرشاد .[8]إذ تقوم وسائل الإعلام ومنها الفضائيات ببث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع ونشر مبادئ التطور والتنمية، لتحقيق النهوض الحضاري والفكري وتنوير الجماهير ورفع مستوياتهم الثقافية والمعرفية وتكييف 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 وخلق أجواء يسودها النظام والابتعاد عن الفوضى .[10] وتُعد البرامج المرورية أحد هذه البرامج التثقيفية ، وتتعدد وظائف التلفاز بتعدد حاجات ومتطلبات الجمهور ، فهناك وظائف أساسية تتفرع 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 الملائم للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة بكل المجالات.[12]

3. الوظيفية الترفيهية: يوفر التلفاز الترفيه والتسلية للأفراد عن طريق برامجه 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 شيئا ثانويا في حياة الأفراد وإنما أصبح ضروريا خاصة في العصر الحالي الذي يتسم بالقلق والتوتر ، غير أنَّ الترفيه لا يعني التدني 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 تجمعه عدد من الخصائص والسمات المشتركة، والبرنامج المتخصص هو البرنامج الذي يتناول مضمونًا معينًا ضمن مجال برامجي منفرد يوجَّه إلى جمهور محدد[14]وكلمة متخصص مشتقة من فعل خصص وفي لسان العرب لابن منظور، خصه بالشيء وخصصه واختصه: أفرده به دون غيره .[15]

والبرامج المرورية هي إحدى البرامج التلفازية المتخصصة بالجانب المعرفي التثقيفي التي تتناول مضمونًا إرشاديًا خدميًا وتوجهه إلى جمهور محدد . [16]وهم سواق المركبات بأنواعها كافة ، وإنتاج وتقديم هذا النوع من البرامج تحتاج إلى خبرة كبيرة واطلاع واسع ، أي أنَّ معدي ومقدمي البرامج يجب أنَّ يكونوا مختصين ومؤهلين ومن ذوي الخبرة الملموسة ، ويمتلكوا لباقة ومنطقًا وشكلًا مقبولًا ، لأنهم يمكن أنَّ 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 بالاستمرارية والديمومة، فهي بالتالي عملية مستدامة وليست

مجرد حدث أو مجموعة أحداث متفرقه وذلك كي تترسخ الثقافة التوعوية لدى الفئة الموجهة إليها وتخلق لديهم نسقا معرفيا وسلوكيا إيجابيا، لذا فإن الاستمرارية شرط أساسي لتحقيق أهداف التوعية.

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

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

التكامل: التوعية عملية متكاملة، وخاصة في البرامج الإرشادية المرورية بمعنى أنها 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 متكاملا.

– المنهجية والانتظام والتماسك: التوعية عملية منهجية منتظمة ومتماسكة، 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

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

– التفاعلية: التوعية الناجحة هي التي تبتعد عن التلقين والإكراه وتعتمد أسلوب التفاعل

وتنجح 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 الكراسات 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 يبث 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 الكراسات 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، وضيع 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 :

تكمن أهمية التوعية المرورية في تهذيب المفاهيم التي اعتاد عليها الأفراد في مجتمعنا، بحيث تكون نظرتهم إلى التقيّد 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 شكلًا تكامليًا 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]

ثالثا: 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 نسبيا 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 ورقي 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 التكيفية في الشوارع والحدائق العامة والأماكن الترفيهية التجارية الكبيرة.
- اعداد برامج إعلامية سواء كانت مرئية أم مسموعة أم مقروءة، تركز في توعية الأفراد وضرورة اتباع إشارات وتعليمات المرور.

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

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

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 للسياقة 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 تسهم في زيادة الوعي والثقافة المرورية بين سواق المركبات وتعريفهم بالقوانين والتعليمات لتجنب المخالفات والحوادث المرورية.

جدول (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 دافعًا 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 / الجنس	أشاهد		لا أشاهد		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
إناث	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 وأيضا لما تحتويه مضامينها الموجهة للسائق، وهذا ما يظهر ضرورة الاهتمام بتقديم مضامين ومقاطع واقعية تبين سلوك المرأة في الشارع خلال سياقتها للمركبة سواء كان سيئا أو جيدا، وأيضا 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

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

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 ملابساته 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

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

أظهرت بيانات الجدول رقم (7) الذي يوضح ساعات مشاهدة المبحوثين للبرامج المرورية الآتي: المبحوثون 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 المبحوثين يفضلون مشاهدة فقرات معينة من البرنامج.

جدول رقم (8) يبين هدف المبحوثين 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 المبحوثين 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 (9) يبين أسباب متابعة المبحوثين للبرامج المرورية (يمكن الإجابة لأكثر من اختيار)

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

الجدول رقم (9) يوضح أسباب مشاهدة المبثوثين للبرامج المرورية، وجاء سبب الاطلاع على الحوادث المرورية وأسبابها أولا بنسبة (39.744%)، بينما جاء ثانيا (معرفة القواعد والمخالفات المرورية

والغرامات)وبنسبة (32.692%) وحلت أخيرا (الإفادة من الإرشادات والاطلاع على القوانين الجديدة) بنسبة (27.564%).

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

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

ظهر من الجدول رقم (10) الذي يبين مدى استفادة المبحوثين من متابعة البرامج المرورية، أن جواب (استفدت كثيرا) جاء بنسبة (56.979 %) من مجموع العينة، وتلاها ثانيا الإجابة (استفدت قليلا) بنسبة (31.959 %) من العينة، بينما جاءت أخيرا الإجابة بـ(لم أستفد) بنسبة 2.062%) من مجموع العينة.

جدول رقم (11) يبين اكتساب الوعي المروري للمبحوثين عن طريق البرامج المرورية

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

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

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

عن طريق بيانات الجدول رقم (12) تبين أن اكتساب الوعي المروري للمبحوثين عن طريق متابعة البرامج المروري كان في مجالات وسلوكيات متنوعة وهي كالآتي : جاءت أولا (الالتزام بسرعة السير المناسبة) لـ(46) تكرارا وبنسبة (37.096 %) من مجموع الإجابات ، بينما جاءت ثانيا (احترام إرشادات وعليمات المرور وضرورة تنفيذها لـ(36) تكرارا بنسبة (29.034 %) من الإجابات ، وثالثا كانت (الاطلاع ومعرفة القوانين لنتجنب وتقليل المخالفات المرورية) لـ(24) تكرارا بنسبة (19.354 %) من مجموع الإجابات ، وأخيرا جاءت (معرفة العلامات المرورية والالتزام بها) لـ(18) تكرارا وبنسبة (14.516 %) من مجموع إجابات العينة .

- العلاقات الارتباطية وتطبيقها إحصائيا:

1-هنالك علاقة ارتباطية بين مشاهدة البرامج المرورية في الفضائيات وبين استفادة المبحوثين 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 إحصائيا.

2-هناك علاقة ارتباطية بين الأهداف التي يسعى المبحوثون 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 الجدولية1.66 ولأن المحسوبة أصغر من الجدولية فهي دالة إحصائيا.

3-هنالك علاقة ارتباطية بين أسباب متابعة المبحوثين 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 إحصائيا هنالك علاقة ارتباطية بين أسباب متابعة المبحوثين للبرامج المرورية في الفضائيات وبين سلوكيات الوعي المروري للمبحوثين.

وبتطبيق معامل الارتباط الرتب سبيرمان على (جدول رقم 11وجدول رقم 14) تبين أن قيمة الارتباط 1,5 وهو ارتباط عكسي تام مما يعني عدم تحقق العلاقة.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي اسفرت 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 الالكتروني.... الخ في تقديم استفساراتهم واقتراحاتهم.

5- التنسيق مع وزارتي التربية والتعليم العالي والبحث العلمي لإدراج مواد ومناهج تعليمية خاصة بالتوعية المرورية.

6- إنشاء مراكز للوعي المروري في مختلف الإدارات المرورية على مستوى العراق.

7- التوسع في التنويهات 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. ربحي مصطفى عليان، و عثمان محمد غنيم. (2000). مناهج و إساليب البحث العلمي. عمان: دار الصفا للتوزيع والنشر.
4. إيمان أبو الروس. (2001). كيف تكتب بحثا ناجحا 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 الحديثي. (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 فانيفتش. (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 الشريفيين. (2007). مدخل إلى البحث في العلوم التربوية والاجتماعية . الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

20. **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.

المستخلص

بحث بعنوان (دور التلفزيون في زيادة الوعي المروري لدى الجمهور) دراسة ميدانية على جمهور مدينه بغداد ،تتمحور أهداف هذا البحث بالإجابة عن التساؤلات التي تمت صياغتها في ضوء مشكلة البحث ويسعى البحث لتحقيق أهداف عدة وكالآتي:

1-معرفة مدى متابعة الجمهور للبرامج المرورية التلفازية.

2-معرفة عادات متابعة الجمهور للبرامج المرورية التلفازية.

3-التعرف إلى أهداف وأسباب متابعة الجمهور للبرامج المرورية التلفازية

4-معرفة مدى الإفادة من متابعة البرامج المرورية التلفازية في تعديل السلوك والوعي المروري للجمهور.

5-معرفة العلاقة بين مدى مشاهدة البرامج والفائدة والأسباب بالنسبة الى متغير الجنس وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية.

وتوصلت الباحثة إلى نتائج مهمة نذكر منها الآتي:

– أظهرت الدراسة ارتفاع نسبة مشاهدة جمهور السواق للبرامج التلفازية المرورية وبذلك يتبين أن جمهور المتلقين هو جمهور نشط، لتعرّضه لوسائل الإعلام وهو تعرض مقصود، لتحقيق فائدة معينة وهذا ما أظهرته الدراسة الاستطلاعية الأولية التي أجرتها الباحثة: إذ ارتفعت المشاهدة لبرنامج وقفة مرورية الذي يعرض من على قناة العراقية بنسبة ٧٧% من مجموع العينة.

– أظهرت النتائج ارتفاع نسبة الفائدة الناتجة من مشاهدة البرامج التلفازية المرورية التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية، إذ كانت زيادة المعلومات واكتساب الثقافة المرورية أولى أهداف المشاهدة للمبحوثين بنسبة ٦٤ % مما يؤكد تحقق فروض الدراسة.

– أوضحت البيانات الميدانية أنّ نصف عدد أفراد العينة وسواق المركبات لا يمتلكون إجازة سوق وبنسبة ٥١%، ما يعني عدم اتقان أغلب سواق المركبات للتعليمات المرورية والالتزام بالعلامات والإشارات التعريفية والإرشادية المرورية ما يستدعي ضرورة وجود برامج التوعية المرورية والاهتمام بمضامينها وتنويعها.

– على الرغم من قصدية مشاهدة المبحوثين للبرامج المرورية لفائدة معينة ورضاهم عن طرق إخراج وتقديم هذه البرامج إلا أن استفادتهم العامة في مجال التوعية المرورية كانت قليلة وكانت أجابتهم ب (استفدت قليلا) بنسبة 64% من مجموع الإجابات .

Abstract

Research entitled (The Role of Television in Increasing Traffic Awareness of the Public) 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, and 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.