

## الإعلام الإذاعي وتنمية الوعي المروري وتحقيق السلامة المرورية بالمجتمع الجزائري

دراسة استطلاعية على عينة من السائقين بالجزائر العاصمة

The effectiveness of broadcast media in developing traffic  
awareness and achieving traffic safety for Algerian drivers

An exploratory study on a sample of drivers in Algiers



د/بويحي نصرالدين<sup>1</sup>، د/ريم الفول<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة

<sup>2</sup> جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة



تاريخ الإرسال: 2020/ 07/20 تاريخ القبول: 2021/09 /15 تاريخ النشر: 2021/05 /28

### ملخص:

من جملة الموضوعات التي أصبحت تشكل مجالا للبحث في كل المجتمعات هي مسألة حوادث المرور والتي عرفت تفاقما كبيرا بفعل الزيادة المرتفعة للسيارات، وبالتالي ساهمت بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في بروز المشكلات المرورية. من جهته الاعلام وبشئى وسائله لعب ولازال يلعب دورا أساسيا في التأثير على حياة الأفراد، فهدفه الأساسي خدمة وتوعية أفراد المجتمع الواحد. ومن أهم قطاعاته في مجال التوعية خاصة المرورية منها نجد القطاع السمعي أي الإذاعي، من خلال نشر الوعي والثقافة المرورية ببث البرامج والحصص المتنوعة والمتخصصة هادفا إلى تحقيق السلامة المرورية.

تهدف هذه الدراسة الاستطلاعية إلى معرفة واقع الإعلام السمعي بالجزائر وتحديد الجزائر العاصمة ومدى فعاليته في تحقيق الوعي المروري لدى السائقين لتحقيق السلامة المرورية، باتباع المنهج المسحي. كما أن عينتنا قصدية (عرضية) أي موجهة إلى السائقين بالجزائر

العاصمة المستمعين للإذاعة، باستخدام مقياس موجه لهذه الفئة والتي تتمثل في 101 سائق، مدعمن نتائج الدراسة بالملاحظة والدراسات السابقة.  
**الكلمات المفتاحية:** الاعلام الإذاعي- الوعي المروري- السلامة المرورية- السائق.

### **Abstract:**

Among the subjects that have become an field of research in all communities is the issue of traffic accidents, which was greatly aggravated by the high number of cars, and thus effected directly or indirectly to the appearance of traffic problems. From its part, the media and its various means played and still plays an essential role in influencing the lives of individuals, its elementary goal is to serve and to direct the same community's individuals. Among the most important sectors in the field of awareness, especially traffic, we find the audio sector, I mean the radio, by spreading awareness and traffic culture by broadcasting various and specialized programs and TV shows aimed at achieving traffic safety.

This exploratory study aims to know the reality of audio media in Algeria, specifically in Algiers, and its effectiveness in achieving traffic awareness between drivers to achieve traffic safety, using the survey method. Also, our sample is intended (Casual), that means, it is directed to drivers in Algiers who listen to the radio, using a Scale for this category, which contains 101 drivers, supporting the results of the study with observation and previous studies.

**Key words:** broadcast media - traffic awareness - traffic safety - driver.

## مقدمة :

لقد شهدت معظم الدول خاصة بعد الحرب العالمية الثانية ارتفاعا كبيرا في عدد المركبات نتيجة لارتفاع دخل الفرد وازدياد حاجة التنقل مع ارتفاع التنمية الاقتصادية وتطور الدول الصناعية. كما أصبحت السيارة وسيلة نقل مهمة ورئيسية للأسرة بمختلف شرائحها الاجتماعية والاقتصادية، وعلى قدر ما قدمته هذه الوسيلة الحضارية من فوائد في عدة مجالات الحياة اليومية إلا أنها نتيجة لسوء استعمالها من قبل بعض السائقين أصبحت تشكل خطرا على حياة المجتمع والفرد.

أصبحت المشكلات الناتجة عن حوادث المرور في مختلف أنحاء العالم من المشكلات الأمنية المعاصرة التي تستدعي قلق مختلف أفراد المجتمع والأجهزة الأمنية في كل مناطق العالم، وتعاني الدول العربية من هذه المشكلات الكبيرة كغيرها من الدول. وكان للجزائر نصيب من هذا الوباء، والسبب الرئيسي هو زيادة استيراد السيارات، والقروض البنكية، واتساع المدن، وكثرة التنقل... ونتيجة لذلك فقد زادت المخالفات والمشكلات المرورية ومن ثم زادت الحوادث، التي مست جميع شرائح المجتمع، والتي تخلف من وراءها خسائر وأثار مادية ومعنوية وخاصة بشرية.

لهذا تسعى كل الدول للتخفيف أو الحد من هذه الظاهرة المخيفة، باستخدام كل الوسائل الممكنة لتوعية وغرس الثقافة المرورية لدى أفراد المجتمع (سائقين كانوا أو غير ذلك)، ولعل من أهم الوسائل التي يمكنها أن تكون فعالة بعد التشريعات القانونية طبعا، نجد وسائل الاعلام.

تعد وسائل الاعلام الكلاسيكية والجديدة من بين الوسائل الناجحة في إيصال المعلومات إلى أكبر عدد من المتلقين في وقت واحد والتأثير فيهم، كما أن الإذاعة تأتي في المقدمة في مجال التوعية المرورية، رغم تراجعها القليل

مقارنة بالتلفزيون وبوجود مختلف الوسائط الجديدة- إلى أن معظم السائقين يستمعون إليها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فالتأثير بالضرورة يكون موجود. كما ان العديد من الحصص الإذاعية رغم اختلاف مواضيعها إلى أنها تشير الى أخذ الحذر والحيطه من الحوادث المرورية، إضافة إلى البرامج المخصصة لذلك، والحملات التوعوية المدروسة، خاصة لوجود عدة محطات إذاعية بالجزائر العاصمة.

ومن خلال كل هذا نصل الى ان هدف هذه الدراسة الاستطلاعية، هو معرفة مدى فعالية الاعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري لفئة من السائقين بالجزائر العاصمة تبعاً لمتغير الجنس وخبرة السياقة، مع تسليط الضوء على عادات وأنماط استماعهم لهذه الإذاعات والهدف الأساسي من ذلك، باستخدام مختلف المعاملات الإحصائية.

### الإجراءات المنهجية:

### إشكالية الدراسة:

إن التطور الذي شهدته البشرية من وسائل النقل وتنظيمها عبر الطرق والمسالك نتج عنه زيادة عدد المركبات والسيارات في كل المجتمعات، ورغم كل التشريعات والتنظيمات التي هي في تطور مستمر إلا أن حركة المرور حسب الأخصائيين وما نلاحظه في حياتنا اليومية هي من بين أصعب المعضلات التي يواجهها العالم الآن.

ومن جهته يعتمد المجتمع المعلوماتي الحديث على مختلف الوسائط الجديدة بشتى أنواعها ويمكن أن يكون من بين الوسائل الأنجع لحل المشكلات المرورية، إلى أن وسائل الاعلام الكلاسيكية لا تزال تؤثر في نفسية ووعي المتلقين بتعدد وتعدد خدماتها، فالإذاعة لازالت تلعب دورا هاما في المجتمعات الحديثة، لكونها وسيلة سمعية فعالة في نقل المعلومات ونشر الأخبار وتوجيه المستمعين والتأثير فيهم من خلال الارشاد والتوجيه والتوعية المروري

خاصة بالنسبة لسائقين. فهي من بين الحلول الضرورية للخروج من المشكلات المرورية ولا بد من اتخاذ كافة التدابير اللازمة من حملات تحسيسية وتوعوية لنقل ونشر هذه المعلومات والإرشادات المرورية. وعلية نطرح التساؤل التالي:

**ما مدى فعالية الإعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري لدى السائقين**

**بالجزائر العاصمة لتحقيق السلامة المرورية؟**

### فرضيات الدراسة:

يؤثر الإعلام الإذاعي على الوعي المروري لتحقيق السلامة المرورية لدى السائقين بالجزائر العاصمة.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في فعالية الإعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري لضمان السلامة المرورية لدى السائقين بالجزائر العاصمة تبعا لمتغير الجنس.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في فعالية الإعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري لضمان السلامة المرورية لدى السائقين بالجزائر العاصمة تبعا لمتغير خبرة القيادة.

### أهداف وأهمية الدراسة:

تعد مرحلة اختيار موضوع الدراسة من أهم مراحل البحث العلمي، حيث تمثل خطوة أساسية ومهمة جدا، وعادة ما يكون وراء هذا الاختيار أهمية الموضوع بحد ذاته والأهداف التي يريد الباحث الوصول إليها.

تستمد دراستنا هذه أهميتها من أهمية موضوعها كذلك والمتمثلة في فعالية الإعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري لدى السائقين بمدينة الجزائر العاصمة، حيث أن هذه الأخيرة معروفة بعدد السيارات الهائل الذي يروك طرقها، وهذا ما يسبب العديد من حوادث المرور من جهة، ومن جهة أخرى نجد أن السائقين غير ولاعيين بخطورة هذه الحوادث والزيادة في السرعة مثلا

أصبح فخرا. كما أن الأهمية الكبيرة تكمن في معرفة أهمية البرامج والحملات الإعلامية الإذاعية باعتبارها الهدف الأول والاساسي لكل عمل توعوي. كما تهدف الدراسة إلى معرفة مدى تأثير السائقين المستمعين للإذاعة بالجزائر العاصمة بالبرامج والحملات الإعلامية المرورية والتي تهدف إلى تحقيق السلامة المرورية. من خلال عرض النتائج الإحصائية وتحليلها وصولا إلى حلول نراها ملائمة والتي يمكنهم الاستعانة بها والاعتماد عليها لاحقا. محاولين تسليط الضوء على مدى تعرض الجمهور السائق لها. والكشف عن دور هذه البرامج في تعزيز السلوك والثقافة المرورية لدى السائق ومدى تأثيرها على وعيه المروري.

### المنهج المستخدم:

يعد المنهج جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث اتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة 1. كما أن المنهج الأنسب لهذه الدراسة والمتمثلة في " فعالية الاعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري لتحقيق السلامة المرورية لدى السائقين بالجزائر العاصمة"، هو المنهج المسحي والذي يعتبر من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة الوصفية منها، كما تهدف طريقة المسح إلى الحصول على المعلومات اللازمة عن المجتمع المبحوث مستعينة في ذلك بالعديد من أدوات البحث العلمي، شريطة أن تكون تلك المعلومات مرتبة ومصنفة بدرجة تسمح باستمرارها في المستقبل القريب 2.

### مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي تود معرفة حقائق معينة عنها، قد تكون هذه المفردات برامج إذاعية، أو تلفزيونية أو نشرات أخبار خاصة في حالات تقييم مضمون وسائل الإعلام، وقد تكون المفردات جمهور معين لوسائل الإعلام، وكلما كان التحديد أكثر دقة كلما ساعد ذلك على دقة

النتائج3. ويتمثل مجتمع دراستنا في السائقين الجزائريين المستمعين للإذاعة، أما عينة الدراسة والتي هي جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وتعتبر جزء من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من المجتمع الأصلي، ويتم من خلالها تعميم نتائج الدراسة على المجتمع كله4، كما أن العينة الأنسب لهذه الدراسة هي العينة القصدية، والتي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا5. كما تمثلت عينة دراستنا في السائقين المستمعين للإذاعة بمدينة الجزائر العاصمة والتي تمثل عددها 101 مفردة.

### خصائص العينة من حيث المتغيرات:

يمكننا تلخيص خصائص أفراد عينتنا في الجدول التالي:  
**الجدول رقم (01): خصائص العينة من حيث المتغيرات**

الجنس:		خبرة السياقة:							
ذكر		أقل من سنتين		2-6 سنوات		7-10 سنوات		أكثر من 10 سنوات	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
53	52.47%	19	18.18%	56	55.44%	18	17.82%	8	7.92%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه، أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث وتمثلت في 52.47% في حين نسبة الإناث تقدر بـ 47.52%. كما نلاحظ أن

55.44% تمثل أعلى نسبة لأفراد العينة الذين خبرتهم في السياقة تتراوح ما بين 2-6 سنوات، وتليها فئة "الأقل من سنتين" بنسبة 18.81%، أما صاحبة الخبرة من 7-10 سنوات تأتي في الدرجة الثالثة بنسبة 17.82%، وأخيرا نجد السائقين الذين تتعدى خبرتهم في السياقة 10 سنوات بنسبة 7.92%.

### أدوات جمع وتحليل البيانات:

اعتمدنا في دراستنا هذه على:

### المقياس:

يعتبر الباحث Francis Galton أول من قدم أداة بحثية تتضمن سلسلة من الأسئلة والفقرات والعبارات الفورية المتعلقة بموضوع معين خلال فترة محددة، وذلك بهدف جمع المعلومات من المبحوثين في الميدان عن الظاهرة، يشير مصطلح القياس إلى مجموعة الإجراءات التي تتضمن تحديد وتعريف ما يجب قياسه وترجمته إلى معلومات يسهل وصفها بمستوى من الدقة. فالمقياس هو عبارة عن مجموعة من العبارات حسب ابعاد معينة، تسمح للمبحوث الإجابة عنها بإجابات محددة مقايين سابقة ومن أهمها نذكر مقياس ليكرتس الخماسي والذي إجاباته تتكون من خمسة أجوبة والمتمثلة في: (موافق بشدة- موافق- محايد- معارض- معارض بشدة)، وبه 33 عبارة مقسمة إلى ثلاث ابعاد والمتمثلة في: البعد المعرفي، والبعد المهاري، و البعد السلوكي.

### الملاحظة:

تعرف الملاحظة على أنها مشاهدة منهجية تعتمد على الحواس وما تستعين به من أدوات الرصد والقياس أي أنها مشاهدة للظواهر في أحوالها المختلفة وأوضاعها المتعددة لجمع البيانات وتسجيلها وتحليلها للتعبير عنها بأرقام 6. ومن أهم أنواعها نجد الملاحظة البسيطة، وهي نوع من الملاحظة يقوم فيه الباحث بملاحظة الظواهر والأحداث كما تحدث تلقائيا في ظروفها دون إخضاعها للضبط العلمي. في حين الملاحظة المنظمة، هي ذلك النوع المضبوط من



الملاحظة العلمية، وتختلف عن الملاحظة البسيطة من حيث اتباعها مخططا مسبقا، كما أنها تخضع لدرجة عالية من الضبط العلمي، ويحدد فيها الظروف المكانية والزمانية، ويستعان فيها بوسائل التسجيل الميكانيكية، كمسجلات الصوت والكاميرات. فهدفها الرئيسي هو جمع بيانات دقيقة عن الظاهرة موضوع الدراسة<sup>7</sup>. كما اننا استخدمنا الملاحظة البسيطة لتدعيم نتائج الدراسة.

### مجالات الدراسة:

المجال البشري: السائقين بالجزائر العاصمة.

المجال المكاني: الجزائر العاصمة.

المجال الزمني: من 15 سبتمبر إلى 02 ديسمبر 2019.

### الخلفية النظرية:

#### أساليب غرس وتنمية الوعي المروري:

تتعدد مفاهيم التوعية وتختلف باختلاف الباحثين، فعلماء النفس يرون أن الوعي هو حالة من اليقظة تتمثل في مجموعة من الأنشطة العقلية، تعكس درجة من درجات الانتباه والفهم التلقائي لمجموعة من الأفكار أو تعينه على الإدراك باختلاف درجاته<sup>8</sup>. أما علماء الاجتماع، فيرون أن ادراك الفرد لذاته باعتباره عصوا في جماعة معينة، كما هو الحصيلة المستمرة لعمليات الإدراك الشاملة التي يقوم بها الإنسان أينما وجد، وبأجياله المتعاقبة منذ ظهوره في هذا الكون، وتتضمن أربعة عناصر: الإدراك، الفهم، التقويم، والسلوك<sup>9</sup>. كما أن الثقافة المرورية هي كل ما يحمله السائق من أفكار واتجاهات يعيها وعيا تاما ويطبقتها باهتمام، وتتمثل في ما يجب أن يعرفه بالكامل عن نظام المرور، وما ليده من إحساس بالمسؤولية، وما يتصف به من ذوق عام وأخلاق حميدة تمنعه من الحصول على حقه في الطريق على حساب الآخرين<sup>10</sup>.

إن المشكلة التي يعاني منها العالم اليوم هي السائق فهو السبب في كل مشاكل المرور، فالسائق الجاهل يريك حركة المرور ويفسد كل شيء مهما

كانت الإمكانيات المتاحة. فمسئوليته كانسان هي العامل الأول لتقليل الحوادث إذا التزم بقوة الملاحظة، والقدرة على التحكم في نفسه، وفي قيادة السيارة وطريقة سيره في الطريق 11. فعلى الجهات الوصية اللجوء إلى استخدام كافة الوسائل اللازمة للحد من حوادث المرور ومحاولة توعية السائقين بغرس ثقافة مرورية لديهم.

يقصد بالتوعية المرورية نشر الوعي المروري لدى كافة أفراد الجمهور، وذلك بتصحيح المفاهيم الخاطئة لديهم بالإقناع عن طريق تقديم المعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد في تكوين رأي صائب وخلق قابلية للاستعداد للتقيد الطوعي بقواعد وأنظمة المرور وذلك لتحقيق الأمن والسلامة من استعمال الطرق 12. كما هو الأساس في الوقاية من أخطار استعمال الطريق، ونقصد بالوعي مدى إدراك الفرد لقواعد السلامة وإلمامه بالكيفية السليمة للسياسة والسير في الطريق، ثم الاقتناع بجذوى الالتزام بتطبيق هذه التدابير وإتباع تلك الوقائع عن قناعة، حفاظا على سلامته وسلامة غيره، وليس خوفا من العقوبات والإجراءات الردعية، فعلى كل مستعملي الطريق أن يتحلى بهذا الوعي ولا بد أن يكتسب ذلك عن طريق التوعية 13.

ومن أهم أهداف التوعية المرورية، تبصير المواطن بمشاكل المرور وأثرها على سلامته ومصالحه، وما يبذل من وسائل وأساليب لمعالجتها، وتعيده على ممارسة السلوك الصحيح لقواعد وآداب المرور بشكل طوعي باعتباره ضرورة وطنية، إلى جانبها يعطيه مظهر الحركة السليمة من فكرة حضارية مشرقة. مع شرح أنظمة السير وقواعد آداب المرور بأسلوب محبب ومشوق وبشكل مستمر ومنظم لتنمية روح التعاون وبث الألفة والمساعدة بين مستعملي الطريق. وذلك بشرح القرارات والتعليمات التي تصدر عن الجهات ذات العلاقة بالمرور، وخلق العلاقة الطيبة والثقة المتبادلة بين أفراد الجمهور ورجل المرور لرفع

مستوى رجل المرور ليكن على مستوى الأداء الكامل في عمله عن طريق حسن انتقائه ومعالجة الظواهر السلبيّة<sup>14</sup>.

كما أن التوعية المرورية تهدف أساسا لتغيير المفاهيم التي اعتاد عليها أفراد المجتمع وذلك بالتقيد بأنظمة وقواعد المرور بدافع حب الذات والنظام لا خوفا من العقاب، لقناعتهم بما سوف ينتج عن مخالفة الأنظمة والقواعد المرورية من أخطار تهدد حياتهم والأسس التي يقوم عليها الوعي المروري لأفراد المجتمع فيما يتعلق بأنظمة وقواعد المرور هي:

إيجاد توعية مناسبة لرجال المرور.

إيجاد توعية مناسبة لأفراد المجتمع.

ومن أجل الوصول إلى خلق وعي مروري وغرس ثقافة مرورية متكامل لا بد أن نبدأ أولا بتوعية رجال المرور أنفسهم عن طريق تنظيم برامج تدريبية تعد لهم، سواء كانت في الداخل أو الخارج ليمارس رجال المرور واجباتهم الوظيفية بإجراءات فعالة وبأوقات قصيرة دون تمييز أو تفریق بين أي من أفراد المجتمع في المعاملة، مع ضرورة التركيز أيضا على العوامل التي تساعد في دعم وتوطيد علاقتهم بمستعملي الطريق<sup>15</sup>. ولكي يتحقق كل هذا لا بد من

المرور بثلاث أساليب رئيسية وهي: 16

الأسلوب المعرفي: يعني تزويد الفرد بكل المعارف والمعلومات الخاصة بالمرور وقواعد تنظيمه، أي تمكينه من الإلمام بقواعد تنظيم المرور والقوانين والتنظيمات التي تحكم سير المركبات والمنشأة في الطريق العام مثل الإشارات والعلامات ومبادئ الأولوية وشروط التجاوز... والمأم الجمهور بهذه المعارف يحقق وحدة الفكر والمفاهيم بين مستخدمي الطريق العام.

الأسلوب المهاري: يعني تنمية قدرات الجمهور وصقل مهاراته في الاستعمال الأمثل للطريق، سواء أثناء سياقة المركبات أو أثناء السير.

الأسلوب السلوكي: يعني تهذيب سلوك مستعمل الطريق من خلال التركيز على الجوانب النفسية له، والسعي إلى إقناعه بتقبل قواعد السلامة المرورية وجعله يؤمن بجدوى الأمتثال لها، وغرس قيم التسامح في نفسه والاحساس بمسؤوليته على سلامته وسلامة غيره.

يمكننا تطبيق هذه الأساليب التوعوية المرورية علميا، باعلام وتوعية مستعملي الطرق، خاصة باستخدام وسائل الاعلام الكلاسيكية والجديدة منها خاصة الإذاعة بنشر حملات تحسيسية توعوية تأثر على الفرد، ينشر الرسالة على أكبر عدد من الأفراد في وقت واحد. كما نجد أن الوعي المروري يمضي بالتوازي مع الثقافة المرورية، فبسماتها الثلاثة، التنوع، والمرونة، وواقعية التمثيل للأشياء والمواضيع تسمح للفرد أن يكون واعي، من خلال التعرض لوسائل الإعلام، لكونها تحظى بدرجة عالية وأهمية قصوى من التثقيف. كما أنها تحولت إلى أدوات تثقيفية، وأصبحت وسائل الاعلام المحلية الوسيلة الجماهيرية الأولى لنشر وتوصيل الثقافة، بل وتؤثر بشكل أساسي في عملية انتقاء المحتوى الثقافي. وبما أن الثقافة المرورية فرع من الثقافة العامة فإن علاقتها بالإعلام هي علاقة تفاعلية تكاملية، فالثقافة المرورية تنسم بالاستمرارية، والتخطيط والبرمجة، والتفاعلية والتكاملية هذا ما يمكنها من توعية الفرد وحمايته من حوادث المرور الأليمة.

**الحملات الإعلامية الإذاعية ودورها في غرس الثقافة وتنمية الوعي المروري:**

تعد المشكلة المرورية مشكلة سلوك ووعي اجتماعي، حيث ترتبط وثيقا بقيم وتربية الأفراد، ومن البديهي أن كل الإجراءات المتعلقة بالتوعية والتحسيس في هذا المجال لا يمكن أن تكون فعالة إلا إذا وضعت في إطار استراتيجية مدروسة، وكانت مرفقة بإجراءات مكتملة في مجالات أخرى، ومن هنا فان

تنظيم الحملات التوعوية يلعب دورا هاما، كونها تمثل حجر الزاوية في عملية  
الوقاية المرورية 17.

تعتبر الحملات الإعلامية جهدا منظما إلى إقناع مجموعة مستهدفة بقبول  
أفكار أو اتجاهات أو سلوكيات أو تعديلها أو الابتعاد عنها، تقوم بها جماعة من  
المجتمع أو جهة معينة، ويحدث عن طريق مراحل وتأثير تراكمي 18. كما تعد  
الحملات الإعلامية شكرا من أشكال الاتصال الاجتماعي يتأسس على الاستخدام  
المخطط لمجموعة متنوعة من الوسائل الاتصالية والأساليب الابتكارية لحث  
المجتمع عامة أو بعض فئاته بشكل خاص لقبول فكرة أو أفكار تتبناه وتدعمها  
وذلك باستخدام استراتيجية، عن طريق جهود متواصلة في إطار زمني محدد،  
هدفها أحداث تغييرات إدراكية، أو اتجاهية، أو سلوكية لدى الجمهور المحدد في  
مكان وزمن محدد، باستخدام أكبر كم ممكن من الوسائل الإعلامية المتاحة  
وكافة الأشكال والقوالب الاعلامية 19.

كما يتفق علماء الاجتماع على أن التغيير الاجتماعي هو أهم ما ميز  
المجتمعات البشرية، ذلك أنه قد يحدث بشكل آلي وطبيعي نتيجة حاجة المجتمع  
للتغيير، أو قد يحدث بشكل قسري بقوة القوانين والحروب، وفي المجتمعات  
المعاصرة تقوم حملات التسويق الاجتماعي بدور هام في عملية التغيير  
الاجتماعي، لما لها من قدرة على الاقناع والتأثير على تظر المجتمع، وتنقسم  
الحملات الإعلامية حسب الهدف المرجو منها إلى ثلاث أنواع وهي: التغيير في  
المعتقدات، أو التغيير في الأفكار، أو في السلوك 20. ويصب تحديد الهدف من  
القيام بأي حملة إلى التأكد على أن كل نوع من الأنواع الثلاثة يكون مستقلا بذاته  
في موضوع الحملة، وأن تراعي الخطة تحديد هدف محدد تعمل وسائل الاعلام  
جميعها بشكل متكامل على تحقيقه ثم تنقل إلى الهدف الموالي... 21 فهي نوع  
من الدعاية الإعلامية والتي يرى (جاك أيلول) على أنها تطغي على كل جوانب  
الحياة وتتخللها متسربة إليها. فهي ضرورة لازمة بسبب حاجة الانسان لها

لتزويده بالمعلومات المختلفة لمواجهة المواقف المتغيرة مواجهة صحيحة 22. باستخدام كافة وسائل الاعلام الكلاسيكية أو الجديدة، ولعل من أهم هذه الوسائل الإعلامية والتي لها صدى وتأثير كبير في غرس الثقافة المرورية وتنمية الوعي المروري نجد الإذاعة.

رغم تراجع أهمية الإذاعة بعد ظهور التلفزيون، إلا أنه ما زال لها جمهورها ومميزاتها وخصوصياتها التي لا تجعل البعض يتنازل عنها. فالإذاعة وسيلة إعلامية جماهيرية واسعة الانتشار، يمكنها أن تصل إلى جميع الأفراد بيسر وسهولة متخطية حاجز الأمية والحدود الجغرافية، كما أن عملية استقبال المواد الإعلامية من خلال أجهزة الراديو لا تحتاج إلى أي مجهود با يمكن نقله إلى أي مكان، ولا تتطلب تفرغا تاما للاستماع إليها. كما تزداد فاعلية الرسالة الإعلامية المذاعة بدفع الصوت والمؤثرات الأخرى كالموسيقى... بالإضافة إلى أن المواد السهلة والبسيطة التي تقدم بواسطة الراديو يسهل تذكرها، فهي تصل إلى كل شرائح المجتمع. فقط يجب على القائمين بالاتصال الإذاعي أن يبذلوا جهودا مضاعفة تمكنهم من جذب انتباه المستمع واهتمامه بالمادة الإعلامية المقدمة. كما أنها تقوم على أساس نقل وبث الأصوات بسرعة، والصوت البشري عبر المذيع هو حامل للرسالة الإعلامية هذا ما يعطي لتجربة الاستماع طابعها الفردي والذاتي. كما أن الانتشار الواسع للموجات الإذاعية يجعلها قادرة على إعطاء إحساس عام وجماعي، وبالتالي يجعلها أكثر مقدرة على إعطاء إحساس عام وجماعي، وبالتالي يجعلها أكثر وسيلة إعلامية مقدرة على الاستهواء، وبالتالي الوصول والتأثير في أوساط الجماهير 23 .

فهي الوسيلة الإعلامية الأولى التي استطاعت أن تصل إلى جمهورها في أي مكان متخطية الحواجز الأمنية، كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ الاستماع إليها 24. كما انه لا يكاد يخلو منزل أو سيارة أو محل تجاري في وقتنا الحاضر من المذيع لالتقاط الارسال الإذاعي، فهو الوسيلة الإعلامية التي تستطيع أن تصل

إلى أي مكان، متجاوزة الحواجز الأمنية عقبات الانتقال عبر حدود الدول والقارات لتصل إلى المستمعين في أي مكان. وهي من الوسائل المهمة التي يجب استخدامها في إيصال التوعية المرورية إلى الجمهور المستمعين من مستعملي الطرق. وذلك عن طريق إجراء المقابلات الإذاعية عن الحوادث مع رجال المرور أو المختصين في هذا الحقل. بنقل قواعد وأنظمة المرور غيرها إلى مستعملي الطرق. مع ابلاغ السائقين عن أحوال حركة السير والطرق في حالة تعطل السير<sup>25</sup>.

وإن بث الحملات الإعلامية عبر الإذاعة هو خيار جذاب بشكل متزايد للعديد من المنظمات وهذا بسبب أنها وسيلة إعلامية تمتاز بالحيوية التي تنطلق من الصوت الإنساني، ولا تتطلب أي قدرة من التعلم، كما أصبحت الأفكار من خلالها مشاعا تناسب البيوت وتسلل إلى النفوس في كل الأماكن بغض النظر عن الطبقات الاجتماعية التي توجه إليها الرسالة التي تكون عادة مصاغة باللهجة والأسلوب المناسب للجمهور المستمع. لهذا تعد الإذاعة كوسيلة لنقل الأفكار الصوتية ذات تأثير قوي في حياة الناس وطرق معيشتهم بوجه عام، ويزداد هذا التأثير عمقا إذا صيغت مضامينها باللهجة والأسلوب المناسب للجمهور المستهدف لذا فكثيرا ما تعتمد عليها سلطات الأمن في إذاعة البيانات والبرامج الأمنية التي تهدف إلى مكافحة الجريمة وتوعية المواطنين للتخلص من العادات والتقاليد الضارة<sup>26</sup>.

كما تتمكن الإذاعة من إضفاء الأثر الدرامي على سردها وطريقتها بواسطة ثلاث عوامل وهي، المؤثرات الصوتية، الموسيقى، والحوار الذي يعمل على دمج الجمهور في العلاقات الإنسانية بإثارة العاطفة<sup>27</sup>. يضاف إلى ذلك الإحساس الجماعي، حيث يحس المتلقي أنه عضو مشارك، كما تكتسب الإذاعة أهمية خاصة عند حدوث الأحداث والأزمات والصراعات كما تتميز أيضا بقدرتها على بث روح الاهتمام بالمسائل العامة<sup>28</sup>.

وتساعد الحملات الإعلامية الإذاعية في مجال السلامة المرورية إلى تحقيق فورية الاتصال، وهي خاصية هامة، تتحقق من خلال مخاطبة قاندي السيارات في أي موقع كان، وتوجيههم إلى طريق بديل، وبث البرامج التوعوية والتثقيفية في مجال الوقاية المرورية. كما يشعر المستمع أن الرسالة الإعلامية قد أعدت له بصفة شخصية من خلال استخدام بعض الكلمات الإيحائية والبرامج المرورية المختصرة هدفها الارشاد والتوعية المرورية. فالإذاعة تساعد على انتشار الرسالة الإعلامية المرورية نتيجة قدرتها على مخاطبة جميع الفئات بما يتفق مع ثقافتهم واهتماماتهم فضلا عن القدرة الإيحائية لها مما يزيد فرص جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بمضمون الرسائل الإعلامية المرورية كالشعارات، والجمال الارشادية المستخدمة في الحملات التوعوية المرورية<sup>29</sup>.

فعالية الاعلام الإذاعي في توعية الوعي المروري لدى السائقين بالجزائر العاصمة:

بعد توزيع المقياس، واسترجاعه وتفريغه، تمت المعالجة الاحصائية ببرنامج spss، وتوصلت الدراسة الى النتائج التالية:

**الجدول رقم(2): يوضح نتائج اختبار"ت" للعينة الواحدة لقياس ما إذا كان**

**الإعلام الإذاعي يعزز الوعي المروري لدى أفراد العينة**

مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتوسط النظري	العينة	
0,0000	3,604	3,80978	31,3663	30	101	البعد المعرفي
0.0000	4,009	4,16960	31,6634	30	101	البعد المهاري
0.0000	3.864	4.48134	31.7228	30	101	البعد السلوكي



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بأنّ الإعلام الإذاعي يعزّز الوعي المروري لدى أفراد العينة، وذلك بالنسبة للأبعاد الثلاث على حدّ سواء، وذلك على اعتبار أنّ المتوسطات الحسابية للأبعاد: 31.3663، 31.6634، و31.7228 على التوالي جاءت أكبر من المتوسطات النظرية للأبعاد (30)، ومستوى الدلالة المحسوب (0.0000) جاء أقل من القيمة المعنوية للدلالة المعتمدة (0.05). وهو ما يشير بوضوح إلى أن الإعلام الإذاعي يعزّز بطريقة إيجابية الوعي لدى أفراد العينة.

وهذا راجع لخصائص الوسيلة الإعلامية بحد ذاتها، فمن قدرتها تخطي الحاجز المكاني إلى مخاطبة كافة شرائح المجتمع باختلاف مستوياتهم التعليمية والاجتماعية إضافة إلى المواءمة في ظروف التعرض، وإمكانية تعرض جمهور السائقين لمضامين هذه الوسيلة وذلك بحكم تنقلاتهم لأداء أعمالهم حيث تقضي هذه الشريحة وقتا معتبرا داخل السيارات ما يجعلها أكثر عرضة للمضامين الإذاعية خاصة بالجزائر العاصمة والتي تعد من بين الولايات الجزائرية الأكثر ازدحاما، خاصة بوجود مختلف المحطات الإذاعية بالعاصمة مثل إذاعة البهجة، القناة الأولى، جيل أفام... والتي تبث مختلف الحملات والبرامج التوعوية المرورية المقصودة والمدروسة مسبقا، ومنه نقول أن الفرضية الأولى مثبتة.

**الجدول رقم(3): يوضح نتائج اختبار"ت" للعينتين المستقلتين لقياس الفروق في درجة تعزيز الإعلام الإذاعي يؤثر على الوعي المروري لدى أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس**

مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس	
,2880	-	3,99274	30,9811	53	ذكر	البعد المعرفي:
		1,069	3,59052	31,7917	48	
,5640	-	4,31683	31,4340	53	ذكر	البعد المهاري:
		,5790	4,03091	31,9167	48	
,7670	,2970	4,60099	31,8491	53	ذكر	البعد السلوكي:
			4,38970	31,5833	48	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 في درجة تعزيز الإعلام الإذاعي للوعي المروري لدى أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس، لأن مستويات الدلالة المحسوبة والتي جاءت على التوالي: 0.288 للبعد الأول، و 0.564 للبعد الثاني، و 0.767 للبعد الثالث، أكبر من القيمة المعنوية للدلالة المعتمدة (0.05)، وبالتالي فإن متغير الجنس يعدّ غير فعّال على هذا المستوى.

أي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في فعالية الإعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري لضمان السلامة المرورية بين الذكور والإناث، خاصة وأن البرامج الإذاعية التي لها علاقة بالجانب المروري تكون موجهة لكلا الجنسين. ومنه نقول أن الفرضية الثانية غير مثبتة.

### الجدول رقم(4) يوضح نتائج اختبار بيرلسون لقياس الارتباط بين تعزيز الإعلام الإذاعي للوعي المروري والخبرة في السياقة لدى أفراد العينة.

مستوى الدلالة	قيمة بيرلسون	العينة	
دال عند مستوى 0.05	*0.206	101	البعد المعرفي
غير دال	0.046	101	البعد المهاري
غير دال	0.068	101	البعد السلوكي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه توجد علاقة ارتباط بين تعزيز الإعلام الإذاعي للوعي المروري والخبرة في السياقة لدى أفراد العينة، بالنسبة للبعد المعرفي فقط، لأن مستوى الدلالة المحسوب لقيمة بيرلسون لقياس الارتباط للبعد الأول جاء دالا عند مستوى 0.05، أما بالنسبة للبعدين المهاري والسلوكي، فنتيجة اختبار بيرلسون تشير إلى عدم وجود ارتباط بين تعزيز الإعلام الإذاعي لهما، وبين خبرة السياقة لدى أفراد العينة.

وهذا راجع للهدف الأول للمضامين الاعلامية المسموعة، وهو تزويد الفرد بكل المعارف والمعلومات الخاصة بالمرور وقواعد تنظيمه، كالتذكير بالقواعد والقوانين المرورية، والتذكير بالتقليل من السرعة في أي برنامج إذاعي كان، لكون السائقين هم أكبر شريحة من الجمهور المستمع.... كما أن الحملات التوعوية المرورية المدروسة مقنعة جدا خاصة حملات التغيير المعرفي. والتي تعرف بحملات المعلومات العامة أو التعليم العام، عادة ما تهدف إلى تزويد الأفراد بمعلومات والزيادة من وعيهم المروري، هذا النوع من الحملات يعتبر من أسهل حملات التغيير الاجتماعي، لأنها لا تهدف إلى إحداث تغيير عميق في

السلوك وإنما يتحقق هدفها في إعطاء الأفراد المعلومات التي تتعلق بالقضية الاجتماعية. ومنه نقول أن الفرضية الثالثة مثبتته مع البعد المعرفي فقط.

### نتائج الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى فعالية الإعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري وتحقيق السلامة المرورية لدى السائقين الجزائريين بالجزائر العاصمة، وذلك من خلال تسليط الضوء على هذه البرامج الإعلامية المسموعة، وعلى مدى تعرض وتذكر جمهور السائقين لها ومحتوياتها، وعلى آرائهم وتوجهاتهم نحو مضامينها، وعلى مدى تأثير معارفهم وسلوكياتهم بنصائحها وتوجيهاتها... وقد أسفرت هذه الدراسة عن النتائج التالية:

يؤثر الإعلام الإذاعي على الوعي المروري لتحقيق السلامة المرورية لدى السائقين بالجزائر العاصمة.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في فعالية الإعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري لضمان السلامة المرورية لدى السائقين بالجزائر العاصمة تبعاً لمتغير الجنس.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في فعالية الإعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري المعرفي لضمان السلامة المرورية لدى السائقين بالجزائر العاصمة تبعاً لمتغير خبرة السياقة.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في فعالية الإعلام الإذاعي في تنمية الوعي المروري السلوكي والمهاري لضمان السلامة المرورية لدى السائقين بالجزائر العاصمة تبعاً لمتغير خبرة السياقة.

### خلاصة:

إن دراسة فعالية الرسائل الإعلامية المسموعة الهادفة بشكل عام، الخادمة للمصلحة العامة للفرد والمجتمع على وجه الخصوص مسألة تتطلب العناية الكبيرة بجملة من المتغيرات، انطلاقاً من الاهتمام بكيفية إعداد وتخطيط هذه

الحملات والبرامج الإذاعية والاهتمام بطبيعة رسائلها، وصولاً إلى ضرورة دراسة الجمهور المستهدف (السائق) الذي يمثل الهدف الأساسي لأي عمل إعلامي مروري توعوي.

كما أن الوصول إلى الاستجابة المرجوة لترسيخ الوعي المروري يتطلب تجنيد كل الجهود التي تنصب عادة على أفكار لتعديلها أو معارف لتطويرها أو على دفع الوعي الاجتماعي إلى الطريق السليم أو على اتجاهات ومهارات وسلوكيات لتغييرها، بغض النظر عن متغير الجنس، لكون المرأة أصبحت تقود السيارة، وبالتالي تتعرض وتتأثر بالمضامين الإعلامية المرورية المسموعة مثلها مثل الرجل، بالتركيز على الجانب المعرفي للمضمون الإعلامي وللجمهور المستهدف طبعاً.

### التهميش:

- 1 سمير محمد حسين، بحوث الاعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتاب، القاهرة، 2006، ص131.
- 2 أحمد بت مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص283.
- 3 محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص29.
- 4 رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2007، ص334.
- 5 أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 197.
- 6 ينظر مروان وعبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الورق، عمان، الأردن، 2000، ص174.
- 7 حمدي أبو الفتوح عطية، منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية، ط1 دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 1996، ص 232، 233.

<sup>8</sup>فهد بن متعب العربي، تقويم فعالية برامج التوعية الأمنية، أكاديمية نايف العربية للعلوم، 1423هـ، ص18.

<sup>9</sup>ملتقى وطني، دور الجماعات في التوعية للوقاية من حوادث المرور، وزارة الداخلية والجماعات المحلية، الجزائر، 2000/11/25.

<sup>10</sup>كبان أحمد، تأثير الإذاعة الجهوية لعين الدفلى على الثقافة المرورية لمستمعيها، دراسة ميدانية بإذاعة عين الدفلى الجهوية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، شعبة علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجبالي بونعامة خميس مليانة، الجزائر، 2015/2014، ص34.

<sup>11</sup>علي سعود السهلي، دور الاعلام في معالجة المشكلات المرورية، كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2008، ص128.

<sup>12</sup>مجلة الدفاع الاجتماعي، مشاكل المرور في العالم العربي، دورة التوعية في التخفيف من حوادث السير، المنظمة، العربية للدفاع الاجتماعي، الرباط، العدد2، 1982، ص59.

<sup>13</sup>كبان أحمد، مرجع سابق، ص62.

<sup>14</sup>مجلة الدفاع الاجتماعي، نفس المرجع السابق، ص59.

<sup>15</sup>علي سعود السهلي، مرجع سبق ذكره، ص129.

<sup>16</sup>مقتي أسماء، دور الاعلام المحلي في التقليل من حوادث المرور (إذاعة مستغانم نموذجا)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، 2014-2015، ص61.

<sup>17</sup>علي عبد الله خلق، التكاليف الاقتصادية والاجتماعية لحوادث المرور في العراق، الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2010، ص97.

<sup>18</sup>منى الحديدي، وسلوى إمام، الإعلام والمجتمع، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص33.

<sup>19</sup>سوزان القليني، التخطيط للحملات الإعلامية والاعلانية، ط2، د ن، القاهرة 2008، ص82.

<sup>20</sup>عيسى بوكرموش، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجا، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، فرع اتصال استراتيجي، قسم الاتصال، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، ص63.

- <sup>21</sup> هدى صالح، لماذا تفشل حملات التوعية المرورية ومتى تنجح؟ مجلة القافلة، العدد 45، 2010، ص140.
- <sup>22</sup> علي سعود السهلي، راجع الفصل الرابع خطة الارتفاع وبمستوى التوعية المرورية لدى الشباب، دراسة لمتطلبات درجة الماجستير في العلوم الأمنية، جامعة نايف العربية، الرياض، 1989، ص 142.
- <sup>23</sup> بن عباس فتيحة، دور الاعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر، مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية (دراسة وصفية استطلاعية)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2012/2011، ص 64، 65.
- <sup>24</sup> زهير إحدان، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 1989، ص89.
- <sup>25</sup> عبد الله باجبير، صحيفة الشرق الأوسط/ مع قهوة الصباح، المملكة العربية السعودية، العدد 3541، ب س ن، ص15.
- <sup>26</sup> عصمت عدلي، المدخل إلى التشريعات الإعلامية والاعلام الأمني، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 290.
- <sup>27</sup> سهير جاد، وسائل الاعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة العامة المصرية للكتاب، د ب ن، 2003، ص 143.
- <sup>28</sup> صابر سليمان عسران، تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية ، العدد 179، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، 2005، ص32.
- <sup>29</sup> جاسم خليل ميرزا، العلاقة بين الأجهزة المرورية ووسائل الاعلام: الأسس والمبادئ، كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2008، ص70.

### قائمة المراجع:

- أحمد بت مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، (2005). ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،

- بن عباس فتيحة، دور الاعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائرك مقارنة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية ( دراسة وصفية استطلاعية)، (2012/2011) أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر.
- جاسم خليل ميرزا، العلاقة بين الأجهزة المرورية ووسائل الاعلام: الأسس والمبادئ، (2008) كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- حمدي أبو الفتوح عطية، منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية، (1996) ط1 دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر،
- رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، (2007) دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر.
- زهير إحدادن، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، (1989) ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر.
- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، (2006) عالم الكتاب، القاهرة.
- سوزان القليني، التخطيط للحملات الإعلامية والاعلانية، (2008) ط2، د د ن، القاهرة.



- سهير جاد، وسائل الاعلام والاتصال الإقناعي، (2003) الهيئة العامة المصرية للكتاب، د ب ن.
- صابر سليمان عسران، تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية، العدد 179، مجلة الفن الإذاعي، اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري.
- علي سعود السهلي، دور الاعلام في معالجة المشكلات المرورية، (2008) كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- عبد الله باجبير، صحيفة الشرق الأوسط/ مع قهوة الصباح، المملكة العربية السعودية، العدد 3541، ب س ن. عصمت عدلي، المدخل إلى التشريعات الإعلامية والاعلام الأمني، (2009) دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر.
- علي عبد الله خلق، التكاليف الاقتصادية والاجتماعية لحوادث المرور في العراق، (2010) الأكاديمية العربية، الدانمارك.
- عيسى بوكرموش، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية، دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجا، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، فرع اتصال استراتيجي، قسم الاتصال، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

- علي سعود السهلي، راجع الفصل الرابع خطة الارتفاع وبمستوى التوعية المرورية لدى الشباب،(1989) دراسة لمتطلبات درجة الماجستير في العلوم الأمنية، جامعة نايف العربية، الرياض.
- فهد بن متعب العربي، تقويم فعالية برامج التوعية الأمنية، أكاديمية نايف العربية للعلوم، 1423هـ.
- كبان أحمد، تأثير الإذاعة الجهوية لعين الدفلى على الثقافة المرورية لمستمعيها، دراسة ميدانية بإذاعة عين الدفلى الجهوية،(2015/2014) مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، شعبة علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجبالي بونعامة خميس مليانة، الجزائر،.
- محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية،(2000) ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- مجلة الدفاع الاجتماعي، مشاكل المرور في العالم العربي،(1982) دورة التوعية في التخفيف من حوادث السير، المنظمة ، العربية للدفاع الاجتماعي، الرباط، العدد2.
- مقني أسماء، دور الاعلام المحلي في التقليل من حوادث المرور (إذاعة مستغانم نموذجاً)، ( 2015-2014) مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، قسم علوم

الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس.

- منى الحديدي، وسلوى إمام، الإعلام والمجتمع، (2006) ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- هدى صالح، لماذا تفشل حملات التوعية المرورية ومتى تنجح؟ (2010) مجلة القافلة، العدد 45.