

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال نهم، شماره سی و سوم، زمستان ۱۳۹۵

ص ص ۳۷-۴۹

نقش پیام‌های ترافیکی بر ارتقاء فرهنگ ترافیک از نگاه شهروندان تهرانی

(بررسی دو برنامه سفر به خیر و تازه‌های ترافیکی تلویزیون)

خدیدجه فلاحی پیروز^۱

دکتر حاجی محمد احمدی^۲

دکتر سید محمد دادگران^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۶/۳۰

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۵/۹/۷

چکیده

این تحقیق از نظر روش تحقیق به صورت توصیفی - پیمایشی می‌باشد و از مناطق شمال، مرکز، جنوب، شرق و غرب که از بین آن‌ها به صورت تصادفی، پرسشنامه بین ۳۸۴ نفر تقسیم شده است و از هر منطقه تعداد ۹۶ پرسشنامه توزیع و جمع‌آوری و در نهایت با استفاده از نرم‌افزار spss، داده‌ها تجزیه و تحلیل می‌شوند. نتایج به دست آمده، نشان می‌دهد وجود برنامه‌های سفر به خیر و تازه‌های ترافیکی، رابطه مثبتی با ارتقاء فرهنگ ترافیکی دارد. با فرض اطمینان ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت وجود برنامه‌هایی مانند سفر به خیر و تازه‌های ترافیکی، رابطه مثبتی با ارتقاء فرهنگ ترافیکی دارد و با افزایش پخش برنامه‌هایی با مضامین ترافیکی، فرهنگ ترافیکی نیز ارتقاء می‌یابد. این یافته‌ها، نشان می‌دهند که طبقه اجتماعی مخاطبان برنامه‌های تلویزیونی، رابطه مثبتی با ارتقاء فرهنگ ترافیکی دارند و علاوه بر آن، بین محل جغرافیایی و ارتقاء فرهنگ ترافیکی، رابطه معناداری برقرار است. در نهایت، از تحلیل داده‌ها نیز به این نتیجه دست می‌یابیم که وجود برنامه‌های ترافیکی، به ویژه تفکیک جنسیت، سبب افزایش فرهنگ ارتقاء ترافیکی می‌شود. با توجه به نتایج داده‌ها بین اثرپذیری مخاطبان در مناطق مختلف تهران، تفاوت معناداری وجود دارد؛ بنابراین با فرض اطمینان ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت تاثیرپذیری افراد در مناطق مختلف متفاوت است.

واژگان کلیدی: پیام‌های ترافیکی، ارتقاء فرهنگ ترافیک، برنامه سفر به خیر و تازه‌های ترافیکی تلویزیون.

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز؛ تهران- ایران.

E- mail: falahi.9393@gmail.com

۲. عضو هیات علمی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران- ایران (نویسنده مسول).

۳. عضو هیات علمی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران- ایران.

مقدمه

در شهر بزرگ تهران و کلانشهرها مشکل ترافیک به خاطر انبوه جمعیت و تولید خودرو و ساخت و ساز بی رویه نمود بسیار کرده است، به طوری که ساعت‌ها، شهروندان باید وقت خود را در ترافیک بسر ببرند.

- جامعه‌شناسی کلانشهر تهران (مطالعه موردی فرهنگ ترافیک، چالش‌ها و چشم‌اندازها) توسط ربانی (مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی: ۲۴۲-۲۵۳)، تدوین شده است وی نیز این چنین آغاز می‌کند: در بخش نخست این نوشتار، ابعاد فاجعه زیست محیطی شهر تهران، جنبه‌های گوناگون آن و هزینه‌های معضل ترافیک از ابعاد فیزیکی، اقتصادی، روانی و اجتماعی مورد ارزیابی قرار گرفته است و در بخش دوم مسائل ترافیکی و پارامترهای موثر زمینه ترافیک شهری تشریح شده است.

پس از آن نتایج نظرسنجی از شهروندان تهرانی پیرامون مشکلات ترافیک مطرح و سرانجام راهکارها، اولویت‌ها و سیاست‌های رسمی و پیشنهادهایی برای حل معضل اجتماعی و فرهنگی ترافیک و نیز نقش عوامل گوناگون چون تکنولوژی اطلاعات، آموزش و رسانه‌های گروهی، اقدامات مدیریتی و تشدید مجازات‌ها و ... در این زمینه بررسی شده است.

- خانواده و ارتقاء فرهنگ ترافیک و ایمنی (رفتار ترافیکی شما پدر و مادر دلسوز، بهترین الگو برای فرزندان است) نیز عنوان پژوهشی است که (مجله پیوند: ۱۳-۱۲)، در این پژوهش نیز تلاش شده است تا به گونه‌ای دیگر به موضوع توجه شود. در این پژوهش می‌خوانیم:

همان‌گونه که می‌دانید حمل و نقل، مدیریت ترافیک و سوخت، حفظ محیط زیست و ایمنی و سلامت شهروندان در کشورها، یکی از مبانی توسعه در هر جامعه است و به دلیل فرایند پیچیده و ابعاد موضوع از جهت فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، بهداشتی و علمی می‌توان با مشارکت همه‌جانبه آحاد مردم، زمینه‌های اثربخشی اقدامات، تحول و نیز کاهش هزینه‌های خدمات و تولید را فراهم کرد. در دو سال گذشته با تلاش و همت همه جانبه وزارت آموزش و پرورش و نیروی انتظامی کشور، با ورود به صحنه دانش‌آموزان در طرح همیار پلیس و پلیس‌یاران پیشتاز، برای اولین بار شاهد کاهش بیش از ۱۵ درصدی مرگ‌ومیر و مجروحیت هموطنان عزیز و خسارت‌های مادی و معنوی ناشی از تصادفات بوده‌ایم؟ آیا می‌دانید طرح همیار پلیس، گذربان مدرسه و پلیس‌یار پیشتاز با اهداف دوره‌های تحصیلی دانش‌آموزان (مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی) چه ارتباطی دارد؟ مطالبی که در پی می‌آید این ارتباط را روشن می‌سازد.

- (ارزیابی نقش فرهنگ‌سازی ترافیکی در راستای کاهش آثار تصادفات و ارتقاء نظم و امنیت اجتماعی) نیز توسط (پورمعلم: ۱۲۴-۱۰۹)، تدوین شده است. در این مقاله راهکارهای ارتقاء سطح ایمنی ترافیک و حمل و نقل از طریق فرهنگ‌سازی و آموزش رفتارهای ترافیکی به کاربران راه‌ها بررسی شده است.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود در غالب پژوهش‌ها با تعاریف و رویکردهای توصیفی مواجه هستیم و کمتر به حیطة تحلیل برخورد می‌کنیم. در پژوهش‌های صورت گرفته کمتر به تلویزیون و برنامه‌های آن توجه شده و دو برنامه منتخب این پایان‌نامه نیز واکاوی نشده است.

نظریات جرم‌شناسی

در ادامه لازم است تا به برخی از نظریات جرم‌شناسانه نیز اشاره داشته باشیم. زیرا تخطی از قوانین رانندگی نیز جرم تلقی شده و در نتیجه می‌باید با نظریات جرم‌شناسانه‌ی معروف آشنا باشیم: برخلاف دیدگاه جرم‌شناسی اولیه، رویکردهای جامعه‌شناختی در تبیین جرم به عوامل و شرایط اجتماعی و فرهنگی توجه زیادتری می‌نمایند. در این راستا دورکیم از اولین کسانی بود که با اتخاذ یک رویکرد جامعه‌شناختی اقدام به تبیین پدیده جرم کرد. برای همین وی تعداد و شدت فعالیت‌های مجرمانه در یک جامعه را مرتبط با قدرت و وسعت عاملی اجتماعی به نام وجدان جمعی می‌دانست. از نظر وی، اگر این نیرو در جامعه‌ای قویتر باشد، تعداد رفتارهایی که یک فرمان اجتماعی یا یک ممنوعیت را زیر پا می‌گذارند کمتر می‌شوند (ریمون، ۱۳۸۲: ۱۳).

در سال ۱۹۳۸ رابرت کی. مرتون، جامعه‌شناس هاروارد، یک مقاله تحت عنوان ساختار اجتماعی و آنومی به چاپ رساند و نظریه خود را بر اساس عقاید دورکیم از آنومی (بی‌هنجاری) و انسجام اجتماعی بنا کرد. وی بر آن است که انحراف از ساختار و فرهنگ جامعه سرچشمه می‌گیرد. وی استدلال خود را با معیار توافق جمعی درباره ارزش‌ها آغاز می‌کند و معتقد است که تمام اعضاء جامعه در ارزش‌های مشترک سهیم‌اند؛ اما از آنجایی که اعضای جامعه از لحاظ ساختارهای اجتماعی در موقعیت‌های مختلفی قرار می‌گیرند، برای درک ارزش‌های مشترک از فرصت‌های مساوی برخوردار نیستند. چنین وضعی ممکن است موجب انحراف شود. به بیان مرتون ساختار اجتماعی و فرهنگی جامعه برای رفتار منحرف اجتماعی مردمی که در جایگاه‌های مختلفی قرار گرفته‌اند، ایجاد فشار می‌کند. به خاطر شکاف‌های ساختی از نظر اجتماعی بین آرزوها (اهداف مشترک) و (دستیابی واقعی) دسترسی به ابزار اجتماعی برای رسیدن به این اهداف آنومی (بی‌هنجاری) در نظام اجتماعی ایجاد شده است.

در دوران جدید و همزمان با پیدایش شهرهای مدرن اروپایی، رویکرد نقادانه و منفی به شهر و ساز و کار درونی فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن به ویژه در بعد آسیب‌های محیطی مورد توجه جامعه‌شناسان قرار گرفته است. در ابتدا علمای اجتماعی آلمان مانند زیمل تونیس اروپایی در نیمه دوم سده نوزدهم به بررسی بعدی از گسترش شهرهای صنعتی پرداختند که از دید بسیاری از معاصران‌شان پنهان مانده بود.

در واقع آنان شهرهای جدید را تنها کانون‌های محوری رشد و توسعه صنعتی تلقی نمی‌کردند، بلکه معتقد بودند که در کنار رشد چشمگیر فیزیکی شهرها، الگوی توسعه فنی و اجتماعی جدید همراه با فلسفه جدید زندگی دنیاگرا سبب تباهی‌ها و مفاسد فراوان در شهرهای جدید بوده است. به علاوه، آنان در مطالعات

خود، با توجه به افزایش چشمگیر عوامل بازدارنده رشد واقعی در شهرها، روند تباهی حیات بشری و تحقق کجروی‌های شهری را حتمی تلقی می‌کردند.

از دهه ۱۹۵۰ به این سو، نظریه‌های اثباتی و مدرن جرم‌شناسی به علت نگاه یک جانبه و نزدیک به علوم طبیعی مورد نقد جدی قرار گرفت و در دهه ۱۹۷۰ با ظهور جرم‌شناسی انتقادی این نقدها به اوج خود رسید. نظریه‌های جدید از این دهه به بعد بر سه عنصر ذهنیت، قدرت و گفتمان تاکید داشتند.

رویکردهای برجسب‌زنی، تضاد، پست‌مدرن، فمینیستی و جرم‌شناسی فرهنگی از مهم‌ترین رویکردهای انتقادی جدید در تبیین جرم است که این سه ویژگی در بطن آن‌ها وجود دارد. البته جرم‌شناسی پست‌مدرن ضمن این که انتقادی است ولی بر ورای سایر جرم‌شناسی‌های انتقادی قرار می‌گیرد؛ چرا که رویکردهای دیگر چندان پروسه مدرنیته و جرم‌شناسی مدرن را نقد نمی‌کنند، ولی جرم‌شناسی پست‌مدرن کل مدرنیته و نگاه کنترلی آن را به جهان رد می‌کند.

بر اساس نظریه‌های ذکر شده، چند فرضیه استخراج و با جامعه محدودی مورد آزمون قرار دادیم.

فرضیات تحقیق

- بین برنامه‌های تلویزیونی موجود و ارتقاء فرهنگ ترافیک ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
- بین سن مخاطب تلویزیون موجود و ارتقاء فرهنگ ترافیک ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
- بین طبقه اجتماعی تلویزیون موجود و ارتقاء فرهنگ ترافیک ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
- بین محل جغرافیایی (منطقه) مخاطب و ارتقاء فرهنگ ترافیک ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
- بین جنسیت مخاطب و ارتقاء فرهنگ ترافیک ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
- بین اثرپذیری مخاطبان در مناطق مختلف تهران تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

نهادهای سازمان‌های دخیل و تأثیرگذار در آموزش فرهنگ ترافیکی

از جمله نهادهای مهم تأثیرگذار در آموزش فرهنگ ترافیک می‌توان از: جامعه، خانواده، مدرسه، وسایل ارتباط جمعی، شهرداری‌ها، سازمان‌های مردم‌نهاد S.O.G.N و پلیس یا نیروی انتظامی نام برد. سازمان‌های دخیل در ارتقاء فرهنگ ترافیک را به دو دسته می‌توان تقسیم کرد:

۱. سازمان‌هایی که مستقیماً در حوزه فرهنگ ترافیکی نقش دارند مانند: شهرداری، پلیس راهنمایی و رانندگی، دفتر و شورای عالی هماهنگی حمل‌ونقل و ترافیک وزارت کشور، شورای اسلامی شهر و سازمان حفاظت محیط زیست.

۲. سازمان‌هایی که نقش آن‌ها در ارتقاء فرهنگ ترافیکی انکارناپذیر است ولی در شرح وظایف سازمانی آن‌ها اشاره‌ای به موضوع ترافیک نشده است، مانند: سازمان صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت آموزش و پرورش.

روش تحقیق

روش تحقیق پیمایشی و از پرسشنامه به روش لیکرت استفاده گردید به طوری که برای تنظیم سوالات پرسشنامه از تعدادی افراد متخصص در زمینه پژوهش، تعدادی از اساتید برجسته دانشگاه و نیز شماری از کارشناسان حقوقی نظرخواهی شد. جامعه آماری پژوهش حاضر را شهروندان تهرانی (۱۸ سال به بالا) در دسترس تشکیل می‌دهند و از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده کرده‌ایم. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شد که بر اساس فرمول زیر عدد ۳۸۴ نفر به دست آمد. لازم به ذکر است این تعداد به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای بین شهروندان تهرانی پخش خواهد شد.

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 P(q)}{d^2} = \frac{(1.96)^2 * 1/5(1/5)}{(0.05)^2} \approx 384$$

$Z_{\alpha/2}$ = توزیع نرمال استاندارد = ۱.۹۶

p = موفقیت

q = عدم موفقیت

d = میزان خطا

n = حداقل حجم نمونه

در این تحقیق، روش توصیفی پرسشنامه‌ای بوده، بنابراین نمونه‌گیری به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای است. یعنی مناطق شمال، مرکز، جنوب، شرق و غرب که از بین آن‌ها به صورت خوشه‌ای پرسشنامه بین ۳۸۴ نفر تقسیم شده است و از هر منطقه تعداد ۹۶ پرسشنامه توزیع و جمع‌آوری شده است، که در نهایت پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها از جامعه آماری اقدام به تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزار spss خواهیم نمود.

روایی و پایایی پرسشنامه

پایایی یکی از ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری (پرسشنامه) است. مفهوم یاد شده با این امر سر و کار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد. برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد، شیوه‌های مختلفی به کار برده می‌شود. یکی از روش‌های قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری آلفای کرونباخ (Cronbach's Alpha) است که هر چه درصد محاسبه شده از این روش به ۱۰۰٪ نزدیک‌تر باشد، بیانگر قابلیت اعتماد بیشتر پرسشنامه است (مقیمی، ۱۳۹۰: ۳۵).

به منظور سنجش پایایی، یک نمونه اولیه با حجم ۳۰ پاسخگو، پیش‌آزمون توزیع شد و سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده، میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ توسط نرم‌افزار spss برای تک‌تک سوالات محاسبه شد و مقادیر ضریب آلفا در پیش‌آزمون ۰/۸۷۱ به دست آمد که از ۷۰٪ بالاتر

بوده و لذا اعتبار مناسبی در مورد مقیاس مورد استفاده وجود دارد. جدول شماره (۱) ضریب آلفای کرونباخ متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۱): ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه

متغیر	تعداد سوال	آلفای کرونباخ	شماره سوالات
برنامه تلویزیونی	۴	۰/۸۱	۱ تا ۴
سن	۱	۰/۸۹	۵
جنسیت	۱	۰/۹۱	۶
طبقه اجتماعی	۱	۰/۷۹	۷
تأثیرپذیری	۴	۰/۸۱	۸ تا ۱۲
ارتقاء فرهنگ	۴	۰/۸۳	۱۲ تا ۱۵

نتایج تحقیق

نتایج تحقیق در سه بخش یافته‌های توصیفی، نتایج استنباطی و آزمون فرضیات ارائه می‌شود. در این بخش با استفاده از آمار توصیفی، شاخص درصد فراوانی و جداول می‌باشد که به توصیف وضعیت پاسخگویی جمعیت نمونه پرداخته می‌شود.

جدول شماره (۲): توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
مرد	۲۱۱	۰/۵۴۹	۰/۵۴۹
زن	۱۷۳	۰/۴۵۱	۱۰۰
کل	۳۸۴	۱۰۰	

همان طوری که در جدول شماره (۲) نشان داده می‌شود بیشترین تعداد پاسخگویان را مردان (۰/۵۴۹ درصد) تشکیل می‌دهند و زنان نیز (۰/۴۵۱ درصد) از پاسخگویان را تشکیل می‌دهند.

جدول شماره (۳): توزیع فراوانی مربوط به میزان سن پاسخ دهندگان

میزان سن	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
زیر ۲۰ سال	۶۷	۰/۱۷۴	۰/۱۷۴
۲۱-۳۰	۱۹۱	۰/۴۹۷	۰/۶۷۱
۳۱-۴۰	۷۴	۰/۱۹۳	۰/۸۶۴
۴۱-۵۰	۳۲	۰/۰۸۴	۰/۹۴۸
بالتر از ۵۰	۲۰	۰/۰۵۲	۱۰۰
کل	۳۸۴	۱۰۰	

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود (۰/۱۷۴) زیر ۲۰ سال، (۰/۴۹۷) درصد پاسخ دهندگان در فاصله سنی ۲۱-۳۰ سال، (۰/۱۹۳) درصد بین ۳۱-۴۰ سال، (۰/۰۸۴) بین ۴۱-۵۰ سال و (۰/۰۵۲) پاسخ‌دهندگان بیشتر از ۵۰ سال داشته‌اند.

جدول شماره (۴): بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق

متغیرها	تعداد	بیشترین مقدار	کمترین مقدار	میانگین	انحراف معیار
برنامه تلویزیونی	۳۸۴	۵	۰	۳/۴۴	۱/۱۲
سن	۳۸۴	۵	۱	۳/۴۷	۱/۰۸
جنسیت	۳۸۴	۵	۱	۳/۶۳	۱/۰۶
طبقه اجتماعی	۳۸۴	۵	۱	۳/۳۹	۱/۱۳
تأثیرپذیری	۳۸۴	۵	۱	۳/۰۱	۱/۲۳
ارتقاء فرهنگ	۳۸۴	۵	۱	۳/۶۲	۱/۱۴

بعد از توصیف متغیرها و پاسخ‌های به دست آمده از جامعه آماری در این بخش به بررسی فرضیه‌های مطرح شده و آزمون آماری این فرضیه‌ها پرداخته می‌شود. به بیان دیگر، در این بخش به تحلیل یافته‌های به دست آمده پرداخته می‌شود تا از نظر آماری نیز بتوان صحت و سقم فرضیه‌ها را مورد بررسی قرار داد. - فرضیه اول: بین برنامه‌های تلویزیونی موجود و ارتقاء فرهنگ ترافیک ارتباط معنی‌داری وجود دارد. با توجه به جدول شماره (۵) ضریب همبستگی پیرسون برای این دو متغیر ۰/۶۳۳ می‌باشد. مقدار عدد معنی‌داری (sig) مشاهده شده برابر ۰/۰۰۰ می‌باشد (sig=۰/۰۰۰) که از سطح معنی‌داری استاندارد (۱٪) کمتر است. لذا فرضیه H_۰ در سطح اطمینان ۹۹٪ تایید نمی‌شود و بین برنامه‌های تلویزیونی موجود و ارتقاء فرهنگ ترافیک ارتباط مثبت معنی‌داری وجود دارد. نتایج بالا به صورت خلاصه در جدول ذیل ارائه می‌گردد.

جدول شماره (۵): آزمون همبستگی پیرسون بین برنامه‌های تلویزیونی موجود و ارتقاء فرهنگ ترافیک

نام متغیرها	ضریب همبستگی	عدد معنی‌داری (sig)	رابطه معنی‌دار
برنامه‌های تلویزیونی - ارتقاء فرهنگ ترافیک	۰/۶۳۳*	۰/۰۰۰	وجود دارد
فرهنگ ترافیک	۰/۶۳۳**		
برنامه‌های تلویزیونی	۱		
فرهنگ ترافیک	۰/۶۳۳**		
برنامه‌های تلویزیونی	۱		
فرهنگ ترافیک	۰/۶۳۳**		
برنامه‌های تلویزیونی	۱		
فرهنگ ترافیک	۰/۶۳۳**		
برنامه‌های تلویزیونی	۱		

- فرضیه دوم: بین سن مخاطب تلویزیون موجود و ارتقاء فرهنگ ترافیک ارتباط معنی‌داری وجود دارد. با توجه به جدول شماره (۶) ضریب همبستگی پیرسون برای این دو متغیر $0/588$ می‌باشد. مقدار عدد معنی‌داری (sig) مشاهده شده برابر $0/000$ می‌باشد (sig= $0/000$) که از سطح معنی‌داری استاندارد ($\alpha=1\%$) کمتر است. لذا فرضیه H. در سطح اطمینان 99% تایید نمی‌شود و بین سن مخاطب تلویزیون موجود و ارتقاء فرهنگ ترافیک ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره (۶): آزمون همبستگی پیرسون بین سن مخاطب تلویزیون و ارتقاء فرهنگ ترافیک

		ارتقاء فرهنگ ترافیک	
		سن مخاطب تلویزیون	
	همبستگی پیرسون	۱	$0/588^{**}$
سن مخاطب تلویزیون	سطح معنی‌داری		$0/000$
	تعداد	۳۸۴	۳۸۴
	همبستگی پیرسون	$0/588^{**}$	۱
ارتقاء فرهنگ ترافیک	سطح معنی‌داری	$0/000$	
	تعداد	۳۸۴	۳۸۴
نام متغیرها	ضریب همبستگی	عدد معنی‌داری (sig)	رابطه معنی‌دار
سن مخاطب تلویزیون - ارتقاء فرهنگ ترافیک	$0/588$	$0/000$	وجود دارد

- فرضیه سوم: بین طبقه اجتماعی تلویزیون موجود و ارتقاء فرهنگ ترافیک ارتباط معنی‌داری وجود دارد. با توجه به جدول شماره (۷) ضریب همبستگی پیرسون برای این دو متغیر $0/429$ می‌باشد. مقدار عدد معنی‌داری (sig) مشاهده شده برابر $0/000$ می‌باشد (sig= $0/000$) که از سطح معنی‌داری استاندارد ($\alpha=1\%$) کمتر است. لذا فرضیه H. در سطح اطمینان 99% تایید نمی‌شود و بین طبقه اجتماعی و ارتقاء فرهنگ ترافیک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در جدول ذیل نتایج بالا به صورت خلاصه ارائه می‌گردد.

جدول شماره (۷): آزمون همبستگی پیرسون بین طبقه اجتماعی و ارتقاء فرهنگ ترافیک

		ارتقاء فرهنگ ترافیک	
		طبقه اجتماعی	
	همبستگی پیرسون	۱	$0/429^{**}$
طبقه اجتماعی	سطح معنی‌داری		$0/000$
	تعداد	۳۸۴	۳۸۴
	همبستگی پیرسون	$0/429^{**}$	۱
ارتقاء فرهنگ ترافیک	سطح معنی‌داری	$0/000$	
	تعداد	۳۸۴	۳۸۴
نام متغیرها	ضریب همبستگی	عدد معنی‌داری (sig)	رابطه معنی‌دار
بین طبقه اجتماعی - ارتقاء فرهنگ ترافیک	$0/429$	$0/000$	وجود دارد

- فرضیه چهارم: بین محل جغرافیایی و ارتقاء فرهنگ ترافیک رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به جدول شماره (۸) ضریب همبستگی پیرسون برای این دو متغیر $0/679$ می‌باشد. مقدار عدد معنی‌داری (sig) مشاهده شده برابر $0/000$ می‌باشد (sig= $0/00$) که از سطح معنی‌داری استاندارد ($\alpha=1\%$) کمتر است. لذا فرضیه H. در سطح اطمینان 99% رد می‌شود و می‌توان چنین ابراز داشته که بین پیرسون بین محل جغرافیایی و ارتقاء فرهنگ ترافیک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج به صورت خلاصه در جدول شماره (۸) ارائه می‌گردد.

جدول شماره (۸): آزمون همبستگی پیرسون بین محل جغرافیایی و ارتقاء فرهنگ ترافیک

ارتقاء فرهنگ ترافیک		محل جغرافیایی	
همبستگی پیرسون	۱	۰/۶۷۹**	
سطح معنی‌داری		۰/۰۰۰	
تعداد	۳۸۴	۳۸۴	
همبستگی پیرسون	۰/۶۷۹**		۱
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰
تعداد	۳۸۴		۳۸۴
نام متغیرها	ضریب همبستگی	عدد معنی‌داری (sig)	رابطه معنی‌دار
محل جغرافیایی - ارتقاء فرهنگ ترافیک	۰/۶۷۹	۰/۰۰۰	وجود دارد

- فرضیه پنجم: بین جنسیت مخاطبان و ارتقاء فرهنگ ترافیک رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به جدول شماره (۹) ضریب همبستگی پیرسون برای این دو متغیر $0/449$ می‌باشد. مقدار عدد معنی‌داری (sig) مشاهده شده برابر $0/000$ می‌باشد (sig= $0/00$) که از سطح معنی‌داری استاندارد ($\alpha=1\%$) کمتر است. لذا فرضیه H. در سطح اطمینان 99% رد می‌شود و می‌توان چنین ابراز داشته که بین جنسیت مخاطبان و ارتقاء فرهنگ ترافیک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج به صورت خلاصه در جدول شماره (۹) ارائه می‌گردد.

جدول شماره (۹): آزمون همبستگی پیرسون بین جنسیت مخاطبان و ارتقاء فرهنگ ترافیک

ارتقاء فرهنگ ترافیک		جنسیت مخاطبان	
همبستگی پیرسون	۱	۰/۴۴۹**	
سطح معنی‌داری		۰/۰۰۰	
تعداد	۳۸۴	۳۸۴	
همبستگی پیرسون	۰/۴۴۹**		۱
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰
تعداد	۳۸۴		۳۸۴
نام متغیرها	ضریب همبستگی	عدد معنی‌داری (sig)	رابطه معنی‌دار
بین جنسیت مخاطبان - ارتقاء فرهنگ ترافیک	۰/۴۴۹	۰/۰۰۰	وجود دارد

جدول شماره (۱۰): خلاصه نتایج تحلیل واریانس چندمتغیره مانوا بر حسب مناطق جغرافیایی

مناطق	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	آماری F	سطح معناداری
شمال	بین گروهی	۱	۱۱/۴۵۶		
	درون گروهی	۳۸۳	۳۲/۸۴۳	۱۲/۶۰۰	۰/۰۰۰
	کل	۳۸۴			
جنوب	بین گروهی	۱	۴۴۰/۴۴۶		
	درون گروهی	۳۸۳	۴۵/۷۴۳	۰/۶۰۰	۰/۵۵۰
	کل	۳۸۴			
شرق	بین گروهی	۱	۳۲/۸۴۶		
	درون گروهی	۳۸۳	۳۹/۵۴۹	۱/۸۱۵	۰/۴۴۵
	کل	۳۸۴			
غرب	بین گروهی	۱	۰/۴۴۶		
	درون گروهی	۳۸۳	۰/۷۴۳	۹/۲۶۵	۰/۰۰۰
	کل	۳۸۴			

مطابق با آنالیز واریانس همان طوری که ملاحظه می‌شود منطقه شمال با $F=۱۲/۶۰۰$ و سطح معنی-داری $۰/۰۰۰$ و منطقه غرب با $F=۹/۲۶۵$ و سطح معنی‌داری $۰/۰۰۰$ تاثیرپذیری بیشتری داشته‌اند و سطح معنی‌داری مناطق جنوب و شرق تهران بیشتر از ۵ درصد می‌باشد که نشانگر عدم تاثیرپذیری در این مناطق می‌باشد.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

حضور خودرو در زندگی انسان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر و حذف آن غیرممکن است. از طرفی استفاده ناصحیح از این دستاورد تمدنی موجب شده است که این وسیله به یکی از عوامل اصلی مرگ و میر انسان-ها تبدیل شود.

کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند که تصادفات و سوانح ترافیکی تا سال ۲۰۲۰ میلادی به سومین عامل مرگ و میر انسان‌ها تبدیل شود. از طرفی از بین سه عامل انسان، خودرو و جاده مشخص شده است که عامل انسانی به تنهایی حدود ۶۰ درصد و با مشارکت سایر عوامل تا ۹۵ درصد در بروز تصادفات نقش دارد (طرح ارتقاء فرهنگ ترافیک تهران، ۱۳۸۸).

نظر به این که انسان قابل آموزش و تربیت است و با آموزش قواعد و مقررات صحیح ترافیکی یا به تعبیری ارتقاء فرهنگ نظم و ایمنی ترافیکی می‌توان از بروز تصادفات و تلفات ناشی از آن جلوگیری کرد.

تلفات جانی، صدمات جسمی، زیان‌های مالی و اجتماعی ناشی از تصادفات و سوانح جاده‌ای، خصوصاً در کشور ایران، مسئله کوچکی نیست که بتوان به آسانی از کنار آن گذشت. از طرفی انواع خودرو به دلیل نقشی که در تسهیل ارتباط میان انسان‌ها دارند، جزئی جدا نشدنی و ضروری در زندگی بشر بوده و تصور زندگی بدون آن نیز دشوار است، بنابراین باید فرهنگ یا راه‌های درست استفاده کردن از این وسایل را یافت و آموزش داد.

بنابراین فرضیه‌های مورد مطالعه با همبستگی بالایی تایید گردیدند و مشخص شد که بین برنامه‌های موجود و ارتقاء فرهنگ ترافیکی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و وجود برنامه‌های سفر به خیر و تازه‌های ترافیکی رابطه مثبتی با ارتقاء فرهنگ ترافیک دارند و با افزایش پخش برنامه‌هایی با مضامین ترافیکی فرهنگ ترافیکی نیز ارتقاء می‌یابد.

پیشنهادها

- تهیه‌کنندگان برنامه‌های تلویزیونی می‌توانند با زشت‌نمایی و قبیح جلوه دادن تخلفات ترافیکی و حرکات تکانشی و عجله به هنگام رانندگی نقش پر رنگ‌تری در ارتقاء فرهنگ ترافیکی شهروندان داشته باشند.
- مسولان و دست‌اندرکاران صدا و سیما پخش برنامه‌هایی با مضامین ترافیکی در دستور کار قرار دهند و هم‌چنین درون مایه‌ی این برنامه‌ها نیز نهادینه کردن پیروی از قوانین و مقررات، قوانین و مقررات عبور و مرور شهروندی، آموزش خانواده‌ها و فرزندان باشد.
- هم‌چنین مسولان و دست‌اندرکاران با تشکیل جلسات تخصصی - کاربردی در اماکن عمومی هم چون پارک‌ها و یا مراکز و مراسم عمومی و پخش آن از تلویزیون می‌توانند فرصتی مناسبی برای توجیه علمی قوانین برای عموم خانواده‌ها و ارتقاء فرهنگ ترافیکی به دست آورند.
- هم‌چنین بازتاب حضور مردم در تصمیم‌گیری‌های مشارکت در مسائل اجتماعی در برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند عاملی برای بالا رفتن حس تعلق اجتماعی، همکاری بین مسئولین و شهروندان گردد و منجر به رعایت قوانین و مقررات می‌گردد.
- برای درونی کردن قوانین مطرح شده، مسئولیت اصلی بر عهده خانواده‌ها و نهادهای آموزشی می‌باشد. خانواده‌ها و نهادهای آموزشی هم‌چون مدارس، مهدکودک‌ها و مدارس به عنوان اولین گروه‌هایی که فرد در آن‌ها عضویت می‌یابد، باید به پرورش روح قانونگرایی در بین کودکان اقدام نمایند.
- هم‌چنین برنامه‌های تلویزیونی باید به شکلی تدوین شوند که ایجاد صمیمیت را به عنوان یک عامل تاثیرگذار بر پیروی فرزندان از قوانین و مقررات راهنمایی و رانندگی را در خانواده نهادینه سازند.
- هم‌چنین در پخش برنامه‌های تلویزیونی با مضامین ترافیکی باید تفاوت جنسیت و سن افراد نیز مد نظر قرار گیرد، ارتقاء آگاهی فرزندان در خانواده از طریق آموزش و فرهنگ‌سازی، ایجاد روحیه مشارکت

اجتماعی و همچنین ایجاد اعتماد اجتماعی در فرزندان، می‌تواند باعث کاهش میزان تخلفات رانندگی و تبعیت از قوانین ترافیکی شود.

- ارائه برنامه‌های تلویزیونی جداگانه برای زنان و مردان و طبقه‌بندی برنامه‌ها نیز برای سنین مختلف می‌تواند نقش مهمی در ارتقاء فرهنگ ترافیکی و رعایت قوانین و مقررات تلویزیونی داشته باشد.
- تبلیغات مناسب، زیرنویس قوانین در برنامه‌های ترغیبی به تفکیک منطقه و محل سکونت (شمال، جنوب، غرب و شرق) و طبقه اجتماعی افراد نیز می‌تواند عامل بسیار مهمی در ارتقاء فرهنگ ترافیکی باشد.
- پیشنهاد می‌شود جهت ارتقاء فرهنگ ترافیکی در این مناطق به برنامه‌های آموزشی، برنامه‌های تلویزیونی و فرهنگ‌سازی در این نواحی مختلف شهری توجه ویژه‌ای شود.
- از دلایل عدم رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی، می‌توان به عدم احساس پیوند صمیمی والدین و فرزندان اشاره کرد. زمانی فرد دست به کجرفتاری می‌زند که پیوند فرد و جامعه ضعیف شده باشد. لذا جهت ارتقاء فرهنگ ترافیکی باید این مورد در برنامه‌های تلویزیونی مورد توجه قرار گیرد.

منابع

- آریان‌پور کاشانی، ع؛ و دیگری. (۱۳۶۸). **فرهنگ دانشگاهی انگلیس - فارسی**. تهران: انتشارات امیرکبیر. چاپ هشتم.
- اعزازی، ش. (۱۳۸۱). معرفی حوزه جامعه‌شناسی آموزش و پرورش. **فصلنامه رشد علوم اجتماعی**. شماره یک، بهبهانی، ح. (۱۳۷۶). **مهندسی ترافیک، تئوری و کاربرد**. تهران: انتشارات هدی.
- پارسا، ح؛ و دیگری. (۱۳۷۸). **اولین دایره‌المعارف جامع اتومبیل در ایران**. تهران: انتشارات امیرکبیر.
- پورمعلم، ن. (۱۳۹۲). ارزیابی نقش فرهنگ‌سازی ترافیکی در راستای کاهش آثار تصادفات و ارتقاء نظم و امنیت اجتماعی. **مجله پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی**. بهار و تابستان ۱۳۹۲، سال دوم، شماره ۱.
- حافظیان، م. ر. (۱۳۸۳). **مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی**. تهران: انتشارات سمت. چاپ دهم.
- حییم، س. (۱۳۷۶). **فرهنگ یک جلدی فارسی انگلیسی**. تهران: انتشارات فرهنگ معاصر.
- خانواده و ارتقاء فرهنگ ترافیک و ایمنی (رفتار ترافیکی شما پدر و مادر دلسوز، بهترین الگو برای فرزندان است). **مجله پیوند**. فروردین و اردیبهشت ۱۳۸۸، شماره‌های ۳۵۴ و ۳۵۵.
- دلاور، ع. (۱۳۸۳). **مبانی نظری و علمی پژوهشی در علوم انسانی و اجتماعی**. تهران: انتشارات رشد. چاپ سوم.
- دورکیم، ا. (۱۳۸۴). **درباره تقسیم کار اجتماعی**. ترجمه: ع، ب، پرهام. تهران: نشر مرکز. چاپ دوم.
- دهخدا، ع. ا. (۱۳۷۳). **لغت‌نامه**. دوره جدید. تهران: دانشگاه تهران.
- ربانی، ر. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی کلانشهر تهران (مطالعه موردی فرهنگ ترافیک، چالش‌ها و چشم‌اندازها). **مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی**. خرداد و تیر ۱۳۸۶، شماره‌های ۲۳۷ و ۲۳۸.
- شرکاوی، م. (۱۳۷۹). **درآمدی بر جامعه‌شناسی آموزش و پرورش**. ترجمه: م، جعفری‌پوینده. تهران: نقش جهان.
- عبدالرحمانی، ر. (۱۳۹۴). **جامعه‌شناسی ترافیک**. تهران: معاونت آموزش دانشگاه علوم انتظامی.
- عبدالرحمانی، ر. (۱۳۹۴). **مقدمه‌ای بر درک فرهنگ ترافیک**. تهران: دانشگاه علوم انتظامی.

عبدالرحمانی، ر. (۱۳۹۴). نقش خانواده در آموزش فرهنگ ترافیک به فرزندان. **نشریه آموزش علوم اجتماعی**. شماره ۴، دوره هشتم.

علاقه‌بند، ع. (۱۳۷۵). **جامعه‌شناسی آموزش و پرورش**. تهران: انتشارات روان.

گولد. (۱۳۷۶). **فرهنگ علوم اجتماعی**. با همکاری ویلیام ل. کولب. ترجمه: م، ج، زاهدای مازندرانی. تهران: انتشارات مازیار.

گیدنز، آ. (۱۳۷۳). **جامعه‌شناسی**. ترجمه: م، صبوری. تهران: نشر نی.

معین، م. (۱۳۶۴). **فرهنگ فارسی**. تهران: انتشارات امیرکبیر. چاپ هفتم.

نیازی، م. (۱۳۹۳). **کارآگاه**. سال هشتم، شماره ۲۹.

Archive of SID