

الإعلام الجمعي ودوره في تحسين الأوضاع الاجتماعية لذوي الاحتياجات الخاصة
Community media and its role in improving the social conditions of persons
with disabilities

د/ نور الدين مبني^١ . د/ الطيب عيسوي^٢

^١ جامعة محمد لمين دباغين، سطيف^٢، الجزائر، Email : mebni@hotmail.com

^٢ جامعة محمد لمين دباغين، سطيف^٢، الجزائر، Email : mebni@hotmail.com

تاريخ الاستلام: 2023/9/20 تاريخ القبول: 2023/10/25 تاريخ النشر: 2023/12/20

Doi: 10.21608/SKJE.2023.230132.1019

مستخلص البحث

تتجلى الجدوى من هذه الدراسة في تسليط الضوء على الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الجمعي في تغطيته لمختلف حيثيات الحياة الاجتماعية ككل، وذلك على غرار معالجته للقضايا الخاصة بذوي الإعاقة وذلك طبعاً في إطار المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها كذلك بتحسين مختلف جوانب الحياة اليومية لهذه الفئة في المجتمع، حيث أن أهم وظيفة يضطلع بها هذا النوع من الإعلام في المجتمعات البشرية هي التوجيه والتوعية على نطاق واسع بمجمل الوجبات والحقوق والمتطلبات التي يحتاجها هؤلاء، الأمر الذي يجعل البعد الاتصالي والتحسيبي للإعلام يظهر بشكل أوضح حينما نحاول من خلال هذا البحث الإشارة للعلاقة التي تربط بين كل من المسؤولية الاجتماعية والإعلام المجتمعي إضافة إلى دورها في تحسين وتطوير الأوضاع الاجتماعية لذوي الاحتياجات الخاصة على كافة المستويات والأصعدة. كلمات مفتاحية: الإعلام؛ الإعلام الجمعي؛ الأوضاع الاجتماعية؛ المسؤولية الاجتماعية؛ ذوي الإعاقة.

المؤلف المرسل: نور الدين مبني، Email : mebni@hotmail.com

Abstract:

The feasibility of this study is to highlight the role that solidarity media can play in its coverage of various aspects of social life as a whole, as it deals with the issues of people with disabilities, of course within the framework of social responsibility and its relationship to improving the various aspects of daily life of this group in society, Where the most important function of this type of media in human societies is to provide guidance and awareness on a wide range of duties, rights and requirements that they need, which makes the communicative and sensitization dimension of the media appear more clearly when we try through this Urging the reference to the relationship between social responsibility and charity media in addition to its role in improving and developing the social conditions of people with special needs in all fields and levels.

Keywords : media; Community media; social conditions; social responsibility; people with disabilities.

مقدمة :

إن تقدم الدول يتوقف على مدى اهتمامها بالموارد والطاقات البشرية والمادية والطبيعية وغيرها، والتي من شأنها تطوير الاقتصاد وتنمية النشاط التجاري وتحقيق الاكتفاء الذاتي، حيث لا يتحقق هذا الأمر إلا عن طريق بناء قاعدة توعوية صلبة تساهم في ترسيخ مفهوم الاستدامة وكذلك التسيير والاستغلال الأمثل والعقلاني للموارد التي تكفل حقوق مختلف فئات المجتمع خاصة الهشة منها وأيضا الأجيال القادمة في الثروة وترفع من مستويات الرفاه الاجتماعي، وذلك بواسطة تشجيع الاستثمار الناجح والتوظيف الحقيقي لمفهوم الإعلام الجمعي والذي يغذي مشاعر التضامن والتكافل والانتماء ويساعد في ترشيد النفقات ومصاريف التأمين الصحي والاجتماعي التي تنهك كاهل الدولة، حيث أن تجسيد التكامل الفعال بين الإعلام المجتمعي والدور الذي يلعبه في ترقية مكانة ذوي الإعاقة في المجتمع يتوقف على مدى جدية وواقعية المعالجة الإعلامية للكثير من القضايا والتحديات التي تواجه هذه الطبقة يوميا.

لذلك فقد أردنا من خلال هذه المؤشرات التطرق لدراسة موضوع يغطي متغيرين أساسيين هما المتغير الإعلامي والمتغير الاجتماعي ومحاولة الكشف عن طبيعة

العلاقة بينهما ومجمل العناصر التي تؤثر فيهما، حيث وانطلاقاً من الإحساس بالمشكلة قمنا بعرض هذه الدراسة تحت عنوان " الإعلام الجمعي ودوره في تحسين الأوضاع الاجتماعية لذوي الاحتياجات الخاصة"، فالإعلام يعتبر قطاع مهم ومثمر في عمليات التسويق والتغطية والترويج والإشهار إضافة إلى الكثير من الأنشطة الأخرى، إلا أنه لا يركز بنفس الزخم دائماً على المظاهر السلبية والإشكاليات التي تعاني منها الفئات الهشة في المجتمعات الإنسانية، والذي يحدث ضرراً بليغاً بنظام القيمي والأخلاقي بشكل عام، هذا ما يستوجب تجنيد كل الوسائل والطرق والأفكار العلمية والتقنية لمرافقة وحماية ذوي الإعاقة من مخاطر الابتزاز والاستغلال بأنواعه، ومن بين هذه التقنيات الحملات الإعلامية والاجتماعية ذات الأبعاد التوعوية والتي ينصب عملها على جلب الاهتمام والتحميس بخطورة انتهاك الأنظمة الاجتماعية والأخلاقية العامة والتي تشكل بدورها المحور الأساسي لبحثنا هذا، والذي حاولنا في إطاره فهم وتحليل ما يمكن للإعلام المجتمعي أن يضيفه في عمليات تحسين كافة مناحي الحياة الاجتماعية لذوي الإعاقة.

ويعتبر الإعلام الجمعي واحداً من الأقطاب المهنية الأساسية في قطاع الصحافة والإعلام، فمعالجة وتغطية الآفات الاجتماعية العديدة والمتنوعة بالشكل المطلوب يتطلب دراية كافية بأهمية المسألة المراد معالجتها من خلال التحديد الأمثل لخصائصها وطبيعتها، فالإعلام المجتمعي هو عبارة عن سلسلة متناسقة من البرامج الإعلامية الموجهة وفقاً لخطة مسبقة، يتمثل موضوعها في خدمة أو فكرة توجه إلى فئة معينة أو عدة فئات في المجتمع، وذلك بدراسة الوسائل المتاحة واختيار انسبها حيث يمكن في بعض الأحيان أن تكون هذه المواضيع ظرفية متخصصة أي مقيدة في إطار زمني وميداني معين أو مستمرة أي تكون مسطرة ضمن مجال زمني بعيد أو متوسط المدى، فتحقيق أهداف هذا الإعلام مرتبط بالمضمون والتأثير والإقناع الذي يظهر بواسطة ملاحظة معدلات التجاوب من قبل مختلف فئات الجمهور خاصة فئة ذوي الإعاقة.

إن ما هو معروف أن الإعلام الاجتماعي تختلف مضامينه باختلاف المواضيع والقضايا التي يهتم بعرضها هذا الأخير، حيث تتأثر محتويات هذا النوع من الإعلام وفقاً

لطبيعة السياق الذي يتم توجيهه على إثره، فهناك أنواع عديدة ومتباينة من الوقائع والمجريات المعاشة مثل الحملات التسويقية و الصحية والتربوية والانتخابية والصحفية..... وصولاً إلى الحملات الإعلامية الجموعية أو ما يسمى مباشرة بالحملات الاجتماعية والبرامج الإعلامية الخيرية التي تهتم في أغلبها بالتركيز على عرض الأوضاع الاجتماعية المزرية التي تعاني منها الطبقات الفقيرة وذوي الإعاقات والعايات المستديمة والتي تعد حجر الزاوية في دراستنا هذه، وبالعودة إلى ماهية هذه البرامج فهي مجموعة من النشاطات الإعلامية والاجتماعية التي يقوم بها الأشخاص والجماعات والأفراد والهيئات الرسمية وغير رسمية لتحقيق أهداف معينة من شأنها حماية الوسط الاجتماعي الهش، فالحملات الإعلامية الخدمائية ذات الجوانب الإنسانية هي جهود اتصالية تتوافق مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه السلوك الذي يساهم في رفع مستوى الوعي لتصبح هذه الفئة مقبولة اجتماعياً، عن طريق التبرعات وتفعيل المشاريع التكوينية وأيضاً تحفيز اتجاهات الجمهور المتلقي من أجل المشاركة في مختلف فعاليات العناية بالكثير من المجموعات التي تحتاج الرعاية والمتابعة في المجتمع على غرار فئة ذوي الاحتياجات الخاصة.

مشكلة الدراسة:-

إن أصحاب الهمم يشكلون جزءاً لا يتجزأ من النظام الاجتماعي العام، باعتباره الحيز الذي يحتوي على العديد من الأنظمة والأنساق الفرعية والتي تندرج ضمن مسارات معينة تتكامل فيما بينها، لتجسد المعنى الحقيقي لمفهوم التكافل الاجتماعي، الذي تتمحور حوله إشكاليات وكيفيات التعايش مع هذه الأنظمة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المتعددة والمعقدة في إطار ما يخدم المجتمع وشروط العيش الكريم ويحافظ عليه في ظل التقدم التكنولوجي والصناعي الرهيب الذي ألقى بظلاله بصورة سلبية في العقود الأخيرة على مظاهر الحياة اليومية على مستويات عدة، حيث يشكل هذا المكون ألا وهو فئة ذوي الإعاقة العنصر الرئيسي الثاني في بحثنا هذا، فالما لاحظ في السنوات القليلة الماضية تدهور وتراجع نسب الاهتمام بذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمعات على مستوى الدول العربية، والذي يرجع حسب آراء الكثير من المختصين والباحثين إلى تراكم أسباب عدة منها ظاهرة الفساد الإداري الذي ينخر

منظومات الحكم وكذا الأوضاع السياسية والاقتصادية السيئة وحالة الحروب الأهلية التي تطبع المشهد السياسي للعديد من بلدان الوطن العربي.

وفي سياق آخر فإن المعالجة الإعلامية ليست بمعزل عن هذه التبعات والتغيرات الخطيرة التي تعصف بهذا المتغير المهم والحساس والمتمثل في ذوي الإعاقة بالنسبة للدول والمجتمعات على حد سواء، ولمواجهة هذه التهديدات فقد أولت الحكومات مؤخرًا أولوية قصوى لكل مكونات المجتمع وذلك بهدف استغلال كل الكفاءات والإطارات الموجودة على مستوى فئة ذوي الإعاقة، عن طريق اكتشافهم والاستفادة من خبراتهم في تطوير وتحسين ظروفهم المعيشية، وذلك بتوفير الوسائل والأدوات التي من شأنها إنجاح مشاريعهم وتطلعاتهم المستقبلية من خلال الاستعانة بمنظومة إعلامية وتوعوية واجتماعية تساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة وتدعيم القاعدة الاقتصادية للدول.

ومن خلال ما سبق ذكره يمكن صياغة التساؤل الرئيسي التالي: ما هو الدور الذي يلعبه الإعلام الجماعي في تحسين الأوضاع الاجتماعية لذوي الاحتياجات الخاصة ؟
وتندرج ضمنه التساؤلات الفرعية الآتية :

- هل يساهم الإعلام الجماعي في تسليط الضوء على أهم النقاط السلبية التي تواجه ذوي الإعاقة ؟
- كيف يمكن توظيف وسائل الإعلام في التوعية بأهمية وكفاءة الفئات الهشة في المجتمع ؟
- ما هي آليات تطبيق الإعلام المجتمعي على أرض الواقع في المجتمعات العربية ؟

٣. تحديد المفاهيم

• تعريف الإعلام:

لغة: أصل الإعلام من مادة علم، جاء لسان العرب: والعلم نقيض الجهل علم علماً وعلم هو نفسه ورجل عالم وعليم من قوم علماء، وعلام وعالمة إذا بالغت في

وصفه بالعلم أي عالم جداً والهاء للمبالغة. (محمد بن مكرم، ابن منظور: د.س، ص ٣٠٨٣).

• اصطلاحاً:

الإعلام هو: إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشئون الداخلية أو الخارجية وهو نشر الأخبار والآراء على الجماهير. (إبراهيم إمام: ١٩٨١، ص ٣١٦).

وهو تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة معينة (يوسف محمد قاسم: ١٩٧٩، ص ٤).

وهو النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى الوسائل الإعلامية أو أنه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة (محمد عبد القادر: ١٩٨٢، ص ١٠٢).

يعتبر الاعلام المرأة العاكسة لمختلف المجتمعات الإنسانية، حيث يعكف هذا الأخير على نقل الكثير من المجريات والوقائع الاجتماعية والثقافية والتي تشمل أيضاً عرض التقاليد والعادات والأنماط المعيشية التي تعتبر بدورها الوعاء الأثنروبولوجي الذي يعبر عن الخصائص العامة للثقافات والحضارات البشرية.

• مفهوم الإعلام الجمعي:

الإعلام المجتمعي أو الجمعي يمكن أن يكون مطبوعاً أو مذاعاً، أو عبر الإنترنت أيضاً وقد ينشر باللغات المحلية. الصحف المجتمعية لها تاريخ طويل في بعض السياقات، حيث تسهم كمية الطباعة المحدودة، والكتّاب والمحرون المتطوعون في إتاحة منشورات بأسعار معقولة. تنتشر محطات الإذاعة المجتمعية كنموذج لتعزيز التنمية على المستوى المحلي والتوعية المدنية، بتحفيز من تحرير أنظمة الترخيص وزيادة القدرة على تحمل تكاليف التقنية. كما أن عدد محطات التليفزيون المجتمعية في ازدياد هو الآخر. في بعض البلدان، سوف تلعب محطات البث الوطنية أيضاً دوراً مجتمعياً، حيث تبث مواد مُنتجة بواسطة (أو تستهدف) مجتمعات محلية معينة أو مجتمعات بعينها تكون في موضع الاهتمام. (<http://aceproject.org/ace->

(ar/topics/me/meb/meb03a/meb03a05

وتشير الكثير من «التعريفات» المنتشرة على شبكة الإنترنت، وعلى مواقع رسمية، كموقع الاتحاد العالمي للإذاعات المجتمعية (أمارك)، أو غير الرسمية كموقع ويكيبيديا، إلى أن هذا النوع من الإعلام ظهر في ستينيات القرن الماضي، عندما لاحظ نشطاء من أقليات عرقية تجاهل وسائل الإعلام العامة لقضاياهم وثقافتهم، وخاصة موسيقاهم، فبدأوا بإنشاء إذاعات محلية خاصة تبث هذه الموسيقى، لتتطور هذه الإذاعات لاحقًا في مضمونها وطريقة إدارتها وتمويلها، وتنتهي إلى ما بات يعرف الآن عنها بصفتها «إذاعات مجتمعية».

إذن يمكن القول أن الإعلام المجتمعي هو وسيلة إعلامية تعنى أولاً بهوموم وقضايا منطقة محددة، أو إنها تعنى بقضايا أو جماعات عرقية معينة، أو فئة كالمرأة أو الشباب.

(<https://www.7iber.com/politics-economics/community-media-in-jo/>)

إن الإعلام الجماعي يهتم بتسليط الضوء على القضايا الاجتماعية المرتبطة بالكثير من الآفات والمشكلات التي تواجه أصحاب الطبقات الفقيرة والمعوزة وكذلك ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع، وذلك عن طريق تصميم البرامج الإعلامية الخاصة بتغطية مجمل العقبات الإدارية والتنظيمية وحتى النفسية التي تؤثر سلبا على الحياة الاجتماعية لهؤلاء.

• مفهوم الأوضاع الاجتماعية:

تعرف الأوضاع الاجتماعية على أنها مجموعة الظروف والأحداث التي تحيط بالمجتمع، والتي تساهم سلبا أو إيجابا في خلق الآفات والظواهر الاجتماعية الجديدة والتي تحدث بدورها مظاهر التغيير والتغير الاجتماعي في الكثير من الميادين والمجالات الاقتصادية والثقافية والسياسية وغيرها من الأنساق والمكونات الاجتماعية الأخرى، حيث تقترن هذه الأوضاع بمختلف الأدوار التي يلعبها الإعلام بأنواعه وكذلك حالات عدم الاستقرار السياسي، إضافة إلى وضعيات الثبات الأمني والتنموي في المجتمعات المختلفة عبر العالم.

حيث أن معرفة الأوضاع الاجتماعية يسهل عملية تصنيف المجتمع في الإطار المناسب له، وذلك بواسطة الحصول على المعلومات الخاصة بصور النقص ومواطن

الكمال، الأمر الذي يجعلنا نتعرف على طبيعة المجتمع والمستوى المعيشي والاقتصادي والثقافي الخاص به.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

• تعريف المسؤولية:

. لغة: تعرف المسؤولية في اللّغة بأنها: حال أو صفة من يسأل عن أمر تقع عليه تبعته و يقال أنا بريء من مسؤولية هذا العمل. (ابراهيم انيس: ١٩٧٢، ص٤٦٦)

. اصطلاحا: تعرف بأنها "استعداد الشخص للالتزام بعمل قام به و الاعتراف بأنه صاحبه و تحمل النتائج المترتبة عنه." (عبد الوهاب الكيالي: ١٩٩٠، ص ١٧٠).

. تعريف المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام:

عرفها "هندرسون" Handerson بأنها: "سمة من سمات الشخصية، و حقيقة من حقائق الحياة، تظهر من خلال انسجام الفرد وأصالته وواجباته، وقراراته وفرديته. وبالتالي فالشخص المسؤول اجتماعيا من وجهة نظره هو الشخص المستجيب لنفسه ولأفعاله اتجاه الآخرين كما يستجيب لمهامه وواجباته المختلفة." (خولة عبد الوهاب القيسي: ٢٠١١، ص ٠٦)

تعريف قاموس الفلسفة وعلم النفس لها بأنها: "وعي الفرد المرتبط بأساس معرفي بضرورة سلوكه سلوكا تطوعيا نحو الجماعة وله تأثير في تحديد مجرى الأحداث التالي". (حسنية غنيمي عبد المقصود: ٢٠١٠، ص ١٥).

أما "ميلار" muller فيعرفها بأنها: "أن يكون تفكير الفرد و سلوكه يعكسان رغباته و أهدافه نحو السلوك المسؤول الذي يتضمن الاهتمام بالآخرين و احترام حقوقهم و احترام التقاليد والأعراف و القيم الاجتماعية للمجتمع و الشعور بالمسؤولية الذاتية نحو الجماعة التي ينتمي إليها." (منى بنت سعد بن فالح العمري: ٢٠٠٧، ص ٥٣).

حيث يرى ولبرشرام أن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في التنمية بالنظر إلى الأثر الذي تحدثه في المحيط الذي تعمل فيه يربط النظرية بين واقع تركيز وسائل الإعلام والاتصال وبالتالي الخدمات الإعلامية التي تقدمها في المدن الكبرى، ويوجد نقص شديد في المدن الهامشية أو الأرياف والقرى، وحسب شرام فهذا الأمر موجود في المدن

الكبرى والهامشية في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، فقد دعا شرام في نظريته إلى ضرورة إجراء الأبحاث الإعلامية في الدول النامية لزيادة المعلومات عنها وتحديد الإمكانيات الإعلامية المتوافرة فيها بهدف توضيح الرؤى في كل ما يتعلق بعملية الاتصال وفعاليتها، وأيضاً لأن البلدان النامية عادة ما يتم هدر الأموال على حملات غير ناضجة افتقدت للمعلومات الكافية والدقيقة والأبحاث اللازمة، صنف شرام جمهور الوسائل الإعلامية في الدول النامية على اعتباره جمهور متنوع الفئات والأحوال وليس من السهل توقع ردود أفعاله وهو ما يدعو إلى ضرورة إجراء الأبحاث الإعلامية، أيضاً لأن وسائل الإعلام الحديثة تحتاج إلى البقاء على صلة ب جماهيرها والجماهير في الدول النامية تتحول بسرعة. وحسب نظرية شرام فإن مسؤولية ووظائف وسائل الإعلام التنموي هي:

١. الرقيب ٢. التعليم ٣. توسيع الآفاق الفكرية ٤. معرفة أسلوب حياة الآخرين ٥. تنمية التعاطف بالتقريب بين الناس ٦. التعرف والاطلاع على مختلف الأشياء في البلد، فهذه هي وظائف وسائل الإعلام التنموية حسب نظرية العالم وليبرشرام، حيث أن نظرية وليبرشرام ربطت بشكل معاصر بين الإعلام والعلاقات العامة وبين التنمية وذلك بهدف تعبئة الجماهيرية على تنفيذ الأساليب الجديدة من خلال الربط الثقافي الاجتماعي الشامل للعلاقات والمعتقدات والقيم مع عملية التغير المهارات وضرورة سيرها جنباً إلى جنب مع التنمية. (مركز هردولدمع التعبير الرقمي: ٢٠١٧، ص ٠٩).

فالمفهوم الوظيفي للمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام يتمظهر ببساطة في قدرة وسائل الإعلام على احترام الأبعاد الأخلاقية والثقافية وكذلك القيمة للمجتمع.

مفهوم ذوي الإعاقة أو (ذوي الاحتياجات الخاصة):

المقصود بذوي الاحتياجات الخاصة هم المعوقون، حيث يذكر أن هناك اتجاهات تربوية حديثة لاستخدام مسمى (ذوي الاحتياجات الخاصة) بدلا من مصطلح (معوقين)، لأن المصطلح الثاني يعبر عن الوصم بالإعاقة وما لها من آثار نفسية سلبية على الفرد، كما أن هناك دلائل مستمدة من علم النفس والاجتماع والتربية أن المسميات قد تكون ذات أثر معوق، لذا يتوجب علينا الحذر عند استخدام المصطلحات التي نلصقها بالأفراد الذين نريد مساعدتهم.

ويفضل استخدام مصطلح أو مفهوم (ذوي الاحتياجات الخاصة) كبديل لمصطلح المعاقين، لأن هناك اتفاق عام على أن هذا المصطلح استخدم كتسمية لمجموعة

الأشخاص الذين لا يستطيعون ممارسة حياتهم بشكل طبيعي بدون تقديم رعاية خاصة لهم، والتي قد تكون فائقة مقارنة بالخدمة التي تقدم لأقاربهم الطبيعيين (العاديين) من نفس العمر.

فذوو الاحتياجات الخاصة هي فئة كبيرة من البشر يعيشون معنا على سطح هذا الكوكب، ليسوا غرباء بل هم أطفالنا وشبابنا ورجالنا ونسائنا، أصيبوا بإبتلاءات متنوعة، فبعضهم معاق جسميا أو عقليا والآخر مصاب بضعف أو ببطء في مساية أقرانه، فهم فئة من فئات المجتمع ولكن لهم حاجاتهم الخاصة وخاصة في النواحي التربوية والتعليمية جعلتهم يحتاجون إلى نوع مختلف من المساعدة عما يتطلبه المتعلمين الآخرين في المدارس العادية.

ومن هنا يمكن تعريف ذوي الاحتياجات الخاصة عموما بأنهم أولئك الأفراد الذين ينحرفون عن المستوي العادي أو المتوسط في جانب ما أو أكثر من جوانب الشخصية إلى الدرجة التي تحتم احتياجهم إلى خدمات تعليمية وتربوية خاصة وتستلزم ترتيبات وأوضاع وممارسات تعليمية معينة لإشباع هذه الاحتياجات.

يقوم مصطلح (ذوي الاحتياجات الخاصة) على أساس أن في المجتمع أفرادا يختلفون عن عامة أفراد المجتمع، ويعزو المصطلح السبب في ذلك إلى أن لهؤلاء الأفراد احتياجات خاصة يتفردون بها دون سواهم، وتمثل تلك الاحتياجات في برامج أو خدمات أو طرائق أو أساليب أو أجهزة وأدوات أو تعديلات تستوجبها كلها أو بعضها ظروفهم الحياتية، وتحدد طبيعتها وحجمها ومدتها الخصائص التي يتسم بها كل فرد منهم. (<http://www.almayadeen.net/articles/blog/809589/> مفهوم ذوي الاحتياجات الخاصة)

وقد تم تعريف صاحب الاحتياجات الخاصة بأنه الشخص الذي استقر به عائق أو أكثر، يوهن من قدرته ويجعله في أمس الحاجة إلى عون خارجي) أو (هو من فقد قدرته على مزاوله عمله أو القيام بعمل آخر نتيجةً لقصور بدني أو جسمي أو عقلي، سواء كان هذا القصور بسبب إصابته في حادث أو مرضٍ أو عجزٍ) أو (هو كل فرد مصاب بعجز كلي أو جزئي إلى المدى الذي يحد من حواسه أو قدراته الجسمية - العقلية - النفسية إلى المدى الذي يحد من إمكانياته للتعلم أو التأهيل أو العمل، بحيث لا يستطيع تلبية احتياجاته أو بعضها بشكل مستقل.

ويلاحظ تعدد المصطلحات التي تطلق على هذه الفئة في اللغة العربية وذلك لعدم وجود مصطلح واحد وشامل للدلالة عليها، إلا أنه يمكن حصر المصطلحات العربية الخاصة بهذه الفئات والتي تستخدم في هذا المجال وتعريفاتها وهي:

- ذوي الاحتياجات الخاصة: وهو يعني أن في المجتمع أفراداً لهم احتياجات خاصة تختلف عن احتياجات باقي أفراد المجتمع، وتمثل هذه الاحتياجات في برامج أو خدمات أو أجهزة أو تعديلات، وتحدد طبيعة هذه الاحتياجات الخصائص التي يتسم بها كل فرد منهم.

- الفئات الخاصة: ويبدل هذا المصطلح على أن المجتمع يتكون من عدة فئات ومن بينها فئات تتفرد بخصوصية معينة، وذلك يعني أن المصطلحان السابقان مترادفان.

- الأفراد غير العاديين: غالباً ما يطلق هذا المصطلح على الأطفال الذين يختلفون عن أقرانهم، إما في قدراتهم العقلية أو الحسية أو الجسمية أو التواصلية ... الخ، وهذا الاختلاف يتطلب برامج لسد احتياجاتهم، وهذا المصطلح مرادف للمصطلحين السابقين، إلا أنه يستخدم غالباً مع الأطفال.

- ذوي الاحتياجات التربوية الخاصة: ويطلق هذا المصطلح على الفئة العمرية لتلاميذ المدارس أو ما قبل مرحلة الدخول إلى المدرسة، كما أن طبيعة احتياجاتهم تربوية.

- المعوقون: وهم فئة من الفئات الخاصة أو من ذوي الاحتياجات الخاصة، وتندرج تحت هذا المصطلح جميع فئات ذوي العوق مثل: المعوقين بصرياً - المعوقين سمعياً - المعوقين عقلياً - المعوقين جسدياً - المعوقين تواصلياً - المعوقين نفسياً ومتعددتي العوق إلى غير ذلك من أنواع العوق والإعاقة.

<http://www.almayadeen.net/articles/blog/809589/> مفهوم ذوي الاحتياجات-

(الخاصة)

إن ذوي الإعاقة يمثلون نسب لا يستهان بها في العالم اليوم، حيث يشاركون بحماس وفعالية في إثراء مختلف مظاهر الحياة الاجتماعية على كافة المستويات والأصعدة.

. وقد اعتمدنا في هذا البحث على الملاحظة العلمية البسيطة وتعتبر الملاحظة واحدة من أدوات جمع البيانات حيث تقوم على فيما يخص الجانب المنهجي فقد استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي وهو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات

منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث.

(<https://www.mobt3ath.com/dets.php?page=185>)

جمع المعلومات عن طريق مراقبة عينة مجتمع الدراسة، وملاحظة مختلف السلوكيات، دون إخفاء أي عنصر أو إهماله، حيث يتم من خلال هذه الأداة دراسة العينة دراسة شاملة وتحليلها للحصول على النتيجة التي يهدف اليها البحث لمعرفة.

تتمثل أهمية هذا البحث في العمل على تحديد بؤر النقص والقصور الاتصالي والإعلامي الذي تعاني منه الفئات الهشة وذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع بصورة مزمنة مع تعاقب الحكومات والفترات السياسية المختلفة وتأثير هذه الأخيرة على تجسيد منظومة الإعلام الجمعي بالفاعلية المطلوبة وبصورة تطبيقية وحقيقية.

فالهدف من هذه الدراسة هو السعي للبحث عن الآليات والحلول العلمية والنفسية والتنظيمية وكذلك الاتصالية القادرة على تغير الأوضاع السلبية التي تعيشها منظومة الإعلام المجتمعي وعلاقته بذوي الإعاقة داخل المجتمعات العربية.

أما فيما يتعلق بمجتمع البحث فقد ركزنا على الطبقات الفقيرة والمعوزة في المجتمع بشكل عام والتي تعاني من مشاكل إدارية وتسييرية كثيرة خاصة فيما يتعلق بالمعالجة الإعلامية لمختلف الأزمات الاجتماعية منها، والتي ساعدت في تعميق الهوة بين أهداف الإعلام الجمعي وتفعيلها على أرض الواقع، حيث تمثلت عينة الدراسة في فئة ذوي الاحتياجات الخاصة أو ذوي الإعاقة.

إن منظور هذه الدراسة تمثل في البنائية الوظيفية التي تعتبر من أهم المنظورات وأكثرها واقعية، باعتبارها تنظر للمجتمع وللمؤسسات والهيئات كشبكة من العلاقات الاجتماعية، بحيث أن استمرار هذا التنظيم ووجوده يعتمد على مدى التوافق والانسجام في شبكة العلاقات، ومن ثم فإن دراسة مفهوم الإعلام الجمعي والخدمي وعلاقته بالإشكاليات والشؤون الاجتماعية التي يواجهها أصحاب الإعاقات والعاهات المستديمة حيث اعتمد الباحث في ظل البنائية الوظيفية على مجمل الأدوار والوظائف وقدرتها على الربط والتنظيم بين الكثير من الأنساق والمكونات الاجتماعية والتي يمكن أن

تحقق الكفاءة والفعالية في أداء الإعلام الجماعي وتحديد الرؤى المستقبلية للتنمية البشرية المتعلقة بذوي الاحتياجات الخاصة وبتالي بلوغ مظاهر الرفاه الاجتماعي.

الإعلام الجماعي وعلاقته بذوي الإعاقة

مما لا شك فيه أن لوسائل الإعلام دورا هاما في حياتنا اليومية بحيث أصبحت تشكل عسبا حيويا في الحياة الاقتصادية كما أنها وسيلة مؤثرة جدا خاصة في زمن العولمة واقتصاد السوق فبعد أن كانت تلقب بالسلطة الرابعة أصبحت اليوم تسمى " بالسلطة الأولى." (عبد الله كبار: ٢٠٠٥، ص ٤١).

لهذا فإن التعاون الوثيق بين منظمات وجمعيات المجتمع المدني ووسائل الإعلام سواء كانت سمعية، بصرية أو مكتوبة أو شبكة الإنترنت التي تشملهم جميعا، لذا فإن تعاون هذه الجمعيات مع وسائل الإعلام كفيل بتخطي عقبات كبيرة في مجال الإعاقة والمعوقين باعتبار أن لهذه الفئة حق كبقية الفئات الاجتماعية الأخرى في الانتفاع من خدمات وإمكانيات وسائل الإعلام والاتصال الحديثة وذلك من خلال توعية المواطنين والأسر والهيئات الوصية للتكفل الشامل بانشغالات الأشخاص المعوقين وتقبلهم على حالتهم الموجودون عليها والعمل على إدماجهم في جميع المجالات بالإضافة إلى تهيئة الظروف المناسبة لهم لاستفادتهم من حقوقهم المشروعة من أجل دفعهم للمساهمة في التنمية المستدامة بشرط تأهيلهم وتدريبهم ودمجهم في العملية الإنتاجية التي ستحولهم من فئة مستهلكة إلى فئة منتجة ونشيطة. حيث أن دور الإعلام المجتمعي يتمثل في العملية الترويجية والتعريفية التي تعزز العلاقة بين الأشخاص المعوقين ومجتمعاتهم وبين المعوقين أنفسهم ولن يتأتى هذا إلا إذا خصصت هذه الوسائل والبرامج الإعلامية الخيرية الموجهة لهذه الفئة وذلك بإشراك وإسهام المختصين من أطباء ومربين والإعلاميين إضافة إلى المتطوعين والمهتمين بعالم الإعاقة والمعوق. (حواء طوهرات: د.س، ص ١٤).

يمكننا التأكيد على الدور الحيوي لهذه الوسائل التكنولوجية الاتصالية الحديثة في تهيئة آفاق مستقبلية واعدة أمام الأشخاص المعوقين ويمكن القول بأن أفضل تعبير عن علاقة ودور وسائل الإعلام الجماعي في تحسين الأوضاع الاجتماعية لذوي الإعاقة حسب رأينا هو ما تطرقت إليه توصيات ندوة القاهرة التي دارت حول موضوع "

اتجاهات أفضل إزاء الأطفال المعوقين"، فهذه الندوة نظمت بدعوة من مؤسسة " هانس زايدل " الألمانية بالتنسيق مع وزارة الإعلام المصرية والتي جرت فعالياتها في فندق الشيراتون بالقاهرة ما بين ٢٥ و ٢٨ تشرين الثاني / نوفمبر سنة ١٩٩٠، بحيث شارك فيها عدد من المعوقين والعاملين في مجال الإعاقة من متخصصين وأساتذة جامعيين... الخ، وتظهر أهمية توصياتها في مجال دور وسائل الإعلام من أجل الإسهام في التوعية بضرورة احترام حقوق ومطالب الأشخاص المعوقين وهي كما يلي:

- التأكيد على التنسيق بين الجهات المختلفة (إذاعة، تلفزيون وصحافة).
- حق الأشخاص المعوقين في مساحة إعلامية ثابتة تتوجه إلى حل مشاكلهم ومناقشتها.
- إنجاز فاشات تلفزيونية سريعة وهي تعد من خلال خبرات علمية متخصصة ووجوب اختبارها قبل تقديمها.
- الاهتمام الخاص بالإعاقة الذهنية وذلك بإنتاج أشرطة فيديو تستخدم بشكل فردي أو جماعي في المركز.
- إبداء أهمية خاصة لبرنامج الأطفال المعاقين والمرأة.
- التركيز على حق الشخص المعوق في العمل، التعليم والصحة.
- تنقية كل ما يعرض ويقدم في الإذاعة والتلفزيون من لهجة السخرية التي تمتزج أحيانا ببعض فئات الإعاقة.
- الطلب من اتحاد الفنانين وهيئات الإنتاج لتوجيه نظرهم إلى قيمة هذه القضية ومراعاة ظروف فئات ذوي الاحتياجات الخاصة.
- إبراز القدرات والإمكانات الإبداعية للأشخاص المعوقين.
- دعوة الإعلام إلى التركيز على نشاطات المجتمع الأهلي (المجتمع المدني) لصالح الأشخاص المعوقين وعدم الاقتصار على جهود الرسميين والدولة في هذا المجال.

- إعداد وتأهيل الإعلاميين من خلال دورات تدريبية في المشاركة في مؤتمرات خاصة بالنشاط الإعلامي الموجه للأشخاص المعوقين.
- تشجيع إنشاء اتحادات ومنظمات اجتماعية لتمثيل الأشخاص المعوقين لحماية مصالحهم وتبني آرائهم والقيام بدور الاتصال مع وسائل الإعلام. (وديع شكور جليل: ١٩٩٥، ص ٥٧-٥٨).

وفي الأخير يمكن القول بأن وسائل الإعلام ومجال الإعلام المجتمعي إذا تم توظيفها وإلزامها بإنجاز برامج خاصة بالأشخاص المعوقين وقامت بالتنسيق مع جمعيات ومنظمات المجتمع المدني في هذا المجال فإن جانب توعية وتحسيس المواطنين لا شك في أنه سيتحسن بشكل ملحوظ وبالتالي فإن المصاعب التي كانت تواجه ال شخص المعوق في حياته اليومية ستقل، وهكذا ستتوطد العلاقة بين جمهور المعوقين ووسائل الإعلام وكذا المجتمع المدني هذا من جهة كما أن الإنتاج السمعي البصري سيتعزز ببرامج خاصة بهذه الفئة من جهة أخرى وبالتالي سيزداد الاهتمام الرسمي والشعبي لصالح العام ولرعاية هذه الشريحة المهمة في المجتمع.

الإعلام الهادف وثقافة التكافل الاجتماعي

لقد أصبح من مكرور القول أن نقرر بأن عصرنا الحاضر هو عصر الإعلام. وليس في هذا الوصف أدنى مبالغة، فقد تعددت وسائل الاتصال والإعلام، وتنوعت أساليبه، وتشعبت مجالات تأثيره. واستولت هذه الوسائل على أوقات الناس، واستقطبت اهتماماتهم، وغدت ظاهرة عالمية لا تقتصر معالمها على مجتمع دون آخر، ولا يصد آثارها الحواجز التقليدية التي تعارف عليها الناس من حدود جغرافية أو اختلافات لغوية أو تباين ثقافي أو سياسي أو اقتصادي.

وعليه فإن الأصل في الإعلام عمومًا أن يُسخر في الخير والبناء، وفي تقديم وعي شامل وموجه لجميع فئات المجتمع المسلم، كما يؤدي دوره في تقويم السلوك وتوجيه طاقات الأمة إلى حيث ينبغي أن توجه. وتزداد أهمية هذه الأدوار للإعلام وبشكل خاص الإعلام الفضائي الهادف عند نزول الأزمات وتردي الأوضاع السياسية والاجتماعية، وهذا يمثل تحديًا كبيرًا للقنوات الهادفة في القيام بدورها المنوط بها وما يتطلبه ذلك

من التعاون البيئي، فضلاً عن تقديم البرامج الإعلامية المنطلقة من رؤية إسلامية مستقلة غير مرتبطة بتوجهات حكومية أو مصالح شخصية غير نبيلة لتغطية تلك النوازل والمشكلات، معتمدة في ذلك على الموجهات الشرعية لا مقاصد الأنظمة والجماعات التي لا يتناغم بعضها مع المقاصد والضوابط الشرعية.

إن الإعلام الهادف الذي نقصده هو الإعلام الخالي من الشوائب والأدران، سواء من حيث الوسيلة أو الغاية التي يعالج بها القضايا السياسية والاجتماعية. فهو إعلام ينطلق من رؤية إنسانية وإسلامية خالصة، والجدير ذكره أن كثيراً من القنوات العربية ذات الأثر الواسع كثيراً مما تقدمه يستحق الإشادة والتقدير، غير أن المشكلة هي في الغاية الكلية في المحتوى الإعلامي لتلك القنوات، وفي وسائلها المتبعة، ومرجعيتها الأخلاقية، ومصفوفة القوانين المرتكزة عليها؛ حيث تحتاج إلى تنقيح وتوجيه شرعي كبير.

لا أحد ينكر أو ينسى الدور الذي لعبه الإعلام في التقلبات الاجتماعية والسياسية التي شهدتها المنطقة العربية ومازالت، وربما كانت منظومات التواصل الجماهيري (تلفاز، وإنترنت) الأكثر تأثيراً في صناعة الرأي العام وتغيير المزاج الجماهيري وقولبته على النحو الذي يسعى إليه مستخدمو هذه الأجهزة، أو بصورة أدق المسيطرون عليها ومالكوها. لقد أصبحت الشاشة أداة مركزية تتجاوز كونها وسيلة اتصال أو تواصل أو تختزل في مجرد قنوات تقدم برامج للتسلية والتثقيف لتصبح أدوات للضبط والتحكم السياسي والاجتماعي تؤثر في الأفراد والجماعات وتزيّف وعيهم وسلوكهم. لقد تحولت الصورة إلى سلطة حقيقية من يملكها يصبح السيد الحقيقي، أو كما يقول «ريجيس دوبراي»: «إن سيد الصورة هو سيد البلاد وهو الدور الذي نرغب أن تلعبه القنوات الهادفة ويكون لها التأثير المباشر والإيجابي في القضايا والشؤون المتعلقة بالأمور السياسية ومظاهر التكافل الاجتماعي.

(<https://albayan.co.uk/mobile/MGZarticle2.aspx?ID=4618>)

مفهوم ونطاق التكافل الاجتماعي:

يقصد بالتكافل الاجتماعي: أن يكون أفراد المجتمع مشاركين في المحافظة على المصالح العامة والخاصة ودفع المفسد والأضرار المادية والمعنوية، بحيث يشعر كل فرد فيه أنه إلى جانب الحقوق التي له أن عليه واجبات للآخرين، وخاصة الذين ليس

باستطاعتهم أن يحققوا حاجاتهم الخاصة، وذلك بإيصال المنافع إليهم ودفع الأضرار عنهم.

نطاق التكافل الاجتماعي:

إن المجتمع المسلم هو الذي يطبق فيه الإسلام عقيدةً وعبادةً وشريعةً ونظاماً وخلقاً وسلوكاً وفقاً لما جاء به الكتاب والسنة واقتداءً بالصورة التي طبق بها الإسلام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم والخلفاء الراشدين من بعده، وعندما يلتزم المجتمع بهذه القاعدة يجد التكامل الاجتماعي مكانه بارزاً في المجتمع بحيث تتحقق فيه جميع مضامينه، ذلك أن الإسلام قد أهتم ببناء المجتمع المتكامل وحشد في سبيل ذلك جملة من النصوص والأحكام لإخراج الصورة التي وصف بها الرسول صلى الله عليه وسلم ذلك المجتمع بقوله: (مثل المؤمنين في توادهم وتراحيمهم وتعاطفهم، كمثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو، تداعى له سائر الجسد بالحسنى والسهر).

لذا فإن التكافل الاجتماعي في الإسلام ليس مقصوداً على النفع المادي وإن كان ذلك ركن أساسي فيه، بل يتجاوزهُ إلى جميع حاجات المجتمع أفراداً وجماعات، مادية كانت تلك الحاجة أو معنوية أو فكرية على أوسع مدى لهذه المفاهيم، فهي بذلك تتضمن جميع الحقوق الأساسية للأفراد والجماعات داخل الأمة.

والتكافل الاجتماعي في الإسلام ليس معنياً به المسلمين المنتمين إلى الأمة المسلمة فقط بل يشمل كل بني الإنسان على اختلاف مللهم واعتقاداتهم داخل ذلك المجتمع كما قال الله تعالى: ﴿ لا ينهاكم الله عن الذين لم يقاتلوكم في الدين ولم يخرجوكم من دياركم أن تبروهم وتقسطوا إليهم ﴾ الممتحنة: ٨ ذلك أن أساس التكافل هو كرامة الإنسان حيث قال الله تعالى: ﴿ ولقد كرّمنا بني آدم وحملناهم في البر والبحر ورزقناهم من الطيبات وفضلناهم على كثير ممن خلقنا تفضيلاً ﴾ الإسراء: ٧٠.

وأما التكافل بين جميع المجتمعات الإنسانية فهو الذي ترسم ملامحه الآية الكريمة: ﴿ يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله اتقاكم إن الله عليم خبير ﴾ (الحجرات: ١٣) فهي تعلن مبادئ تكافل دولي بموجبه تنتظم كافة المجتمعات الإنسانية في رباط عالمي هدفه النهائي والحقيقي إقامة مصالح العالمين ودفع المفاسد عنهم وتباعد المنافع فيما بينهم، مادية ومعنوية، علمية

وثقافية واقتصادية مع الحفاظ على خصوصيات كل مجتمع وكيان دون تهديد لتلك الخصوصيات بما يهدمها أو يلغيها، وأساس ذلك إحساس الجميع بوحدة أصلهم ومنشئهم ومصيرهم.

وهذا التكافل لا يقف عند تحقيق مصالح الجيل الحاضر بل يتعدى ذلك إلى نظرة شاملة تضع في الاعتبار مصالح أجيال المستقبل، وهو ما من شأنه أن يسهم في حل كثير من الأزمات المعاصرة ويحاصر كثير من الأخطار التي تواجه مستقبل البشرية والتي نشأت من جراء لهاث هذا الجيل وراء مصالحه دون اعتبار للمستقبل البشري العام، وهي أخطار ومشكلات كثيرة لعل من أخطرها مشكلة البيئة والموارد الطبيعية. قال تعال: ﴿ولولا دفع الله الناس بعضهم ببعض لهدمت صوامع وبيع وصلوات ومساجد يذكر فيها اسم الله كثيرا﴾ (الحج: ٤٠). (<https://www.alukah.net/sharia/0/95507/>)

إن الإعلام الاجتماعي أو الجمعي يتسم في جوهره بالأبعاد الخدمانية والإنسانية وحتى الدينية ذلك أنه يعتبر من الأنماط الإعلامية الهادفة والتي يرجى من ورائها تحسين الأوضاع الاجتماعية السلبية التي تعترض مسيرة التقدم والتطور في أغلب المجتمعات الإنسانية، فمفهوم التنمية الاجتماعية الفعلية يتقاطع من حيث التطبيق مع مظاهر وصور التكافل الاجتماعي في أوساط الأفراد والهيئات والجماعات، ما يبرر ضرورة البحث بجدية أكبر عن نقاط التكامل بين الإعلام الجمعي وعمليات التضامن والتكافل مع فئة ذوي الإعاقة في المجتمعات العربية.

آليات الإعلام المجتمعي والأبعاد السوسيوثقافية لذوي الاحتياجات الخاصة:

هناك العديد من القضايا التي تهم الأشخاص ذوي الإعاقة، والتي مازال ينظر إليها نظرة سلبية، ويجرى التعامل معها بالأساليب القديمة، في الوقت الذي زادت فيه أعداد الأشخاص ذوي الإعاقة بشكل كبير، وخصوصاً في البلاد العربية التي تفاقمت فيها مشكلات الإعاقة لأسباب عديدة. ولاشك أن الإعلام المجتمعي يمكن أن يلعب دوراً من أهم الأدوار في تغيير النظرة تجاه الأشخاص ذوي الإعاقة، وإلى حقوقهم التي يجب توفيرها بصفة فورية وكاملة. (أمل عبد الرحمن صالح: ٢٠١٠، ص ٠٤)،

ترتبط أهمية الإعلام الاجتماعي بقدرته على الوصول إلى أكبر عدد من الأفراد والتأثير فيهم من خلال بث رسائل معينة قادرة على إحداث تغيير على الصعيد الاجتماعي، الاقتصادي، السياسي والثقافي، وخلق رأي عام حول القضايا والمشاكل المجتمعية، من هنا يأتي دور الإعلام الاجتماعي ويتجلى في طرح القضايا الاجتماعية المتعلقة بحياة الإنسان والتوعية بدور ومشاركة الأفراد في مختلف مجالات الحياة، وحمايتها، وبينها الاهتمام بقضايا الأشخاص ذوي الإعاقة والتي هي محور حديثنا في هذه الورقة.

أكدت الكثير من الدراسات وموثيق الشرف الإعلامية على ضرورة التزام وسائل الإعلام، بتقديم صورة صحيحة وإيجابية عن الأشخاص ذوي الإعاقة، ومسؤولية دمجهم في المجتمع، وعلى أن تكون أجهزة الإعلام بما لها من خبرات وإمكانيات أكثر التصاقاً بمشكلات الأشخاص المعوقين. وللإعلام الاجتماعي اليوم إيجابيات كثيرة، ولوسائله أهمية كبيرة تخدم الأشخاص ذوي الإعاقة، وتشمل خدماتها كل فئات الإعاقة، إذ أن هناك علاقة تبادلية تفاعلية بين الإعلام الاجتماعي وأصحاب القضايا التي يحاول الإعلام معالجتها، فعلى سبيل المثال: هناك مواقع اجتماعية تتوجّه إلى المعوق نفسه وتخطبه وتفسح له المجال بالمشاركة وتفرد له مكاناً خاصاً تعبر فيه عن آرائه وتنشر إبداعاته.

الإعلام وعرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة:

على الرغم من المجالات والقضايا الكثيرة التي يمكن أن يستوعبها البحث، خصوصاً وأننا أمام تطور جديد في علاقة الإعلام بالإعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة، فخلال السنوات الماضية -كما يقول الدكتور علي بن شويل القرني- بدأ يتشكل تخصص جديد في مجال دراسات الإعاقة Disability Studies والتي انطلقت من عدد من التخصصات الأخرى، مثل الدراسات الصحية، والتربية الخاصة، ودراسات التأهيل وغيرها من التخصصات، والإعلام هو أحد التخصصات التي ينبغي أن تقترب من دراسات الإعاقة والتربية الخاصة؛ لأهمية وسائل الإعلام في كثير من قضايا الإعاقة، وفي مقدمتها قضية التوعية، وقضية الاتجاهات السلبية، التي تترامم لتشكّل عقبات

وصعوبات تواجه ذوي الاحتياجات الخاصة ومؤسسات الإعاقة في تحقيق أهدافهم في تحسين صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع.

وفي هذا الإطار سوف نقتصر على تناول المسائل الآتية:

• الإعلام وتغيير النظرة إلى ذوي الاحتياجات الخاصة.

• الإعلام والوقاية من الإعاقة.

• الإعلام والتأهيل الاجتماعي.

٢. الإعلام الجمعي وتغيير النظرة إلى ذوي الاحتياجات الخاصة:

أثبتت دراسات كثيرة أن الإعلام يُعد من أهم المؤسسات الثقافية والاجتماعية المؤثرة في اتجاهات الرأي العام، التي يمكنها أن تؤدي أدواراً رائدة في تغيير النظرة إلى الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؛ فالتقرير النهائي للقاء الخبراء الدوليين في مجال وسائل الإعلام والإعاقة، في موسكو، عام ٢٠٠٢م؛ كشف عدة أمور، أهمها:

إن هناك اعترافاً بأهمية الاستفادة من وسائل الإعلام في تقديم الإعاقة على أنها تنوع طبيعي ومقبول في المجتمع. ضرورة العمل على زيادة تمثيل الإعاقة وفي نفس الوقت تحسين الصورة لها في وسائل الإعلام، وذلك بتحسين الرسائل التي تنقل وتعكس القبول المتنامي للإعاقة على أنها حق إنساني وتغيير اجتماعي.

وتؤدي الجهات العاملة في مجال ذوي الاحتياجات الخاصة من هيئات حقوقية وأولياء الأمور والجهات المختصة في قضايا الإعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة دوراً مهماً في دفع وسائل الإعلام للاهتمام بموضوع الإعاقة والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؛ « فنجد أنه منذ السبعينات من القرن الماضي انصب التركيز على الإعلام وطرحه لقضايا المعاقين في الولايات المتحدة الأمريكية بسبب وجود بعض الهيئات التي اهتمت بقضايا الدفاع عن الحقوق والمساواة بين أفراد الشعب بالرغم من الإعاقة، وطرحت هذه الهيئات أفكاراً عديدة، منها أن على المعاقين أن يعبروا عن أنفسهم في الإعلام المرئي، لما له من الأثر المباشر على المجتمع في طرح قضاياهم الخاصة، وقد نجحت من خلال هذه

الفكرة تغيير بعض المسميات المتعلقة بالمعاقين، مما يعني أن الإعلام له قوة كبيرة على المجتمع.

وهذا الدور الذي تضطلع به الجهات المذكورة، مطلوب للتفاعل والتعاون لإقامة شراكة بين مؤسسات الإعلام والمؤسسات المهتمة بذوي الاحتياجات الخاصة، تعمل على تحقيق ما يأتي:

توعية الإعلاميين بقضية الإعاقة باعتبارها إحدى القضايا المرتبطة بحقوق الإنسان؛ استضافة الإعلاميين عند تخطيط الحملات الإعلامية لموضوعات وقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة؛ توثيق العلاقة مع مندوبي الإعلام، حتى مع الأشخاص الذين قد يملكون اتجاهات سلبية نحو ذوي الاحتياجات الخاصة.

دعوة الإعلاميين والصحافيين على وجه الخصوص للكتابة وإعداد تقارير وتحقيقات صحافية عن موضوعات ذوي الاحتياجات الخاصة، وذلك عن طريق ربط موضوعات الإعاقة بقضايا اجتماعية وإنمائية وسياسية وغيرها من القضايا تكون مثيرة ولها جمهور واسع من المهتمين، لتمرير رسائل خاصة بذوي الاحتياجات الخاصة.

يشير تتبع علاقة الإعلام بذوي الاحتياجات الخاصة إلى أن الصور التي يقدمها عنهم، خصوصاً في الأفلام والدراما، أنهم يتميزون بكونهم إما شخصيات شريرة تحمل الحقد على المجتمع، وتتمرد أفعالها بالعنف والميل للانتقام، وإما شخصيات مثيرة للسخرية والاحتقار من الآخرين، أو أنهم شخصيات غامضة قد تثير الشفقة أو الفضول أو حتى الاشمئزاز، وقلما يعكس حقيقتهم الاجتماعية، سلباً وإيجاباً، إلا أن تكثف العمل الحقوقي لفائدة هذه الفئة ووجوب عرضهم على حقيقتهم وأنهم يمثلون تنوعاً في النسيج الاجتماعي، أوجب على وسائل الإعلام التعامل معهم على الحقيقة، وعرضهم دون انتقاص من كرامتهم وبالمساواة مع غيرهم من الأشخاص غير المعاقين، بل توعية ومخاطبة المجتمع برسائل إعلامية تُحمله المسؤولية عنهم؛ وأنه قد يكون المتسبب في الإعاقة أحياناً كثيرة.

وأخذ الموقف من الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة يرتبط بمستوى التحضر الاجتماعي في المجالات والنواحي الاجتماعية كلها، ومنها المجال الإعلامي، الذي صارت

تسجل فيه الدول المتقدمة تميزات شتى في عرض قضايا الإعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة إعلامياً «فألمانيا كانت متميزة في الاستفادة من الوسائل المدرسية لتقديم الإعاقة بهدف مزدوج: يشمل كلاً من زيادة الاهتمام، وإعداد الطلاب والمدرسين لتقبل زيادة دمج الأطفال المعاقين. أما بريطانيا فقد تميزت بخبرتها الطويلة في تحسين صورة الإعاقة وتمكين نسبة من المعاقين من المشاركة في برامج تعليمية وترفيهية. أما الولايات المتحدة الأمريكية فقد تميزت بدورها في برامج الأطفال التي تحاول غرس نموذج تنوع المجتمع على نطاق واسع. أما كندا فقد تميزت بتركيزها على ثلاثة أنشطة مكملية لبعضها البعض وهي: البرامج التلفزيونية المتعلقة بقضايا الإعاقة المدعوم من قبل شبكة الإذاعة الرئيسية، والاحتفال بفيلم الإعاقة السنوي والمدعوم من جمعيات الإعاقة غير الحكومية، وأخيراً دعم بعض أفلام قضايا الإعاقة المقدم من المجلس الكندي الوطني للأفلام.

وعلى مستوى الإعلانات التلفزيونية، التي تعد الأكثر تحفظاً في عمليات التغيير عن صورة ذوي الاحتياجات الخاصة، ظهرت بعض الإعلانات التي تعكس صوراً إيجابية عن هذه الفئات. فعلى سبيل المثال، ظهر إعلان تلفزيوني يبين رجل أعمال ناجح يسير بعكازتين حاملاً حقيبة يدوية يجسد نجاحاً لذوي الاحتياجات الخاصة. وإشارة أخرى لشبكة التلفزيون الأمريكية (CBS) اشتملت على لقطات عن الموسم الجديد من برامجها ومتابعات جمهور المشاهدين لها، ظهر من بينها اثنان (رجل وامرأة) يعبران عن مشاعرهما بلغة الإشارة؛ وإعلان آخر لشركة ملابس جينز يحتوي على شخصية من ذوي الاحتياجات الخاصة؛ وإعلان لشركة من شركات الوجبات السريعة يظهر فيه بعض الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة يصفقون لمناسبة من المناسبات؛ وإعلان لشركة سيارات يشرح فيه أحد مندوبي المبيعات، وهو من ذوي الاحتياجات الخاصة، الميزات التي تتميز بها الشركة.

أما على المستوى العربي فالاهتمام بهذه القضايا إعلامياً، سواء من ناحية الإنتاج الإعلامي بأنواعه الكثيرة أو الدراسات الأكاديمية، فوجوده يمثل الاستثناء، إن وجد، مما يصعب معه تسجيل اتجاهات معينة حول ذوي الاحتياجات الخاصة سواء

من قبل القائمين بالاتصال أو الجمهور أو الشركات والمؤسسات الإعلامية، مما يفتح باباً خصباً أمام الدراسات الإعلامية الأكاديمية.

ومع هذا نشير إلى ما بينته دراسة عربية أجريت حول الإعلاميين وذوي الاحتياجات الخاصة بالمملكة العربية السعودية؛ بينت الدراسة في تحليلها للصورة الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة كما يراها الإعلاميون في المملكة، أن الصورة تتسم بالإيجابية أكثر من السلبية، حيث يرى الإعلاميون في المؤسسات الإعلامية السعودية أن صورة ذوي الاحتياجات الخاصة هي إيجابية، وأنهم ليسوا من الشخصيات التي تسجل انحرافات اجتماعية، كما هي الصورة في بعض الأفلام الدرامية الخارجية، أي أنهم شخصيات مستقيمة اجتماعياً وسلوكياً كما تظهرهم وسائل الإعلام السعودية. وتأتي بعد ذلك الشخصية المتعلمة، وثالثاً الشخصية الإيجابية من بين أبعاد الصورة الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة، وقد يكون للقيم السائدة في مجتمع الدراسة التأثير القوي في تحديد الاتجاه إعلامياً نحو الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.

(https://library.islamweb.net/newlibrary/display_umma.php?lang=&BabId=1&ChapterId=4&BookId=2062&CatId=201&startno=0)

لذا فإن الإعلام الجماعي يعد الوسيلة الأفضل للترويج والتعريف بمختلف التحديات والمشكلات التي تواجه أصحاب الإعاقات والعاثات عن طريق التسويق الاجتماعي والتطوعي لمختلف مظاهر التنمر وعدم القبول بالوضعية المعقدة لهؤلاء عند الكثير من المكونات الاجتماعية، حيث أن الإشارة إلى هذه الإشكاليات الاقتصادية وسيوثقافية على المستوى الاجتماعي والحكومي الرسمي والغير الرسمي، يتوقف على مدى الاعتماد على وسائل الإعلام الجماعي في تحسين الصورة الذهنية عند عامة المجتمع حول فئة ذوي الإعاقة وكذلك طبيعة العلاقة التي تجمعها مع هذه الوسائل، فذلك يتحقق عن طريق توظيف العناصر والأساليب الاتصالية التالية:

مكتب العلاقات العامة : (يسهر على بناء أكبر قدر ممكن من العلاقات الخارجية مع جموع الفاعلين في المجال الخاص الذي تتحرك في إطاره المؤسسة الإعلامية ومنظمات المجتمع المدني).

العلاقات مع الصحافة: (يستخدم هذا الأسلوب في حالة التصدي للأزمات بواسطة الاستعانة بالندوات والبيانات الصحفية لتسهيل عملية الاتصال وإدارة هذه الأزمة).

الإعلان التوعوي والمواقع الإلكترونية: (تعمل هذه الطريقة على التعريف بالكيفية التي تعمل بها المؤسسة من خلال الترويج لمجمل خدماتها ومنتجاتها وكذلك سياستها من خلال استغلالها للإشهار وآليات التشويق الاجتماعي والإنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي).

خاتمة:

- الإعلام الجمعي في معظم الدول العربية لا يزال نوعا ما غير محدد الملامح، حيث أنه لا يتعدى كونه مجموعة من البرامج الإعلامية الاستطلاعية التي تحاول تسليط الضوء على الحالة المزرية التي تعيشها الفئات الهشة في المجتمع.
- لا توجد مؤسسات إعلامية خاصة في مجال الإعلام الاجتماعي سواء أكانت سمعية بصرية أو مطبوعة ترافق القائمين والمهتمين بقطاع التكافل الاجتماعي والعمل التطوعي الموجه في الأساس لخدمة الفئات الهشة والمعوزة على غرار ذوي الاحتياجات الخاصة.
- وسائل الإعلام المعروفة والتقليدية في أغلب الدول العربية تهتم إلا بتغطية الوقائع والمجريات والأحداث السياسية والاقتصادية والرياضية والثقافية وأيضا بصورة كبيرة أخبار الفنانين والمشاهير دون تخصيص الحيز المناسب لمعالجة النقائص والمشكلات التي تؤرق حياة ذوي الإعاقة في المجتمعات العربية بصفة عامة ويومية.
- الكثير من جمعيات المجتمع المدني في البلدان العربية لا تستعين نسبيا بوسائل الإعلام في نقل معانات ذوي الإعاقة والسبب في ذلك هو غياب التطبيق الفعلي لمنظومة التسويق الاجتماعي والإنساني والذي يساهم على الأقل في رفع مستويات الوعي الاجتماعي بأهمية هذا المكون أو هذه الجزئية في المجتمع.
- أغلب المعاهد والكلديات المتخصصة في مجال الإعلام والاتصال في الجامعات العربية، لا تدرج دراسات أو تخصصات دقيقة تهتم بدراسة وتمحيص الظواهر

الإجتماعية المرتبطة بترقية وتنمية الأوضاع السيئة والغير مقبولة لذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع.

- الاهتمام بذوي الإعاقة على المستوى الإعلامي مرتبط بالأيام الوطنية والاحتفالية فقط، والتي يتم على إثرها التركيز بصفة مؤقتة على بعض المسائل الخاصة بفئة المعاقين عموماً.

الاقتراحات والتوصيات:

- ضرورة الإسراع في تحديد ملامح وصلاحيات الإعلام الجمعي ودوره في إصلاح المنظومة الاجتماعية والإدارية لذوي الاحتياجات الخاصة، وذلك عن طريق الاعتماد على التقنيين والمتخصصين والخبراء في هذا المجال.
- السعي المكثف لإيجاد سبل التواصل والتكامل بين الإعلام المجتمعي و النظام التربوي بهدف تحقيق التنمية الاجتماعية والبشرية الشاملة والمستدامة تحت إشراف المنظومة القيمية والأخلاقية للمجتمعات بأنواعها، وذلك من خلال استضافة مفكرين ومنظرين للحوار وتبادل وجهات النظر حول الآفات و الهفوات التي تعترض التجسيد الواقعي لهذه الخطط والمشاريع الترقية والتنموية.
- العمل على الاقتداء ببعض النماذج الأجنبية في مجال الإعلام والخدمة الاجتماعية ومحاولة استخدام الميكانيزمات المناسبة للبيئة العربية وذلك من أجل إحداث إسقاط دقيق يتوافق مع خصائص الظاهرة محل الدراسة والبحث، دون أن ننسى بالطبع الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والمسؤولية الاجتماعية في تحقيق هذا المبتغى.
- استحداث تخصصات أكاديمية في كافة التخصصات العلمية الاجتماعية والإنسانية وحتى التقنية، والتي تهتم بدراسة مختلف الشوائب التي تعاني منها فئة ذوي الاحتياجات الخاصة عن طريق البحث عن مسببات الظاهرة واقتراح حلول وبدائل فعالة لها على أرض الواقع.

من المهم جدا التيقن بأن فعالية الإعلام الجمعي تتوقف على ديناميكية الاتصال فكلاهما وجهان لعملة واحدة، فالاتصال أصبح رقم أساسي وجزءا هاما في معادلة الخدمات والنشاطات الاجتماعية بأنواعها، فدافع الأول الذي يستدعي تبني الحملات والبرامج الإعلامية ذات الأبعاد الاجتماعية هي الحاجة الملحة لتحسين سلوك الأفراد وتنمية الوعي الاجتماعي والأخلاقي في المجتمع وهذا قصد التصدي لكافة مظاهر الاعتداء على الحقوق المشروعة للفئات الهشة في المجتمع، وذلك عن طريق تحقيق الإدراك العام بالقضايا والمشكلات والأفات الاجتماعية الراهنة، وإقامة مشروع التنمية الاجتماعية المستدامة الذي يحافظ على الفرد والمجتمع من جهة وينمي الاقتصاد والأوضاع الاجتماعية والمادية من جهة أخرى، حيث لا يمكن لمنظمات المجتمع المدني في الدول العربية لوحدتها تحمل هذه المسؤولية بل يجب إقحام كافة وسائل الإعلام والهيئات الحكومية في هذه العملية بواسطة تسيير برامج إعلامية اجتماعية هادفة خاصة بذوي الإعاقة تقدم نماذج سلوكية إيجابية تساهم في حماية هذه الفئات الهشة في المجتمع بالشكل المطلوب، وعن طريق أيضا إدراج المحتويات الاجتماعية والإنسانية ضمن اهتماماتها وأولوياتها، وأيضا الاستعانة بالمنظومة التربوية وذلك من خلال التركيز أكثر على التعليم لبناء قاعدة شاملة تعبر عن الثقافة التطوعية ومفهوم التكافل الاجتماعي وتحاول نشرها وتجسيدها في المجتمع وإتاحة الفرصة لكل فرد لاكتساب المعرفة والقيم والمهارات، التي تؤدي لا محالة إلى خلق أنماط جديدة من التصرفات والاتجاهات الإيجابية والبناءة تجاه تحسين وتطوير وضعية البيئة الاجتماعية لدى الأفراد والجماعات في المجتمع، حيث أن ملاحظة واقع الاجتماعي المعاش في العديد من البلدان العربية يعطينا انطبعا بضعف الاهتمام بهذا المجال وهذا راجع لضعف التنشئة الاجتماعية عند شرائح واسعة في المجتمع، والذي أثر سلبا على المعايير المعرفية والتوعية بخطورة التسبب وسياسة التسويق والاستنزاف المفرط للمصادر الخاصة بهذه الطبقة الاجتماعية المهمة، والتي يجب تأطيرها والتحكم فيها بصورة حقيقية تبرز المفهوم التطبيقي للمواطنة والتنوع الاجتماعي والثقافي، وتجعل من حملات التسويق الاجتماعي أكثر نجاعة وفعالية في حماية الفئات المعوزة والمستضعفة وتسخير هذه الأخيرة لتصبح مكسبا اقتصاديا يساهم في إنشاء البنى التحتية للبلاد ودفع عجلة التنمية نحو الأمام.

قائمة المراجع:

- بن مكرم، محمد:(د.س)، ابن منظور، لسان العرب، باب العين مع اللام والميم، طبعة دارالمعارف.
- إمام، إبراهيم:(١٩٨١)، العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الأنجلو، القاهرة.
- محمد قاسم، يوسف: (١٩٧٩)، ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية، المملكة العربية الرياض.
- عبد القادر، محمد:(١٩٨٢)، دور الإعلام في التنمية، وزارة الثقافة والإعلام.
- أطلع عليه يوم: ٢٠١٩/٠٩/١٢، على الساعة: ١٥:٣٠، في الرابط: <http://aceproject.org/ace-ar/topics/me/meb/meb03a/meb03a05>
- أطلع عليه يوم: ٢٠١٩/٠٩/١٦، على الساعة: ١١:٠٠، في الرابط: <https://www.7iber.com/politics-economics/community-media-in-j0>
- إبراهيم، أنيس:(١٩٧٢)، معجم الوسيط، دار إحياء التراث العربي، القاهرة.
- الكيالي، عبد الوهاب: (١٩٩٠)، الموسوعة السياسية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت.
- عبد الوهاب القيسي، خولة:(٢٠١١)، المسؤولية الاجتماعية لأطفال الرياض الأهلية، مجلة البحوث التربوية والنفسية.
- غنيمي عبد المقصود، حسنية: (٢٠١٠)، المسؤولية الاجتماعية لطفل ما قبل المدرسة، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط.
- سعد بن فالح العمري، منى: (٢٠٠٧)، الاسلوب المعرفي (التروي/الاندفاع) وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى عينة من طالبات، كلية التربية للبنات بمحافظة جدة، مذكرة ماجستير، قسم علم النفس، جامعة طيبة، المملكة العربية السعودية.
- مركز هردو لدعم التعبير الرقمي: (٢٠١٧)، اليوم العالمي للإعلام الإنمائي، القاهرة.

أطلع عليه يوم: ٢٠١٩/٠٩/٢٢، على الساعة: ١٥:٢٢، في الرابط: /مفهوم ذوي-
الاحتياجات-

<http://www.almayadeen.net/articles/blog/809589> الخاصة

أطلع عليه يوم: ٢٠١٩/٠٩/٢٢، على الساعة: ١٦:٤٠، في
الرابط: <https://www.mobt3ath.com/dets.php?page=18>

كبار، عبد الله: (٢٠٠٥)، المجتمع المدني ودوره في التكفل بذوي الاحتياجات
الخاصة، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في تخصص علم الاجتماع الثقافي
، جامعة الجزائر،

طوهرات، حواء: (د.س)، تأهيل استقلالية المعوق في المجتمع"، العدد ١٥، مجلة
آفاق تربوية.

وديع شكور؛ جليل: (١٩٩٥)، معاقون لكن عظماء، الدار العربية للعلوم، لبنان،
بيروت.

أطلع عليه يوم: ٢٠١٩/٠٩/٢٢، على الساعة: ١٥:١٨، في الرابط التالي:
<https://albayan.co.uk/mobile/MGZarticle2.aspx?ID=4618>

أطلع عليه يوم: ٢٠١٩/٠٩/٢٤، على الساعة: ١٥:٢٢، في الرابط:
<https://www.alukah.net/sharia/0/95507/>

عبد الرحمن صالح، أمل: (٢٠١٠)، دور الإعلام في خدمة قضايا الأشخاص ذوي
الإعاقة في العالم العربي، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام العربي،
قطر، الدوحة.

أطلع عليه يوم: ٢٠١٩/٠٩/٢٦، على الساعة: ١٤:٤٥، في
الرابط:

[https://library.islamweb.net/newlibrary/display_umma.php?lang=
&BabId=1&ChapterId=4&BookId=2062&CatId=201&startno=](https://library.islamweb.net/newlibrary/display_umma.php?lang=&BabId=1&ChapterId=4&BookId=2062&CatId=201&startno=)