

احتياجات المعاقين الإعلامية ومدى أشباع وسائل الإعلام لها

دراسة ميدانية على عينة من المعاقين في المملكة العربية السعودية

إعداد

د. حمود بن أحمد الخميس و د. عبد الحافظ بن عواجي صلوي

ورقة عمل مقدمة في

الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة

"الإعلام والإعاقة- علاقة تفاعلية ومسؤولية متبادلة"

"مملكة البحرين". الفترة بين 16-18 صفر 1428هـ، 6-8 مارس 2007م.

الجمعية الخليجية للإعاقة بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين

مقدمة

يعد الإعلام شريان حياتنا المعاصرة، إذ لا يستغني عنه أي فرد في المجتمع، فمنه نستقى الأخبار التي تساعدنا على السيطرة على البيئة المحيطة بنا، ومنه نحصل على المعلومات التي تزودنا بالمعرفة، وفيه نجد التسلية والترفيه. ويمثل المعاقون أحد الشرائح المهمة في مجتمعاتنا التي هي بحاجة ماسة للاستفادة من الإعلام مثلها مثل غيرها من الشرائح الأخرى في المجتمع. لكن الملاحظ أنه غالباً ما يتم تجاهلهم في كثير من البلدان النامية عند وضع الخطط وتقديم الخدمات، وخاصة الخطط والخدمات الإعلامية، فالرسائل الإعلامية سواء كانت عن طريق الوسائل المرئية أم المسموعة أم المقروءة غالباً ما توجه للأسوياء، وحتى البرامج الخاصة بالمعاقين في هذه الوسائل الجماهيرية توجه في الأصل للأسوياء، وقد تترجم لبعضهم عن طريق لغة الإشارة. ويقتصر دور وسائل الإعلام في كثير من الأحيان في مجال الإعاقة على أقصى تقدير على التوعية بضرورة اهتمام قطاعات المجتمع المختلفة بالمعاقين، لكنها تتجاهل في كثير من الأحيان أنها هي أيضاً مطالبة بتقديم خدمات إعلامية للمعاقين. فالمعاقون مثلهم مثل أي فئة في المجتمع بحاجة للمعلومة، وللخبر، وللتوجيه، وللتسلية والترفيه.

إذن فالتعرف على احتياجات المعاقين الإعلامية تعد ضرورة ملحة لوسائل الإعلام من جهة، وللجمعيات والمؤسسات المهتمة بالمعاقين واحتياجاتهم ورعايتهم من جهة أخرى. إذ أنهم يمثلون شريحة مهمة من الجماهير لها خصائصها وسماتها المستقلة والتي تؤثر في طبيعة احتياجاتهم الإعلامية وطرق تعرضهم واستخدامهم للوسائل الإعلامية الجماهيرية. ومن هنا فإنه يتوجب على وسائل الإعلام التعرف على احتياجات المعاقين ودوافع تعرضهم ودرجة تعرضهم لرسائلها حتى تستطيع أن تلبي احتياجاتهم وتشبع رغباتهم من خلال إشراكهم في الاستفادة من برامجها العامة أو تخصيص برامج خاصة لهم.

ومن جانب آخر فإن الجمعيات والمؤسسات المهتمة بالمعاقين يجب أن تتعرف على طبيعة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام العامة ومدى إمكانية الاستفادة من تلك الوسائل للوصول إلى المعاقين وتوجيههم ورعايتهم. ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتقدم لوسائل الإعلام والمؤسسات ذات العلاقة برعاية المعاقين رؤية واضحة لاحتياجات المعاقين الإعلامية

علمهم يستفيدون منها في تقديم خدمات إعلامية متميزة لهذه الفئة الغالية والتي غالبا ما يتم تجاهل احتياجاتها عند وضع الخطط والبرامج الإعلامية في مجتمعاتنا.

مشكلة الدراسة

يمكن تحديد مشكلة الدراسة في " التعرف على الاحتياجات الإعلامية للمعاقين من فئتي الصم البكم والمكفوفين في المملكة العربية السعودية ومعرفة طبيعة استخداماتهم لوسائل الإعلام الجماهيرية من صحافة وإذاعة وتلفاز وإنترنت، وتحديد مدى إشباع وسائل الإعلام لتلك الاحتياجات".

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في الجوانب التالية:

1. كونها تتعرف على احتياجات فئة من الجماهير المستهدفة لها سمات وخصائص اتصالية مختلفة عن الجماهير العامة.
2. كونها تتناول فئة المعاقين الذين يجب أن توجه لهم البرامج الإعلامية مثلهم مثل غيرهم لكي يكونوا مندمجين في مجتمعهم ومساهمين إيجابيا في عملية التنمية.
3. كونها تتناول فئة المعاقين الذين غالبا ما يتم إغفالهم عند وضع الخطط والبرامج الإعلامية.
4. ستكشف لنا عن طرق وأساليب استخدام المعاقين لوسائل الإعلام الجماهيرية.
5. ستكشف لنا أهم الاحتياجات الإعلامية التي يسعى المعاقون لإشباعها.
6. ستوضح لنا حجم ونوعية تعرض المعاقين لوسائل الإعلام الجماهيرية.
7. ستساعد وسائل الإعلام في تحديد أفضل الوسائل والأساليب للوصول إلى هذه الفئة من الجماهير.

8. القدرة التأثيرية لوسائل الإعلام في نقل المضامين الهادفة والموجهة وإيصالها إلى جمهور المعاقين بشكل جذاب ومؤثر مما يسهم في إشباع تطلعات هذه الفئة الغالية من المجتمع.
9. تنامي الاهتمام بدمج المعاقين في المجتمع مما يفرض بالضرورة على وسائل الإعلام المختلفة العناية الخاصة بالرسائل الموجهة إلى الجمهور لإحداث الاستجابة المطلوبة.
10. حاجة المؤسسات الخاصة التي تعنى بشئون الإعاقة إلى مثل هذه الدراسة وذلك للتعرف على أكثر الوسائل الإعلامية ملائمة في إيصال مضامين معينة إلى الجمهور المستهدف.

أهداف الدراسة

- 1- محاولة الخروج برؤية واضحة وآليات عملية مقننة تمكن القائمين على الوسائل الإعلامية من إعداد مواد إعلامية تلبي حاجات المعاقين وتشبع تطلعاتهم.
- 2- الكشف عن الصعوبات التي تواجه المعاقين أثناء التعرض للوسائل والرسائل الإعلامية التقليدية والمعاصرة.
- 3- التعرف على أكثر الوسائل الإعلامية استخداما من قبل جمهور المعاقين ومدى الإشباع الذي تحققه.
- 4- التعرف على طبيعة المضامين الإعلامية التي يتعرض لها جمهور المعاقين.
- 5- التعرف على دوافع استخدام المعاقين لوسائل الإعلام.
- 6- التعرف على حجم استخدام جمهور المعاقين للوسائل الإعلامية المختلفة.
- 7- تحديد العلاقة بين استخدام الوسائل الإعلامية وطبيعة الإعاقة.

تساؤلات الدراسة

- 1- ما حجم تعرض المعاقين في المملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الجماهيرية؟
- 2- ما دوافع تعرض المعاقين لوسائل الإعلام؟
- 3- ما الفرق بين الصم البكم والمكفوفين في درجة التعرض لوسائل الإعلام؟
- 4- ما الفرق بين الصم البكم والمكفوفين في درجة الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام؟
- 5- ما العلاقة بين درجة التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام الجماهيرية؟
- 6- هل هناك علاقة بين درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام وكل من العمر والدخل والمرحلة التعليمية؟
- 7- هل هناك علاقة بين درجة الإشباع وكل من العمر والدخل والمرحلة التعليمية؟
- 8- ما درجة التباين في تعرض المعاقين لوسائل الإعلام تبعاً لنوع السكن؟
- 9- ما درجة التباين في مستوى الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام للمعاقين تبعاً لنوع السكن؟

الدراسات السابقة

دراسة احتياجات المعاقين الإعلامية ومدى إشباع وسائل الإعلام لها تدخل ضمن إطار نظرية الاستخدام والإشباع والتي تنطلق في تفسيرها لتأثير وسائل الإعلام من التركيز على احتياجات الجمهور والتعرف على مدى إشباع وسائل الإعلام لها وذلك بدراسة الجمهور.

وقد كان أول من لفت الانتباه لهذا النظرية هو كاتز (Katz) (1959) الذي أكد أن الدراسات التي تنظر إلى وسائل الإعلام في تلك الفترة على أنها مقنعة بدأت تتضاءل، وذلك لأن الدراسات حتى تلك اللحظة كانت تبحث عن تأثيرات الحملات الإقناعية في وسائل الإعلام على الجمهور. وكان هذا النوع من الدراسات يهدف إلى معرفة

الإجابة على تساؤل: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ وكشفت النتائج أن وسائل الإعلام غير مؤثرة في إقناع الناس، ومن ثم اقترح أن يكون السؤال البديل هو ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟. وقد استعرض كاتز العديد من الدراسات التي تركز على عرض وجهة نظر الجمهور فيما يكشف العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور. بعد ذلك توالت العديد من الدراسات التي تبنت تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام وبين الجمهور من خلال دراسة الجمهور، حتى عام 1985 عندما طور تان (Tan) نموذج الاستخدام والإشباع وبين أن هناك خمس مجموعات من الاحتياجات الإنسانية التي يمكن أن تشبعها وسائل الإعلام وهي: الاحتياجات المعرفية، والاحتياجات العاطفية، والاحتياجات الشخصية، والاحتياجات الاجتماعية، وأخيرا الاحتياجات النفسية المرتبطة بالهروب وتخفيف الضغوط.

وتقوم وسائل الإعلام بعدد من الوظائف لإشباع هذه الاحتياجات منها تقديم المعلومات التي تمكنهم من السيطرة على البيئة المحيطة بهم ومن ثم إشباع حاجاتهم المعرفية، كما تقوم وسائل الإعلام بتقديم وسائل للهروب من القيود والروتين المفروضة على الجمهور، كما أن وسائل الإعلام تعتبر مرجعا شخصيا للأفراد فيما يتعلق بكشف الحقيقة ودعم القيم، كما أن وسائل الإعلام تقدم معلومات تدعم الجمهور في علاقاتهم الاجتماعية (Tan, 1985).

ومن أبرز دراسات نظرية الاستخدام والإشباع في المجتمع السعودي، دراسة مساعد المحيا (1994)، ودراسة علي العتيبي (2004). وكانت دراسة المحيا تبحث عن دوافع استخدام وسائل الاتصال الالكترونية في المجتمع السعودي، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن أكثر من نصف الأفراد يرون أن تعدد القنوات التلفزيونية يؤثر على استخدامهم لوسائل الاتصال الأخرى، وأن أبرز دوافع استخدام الأفراد لهذه الوسائل يمكن حصرها في الدوافع الإعلامية والإخبارية ومتابعة المواد والبرامج العلمية والثقافية والترفيهية (المحيا، 1994).

أما دراسة العتيبي فكانت حول استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها وتوصلت دراسته إلى أن القنوات الفضائية تعد من المصادر الإعلامية

المهمة التي تتمتع بانتشار واسع في المجتمع السعودي، وتحظى بمتابعة مستمرة لبرامجها، كما أظهرت نتائج الدراسة ارتفاعاً كبيراً وملحوظاً في نسبة المشاهدة اليومية المنتظمة للقنوات الفضائية بين أفراد المجتمع السعودي، ومما كشفتته الدراسة أن أبرز دوافع استخدام القنوات الفضائية تنحصر في الدوافع الإعلامية المعلوماتية، المعرفية، والترفيهية. في حين تتأخر عن ذلك الدوافع النفسية والاجتماعية والعاطفية.

كما كشفت دراسة العتيبي أن البرامج الإعلامية والمعلوماتية والمعرفية أكثر إشباعاً لاحتياجات جمهورها من البرامج الترفيهية. وجاءت البرامج الإخبارية في مقدمة البرامج التي فضلتها عينة البحث، يليها البرامج الدينية، ثم الأفلام والمسلسلات، وأخيراً البرامج العلمية والثقافية، وأظهرت دراسة العتيبي أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الانتقائية، والنشاط والفاعلية. وقد جاءت هذه النتائج حول نشاط المشاهدة لدى أفراد عينة البحث لتدعم فكرة الجمهور الفعال النشط التي أصبحت تتمتع بتأييد واسع لدى كثير من الباحثين في مجال الاستخدام والإشباع (العتيبي، 2004).

كما توجه عدد من الباحثين إلى دراسة طبيعة تعرض فئات محددة من الجمهور لوسائل الإعلام، ويأتي في مقدمتهم النجعي (1982) الذي تعد دراسته من أقدم الدراسات في هذا المجال إذ أجريت في عام 1982م وكانت بعنوان: التلفزيون والشباب في المملكة العربية السعودية ودرست دوافع التعرض والمشاهدة التلفزيونية على عينة من الشباب السعوديين في المدارس الثانوية في مدينة الرياض للكشف عن أنماط استخداماتهم لبرامج التلفزيون السعودي وقد اتضح من نتائج هذه الدراسة أن الدافع الرئيس لمشاهدة التلفزيون بين أوساط الشباب السعودي هو الحصول على المعلومات. وخلصت نتائج الدراسة إلى التأكيد على أن الشباب في المملكة يستخدمون التلفزيون كوسيلة ومصدر للمعلومات وأن احتياجاتهم المعرفية من خلال التلفزيون كانت أكثر إشباعاً.

وتعد دراسة بدران بدران (1996) عن استخدامات الشباب في الإمارات العربية المتحدة لوسائل الاتصال من أبرز الدراسات على مستوى الخليج العربي في مجال استخدام الشباب لوسائل الإعلام حيث توصلت إلى أن الشباب الإماراتي يتعرضون لكافة الوسائل يومياً أو بشكل شبه يومي وأن حجم تعرض الفتيات للتلفزيون أكثر من الشباب،

أما المواضيع التي يتعرض لها الشباب فكانت الأفلام العربية والأجنبية بالدرجة الأولى ثم المسابقات الجماهيرية والأغاني وأخيرا برامج الأخبار.

ومن الدراسات التي تطرقت للتعرض لوسائل الإعلام في دول الخليج كانت دراسة حسن مكاوي (1991) عن علاقة طلاب الجامعة في سلطنة عمان بوسائل الاتصال الجماهيري وقد حاول مكاوي التعرف على علاقة الشباب العماني بوسائل الاتصال المختلفة من كتب وصحف يومية ومجلات ورايو وتلفزيون ومسجلات وفيديو وسينما. وقد توصلت الدراسة إلى أن التلفزيون يحتل المرتبة الأولى في متوسط التعرض الأسبوعي يليه في ذلك الكتب ثم الراديو ثم المسجلات الصوتية، كما أشارت نتائج دراسة مكاوي إلى وجود فروق دالة إحصائية بين حجم التعرض لكل وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري وبين ترتيب أيام التعرض لتلك الوسائل على مدار الأسبوع. كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين الطلاب والطالبات فيما يتعلق بحجم التعرض لكل وسيلة من وسائل الاتصال.

أما الدراسات التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام والإعاقة، فقد ركز معظمها على ما يتعلق بإعلام المجتمع وتوعيته بقضايا الإعاقة، وتندر إلى حد كبير دراسات احتياجات المعاقين من وسائل الإعلام ومدى إشباعها لتلك الاحتياجات. وقد ركزت الدراسات السابقة في هذا المجال - وخاصة الغربية منها- على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في رسم الصورة الذهنية عن الإعاقة والمعاقين. ولعل ذلك يتضح جليا عندما نستعرض التقرير النهائي للقاء الخبراء الدوليين في مجال وسائل الإعلام والإعاقة في موسكو عام 2002؛ حيث كشف التقرير عدة أمور أهمها:

- 1- أن هناك اعترافا بأهمية الاستفادة من وسائل الإعلام في تقديم الإعاقة على أنها تنوع طبيعي ومقبول في المجتمع.
- 2- 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.

3- أهمية الوصول إلى رسالة القبول والاندماج في المجتمع للأطفال الذين لديهم إعاقة حتى يتمكنوا من التعلم المبكر والنظر إلى أنفسهم على أنهم أشخاص لهم أهميتهم في المجتمع، كما أن الرسالة ينبغي أن تصل إلى الأطفال الأصحاء بتشجيعهم على قبول الاختلافات.

كما كشف التقرير أن هناك تميز لبعض الدول المشاركة في اللقاء في طبيعة البرامج الإعلامية المتصلة بالإعاقة. فألمانيا كانت متميزة في الاستفادة من الوسائل المدرسية لتقديم الإعاقة بهدف مزدوج: يشمل كل 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 مكملة لبعضها البعض وهي: البرامج التلفزيونية المتعلقة بقضايا الإعاقة المدعوم من قبل شبكة الإذاعة الرئيسية، والاحتفال بفيلم الإعاقة السنوي والمدعوم من جمعيات الإعاقة غير الحكومية، وأخيرا دعم بعض أفلام قضايا الإعاقة المقدم من المجلس الكندي الوطني للأفلام (Duncan,2006).

ويؤكد "بيث هولر" أن الصورة الذهنية السلبية عن المعاقين في التغطية الإعلامية تتركز في تصوير المعاقين على أنهم مرضى وعاجزين رغم وجود بعض التغطية الإيجابية في أواخر الثمانينات لقانون الإعاقة الأمريكي بعد أن بدأ مجتمع المعاقين يبرز على أنه أقلية يبحث عن حقوقه. وقد بدت تظهر بعض الصور الإيجابية مثل نموذج مجموعة الأقلية والذي يصور مجتمع المعاقين على أنهم أقلية بحاجة إلى احترام حقوقهم المدنية، وكذلك نموذج المستهلك والذي ينظر إلى الاستثمار من أجل المعاقين في المجتمع بأن له بعد اقتصادي إيجابي. وفي مقابل هذا النموذج الإيجابي فإن هناك أيضا نمودجا سلبي يعرف باسم النموذج التجاري والذي يصور الاستثمار الاقتصادي للأشخاص المعاقين على أنه ذو تكلفة عالية على المجتمع التجاري الأمريكي (Haller,1997).

كما أن هناك نوعا آخر من الدراسات السابقة تناول أسلوب التغطية الإعلامية لقضايا الإعاقة ومنها دراسة سوزان ليفن التي بينت أنه على الرغم من أن التغطية الإعلامية

تقوم بدور أساس في تعريف الناس بقضايا الإعاقة ويجب أن تساعد الناس على فهم أن قضايا الإعاقة مسألة حقوق وطنية، لكن التغطية الإعلامية للإعاقة لا زالت تدعم الصورة الذهنية السلبية أكثر من أي وقت مضى، وفشلت في نقل الصورة من وجهة نظر أصحاب الإعاقة. ويؤكد ذلك "باري كوربت" الذي يقول أن معظم التغطية الإعلامية تنظر إلى الإعاقة على أنها صراع مع المحنة وترفض أن تنظر إلى أن معظم الصعوبات التي يواجهها المعاقون هي من المجتمع نفسه، وأن الإعلاميين ينظرون إلى الإعاقة على أنها معاناة، لكنهم لا يبحثون عن أسباب المعاناة، ولا يدركون أن معظم المعاناة يمكن تخفيفها من خلال تركيز الضوء على السياسات المتبعة تجاه الإعاقة (Levine,2004).

ومن المشاكل التي تواجهها التغطية الإعلامية لقضايا الإعاقة كما توضحها "سوزان ليفن" مشكلة النقص في مصادر المعلومات التي تتحدث باسم حقوق المعاقين. فالمراسلون في الغالب يطلبون المعلومات من مقدمي الخدمات أو من المنظمات الوطنية التي تدار من قبل أشخاص لا يعانون من الإعاقة، ونادرا ما يرجعون إلى استشارة الخبراء الذين يعانون من الإعاقة، والمنظمات التي تدار من قبلهم. وهذا الأسلوب المتبع من الصحفيين لا يؤدي إلى عدم الدقة ودعم النظرة السلبية فقط لكنه أيضا يسلب جماهير وسائل الإعلام بعدا مهما في النظر إلى المعاقين، ويستمر في جعل المعاقين يشعرون كما لو كانوا غير قادرين على التعبير عن أنفسهم (Levine,2004) .

وهناك نوع آخر من الدراسات الغربية تطرق لحقوق المعاقين الإعلامية وما إذا كانوا يعطون حقهم الكامل في التعبير عن أنفسهم في وسائل الإعلام أم لا . فقد أوضح "بيث هولر" أن المشاكل الماضية المتعلقة بالتغطية النمطية كان لها ارتباط ضمني بالنشطاء السياسيين في مجتمع الإعاقة وعدم رغبتهم في إبراز قضاياهم في وسائل الإعلام وذلك لخوفهم من أن وسائل الإعلام ستشوه رسائلهم (Haller,1997) .

وفي دراسة أخرى " لبيت هولر" عن التغطية الإخبارية لقانون الإعاقة الأمريكي وجد أن 35% فقط من الأخبار التي ظهرت في الصحف الأمريكية الرئيسية كانت من مصادر تمثل جماعة المعاقين (Haller,1995) .

كما أن هناك نوع آخر من الدراسات الغربية تطرق للوسائل الإعلامية المخصصة للمعاقين، إذ أجرت ليللي رانسوم (Lilie Ransom) دراسة حصرت فيها دوريات الإعاقة وحاولت التعرف على خصائص هذه الدوريات في الولايات المتحدة الأمريكية، ووجدت الدراسة أن هناك 131 دورية في الولايات المتحدة تعنى بشؤون الإعاقة، وقد وجدت الباحثة أن الدوريات التي تم حصرها تقع تحت ما سمي بنموذج الحقوق المدنية لتغطية الإعاقة وقد أجرى الباحث مقابلات مع مسؤولي تحرير دوريات الإعاقة ووزعهم إلى ثلاث مجموعات:

المجموعة الأولى : تقع تحت تصنيف ما سمي بنموذج الناشط أو السياسي

ويقع تحت هذا النموذج رؤساء تحرير الدوريات الذين تنطبق عليهم الشروط التالية:

- أن يعبر المحرر رغبته في تغير مواقف المجتمع عن الإعاقة
- أن يتحدث المحرر عن الإعاقة في إطار الحقوق المدنية أو بمصطلح جماعات الأقلية
- أن يهتم المحرر بقضايا الاختلاف ويربط بين مبادئ الجماعات الأخرى والإعاقة
- أن يدعم المحرر التحرك نحو المطالبة بحقوق المعاقين أو مجتمع المعاقين ويرى أن دوريته تقوم بدور في هذا المجال.

المجموعة الثانية : تقع تحت تصنيف ما سمي بنموذج التذويب في المجتمع

ويقع تحت هذا التصنيف رؤساء التحرير الذين تنطبق عليهم الشروط التالية:

- إجابات المحرر على المقابلة أو الاستبيان تشير إلى الرغبة في التدريب أو التشجيع على توظيف الأشخاص الذين لديهم إعاقات
- أن يستهدف هؤلاء المحررون الأشخاص غير المعاقين

- قد يقر المحرر أو لا يقر بقضايا الاختلاف والتنوع في مجال المطالبة بحقوق المعاقين ومجتمع الإعاقة لكنه من غير المحتمل أن ينظر إلى دورته على أنها مرتبطة بهذه الأفكار.

المجموعة الثالثة : تقع تحت تصنيف ما سمي بنموذج الاهتمامات الخاصة

ويقع تحت هذا التصنيف رؤساء التحرير الذين تنطبق عليهم الشروط التالية:

- أن يصف المحرر الغرض الأساس من دوريته بأنه خدمة لاهتمام أو حاجة محددة، مثل توفير لعبة القولف للأشخاص مبتوري الأطراف.
- أن يصف الإعاقة على أنها أمر عارض
- قبوله للإعلانات التي لها علاقة باهتمامات خاصة للمعاقين مثل السفر، لعبة القولف...إلخ.

وقد كشفت الدراسة أن ثلث رؤساء التحرير الذين تمت مقابلتهم وعددهم 12 شخصا كانوا ضمن المجموعة الأولى، وثلثهم أيضا كان ضمن المجموعة الثانية، في حين أنه لم يدخل تحت تصنيف المجموعة الثالثة سوى شخص واحد، أما الثلاثة الباقين فلم يستطع الباحث تصنيفهم (Lilie Ransom, 1997).

أما روبرت كلاونسكي (1997) فقد اختبر تأثيرات المجتمع على رؤية محرري الصحف لتغطية المجموعات التي تأثرت بالقرارات الرسمية مثل قانون الحقوق المدنية عام 1960 وقانون حقوق المعاقين عام 1990م.

وقد كشفت الدراسة أن المحررين في المجتمعات التي فيها أكثر تعددية كانوا يعطون قيمة عالية لأخبار الأقليات، ومعظم المحررين من المجتمعات التي فيها تعددية كانوا يستطيعون تذكر الأخبار عن الأقليات والمعاقين. ويمكن الاستنتاج من الأخبار التي تذكرها المحررون أن التغطية الإعلامية كانت تخدم الأقليات العرقية أكثر من المعاقين. وقد ركزت معظم الأخبار عن المعاقين حول قانون الإعاقة، أو مقالات عن المعاقين الذين تغلبوا على إعاقاتهم، وتميل

وسائل الإعلام المحلية إلى الاستجابة لاهتمامات الأكثرية فيما يتعلق بشؤون الأقليات أكثر من استجابتها لاهتمامات الأقليات أنفسهم.

أما في العالم العربي فهناك ندرة شديدة في الدراسات التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام وشؤون الإعاقة، وخاصة احتياجات المعاقين من وسائل الإعلام وإشباعها. ومن الدراسات النادرة في هذا المجال دراسة المقوشي (1421) عن قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية. وقد حرص المقوشي على التعرف على طبيعة التغطية الصحفية لقضايا الإعاقة في الصحافة السعودية من حيث المضمون والشكل. وقد كشفت دراسته أن الصحافة السعودية خصصت مساحات مناسبة لقضايا الإعاقة والمعاقين، وقد أشارت الدراسة إلى أنه كان هناك تركيز على الجوانب الخيرية على حساب المقالات الصحفية التي تعرف بالإعاقة وتحذر من أسبابها.

وباستعراض الدراسات السابقة نجد أن التركيز كان على تعامل وسائل الإعلام مع قضايا الإعاقة ولم تتطرق لتعامل المعاقين أنفسهم مع وسائل الإعلام، مما يؤكد أهمية هذه الدراسة التي ستركز على فئة المعاقين أنفسهم للتعرف على احتياجاتهم الإعلامية وكيف يمكن لوسائل الإعلام إشباعها. وهو ما لم تتطرق له أي من الدراسات السابقة.

الدراسة الميدانية

الإجراءات المنهجية للدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى مجموعة الدراسات الوصفية كونها ستقوم بالتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة، بالإضافة إلى أنها تدرس العلاقة بين عدد من المتغيرات لمعرفة مدى استخدام المعاقين لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع الذي تحققه. ولتحقيق هذا الغرض فإن منهج المسح الاجتماعي منهج مناسب في الوصول إلى ذلك وستعتمد على العينة لوصف مجتمع الدراسة.

مجتمع البحث وعينته

وقد قام الباحثان باختيار مجتمع المعاقين البالغين المنتمين للسلك التعليمي من الأساتذة والطلاب المقيمين في مدينة الرياض لأنه يمكن تحديدهم واختيار عينة ممثلة لهم بطريقة علمية، وبالإضافة إلى كونهم من الطبقة المتعلمة التي تهتم بالتعرض لوسائل الإعلام لإشباع احتياجاتهم الاجتماعية والثقافية والعلمية والتعليمية؛ وحيث إن عدد مفردات مجتمع الدراسة لا يمكن التعامل معه بأسلوب الحصر الشامل فقد تم اختيار عينة مقدارها (100) مفردة لتمثيل مجتمع الدراسة تم سحبها بطريقة عشوائية منتظمة من مجتمع الدراسة، بالاعتماد على قوائم الجامعات والمعاهد المتخصصة بشؤون الإعاقة للوصول إلى مفردات العينة. وقد تم توزيع مفردات العينة بالتساوي حسب نوع الإعاقة، حيث خصص 50% من حجم العينة لفئة المكفوفين و 50% من حجم العينة للصم البكم.

وقد اقتصرت عينة الدراسة على هاتين الفئتين وتم استبعاد فئتي المعاقين حركياً والمعاقين فكرياً نظراً لكون الأولى لا تختلف في تعرضها لوسائل الإعلام واحتياجاتها عن فئة الأسوياء، وأما المعاقين فكرياً فمن الصعوبة بمكان التعرف على طبيعة تعرضهم لوسائل الإعلام واحتياجاتهم بسبب طبيعة إعاقاتهم.

أداة الدراسة

تم تصميم استبانة لجمع البيانات الضرورية للدراسة وذلك بعد مراجعة العديد من الدراسات ذات الصلة بموضوع الاستخدامات والإشباع وكذلك بحوث الإعاقة والاستفادة من بعضها في بناء العبارات المناسبة التي تُخدم موضوع هذه الدراسة. وبعد تصميم الاستبانة تم عرضها

على عدد من المتخصصين في الإعلام في مجال الاستخدامات والإشباع لتحكيمها في ضوء أهداف الدراسة من أجل التأكد من صدقها (Credibility) وأن العبارات والألفاظ تقيس ما يجب قياسه، حيث اقترح المحكمون بعض التعديلات التي تم الأخذ بالمناسب منها في النسخة النهائية للأداة.

كما تم اختبار الاستبانة على عدد 10 مفردات من فئتي الصم البكم والمكفوفين للتأكد من أن الأداة تقيس متغيرات الدراسة الأساسية التي صممت من أجلها وذلك للتأكد من ثباتها (Validity)

وقد احتوت الاستبانة على المتغيرات التالية:

أولاً: درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام.

ثانياً: طبيعة استخدام المعاقين لوسائل الإعلام.

ثالثاً: احتياجات المعاقين من وسائل الإعلام.

رابعاً: درجة إشباع وسائل الإعلام لاحتياجات المعاقين.

هذا بالإضافة إلى بعض الأسئلة الديموغرافية مثل: العمر ، الدخل، نوع السكن، المرحلة التعليمية، ونوع الإعاقة.

ونظراً لأن طبيعة الباحثين تقتضي التعامل معهم بأسلوب مختلف عند تعبئة البيانات فقد تمت الاستعانة بثلاثة طلاب من الدارسين في مرحلة الماجستير لمقابلة الباحثين وتعبئة استبانة البحث مباشرة وبأسلوب المقابلة الشخصية مع فئتي المكفوفين والصم البكم بهدف مساعدة الباحثين على تقديم المعلومات التي تعكس وجهة نظرهم بسهولة، وتذليل الصعوبات التي تقابلهم أثناء تعبئة الاستبانة لضمان مصداقية المعلومات وصحتها.

المعالجة الإحصائية للبيانات

تمت معالجة بيانات الدراسة من خلال التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة باستخدام التكرارات ونسبها المئوية، والمتوسط الحسابي؛ وكذا التحليل الاستنتاجي باستخدام اختبار (T) لمعرفة الفروق بين الصم البكم والمكفوفين، واختبار (F) لتحديد درجة التباين بين المجموعات، واختبار بيرسون (Pearson) للكشف عن العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وعدد من المتغيرات كلما كان ذلك مناسباً.

وصف عينة الدراسة

بلغت نسبة الاستبانات التي تم التعامل معها 81% من إجمالي العينة حيث استبعدت 19 استبانة بسبب عدم صلاحيتها إما لعدم اكتمال المعلومات، أو لوجود تناقض واضح بين الإجابات.

وجاءت سمات وخصائص عينة الدراسة كما يوضحها الجدول الآتي:

جدول رقم (1)

السمات الديموغرافية لعينة الدراسة

نوع الإعاقة	%	الدخل	%	العمر	%	نوع السكن	%	مستوى التعليم	%
الصرم البكم	43.2	أقل من 1000 ريال	3.7	من 15 - أقل من 20	46.9	مستقل	34.6	متوسط	11.1
المكفوفين	56.8	من 1000 إلى أقل من 2000	8.6	من 20 - أقل من 25	23.5	مع الأهل	55.5	ثانوي	48.1
		من 2000 إلى أقل من 4000	32.1	من 25 - أقل من 30	17.3	سكن داخلي	8.6	جامعي	34.6
		من 4000 إلى أقل من 6000	32.1	من 30 - أقل من 35	4.9	سكن جامعي	1.2	فوق الجامعي	60.2
		أكثر من 6000	23.5	من 35 - أقل من 40	4.9				
				أكثر من 40	2.5				
المجموع	100		100		100		100		100

ويلاحظ من الجدول رقم (1) أن نسبة من شملتهم هذه الدراسة من المكفوفين بلغت (56.8%) بينما بلغت نسبة الصم البكم (43.2%). وعلى الرغم من أن الدراسة شملت أغلب المراحل التعليمية ابتداء من المرحلة المتوسطة وانتهاء بمرحلة الماجستير إلا أن معظم الباحثين كانوا بالمرحلة الثانوية (48.1%) أي ما يقارب النصف، ويأتي في الترتيب الثاني المرحلة الجامعية (34.6%) أي حوالي الثلث، فالدارسون في المرحلة المتوسطة (11.1%)، وأخيراً المعاقون الدارسون في مرحلة الماجستير وبلغت نسبتهم 6.2% وجميعهم من المكفوفين.

وقد توزع أفراد العينة على ست فئات حسب العمر، وأكثرها الذين أعمارهم تتراوح بين 15 إلى أقل من 20 سنة ويمثلون (46.9%) من مجموع أفراد العينة أي حوالي النصف تقريبا، وجاء في الترتيب الثاني الذين أعمارهم من 20 إلى أقل من 25 سنة بنسبة (23.5%) أي ما يقارب الربع تقريبا، وتصدر الإشارة هنا إلى أن الذين أعمارهم بين 15 إلى أقل من 20 عاما و 20 إلى أقل من 25 عاما يمثلون النسبة الأكبر (70.4%) من مجموع أفراد العينة مما يؤكد على أن غالبية عينة هذه الدراسة هم من المعاقين الشباب.

ومن السمات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة تعدد مستويات الدخل؛ فمنهم من دخله الشهري أقل من ألف ريال في حين أن هناك من دخله الشهري أكثر من 6000 ريال" ونظرا لتفاوت مقدار الدخل الشهري بين أفراد العينة فقد صنفوا إلى خمس فئات كما في الجدول رقم (1). وتتبع بيانات الجدول يتضح أن مقدار الدخل الشهري لأكثر أفراد العينة ينحصر في الفئتين اللتين يتراوح مقدار الدخل فيهما بين "2000 إلى أقل من 4000" و "4000 إلى أقل من 6000" ونسبة كل منهما (32.1)، وعند إعادة النظر في الجدول رقم (1) يتبين أن الدخل الشهري لأكثر من (64.2%) من أفراد العينة أقل من "6000 ريال" مما يشير إلى أن غالبية المعاقين قد يواجهون بعض الصعوبات المادية في اقتناء الوسائل الإعلامية المناسبة لطبيعة إعاقاتهم والبرامج الضرورية التي تمكنهم من التعرض لبعض الوسائل الإعلامية مثل الإنترنت، إضافة إلى أن البرامج التي تتيح للمكفوفين استخدام الإنترنت في المؤسسات التعليمية غير متوفرة حتى تاريخ إعداد هذه الدراسة.

وتوزع المعاقون على أربع فئات من حيث السكن: الفئة الأولى المعاقون الذين يقيمون مع أهلهم ويمثلون (55.5%) أي أكثر من نصف مجموع أفراد العينة، وتمثل هذه الفئة المعاقون العزاب خاصة أن معظم أفراد العينة لا يزالون يدرسون في المرحلة الثانوية أو الجامعية، والفئة الثانية المعاقون الذين يقيمون في إسكان مستقل ونسبتهم (34.6%) أي الثلث تقريبا وهم المدرسون وطلاب الدراسات العليا، والفئة الثالثة المعاقون الذين قدموا للدراسة من خارج مدينة الرياض ونسبتهم (8.6%) حيث توفر المعاهد المعنية بشئون الإعاقة السكن الخاص داخل المعهد مع توفير المستلزمات الضرورية لهم.

عرض النتائج وتحليلها

أولاً: درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام

كشفت نتائج الدراسة عن عدد من النتائج المهمة ذات الصلة بحجم تعرض المعاقين في المملكة العربية السعودية لوسائل الإعلام الجماهيرية، فقد كان عدد الذين أشاروا إلى أنهم يتعرضون لوسائل الإعلام بشكل عام 80 مبحوثاً بنسبة (98.8)، في مقابل مبحوثاً واحداً فقط بنسبة (1.2) أكد عدم تعرضه لأي وسيلة مطلقاً، مما يدل على أن استخدام وسائل الإعلام يمثل حاجة ضرورية في حياة المعاقين ومصدراً مهماً للكثير من احتياجاتهم الاتصالية، ويمكن ملاحظة ذلك من خلال الجدول رقم (2) الذي يبين نوع الوسائل المستخدمة وحجم التعرض لكل وسيلة:

جدول رقم (2)

درجة تعرض المعاقين لكل وسيلة من وسائل الإعلام

	الصحف		المجلات		الإذاعة		التلفزيون		الإنترنت	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أبداً	11	13.6	20	24.7	33	40.7	1	1.2	21	25.9
نادراً	14	17.3	15	18.5	3	3.7	3	3.7	12	14.8
أحياناً	14	17.3	23	28.4	10	12.3	12	14.8	28	34.6
غالباً	7	8.6	6	7.4	12	14.8	13	16.0	6	7.4
دائماً	35	43.2	17	21.0	23	28.4	52	64.2	14	17.3
المجموع	81	100	81	100	81	100	81	100	81	100
المتوسط		3.51		2.81		2.86		4.38		2.75

وبالنظر إلى الجدول رقم (2) نلاحظ تفضيل أفراد العينة للتلفزيون مقارنة ببقية الوسائل الإعلامية الأخرى فقد جاء التلفزيون بالمرتبة الأولى من حيث التعرض، إذ بلغت نسبة الذين يتابعون المواد التلفزيونية من المكفوفين (59.7%) في حين بلغت نسبة متابعة فئة الصم البكم لهذه الوسيلة (40.3%)، وبلغ متوسط درجة تعرض الفئتين معا للتلفزيون (4.38) مما يدل على أن المعاقين يتعرضون لهذه الوسيلة بشكل دائم، وتؤكد هذه النتيجة

أهمية التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية ليس على مستوى المكفوفين فحسب ولكن على مستوى الصم البكم أيضا.

وجاءت الصحف في الترتيب الثاني من حيث التعرض لوسائل الإعلام بمتوسط قدره (3.51) مما يعني الاهتمام بقراءة الصحف بشكل دائم، فقد كشفت النتائج التفصيلية كما يشير له الجدول في الملحق رقم (1) عن وجود نسبة كبيرة من المكفوفين (55.7%) أكثر من نصف أفراد العينة يتابعون ابرز العناوين في بعض الصحف اليومية من خلال خدمة الاتصال عن بعد بواسطة الهاتف أو النقال، وقد لقيت هذه الخدمة إقبالا كبيرا من قبل عينة الدراسة نظرا لعدم وجود بدائل أخرى تمكنهم من متابعة محتوى الصحف اليومية، ومن هنا يمكن الخروج بنتيجة عامة مفادها أن المعاقين حريصون على توظيف الوسائط التقنية الحديثة بغية الوصول إلى المعلومات أو الأخبار كلما كان ذلك ممكنا. وفي ذات السياق أظهرت النتائج أيضا أن نسبة كبيرة من الصم البكم يقرءون الصحف اليومية (44.3%) على الرغم من أن بعضا منهم يواجه صعوبة في فهم محتواها فهم يجيدون الكتابة غالبا أكثر من القدرة على القراءة.

وبإعادة النظر في الجدول السابق نلاحظ أن الإذاعة جاءت في المرتبة الثالثة من حيث الاستخدام بمتوسط حسابي قدره (2.86) مما يعني الاستماع إليها بشكل دائم من قبل المكفوفين فقط، ومراجعة البيانات التفصيلية للنتيجة وجد أن نسبة الصم البكم الذين يتعرضون للإذاعة لا تتجاوز (2.1%) مما يعني أن شخصا واحدا فقط من عينة الصم البكم في هذه الدراسة يستطيع الاستماع للإذاعة عند مستوى صوت عال جدا، وعلى النقيض من ذلك جاءت نسبة المكفوفين الذين يتعرضون للإذاعة عالية جدا (97.9%) مما يؤكد وجود علاقة قوية بين الإذاعة والمكفوف رغم وجود وسائل إعلام بديلة أخرى يمكن أن يتعرض المكفوفون لها.

وقد جاءت المجالات بالمرتبة الرابعة من حيث الترتيب في درجة التعرض بمتوسط قدره (2.81) مما يعني أنهم يتعرضون إليها أحيانا، وعند النظر إلى نسبة كل فئة على حدة نجد أن نسبة المكفوفين (50.8%) الذين يتعرضون للمجلات تساوي تقريبا نسبة الصم البكم (49.2%)، مما يشير إلى أن الصم البكم يقرءون المجالات العامة مثلما يقرءون الصحف

اليومية بينما نجد أن فئة المكفوفين يحرصون على قراءة المجلات المتخصصة التي تعنى بشئون الإعاقة حتى وإن كانت إصداراتها محدودة جدا.

وجاء استخدام الانترنت من قبل عينة الدراسة في المرتبة الأخيرة بمتوسط قدره (2.75) مما يشير إلى أنهم يستخدمون هذه الوسيلة أحيانا، فمن خلال المقارنة بين المكفوفين والصح البكم في استخدام الإنترنت وجد أن ما نسبة (52,5%) من المكفوفين يعتبرون الإنترنت وسيلة ذات أهمية بالغة في حياتهم العلمية والعملية حتى وإن لم تتوفر البرامج الكفيلة بتمكينهم من التعامل معها دون وسيط، وفي المقابل أظهرت النتائج أن نسبة الصح البكم الذين يستخدمون الانترنت بلغت (47.5%) أي ما يقترب من نصف مجموع أفراد العينة.

1- دوافع التعرض لوسائل الإعلام

ولأن الدراسة استهدفت التعرف على أبرز الدوافع التي تجعل المعاقين يتعرضون لوسائل الإعلام، فقد كشفت الدراسة عن وجود ثمانية أسباب رئيسة تم ترتيبها حسب الأهمية من وجهة نظر الباحثين كما في الجدول رقم (3).

جدول رقم (3)

الأسباب التي تدفع المعاقين إلى التعرض لوسائل الإعلام

الترتيب	المتوسط	الأسباب
1	3.96	زيادة المعرفة والثقافة والاطلاع
2	3.94	التسلية والترفيه عن النفس
3	3.86	جمع المعلومات والأخبار حول البيئة المحيطة
4	3.41	التفاعل الاجتماعي
5	3.01	التعرف على الخدمات المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة
6	2.84	البحث عن حلول لمشاكل الإعاقة
7	2.80	المساعدة في اتخاذ القرارات المناسبة
8	2.15	الهروب من الواقع الذي يعيشه

ويلاحظ أن سبب زيادة المعرفة والثقافة والاطلاع جاء بالمرتبة الأولى، يليه بعد ذلك التسلية والترفيه عن النفس في المرتبة الثانية. ويشير ترتيب السببين الأول والثاني إلى أن المعاقين

لا يختلفون عن الأسوياء في ترتيب إشباع حاجتهم المعلوماتية والترفيهية على وجه الخصوص. أما التعرض لوسائل الإعلام من أجل الحصول على المعلومات والأخبار حول البيئة المحيطة فقد جاء بالمرتبة الثالثة من حيث الأهمية مما يدل على أن الترفيه عن النفس يشكل أهمية كبيرة لدى عينة الدراسة أكثر من التعرف على الأخبار المحيطة نظرا لكون غالبية عينة الدراسة من الشباب، يليه التعرض من أجل التفاعل الاجتماعي، ثم التعرف على الخدمات المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة في المرتبة الخامسة، ثم البحث عن حلول لمشاكل الإعاقة، ثم استخدام الوسائل من أجل المساعدة في اتخاذ القرارات المناسبة، وأخيرا الهروب من الواقع الذي يعيشه المعاقون.

وتدل البيانات المعروضة في الجدول رقم (3) على أن أفراد العينة لا يستخدمون وسائل الإعلام كمصدر للحصول على حلول لمشاكل إعاقتهم، مما يعني بالضرورة أنهم يعتمدون على مصادر خاصة بهم قد تكون متمثلة في الجمعيات الخيرية للإعاقة أو المؤسسات الحكومية المهتمة بمجال إعاقتهم، مثل المعاهد وأقسام التربية الخاصة في الجامعات بالإضافة إلى النوادي والمراكز المتخصصة.

وبتتبع ترتيب الأسباب التي وردت في الجدول رقم (3) يتضح جليا أنه على الرغم من وجود مشاكل متعددة ذات صلة بإعاقات أفراد العينة إلا أنهم لا يلجؤون إلى التعرض لوسائل الإعلام هروبا من الواقع الذي يعيشونه، ويصدق القول كذلك على أن المعاقين لا يتعرضون للوسائل الإعلامية من أجل المساعدة في اتخاذ القرارات المناسبة إلا ما ندر.

2- معدل الوقت المخصص للتعرض لوسائل الإعلام

جدول رقم (4)

المعدل الزمني المخصص يوميا لمتابعة وسائل الإعلام

النسبة	التكرار	الزمن
15.0	12	أقل من ساعة
42.5	34	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات
35.0	28	من 3 إلى أقل من 6 ساعات
7.5	6	6 ساعات فأكثر
100.0	80	المجموع

يتضح من الجدول رقم (4) أن المدة الزمنية التي تتراوح بين ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات هي الأكثر من حيث النسبة (42.5%)، جاء بعدها مباشرة المدة الزمنية التي تتراوح بين ثلاث إلى أقل من ست ساعات بنسبة قدرها (35.0%)، أما الفترتين الزمنيتين المحددتين بأقل من ساعة وأكثر من ست ساعات فقد جاءتا في المرتبة الأخيرة من حيث نسبة التعرض لوسائل الإعلام.

وتشير النتائج السابقة إلى أن معظم عينة الدراسة، أي ما نسبته (62%)، يقضون يوميا فترة زمنية طويلة نسبيا عند استخدامهم لوسائل الإعلام، مما يعني أن المعاقين بشكل عام لديهم فسحة من الوقت حيث يقضون ساعات طويلة في أماكن إقامتهم مما يضطرهم إلى استخدام الوسائل الإعلامية المتاحة لإشباع رغبتهم في زيادة المعرفة أو الترويح عن النفس أو الحصول على الأخبار. وبناء على ذلك يمكن القول أن المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة يوميا في التعرض لوسائل الإعلام لها مردود إيجابي في إشباع حاجاتهم الاجتماعية أو النفسية أو كلاهما معا والتي تتحقق غالبا من خلال تعرضهم لمحتوى وسائل الإعلام أو الوسائل نفسها.

ثانيا: طبيعة استخدام المعاقين لوسائل الإعلام

(1) طبيعة الصحف والمجلات التي يتعرض لها المعاقون

ولمحاولة التعرف على طبيعة تعرض أفراد العينة للوسائل المطبوعة فقد صنفت الصحف والمجلات إلى ثلاثة أنواع رئيسية كما يلي:

الصحف والمجلات العامة، الصحف والمجلات المتخصصة في مجال الإعاقة، والصحف والمجلات المتخصصة في مجالات أخرى كما في الجدول رقم (5).

جدول رقم (5)

أنوع الصحف والمجلات التي يتعرض لها المعاقون

صحف ومجلات متخصصة في مجالات أخرى		صحف ومجلات متخصصة في مجال الإعاقة		صحف ومجلات عامة		المتعرضون للصحف
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
8.6	7	24.7	20	72.8	59	

ونلاحظ من الجدول السابق أن الصحف والمجلات العامة جاءت في المرتبة الأولى من حيث المقروئية بنسبة (27.8%)، وجاء في المرتبة الثانية التعرض للصحف والمجلات المتخصصة في مجال الإعاقة بنسبة (24.7%)، وجاء بالمرتبة الأخيرة التعرض للصحف والمجلات المتخصصة في مجالات أخرى بنسبة متدنية (8.6%).

ووفقا للنسب السابقة نجد أن نسبة قراءة الصحف والمجلات العامة جاءت عالية نسبيا مقارنة ببقية الأنواع الأخرى من الصحف والمجلات، إذ يمكن القول أنه نظرا لمحدودية الصحف والمجلات المتخصصة في مجال الإعاقة فإن غالبية عينة الدراسة تحرص على متابعة الصحف والمجلات العامة من أجل الحصول على المعلومات والأخبار بشكل عام، سواء كان ذلك من خلال التعرض المباشر أم بواسطة الاتصال عن بعد بواسطة الهاتف أو النقال للتعرف على أبرز العناوين أم من خلال وسيط يقوم بقراءة العناوين أو الموضوعات على المعاق. وتتبع بيانات الجدول رقم (5) نجد أن عددا محدودا من مجموع أفراد العينة يتابعون الصحف والمجلات المتخصصة في مجالات أخرى، مثل الصحف الرياضية أو المجلات العلمية المحكمة التي تهم نسبة محدودة من أفراد العينة وهم طلاب الدراسات العليا على وجه الخصوص.

وللتعرف على حجم قراءة المعاقين (عينة الدراسة) للصحف والمجلات، فقد أظهرت النتائج كما في الجدول رقم (6) أن نسبة كبيرة من أفراد العينة (40.9%) تقرأ موضوعات محددة في الصحيفة أو المجلة، أتى بعد ذلك الذين يقرءون العناوين فقط بنسبة (28.8%)، ثم الذين يقرءون معظم الصحيفة أو المجلة بنسبة (19.7%)، وجاء في المرتبة الأخيرة الذين يقرءون الصحيفة من أولها على آخرها.

جدول رقم (6)

حجم قراءة المعاقين للصحف والمجلات

النسبة	التكرار	الحجم
28.8	19	العناوين فقط
40.9	27	موضوعات محددة
19.7	13	معظمها
10.6	7	من أول الصحيفة إلى آخرها
100.0	66	المجموع

ومن خلال مراجعة بيانات الجدول السابق يمكن القول بأن التعرض لمواد الصحف والمجلات يتم بطريقة انتقائية من قبل عينة الدراسة وقد يعود ذلك إلى أسباب عدة من أهمها: المشكلات الصحية المتعلقة بطبيعة الإعاقة، والاهتمام بموضوعات محددة، والسعي إلى تلبية إشباع احتياجات خاصة.

(2) طبيعة القنوات التلفزيونية التي يتعرض لها المعاقون

تم تصنيف القنوات التلفزيونية التي يتابعها أفراد العينة إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

القنوات التلفزيونية المحلية، القنوات الفضائية العربية، ثم القنوات التلفزيونية المتخصصة، كما في الجدول رقم (7).

جدول رقم (7)

طبيعة القنوات التلفزيونية

قنوات فضائية متخصصة		قنوات فضائية عربية		قنوات تلفزيونية محلية		المتعرضون للتلفزيونية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
33.3	27	66.7	54	46.9	38	

وعند مقارنة نسبة تعرض أفراد العينة بين المجموعات الثلاث يتبين أن مجموعة القنوات الفضائية العربية جاء في المرتبة الأولى من حيث نسبة التعرض (66.7%)، يليها بعد ذلك مجموعة القنوات

التلفزيونية المحلية بنسبة (46.9%)، وأخيرا جاءت مجموعة القنوات التلفزيونية المتخصصة بنسبة (33.3%) كما في الجدول رقم (7).

وبناء على هذه النتيجة يمكن القول أن تعرض أفراد العينة للتلفزيون يتم بطريقة انتقائه تتأثر بالعديد من العوامل الوسيطة ذات الصلة بالواقع الاجتماعي ومدى توفر القنوات التلفزيونية، إضافة إلى دوافع استخدام تلك القنوات. لذلك جاءت القنوات الفضائية العربية بالمرتبة الأولى من حيث النسبة نظرا لزيادة تعدد قنواتها مما يتيح للفرد خيارات متعددة من حيث طبيعة الوسائل والرسائل (المضمون)، والذي يمنح الفرد الحرية المطلقة لإشباع حاجته وتطلعاته، في حين أن القنوات التلفزيونية المحلية قد تكون ذات أهمية محددة لبعض أفراد العينة في حال عدم توفر قنوات أخرى بديلة أو عند التعرف على الأخبار المحلية فقط. أما القنوات التلفزيونية المتخصصة فهي بطبيعة الحال لها جمهورها المتخصص حتى من فئة المعاقين؛ حيث تجد إقبالا من ثلث أفراد العين تقريبا، ولعل السبب في ذلك يرجع إلى كون هذه القنوات ذات طبيعة محددة من حيث المضمون وبالتالي فإنه لا يتعرض لها إلا المهتمين بموضوعات أو قضايا محددة، مثل الموضوعات الرياضية أو الاقتصادية أو الإخبارية أو الوثائقية.

(3) طبيعة المحطات الإذاعية التي يستمع إليها المعاقون

لقد تم تصنيف المحطات الإذاعية التي يتعرض لها أفراد العينة إلى ثلاث مجموعات هي: الإذاعات المحلية والإذاعات العربية والإذاعات الدولية، كما في الجدول رقم (8).

جدول رقم (8)

طبيعة المحطات الإذاعية

الإذاعات الدولية		الإذاعات العربية		الإذاعات المحلية		المتعرضون للإذاعية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
11.1	9	25.9	21	45.7	37	

وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة الذين يستمعون للإذاعات المحلية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (45.7%) بينما جاءت الإذاعات العربية في المرتبة الثانية من حيث الاستماع بنسبة (25.9%)، وجاءت الإذاعات الدولية في المرتبة الأخيرة بنسبة (11.1%)، وبمقارنة النتائج في الجدول رقم (8) مع الجدول رقم (1) ندرك أن نسبة الذين يتابعون المحطات الإذاعية هم من المكفوفين فقط، وبالتالي فإن نسب التعرض في المجموعات الثلاث يعود بالضرورة إلى فئة واحدة من المعاقين. ونظرا لكون هذه الفئة تقيم في مدينة الرياض حيث يمكن التقاط موجات التعديل الترددي (FM) بسهولة فإن غالبية العينة، ما يقرب

من النصف، تتعرض للمحطات المحلية أكثر من المحطات العربية أو الدولية، يضاف إلى ذلك أن أكثر من ربع أفراد العينة من المكفوفين يستمعون إلى الإذاعات العربية مما يؤكد اهتمام هذه الفئة بمتابعة الأخبار الإقليمية والعربية.

(4) طبيعة تعرض المعاقين للإنترنت

رغم انخفاض تعرض المعاقين عينة الدراسة للإنترنت مقارنة ببقية وسائل الإعلام الأخرى، كما سبقت الإشارة إلى ذلك في جدول رقم (1)، إلا أن الجدول رقم (9) يوضح درجة استخدامهم للبريد الإلكتروني حيث جاء في المرتبة الأولى من بين المواقع الأخرى التي تحفزهم على التعامل مع الإنترنت. وجاء في المرتبة الثانية الدخول إلى المواقع الرياضية، ثم جاءت درجة زيارة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية في المرتبة الثالثة، وجاءت مواقع الألعاب في المرتبة الرابعة، ثم مواقع الدردشة في المرتبة الخامسة، وجاء بالمرتبة الأخيرة زيارة المواقع العلمية.

جدول رقم (9)

درجة زيارة المعاقين للمواقع المتاحة على شبكة الإنترنت

الترتيب	المتوسط	المواقع
1	1.89	البريد الإلكتروني
2	1.84	الموقع الرياضية
3	1.73	الموقع الإخبارية والصحف الإلكترونية
4	1.70	مواقع الألعاب
5	1.66	مواقع الدردشة
6	1.50	المواقع العلمية

ويتضح من النتيجة السابقة في الجدول رقم (9) أن البريد الإلكتروني يعد المحفز الأول لاستخدام عينة الدراسة للإنترنت كوسيلة للتواصل مع الآخرين على الرغم من عدم توفر البرامج الخاصة بلغة "برايل" التي تمكن المكفوفين، على وجه الخصوص، من التعامل مع هذه الوسيلة، مما يعني أن هناك في الأسرة من يتولى مهمة مساعدة المكفوف عند استخدام الإنترنت. وتشير النتائج أيضا إلى أن المحفز الثاني لاستخدام الإنترنت هو زيارة المواقع الرياضية، ويبدو أن ذلك ليس غريبا خاصة إذا ما علمنا أن نسبة عالية من الباحثين هم من

فئة الشباب الذين يمثل لهم التعرف على الأخبار الرياضية والتحليل المصاحب لها أهمية قصوى في حياتهم اليومية. ونلاحظ أيضا أن زيارة المواقع العلمية من قبل أفراد العينة جاءت بالمرتبة الأخيرة، وقد يعزى ذلك إلى أن طبيعة الموقع العلمية لا تناسب اهتمامات غالبية الباحثين إذ أن مثل هذه المواقع تم شريحة المثقفين أو الصفوة الذين يسعون دائما للحصول على المعلومات العلمية ذات الصلة بمجال محدد .

(5) أسباب عدم التعرض لوسائل الإعلام

استهدفت الدراسة التعرف على الأسباب التي تحد من استخدام المعاقين لوسائل الإعلام، ويبين الجدول رقم (10) طبيعة هذه الأسباب حسب نوع الوسيلة.

جدول رقم (10)

أسباب عدم تعرض المعاقين لوسائل الإعلام

التلفزيون		الإذاعة		الصحف والمجلات		الأسباب
%	ت	%	ت	%	ت	
---	-	85.7	30	73.3	11	بسبب الإعاقة
100.0	1	14.3	5	26.7	4	لا يجد فيها ما يهمه
الإنترنت						
				%	ت	الأسباب
				13.6	3	بسبب الإعاقة
				68.2	1	عدم توفرها
				13.6	3	عدم القدرة على استخدامها
				4.5	1	لا يجد فيها ما يهمه

ويبين الجدول رقم (10) أسباب عدم تعرض بعض أفراد العينة للوسائل المطبوعة أو الإلكترونية، وهذا الأمر كان متوقعا وذلك لأن نسبة من أفراد العينة وهم الصم البكم لا يستطيعون التعرض لهذه الوسيلة مطلقا بسبب طبيعة إعاقاتهم، كما أن نسبة محدودة أفادت بعدم الاستماع للإذاعة لأنها لا تجدون فيها شيئا مهما. وقد يستنتج من ذلك أن التلفزيون يعد البديل المناسب للإذاعة خاصة في ظل تعدد القنوات التلفزيونية وتنوع محتواها البراجمي .

وجاءت الإنترنت في المرتبة الثانية من حيث عدم الاستخدام إلا أن الأسباب التي تحول دون استخدامها تتعدد مقارنة ببقية وسائل الإعلام الأخرى، فقد أظهرت النتائج أن عدم توفر هذه الوسيلة يعد العائق الأول، خاصة إذا ما علمنا أن نسبة من أفراد العينة لا يستطيعون التعامل مع هذه الوسيلة إلا في ظل وجود برامج خاصة تمكنهم من استخدامها، كما أنه في حال توفر البرامج الأساسية لتفعيل هذه الخدمة فإن المكفوفين يحتاجون إلى التدريب على استخدامها مما يزيد المشكلة تعقيدا بالنسبة للمكفوفين. وجاء في المرتبة الثانية عدم الاستخدام بسبب الإعاقة وكذلك عدم المعرفة باستخدام هذه الوسيلة بنسب متساوية (13.6%).

وأظهرت النتائج أيضا أن نسبة من عينة الدراسة لا يقرءون الصحف والمجلات إما بسبب الإعاقة أو بسبب أنهم لا يجدون فيها ما يهمهم. وتشير هذه النتيجة إلى أن بعض أفراد العينة من المكفوفين ليس لديهم اشتراك في بعض الصحف المحلية التي توفر خدمة الاتصال عن بعد حتى يتمكنوا من معرفة أبرز عناوين الصحف اليومية عبر الصوت.

ثالثا: احتياجات المعاقين من وسائل الإعلام

(1) المجالات التي يرى المعاقون أن على وسائل الإعلام التركيز عليها

استهدفت الدراسة التعرف على المجالات التي يفترض أن تركز عليها وسائل الإعلام بناء على وجهة نظر الباحثين، لذا تم تصنيف المجالات إلى ستة أنواع، وقد تم ترتيبها حسب الأولوية من وجهة نظر الباحثين، كما في الجدول رقم (11).

جدول رقم (11)

مجالات التركيز

الترتيب	المتوسط	المجالات
1	4.71	المعلومات والأخبار
2	4.54	المعرفة والثقافة والاطلاع
3	3.65	التسلية والترفيه
4	3.64	التفاعل الاجتماعي
5	3.62	تعزيز الثقة بالنفس
6	3.51	المساعدة في تحقيق الذات

ويظهر من خلال قراءة بيانات الجدول السابق أن المعلومات والأخبار جاءت في المرتبة الأولى من حيث الأهمية لدى أفراد العينة، أتى بعدها مباشرة المعرفة والثقافة والإطلاع بالمرتبة الثانية، ثم جاءت التسلية والترفيه عن النفس بالمرتبة الثالثة، ثم التفاعل الاجتماعي في المرتبة الرابعة، وجاء تعزيز الثقة بالنفس بالمرتبة الخامسة، ثم جاء في المرتبة الأخيرة المساعدة في تحقيق الذات.

ويتضح من الجدول السابق أن ترتيب أفراد العينة لمجالات التركيز جاءت متقاربة في ترتيبها مع دوافع التعرض لوسائل الإعلام التي سبقت الإشارة إليها في جدول رقم (3)؛ حيث جاءت المجالات الثلاثة الأولى (المعلومات والأخبار، المعرفة والثقافة والاطلاع، التسلية والترفيه) في أولويات اهتمامات الباحثين، في حين جاءت المجالات الأخرى (التفاعل الاجتماعي، تعزيز الثقة بالنفس، المساعدة في اتخاذ القرارات) بالمرتبة الثانية وبمتوسطات حسابية متقاربة من حيث التركيز كما في الجدول رقم (11).

2-الصعوبات التي تواجه المعاقين عند التعرض لوسائل الإعلام

من خلال استطلاع رأي عينة الدراسة تبين أن هناك بعض الصعوبات التي تواجه المعاقين عند التعرض لوسائل الإعلام، ويبين الجدول رقم (12) أنواع هذه الصعوبات.

جدول رقم (12)

الصعوبات التي تواجه المعاقين عند متابعة وسائل الإعلام

الترتيب	التكرار	الصعوبات
1	69	عدم قيام الوسائل الإعلامية بعرض موادها بطريقة مناسبة حسب نوع الإعاقة
2	26	عدم مناسبة بعض الوسائل كليا لنوع الإعاقة
3	15	الحاجة الدائمة للمساعدة الخارجية عند التعرض لوسائل الإعلام

يبين الجدول السابق أن عددا كبيرا من المبحوثين يعتقد أن وسائل الإعلام لا تقوم بعرض موادها بطريقة مناسبة حسب نوع الإعاقة مما جعل هذه الصعوبة تصدر بقية الصعوبات الأخرى، يليها بعد ذلك الصعوبة المتمثلة بعدم مناسبة بعض الوسائل الإعلامية لنوع الإعاقة، ثم في المرتبة الأخيرة الحاجة الدائمة للمساعدة الخارجية عند التعرض لوسائل الإعلام.

ومراجعة هذه النتيجة يتضح أن وسائل الإعلام المحلية أو الإقليمية أو العربية، خاصة الوسائل المرئية، لا تفترض أصلا وجود معاق عند تقديم موادها إلى الجمهور إلا ما ندر؛ فالصم البكم يعانون من محدودية استخدام لغة الإشارة في معظم البرامج التلفزيونية، كما أن لغة الإشارة المستخدمة في بعض القنوات التلفزيونية الفضائية لا يمكن استيعابها بشكل كامل عند التعرض لبعض القنوات التلفزيونية العربية، إضافة إلى أن هذه الوسيلة لا توفر خدمة الكتابة النصية على الشاشة والمعروفة باسم (Close Caption) خاصة الأخبار والبرامج المهمة. أما المكفوفون فإنهم عندما يتعرضون للتلفزيون لا يتخيلون معرفة أجزاء الحدث من خلال الصوت فقط، في الوقت الذي نجد فيه أن معظم القنوات التلفزيونية، إن لم يكن جميعها، يكتفي بإضافة نغمة موسيقية هادئة مصاحبة للحدث دون وصف أو تعليق لما يحدث؛ أو أنها تكتفي بذكر عبارة يأتيكم في الأوقات التالية وتتم كتابة البيانات على الشاشة دون الاكترات بفئة المكفوفين الذين يتعرضون لهذه الوسيلة.

من ناحية أخرى نجد أن الوسائل المطبوعة تهتم فقط بنشر الأخبار التي تصدر عن المؤسسات الرسمية أو الشخصيات الاعتبارية دون إتاحة الفرصة لتفعيل دور المعاق في المجتمع من خلال هذه الوسائط، كما أنها لم توفر الخدمات الأساسية التي تمنح المعاق حق المعرفة بما ينشر، ولو جزئيا، من خلال الصحافة الناطقة التي يمكن أن توفرها الوسائط التقنية الحديثة مثل الإنترنت، أو الهاتف أو غير ذلك من الأساليب التقنية الحديثة. إضافة إلى ما سبقت

الإشارة إليه يمكن القول بأن هناك قصورا واضح في دور وسائل الإعلام في عدم قدرتها على تثقيف المجتمعات العربية تجاه الاحتياجات الخاصة بالمعاقين أو تقديم الخدمات الإعلامية مقروءة كانت أو إلكترونية.

ونظرا لأن هناك العديد من الصعوبات التي تواجه المعاقين عند تعرضهم لوسائل الإعلام كما جاءت في الجدول السابق فقد حاولت هذه الدراسة التعرف على أهم مقترحات المعاقين للتغلب على هذه الصعوبات، والجدول رقم (13) يبين بعضها منها.

جدول رقم (13)

طرق التغلب على المشكلات التي تواجه المعاقين عند التعرض لوسائل الإعلام

الترتيب	التكرار	الطرق
1	63	أن تقوم وسائل الإعلام بترجمة الرسائل الإعلامية بما يناسب المعاقين
2	27	أن يكون هناك في الأسرة من يتولى ترجمة الرسائل الإعلامية
2	27	أن تخصص وسائل أو برامج إعلامية خاصة بكل فئة من المعاقين

فمن خلال استعراض بيانات الجدول السابق يتضح أن الطريقة المناسبة للتغلب على بعض الصعوبات التي يواجهها أفراد العينة عند التعرض لوسائل الإعلام تكمن في قيام الوسائل الإعلامية بترجمة الرسائل التي تقدمها بما يتناسب واحتياجات كل فئة من فئات المعاقين. ويعد الطرف الثالث بين الوسيلة والمعاق من بين الحلول التي يرى المعاقون الحاجة إليها نظرا لعدم توفر البدائل الاتصالية المناسبة التي تتيح إمكانية التعرض دون وسيط. أما الطريقة الثالثة والأخيرة والمتعلقة بتخصيص وسائل أو برامج إعلامية خاصة بكل فئة من المعاقين فيرى أفراد العينة صعوبة تفعيل هذه الطريقة لكون الوسائل لم تخصص برامج أو مساحات خاصة بفئات المعاقين أو تقوم بترجمة رسائلها بما يتناسب وظروف إعاقاتهم.

(3) الموضوعات التي يبحث عنها المعاقون في وسائل الإعلام

نظرا لتعدد الموضوعات التي تقدمها وسائل الإعلام فإن التعرض لها يتم بطريقة انتقائية حسب ميول الأفراد واتجاهاتهم واحتياجاتهم لما يقرءون أو يسمعون أو يشاهدون. لذا تم تصنيف المواد التي يبحث عنها المعاقون عينة الدراسة في وسائل الإعلام إلى ثلاثة عشر موضوعا وطلب منهم ترتيبها حسب الأهمية من وجهة نظرهم، كما في الجدول رقم (14).

الجدول رقم (14)

الموضوعات التي يبحث عنها المعاقون

الترتيب	المتوسط	الموضوعات
1	11.11	الدينية والثقافية
2	9.63	التعليمية والتربوية
3	9.47	الرياضية
4	9.00	العلمية
5	8.54	السياسية
6	8.46	الطريفة والمسلية
7	8.39	الاجتماعية
8	8.02	الموضوعات ذات الصلة بالمعاقين
9	7.89	الأدبية
10	7.86	المحلية
11	7.50	الصحية
12	7.24	الاقتصادية
13	6.92	الفنية

وباستعراض النتيجة في الجدول السابق يتضح أن أفراد العينة يميلون إلى التعرض للموضوعات الدينية والثقافية أكثر من غيرها، يليها بعد ذلك الموضوعات التعليمية والتربوية وكذلك الرياضية بمتوسطات متقاربة من حيث الأهمية (9.63 و 9.47) على التوالي. ثم جاءت بقية الموضوعات الأخرى حسب الترتيب الذي يظهر في الجدول رقم (14).
وبإعادة النظر في الجدول السابق نلاحظ أن الموضوعات ذات الصلة بالمعاقين جاءت في المرتبة الثامنة من حيث الأهمية على الرغم من أن أفراد العينة هم من المعاقين، وقد يكون السبب في ذلك هو أن غالبية الموضوعات ذات الصلة بالمعاقين لا تعدو أن تكون أخباراً عامة عن هذه الفئة فقط.

رابعاً: إشباع وسائل الإعلام لاحتياجات المعاقين

(1) العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع

استهدفت الدراسة التحليلية التعرف على طبيعة العلاقة بين درجة التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع، وقد تم استخدام معامل الارتباط "بيرسون" لتحديد درجة العلاقة بين هذين المتغيرين، والجدول رقم (15) يوضح طبيعة هذه العلاقة.

الجدول رقم (15)

معامل الارتباط "بيرسون" للعلاقة بين درجة التعرض ودرجة الإشباع

صحف	مجلات	إذاعة	تلفزيون	إنترنت
.077	.024	-.071	.243(*)	.165

* = مستوى الدلالة عند مستوى (0.05)

تشير النتائج في الجدول السابق إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الإشباع والتلفزيون فقط، وبلغت بين درجة التعرض للتلفزيون ودرجة الإشباع ((*)2.43). مما يعني أنه كلما زادت درجة التعرض للتلفزيون زادت درجة الإشباع والعكس صحيح أيضاً، أي أنه كلما قل التعرض للتلفزيون قل الإشباع. وفي الوقت نفسه انتفت العلاقة بين كل من درجة التعرض للصحف والمجلات والإذاعة والإنترنت مع درجة الإشباع التي تحققها هذه الوسائل لعدم وجود الدلالة الإحصائية.

(2) العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وكل من: العمر والدخل والتعليم

ولمحاولة التعرف على طبيعة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وكل من العمر ومستوى الدخل ودرجة التعليم فقد تم استخدام معامل الارتباط "بيرسون" لتحديد درجة هذه العلاقة، كما في الجدول رقم (16).

الجدول رقم (16)

العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وكل من:

الوسائل	العمر	الدخل	التعليم
الصحف	-0.291(**)	.158	-0.119
المجلات	-0.195	.094	-0.222(*)
الإذاعة	.499(**)	-0.007	.401(**)
التلفزيون	-0.055	.192	-0.218
الإنترنت	-0.194	-0.003	-0.050

** = مستوى الدلالة (0.01) * = مستوى الدلالة (0.05)

وتبين النتائج في الجدول السابق أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين قراءة الصحف والعمر وهي علاقة عكسية (-0.291) عند مستوى (0.01) مما يدل أنه كلما كان المعاق صغيرا في السن كان أكثر قراءة للصحف، والعكس صحيح كلما كبر عمر المعاق كان أقل قراءة للصحف، أما في قراءة المجلات فكانت العلاقة ذات دلالة إحصائية مع مستوى التعليم حيث بلغت (-0.222) عند مستوى (0.05)، ومعنى ذلك أنه كلما قل مستوى التعليم زادت درجة قراءة المجلات، والعكس صحيح أيضا وهذه النتيجة لا تتسق مع ما هو متفق عليه في مجال العمل الإعلامي وهو أن المجلات تتوجه في الغالب بمضمونها للفئة المثقفة والأكثر تعليما وهذا قد يرجع إلى ظروف تتصل بالمعاقين عينة الدراسة ويحتاج إلى دراسة أخرى للتأكد مما إذا كانت هناك عوامل أخرى تؤثر في قراءة المعاق للمجلات مرتبطة بمستوى التعليم.

أما العلاقة بين الاستماع للإذاعة والعمر فهي علاقة طردية (إيجابية) (0.499) عند مستوى (0.01)، ومعنى ذلك أنه كلما زاد العمر زاد التعرض للإذاعة؛ ومثل ذلك العلاقة بين التعرض للبرامج الإذاعية ودرجة التعليم (0.401) عند مستوى (0.01)، فكلما زدت درجة التعليم زاد التعرض للبرامج الإذاعية. ويمكن تفسير هذه العلاقات ذات الدلالة الإحصائية بأن عينة المكفوفين في هذه الدراسة أوجدت هذه العلاقات الطردية نظرا لكونهم أكثر فئات المعاقين تعرضا لهذه الوسيلة.

(3) العلاقة بين الإشباع وكل من: العمر، الدخل، درجة التعليم

وللتعرف على درجة العلاقة بين الإشباع وكل من: العمر والدخل ودرجة التعليم، فقد تم استخدام معامل الارتباط "بيرسون" لتحديد درجة هذه العلاقة، كما في الجدول رقم (17).

الجدول رقم (17)

العلاقة بين الإشباع وكل من:

التعليم	الدخل	العمر	الإشباع
-0.148	-0.065	-0.094	

أظهرت البيانات الإحصائية في الجدول السابق عدم وجود أية علاقة بين درجة الإشباع وكل من العمر والدخل والمرحلة التعليمية، ومعنى ذلك أن زيادة العمر لا تعني زيادة درجة التعرض أو انخفاضها؛ فسواء زاد العمر أم نقص لم تتأثر درجة الإشباع، وسواء زاد الدخل أم انخفض لم تتأثر درجة الإشباع، وسواء زاد مستوى التعليم أم انخفض لم تتأثر درجة الإشباع. بمعنى آخر أن كل هذه المتغيرات مجتمعة لا تؤثر إطلاقاً على درجة الإشباع.

(3) الفرق بين المكفوفين والصم البكم في درجة الإشباع

ولتحقيق أحد الأهداف العامة للدراسة فقد تم تصنيف المعاقين إلى فئتين حسب نوع الإعاقة للتعرف على الفرق بين المكفوفين والصم البكم في درجة الإشباع، كما في الجدول رقم (18).

الجدول رقم (18)

الفرق بين المكفوفين والصم البكم في درجة الإشباع

نوع الإعاقة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة
الصم البكم	34	3.77	51.338	1.631	.109
المكفوفين	46	3.41			

تم استخدام اختبار (T) لمعرفة هل هناك فرق ذو دلالة إحصائية بين فئة المكفوفين وفئة الصم البكم يعزى لمتغير درجة الإشباع، وقد أظهرت النتائج كما هو واضح في الجدول رقم (18) أنه لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية نظراً لانتفاء الدلالة في قيمة (T) التي بلغت

(1.631)، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أغلب وسائل الإعلام لا تشبع الاحتياجات الإعلامية للمكفوفين والصم البكم.

(4) التباين بين درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام تبعاً لنوع السكن

وللتعرف على درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام تبعاً لنوع السكن فقد تم استخدام اختبار (ANOVA) للتعرف على الفرق بين متوسطات درجة تعرض المعاقين للوسائل الإعلامية بناءً على هذا المتغير، والجدول رقم (19) يوضح درجة التباين.

الجدول رقم (19)

درجة التباين بين درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام تبعاً لنوع السكن

الوسائل	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الانحراف	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة
صحف	بين المجموعات	11.183	3	3.728	1.659	.183
	داخل المجموعات	173.063	77	2.248		
	المجموع	184.247	80			
مجلات	بين المجموعات	11.883	3	3.961	1.976	.125
	داخل المجموعات	154.340	77	2.004		
	المجموع	166.222	80			
إذاعة	بين المجموعات	28.516	3	9.505	3.502	.019
	داخل المجموعات	208.990	77	2.714		
	المجموع	237.506	80			
تلفزيون	بين المجموعات	3.320	3	1.107	1.221	.308
	داخل المجموعات	69.816	77	.907		
	المجموع	73.136	80			
إنترنت	بين المجموعات	12.472	3	4.157	2.277	.086
	داخل المجموعات	140.590	77	1.826		
	المجموع	153.062	80			

ومن خلال قراءة بيانات الجدول السابق يتضح أن الدلالة في التباين بين درجة التعرض للوسائل الإعلامية ونوع السكن اقتضت على الاستماع للإذاعة فقط؛ حيث بلغت قيمة (F) (3.502) عند مستوى (0.019)، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى كون الإذاعة من الوسائل التي يسهل الوصول إليها في أي مسكن نظراً لقلّة تكلفتها وتوفرها، كما أن الإذاعة هي الوسيلة المفضلة لدى المكفوفين الذين يمثلون شريحة كبيرة من عينة الدراسة. وهذا العامل يؤثر من جانب آخر على نتيجة الوسائل الأخرى إذ أنهم لا يتعرضون للصحف إلا عن طريق الخدمة الصوتية إذا توفرت ويضعف في الغالب تعرضهم للتلفاز أو الإنترنت.

(5) التباين بين درجة الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام للمعاقين تبعاً لنوع السكن

ولمعرفة التباين بين درجة الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام للمعوقين تبعاً لنوع السكن فقد تم استخدام اختبار (ANOVA) للتعرف على الفرق بين متوسطات درجة الإشباع تبعاً لنوع السكن، كما في الجدول رقم (20).

الجدول رقم (20)

درجة التباين بين درجة الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام للمعوقين تبعاً لنوع السكن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الانحراف	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة
بين المجموعات	1.802	3	.601	.716	.545
داخل المجموعات	63.748	76	.839		
المجموع	65.550	79			

تشير النتائج في الجدول رقم (20) إلى أن نوع السكن الذي يقيم فيه المعاق لم يؤثر لا إيجاباً ولا سلباً في درجة الإشباع التي تحققها وسائل الإعلام لانتهاء درجة الدلالة في قيمة (F).

مناقشة النتائج والتوصيات

أصبح التعرض لوسائل الإعلام أمراً أساسياً لكل فرد من أفراد المجتمع في ظل تزايد الوسائل الإعلامية في المجتمعات المعاصرة والتي أصبح أفرادها يعتمدون اعتماداً كبيراً على وسائل الإعلام الجماهيرية للحصول على المعلومات والأخبار والتسلية والترفيه، ونظراً لتعدد

فئات الجماهير في المجتمع فإن تعرف وسائل الإعلام على الاحتياجات الفعلية لكل فئة من فئات الجماهير أصبح أمرا حتميا في ظل تنوع الجماهير وتعدد الوسائل في الوقت الراهن. وتعد فئة المعاقين من الفئات الاجتماعية الهامة لوسائل الإعلام التي تختلف في طبيعة تعرضها لوسائل الإعلام عن فئات المجتمع الأخرى؛ حيث تكشف نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام سواء كانت مقروءة أم الكترونية تحظى باهتمام واسع من حيث التعرض رغم وجود التفاوت الواضح في درجة المتابعة والذي تحدده بالضرورة طبيعة الوسائل ونوع الإعاقة. وتتفق هذه النتيجة مع ما ذكرته جيهان رشتي (1978) بأن التعرض لوسائل الإعلام يتم بطريقة انتقائية تتأثر بالعوامل الوسيطة كالاتجاهات والمعرفة والإدراك بالإضافة إلى السمات العامة والاجتماعية والفردية، كما أن تأكيد التعرض للوسائل يستدل عليه من دراسة واقعه وحاجات الفرد منه والتي تجيب عن الأسئلة الخاصة المرتبطة بالرضاء والإشباع الخاصة بالوسيلة أو المفردات أو المحتوى.

وتظهر النتائج أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام تتركز في البحث عن المعرفة والترفيه وجمع المعلومات؛ حيث أظهر أفراد العينة اهتماما كبيرا بالمعرفة والثقافة والاطلاع، كما أظهروا اهتماما ملحوظا بالتسلية والترفيه عن النفس وكذلك جمع المعلومات والأخبار. وبناء على هذه النتيجة يمكن القول بأن دوافع تعرض المعاقين لوسائل الإعلام لا تختلف عن الأسوياء نظرا لكون دوافع التعرض ذات الصلة بالإعاقة جاءت بالمرتبة الأخيرة؛ وتتطابق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصل إليها علي العتيبي (2004) في مجال الاستخدام والإشباع التي كشفت أن التعرض للبرامج الإعلامية والمعرفية والإخبارية والترفيهية جاءت في أولويات البرامج إشباعا لاحتياجات الجمهور.

أما فيما يتعلق بطبيعة استخدام المعاقين لوسائل الإعلام فقد أظهرت النتائج أن المبحوثين يتعرضون للتلفزيون أكثر من بقية وسائل الإعلام الأخرى وأن المعاقين يتعرضون للقنوات التلفزيونية الفضائية العربية أكثر من القنوات المحلية أو المتخصصة، كما أنهم يتعرضون للصحف والمجلات العامة أكثر من المتخصصة، وأنهم يستمعون إلى المحطات الإذاعية المحلية أكثر من المحطات العربية أو الدولية. أما بالنسبة لاستخدام المعاقين لشبكة

الإنترنت فقد أظهرت النتائج أنها تأتي في المرتبة الأخيرة نظرا لعدم توفر البرامج الضرورية التي تمكن شريحة كبيرة من عينة الدراسة وهم المكفوفين من التعامل معها. وبناء على النتيجة السابقة ندرك أن التلفزيون يحتل المرتبة الأولى من حيث الاستخدام مقارنة ببقية الوسائل الإعلامية الأخرى، وهو ما أكدته معظم الدراسات لما يتميز به من خصائص مؤثرة على الجمهور تفوق الوسائل الجماهيرية الأخرى؛ لأنه أخذ العديد من خواصها وفنونها وأساليبها بالإضافة إلى إمكانياته وأساليبه الخاصة به، فأصبح الوسيلة الوحيدة القادرة على نقل الحدث مباشرة إلى المشاهدين في منازلهم (عبد الحليم، 1993؛ شلي، بدون تاريخ).

أما ما يتعلق بالموضوعات التي يتعرض لها المعاقون فقد كشفت الدراسة أن المعاقين لا يختلفون كثيرا عن غيرهم إلا أن ما يلفت الانتباه هو تأخر المواضيع المتعلقة بالإعاقة في قائمة ترتيبهم للقضايا التي يهتمون بها. وهذه النتيجة تتسق مع ما ذكره كلاونسكي (1997) أن التغطية الإعلامية كانت تخدم الأقليات العرقية أكثر من المعاقين، وأن وسائل الإعلام المحلية كانت تميل إلى الاستجابة لاهتمامات الأكثرية فيما يتعلق بشؤون الأقليات أكثر من استجابتها لاهتمامات الأقليات أنفسهم، فمعظم موضوعات الإعاقة التي تنشر في وسائل الإعلام تستهدف المجتمع بشكل عام كالتوعية بالإعاقة وأسبابها ومن النادر أن تجد موضوعا في وسائل الإعلام يستهدف احتياجات المعاق بشكل مباشر وخاص.

وعند النظر إلى العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ودرجة الإشباع أظهرت النتائج وجود علاقة بين درجة الإشباع والتلفزيون فقط، بينما انتفت العلاقة بين درجة التعرض للصحف والمجلات والإذاعة والإنترنت مع درجة الإشباع التي تحققها هذه الوسائل. وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقة بين قراءة الصحف والعمر كانت علاقة سلبية، وأن العلاقة بين قراءة المجلات ومستوى التعليم، كانت علاقة عكسية (سلبية) مما يشير إلى أنه كلما قل مستوى العمر زادت درجة قراءة الصحف و كلما قل مستوى التعليم زادت قراءة المجلات. أما العلاقة بين الاستماع للإذاعة والعمر والاستماع للإذاعة ودرجة التعليم فقد

أظهرت النتائج أنها علاقة إيجابية، مما يؤكد أنه كلما زاد العمر زاد التعرض للإذاعة وكلما زادت درجة التعليم زاد التعرض للإذاعة أيضا.

وتبين النتائج عدم وجود أية علاقة بين درجة الإشباع وكل من العمر والدخل والتعليم ، فسواء زاد العمر أم نقص وسواء زاد الدخل أم انخفض وسواء زاد مستوى التعليم أم انخفض لم تتأثر درجة الإشباع.

وكشفت النتائج أيضا أنه لا يوجد فرق بين المكفوفين والصم البكم في درجة الإشباع عند تعرضهم لوسائل الإعلام مما يشير إلى أن أغلب وسائل الإعلام لم تشبع الاحتياجات التي يتطلع المعاقون إلى إشباعها. وحيث أن الإشباع لا يمكن أن تحدثه الوسيلة أو محتواها إلا إذا قام أحدهما أو كلاهما بتأدية وظيفته المشتملة على ذلك الإشباع الذي يبحث عنه الجمهور والذي يمكن أن يأتي أيضا ضمن مجموعة أخرى من الإشباع التي تحققها تلك الوظيفة (محمد الحديدي، 2006) وهو ما لم تفعله وسائل الإعلام مع المعاقين كما كشفتها هذه الدراسة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن درجة التباين بين درجة تعرض المعاقين لوسائل الإعلام تبعا لنوع السكن الذي يقيمون فيه اقتصر على الاستماع للإذاعة فقط. وأخيرا كشفت الدراسة بأن نوع السكن الذي يقيم فيه المعاق لم يؤثر لا إيجابا ولا سلبا في درجة الإشباع التي تحققها وسائل الإعلام.

التوصيات

- 1- تؤكد هذه الدراسة على أهمية وضع احتياجات المعاقين الإعلامية في أولوية السياسات والخطط والبرامج التي تتبناها وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية بحيث يخصص لهم مساحات وبرامج تلبي احتياجاتهم وتشبع تطلعاتهم.
- 2- كشفت الدراسة أن المكفوفين يتعرضون للوسائل المطبوعة بأسلوب يختلف عن بقية فئات المعاقين الأخرى، وتدعو هذه النتيجة القائمين على الوسائل

المطبوعة بمخاطبة جمهورها من المكفوفين بالأسلوب الذي يوفر لهم إمكانية التعرض لمعظم محتوى الصحيفة أو المجلة مثل الاتصال عن بعد.

3- أظهرت الدراسة محدودية قيام وسائل الإعلام المرئية باستخدام لغة الإشارة عند مخاطبة فئة الصم البكم، كما أن لغة الإشارة المستخدمة في أغلب القنوات التلفزيونية العربية غير موحدة مما يشكل صعوبة في فهم محتوى أو مضمون الرسالة، لذا توصي هذه الدراسة بتفعيل لغة الإشارة في معظم البرامج التي تقدمها مع العناية بتوحيد لغة الإشارة حتى يتمكن المخاطبون من إدراكها، من ناحية أخرى توصي هذه الدراسة ووسائل الإعلام المرئية بتفعيل خدمة (الكتابة النصية على الشاشة) أو ما يعرف باسم **Close Caption** مما يسهل عملية التعرض للمضمون.

4- أظهرت الدراسة أن معظم الدراسات السابقة ركزت على تعامل وسائل الإعلام مع قضايا الإعاقة ولم تتناول تعامل المعاقين أنفسهم مع هذه الوسائل (ماذا يفعل المعاقون بوسائل الإعلام؟). لذا توصي هذه الدراسة بالتعرف على كيفية استخدام المعاقين للوسائل والمضامين والسبل الكفيلة بإشباع حاجتهم ودوافع تعرضهم.

وأخيرا نحمد الله الذي يسر هذا العمل ونرجو أن تكون النتائج الكلية والجزئية قد أجابت على الأهداف والتساؤلات بدرجة كافية من الوضوح وبدرجة عالية من الموضوعية والشفافية، وأن تكون النتائج التي توصلت إليها ذات فائدة لوسائل الإعلام والإعلاميين وكذلك المهتمين بشؤون الإعاقة المعاقين حتى يتحقق الهدف المنشود وهو خدمة هذه الفئة الغالية علينا جميعا خدمة إعلامية متميزة مبنية على نتائج علمية دقيقة.

شرح توضيحي للجدول رقم (2)

نسب تعرض المعاقين لكل وسيلة من وسائل الإعلام

الإنترنت				التلفزيون				الإذاعة				المجلات				الصحف				
متابع		غير متابع		متابع		غير متابع		متابع		غير متابع		متابع		غير متابع		متابع		غير متابع		
%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
47.5	28	21.1	4	40.3	31	100.0	1	2.1	1	100.0	31	49.2	30	11.8	2	44.3	31	12.5	1	الضم اليكم
52.5	31	78.9	15	59.7	46	.0	0	97.9	46	.0	0	50.8	31	88.2	15	55.7	39	87.5	7	المكفوفين
100.0	59	100.0	19	100.0	77	100.0	1	100.0	47	100.0	31	100.0	61	100.0	17	100.0	70	100.0	8	المجموع

قائمة المراجع

- بدران عبد الرزاق بدران، استخدامات الشباب لوسائل الاتصال في دولة الإمارات العربية المتحدة ، المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، العدد 29/28 ، ديسمبر 1995 جوان 1996.
- جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، (القاهرة: النهضة العربية، 1978) .
- حسن مكاوي، علاقة طلاب الجامعة في سلطنة عمان بوسائل الاتصال الجماهيري، مجلة بحوث الاتصال، العدد الخامس، يوليو 1991.
- عبد العزيز المقوشي، قضايا الإعاقة في الصحافة السعودية، (الرياض : مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة) ، 1421هـ
- عبد اللطيف العوفي، الهوية الثقافية الوطنية والقنوات الفضائية دراسة على آثار القنوات التلفزيونية الفضائية على عينة من الشباب في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، العدد 31، جوان 1997.
- علي العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، رسالة دكتوراه غير منشورة ، الرياض، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1425هـ
- كرم شلبي، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج ، (القاهرة: مكتبة التراث الإسلامية ، بدون تاريخ)
- محمد الحديدي، نظريات الإعلام اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، ط1 (القاهرة : مكتبة نانسي، 2006) .
- محي الدين عبد الحليم ، الاتصال بالجماهير والرأي العام الأصول والفنون، ط1 (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية، 1993)

- مساعد بن عبدالله المحيا، دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه غير منشورة ، الرياض، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1414هـ .
- يوسف سلمان، وسائل الإعلام والدعاية الانتخابية، ط1، (صنعاء : دار الكتاب الجامعي، 2006)

المراجع الأجنبية

- Duncan, B., (2002). *Final report of the international experts meeting on mass media and disability*, Moscow, Russia, September 26- 29,: summary of the event and its impact and outcomes,
http://www.riglobal.org/publications/media_report/summary.html
- Haller, B.,(1997). *Images of disability in news media*, Paper presented at the national communication Association annual meeting, November, Chicago, Illinois.
- Haller, B.,(1999). *Media history and disability*, *Clio*, Winter, v 31, no2.
- Haller, B.,(1995). *Disability Rights on the Public Agenda: Elite News Coverage of the Americans with Disabilities Act*, (Ann Arbor, Mich: UMI)
- Hindman, D., (1997). *Community structural pluralism and local newspaper coverage of ethnic minority groups and Americans with disabilities*. Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th , Chicago Illinois, July 30-august 2,).
- John, J., (1997). *A search for indications of disability culture in magazines marketed to the disability community*, In Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th , Chicago Illinois, July 30-august 2,).
- Kalwinsky, R.,(1997) *Containment of Image: Critical/Feminist theory and perspectives on disability in the media*, Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th , Chicago Illinois, July 30-august 2,).
- Katz.E.,(1959). *Mass communication research and the study of popular culture*. *Studies in Public Communication*, v2,1-6.
- Levine, S., (2004) *Reporting on disability*,
<http://www.media-alliance.org/article.php>.,
- Najai, A., (1982). *Television and Youth in the Kingdom of Saudi Arabia: an empirical analysis of the uses of television among young Saudi Arabian viewers*,

Unpublished PhD dissertation, University of Wisconsin, Madison, WI.

- Ransom, L.(1997). *Disability publication demographics*, In Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th , Chicago Illinois, July 30-august 2,).
- Tan, A., (1985). *Mass Communication Theories and research*. New York: Willey.