دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية لذوي الاحتياجات الخاصة

" دراسة في الاستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر"

د. بن سولة نورالدين

جامعة عبد الحميد بن باديس– مستغانم–الجزائر.

الملخص:

يهدف هذا المقال إلى توضيح العلاقة القائمة بين الحاجات والخصائص النفسية والاجتماعية للأفراد بصفة عامة، وذوي الاحتياجات الخاصة بصفة خاصة ونمط استخدامهم وتعرضهم لوسائل الاتصال والإعلام، ومدى مساهمة هذه الأخيرة في تلبية حاجاتهم وإشباعها بشكل تعويضي عن الطرق الطبيعية سواء في المجال التعليمي أو الترفيهي أو توجيه سلوكاتهم ...بحكم الأهمية التي أصبحت تمتلكها وسائل الإعلام في حياة الفرد والتي أصبحت تحاصره في كل مكان، والتي أصبحت تشكل سمة من سمات حياتنا المعاصرة .

الكلمات المفتاحية: ذوي الاحتياجات الخاصة، التنشئة الاجتماعية، الحاجات والدوافع، الإشباع.

Résumé :

Cet article vise a clarifier la relation entre les besoins et les caractéristiques des personnes psycho-sociales en général, et ceux ayant des besoins spéciaux (les handicapées) et leur mode des usages et de l'exposition aux

mass medias, et la contribution des médias pour répondre a leurs besoins et les satisfaire dans le domaine de l'éducation ou divertissement, ou contrôler leur comportement, en raison de l'importance des médias dans la vie de l'individu et qui est devenu entouré partout.

Mots clés : la socialisation, Handicapés, besoins et motifs, usages et gratifications.

Abstract :

This article aims to clarify the relationship between the needs and characteristics of psycho-social persons in general and those with special needs and their mode of use and exposure to the mass media and the contribution of the media to meet their needs and satisfy them in the field of education or entertainment, or control their behavior, due to the importance of the media in the life of the individual and who has become surrounded everywhere.

Keywords: socialization, disabilities, needs and motives, uses and gratification

وفيما يلي نعرض جملة من المفاهيم كتعريفات إجرائية للمصطلحات الواردة في مقالنا هذا:

1. ذوي الاحتياجات الخاصة: يشمل مصطلح ذوي الاحتياجات الخاصة بصفة عامة قسمين، القسم الأول يتمثل في فئة الموهوبين، والقسم الثاني هم ذوي الإعاقات المختلفة أي أن ذوي الاحتياجات الخاصة يصنفون إلى قسمين: فئة الموهوبون، وفئة المعاقون[1]، وبشكل عام يجمع الباحثون أن الموهبة تشمل الموهبة العقلية والموهبة الإبداعية ... وتمتاز كمقدرة موروثة، أما التفوق فيشمل التميز في الحقول

1 – محمد معوض إبراهيم، د.فتن عبد الرحمن الطنباري، وآخرون. **الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة**. القاهرة. دار الكتاب الحديث.2006.ص265.

الأكاديمية والتقنية والرياضية، والفنية، والاجتماعية،[1] ويتميز الموهوبون بالشعور بالوحدة وعدم الانتماء والعزلة ... إذ يرون أن معظم ما يحيط بهم غير منطقي .[2]

في حين تنقسم الإعاقة بدورها إلى: إعاقة سمعية، إعاقة جسمية حركية، إعاقة بصرية، إعاقة عقلية، صعوبات التعلم، مشكلات اللغة والنطق والاتصال، الاضطرابات الانفعالية والسلوكية.[3]

وكل من الفئتين تنفرد بمجموعة من الخصائص عن بقية الشرائح الاجتماعية، ولديها حاجات خاصة تعجز في الكثير من الأحيان عن إشباعها بالطرق الطبيعية.

في مقالنا هذا سنستخدم مصطلح كل من ذوي الاحتياجات الخاصة والمعاقين بشكل مترادف، ونحن لا نستثني بذلك فئة الموهوبين بشكل مطلق إلا أننا نعني في مقالنا هذا بأصحاب الإعاقات أكثر، باعتبار أن الاعاقة كمتغير يتدخل في السلوك الاتصالي والاجتماعي بصفة عامة، ولكون فئة الموهوبين قد لا تكون من ذوي الإعاقات .

2. **التنشئة الاجتماعية:** سنستخدم في مقالنا هذا مصطلح التنشئة الاجتماعية كعملية تشكيل وتنمية شخصية الفرد عبر عمليات تفاعله مع المحيط الذي يعيش فيه (...)[4].

---

1 – السيد على فهمي. **سيكولوجية ذوي الاحتياجات الخاصة: "رعاية المتخلفين عقليا وتأهيلهم"**. دار الجامعة الجديدة. 2009. ص49.

2 – عبد المنعم الميلادي. **المتفوقون، الموهوبون، المبدعون**. الاسكندرية. مؤسسة شباب الجامعة، 2003.ص 68.

3 – ليلى كرم الدين. **الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة الأصناف والاتجاهات الحديثة لرعايتهم**. مجلة الإذاعات العربية. العدد 03. 2002.ص 22.

4 – علي أسعد وطفة. **دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية**. جامعة الكويت. ص 08.

3. **الحاجات والدوافع**: تُعرف الحاجة في **قاموس علم الاجتماع** "على أنها حالة من التوتر أو عدم الإشباع يشعر بها فرد معين وتدفعه إلى التصرف متجها نحو الهدف الذي يعتقد أنه سوف يحقق له إشباع..." [1]

أما الدافع **MOTIVE** فهو المثير الداخلي أو الحالة النفسية التي تدفع الإنسان إلى سلوك معين يقوي استجاباته إلى مثير ما ويشبع ويلبي حاجاته.[2]

فالدافع ينشأ نتيجة وجود حاجة معينة لدى الكائن الحي، فمتى وُجدت هذه الحاجة فستدفعه إلى التوتر نتيجة إحساسه بهذه الحاجة وهو ما يطلق عليه علماء النفس **بالحافز DRIVE**، الذي يترتب عليه أنماط من السلوك هدفها إشباع تلك الحاجة واستعادة التوازن.[3]

بمعنى آخر الحاجة هي نقص يعتري الإنسان في جانب ما، بسبب حالة من التوتر وينتج عنها دوافع تُحرك السلوك نحو تحقيق الهدف فتُحدث التوازن والهدوء.[4]

إذن تبدأ السلسلة بوجود الحاجة التي تخلق الدافع دون وجود استعدادات وقدرات تؤهل الفرد لإمكانية إشباعه بالشكل الصحيح .[5]

---

1 – محمد عاطف غيث. الإسكندرية. اجتماع. دار المعرفة الجامعية. الإسكندرية. 2006. ص 275.

2 – رضا عكاشة. تأثير الإعلام. الإعلام. المكتبة العالمية للنشر والتوزيع. طبعة 1.ص 194.

3 – صلاح الدين السرسي. مقال بعنوان: "**الدوافع والحاجات**". 2013/12/21 . **www.alnafsy.com**. تاريخ المعاينة: 2014/10/09.

4 – سميرة حسن أبكر. **أهمية الحاجات النفسية في مرحلة الطفولة www.almurabbi.com.** تاريخ الزيارة 2014/10/13.

5 – صلاح الدين السرسي. مقال بعنوان: "**الدوافع والحاجات**".2013/12/21 . **www.alnafsy.com**. تاريخ المعاينة: 2014/10/09.

سنستخدم في مقالنا هذا مصطلح الحاجة بصفة متبادلة مع الدافع، على غرار البحوث والدراسات التي تصب في نفس الاتجاه.

4. الإشباع: ونقصد به تحقيق الجمهور لأهدافهم والحصول على رغباتهم المسطرة مسبقا من استخدام وسائل الإعلام، وتخفيف التوتر الناتج من الحاجة.

إن التطور المذهل لتكنولوجيا وسائل الإعلام وتقوية دورها في المجتمع، أضحى الإعلام ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها في ظل أهداف الحكومات التي تسعى للرفع من مستوى مختلف الفئات الاجتماعية ثقافيا وعلميا، وتحسين أوضاعها اجتماعيا واقتصاديا وتنمية السلوكيات والقدرات الفردية.

إن تعاظم أهمية الإعلام في المجتمعات راجع إلى قدرته على استيعاب اهتمامات وحاجات الفئات الاجتماعية، الأمر الذي دفع بالمؤسسات الإعلامية الكبرى في الدول الغربية وبعض الدول العربية إلى خوض غمار التخصص من خلال التركيز على مضامين إعلامية محددة لتلبية حاجات فئات محددة.

فالمجتمع ليس شيئا واحدا، بل هو كل مركب من شرائح اجتماعية كثيرة متباينة الصفات والأوضاع والأفكار والأهداف والاتجاهات، وبالتالي يكون لزاما على وسائل الإعلام أن تقوم بصياغة رسائل إعلامية مناسبة لخصائص كل شريحة مستهدفة في إطار تحقيق أهداف ووظائف العملية الاتصالية والإعلامية.

ومن بين الفئات الاجتماعية التي تحتاج إلى رعاية واهتمام ودفع قوي لتنميتها واستغلال قدراتها هي فئة ذوي الاحتياجات الخاصة.

في المقابل نجد أن وسائل الاتصال الإعلام المختلفة تُعد مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع (...)، وتُعتبر أحد العناصر الأساسية في المساهمة في

تشكيل ملامح المجتمعات،[1] وهي آلية من آليات التنشئة الاجتماعية (...) من خلال الأدوار التي تمارسها في المجتمع (...)[2].

غير أن التعرض لوسائل الاعلام والاتصال الذي يُعد نقطة البدء لعمليات التفاعل والتأثير بين الجمهور كأفراد، ورسائل القائمين بالاتصال، يرتبط بمعايير وخصائص منها ما يتعلق بشكل ومضمون الرسالة، ومنها ما يتعلق بالوسيلة وطبيعتها كأداة مادية ناقلة للمعلومات، ويصاحبه في ذلك عنصر إتاحة وتوافر هذه الوسيلة وتوافقها مع الجمهور، وهناك ناحية تتعلق بخصائص وعادات الأفراد والجماعات ومرجعياتها التي تشمل سمات نفسية وثقافية واجتماعية واقتصادية ..إلخ [3]، فالسلوك الاتصالي هو جزء من السلوك الاجتماعي، ويختلف سلوك الأفراد في المجتمع باختلاف سمات وخصائص كل فرد، سواء كانت ديموغرافية أو فردية أو اجتماعية، كما تتدخل مصالح واهتمامات الجمهور في تعرضهم لوسائل الإعلام.[4]

بمعنى أن التعرض لوسائل الاعلام والاتصال يكون إما اختياريا يتمثل بالفعل الإرادي في طلب المعلومات وتلقيها للتدعيم أو التفسير أو الاستطلاع لرسالة اتصالية

---

1 – فاطمة البريكي. **دور وسائل الإعلام في تشكيل المجتمع**. البيان الإماراتية. معهد الإمام الشيرازي الدولي للدراسات. واشنطن. تمت المعاينة من موقع :**siironline.org**.**www** بتاريخ: 2014/10/24.

2 – صالح محمد أبو جادو. **سيكولوجية التنشئة الاجتماعية**. عمان. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. ص 20.

3 –كامل القيم. **التلقي الإعلامي... أبعاده النفسية والاجتماعية**. الحوار المتمدن. العدد 1816 .2007. من موقع **www.ahewar .org** . تاريخ المعاينة 2015/01/10,

4 – سميرة بلغيثية. الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت: مذكرة ماجيستر. جامعة الجزائر. 2010-2011. ص 47.

دون أخرى، أو يكون التعرض غير اختياري يجري بصورة اجبارية، أو ظرفية أو عارضة نتيجة لمؤثرات تتعلق بالمصلحة الحقيقية في موضوع الرسالة أو التماسها للترفيه أو بسبب الحاجة إلى التنويع، أو لخصائص تتعلق بالظرف الاتصالي، ومنها عدم التعارض مع الآخرين، أو وجود بديل أكثر إتاحة للوسيلة الناقلة، وعليه لابد من أن نضع في الحسبان مسببات التعرض لوسائل الاتصال، وماهي الاستعمالات والإشباعات التي تقوم بها هذه الوسائل[1].

فوسائل الإعلام تقوم بعدد من الوظائف لإشباع الحاجات النفسية والاجتماعية للأفراد[2]، غير أن الحاجات الانسانية متطورة وفق العلاقة التي تربط الحاجة بالإنسان، أي أن الحاجة ليست معطى ثابت لصيق بالإنسان إلى الأبد بل هي خاضعة للتغيير والتطور والنمو (...)، حيث تتحكم الخصائص التي ينفرد بها الإنسان عن بقية الكائنات الحية في تطوير الحاجات (...)، وهي (الحاجات) كذلك نسبية، حيث أن ما يحتاجه الإنسان يظل مشروطا بالظروف المحيطة (...)، كما أن الحاجات ترتبط بطبيعة المحتاج، فحاجات الطبقات العليا تختلف عن حاجات الطبقات الوسطى وهي غير حاجات الطبقات الدنيا، وحاجات الرجل هي غير حاجات المرأة، والتمايز على

---

1 – كامل القيم. **التلقي الإعلامي... أبعاده النفسية والاجتماعية**. الحوار المتمدن. العدد 1816 .2007. من موقع **www.ahewar .org.** تاريخ المعاينة 2015/01/10,

2 – حمود بن احمد الخميس، د.عبد الحافظ بن عواجي صلوي. **احتياجات المعاقين الاعلامية ومدى إشباع وسائل الاعلام لها "دراسة ميدانية على عينة المعاقين في المملكة العربية السعودية:** ورقة عمل مقدمة في الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة "الاعلام والاعاقة علاقة تفاعية ومسئولية متبادلة". الجمعية الخليجة للإعاقة بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين. مملكة البحرين. 06- 08 مارس 2007. ص 07.

أساس السن (أطفال، شباب، كبار ...إلخ) يطرح تمايز في الحاجات سواء حاجات بيولوجية أو اجتماعية أو كلاهما معا[1].

فالإنسان كائن حي يتميز بجملة من الخصائص تتحدد وفق الانعكاسات من خلال العلاقة بينه (الإنسان) وبين الحاجة، حيث يؤثر الإنسان في الحاجة، وتقوم هذه الأخيرة بالتأثير عليه، الأمر الذي يؤدي إلى تطوير وتعديل هذه الخصائص، وهذا التعديل والتطوير يعود ليؤثر ويتأثر من جديد بكل من الإنسان والحاجة، وهكذا دواليك.

وعليه فإن هذه الخصائص الأساسية للكائن البشري التي تحدد العلاقة بين الحاجات وصاحبها، وتحدد كذلك الكيفية التي يمكن بواسطتها وعبرها إشباع المحتاج لحاجته.[2]

من بين الحاجات التي تقوم وسائل الإعلام بإشباعها تقديم المعلومات التي تمكن الأفراد من السيطرة على البيئة المحيطة بهم، وإشباع حاجاتهم المعرفية، كما تقوم وسائل الإعلام بتقديم وسائل الهروب من القيود والروتين المفروضة

على الجمهور (...)، وتقديم المعلومات التي تدعم العلاقات الاجتماعية[3].

---

1 – محمد أحمد الزعبي. **مرجع سابق**. ص ص 09- 11.

2 –محمد أحمد الزعبي. مرجع سابق. ص ص 02-04.

3 – حمود بن احمد الخميس، د.عبد الحافظ بن عواجي صلوي. **احتياجات المعاقين الاعلامية ومدى اشباع وسائل الاعلام لها "دراسة ميدانية على عينة المعاقين في المملكة العربية السعودية:** ورقة عمل مقدمة في الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة "الاعلام والاعاقة علاقة تفاعية ومسئولية متبادلة". الجمعية الخليجة للإعاقة بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين. مملكة البحرين. 06- 08 مارس 2007.ص 07.

حسب تان TAN هناك خمس مجموعات من الحاجات الإنسانية يمكن أن تشبعها وسائل الإعلام وهي: الاحتياجات المعرفية، العاطفية، الشخصية، الاجتماعية، وأخيرا الاحتياجات النفسية المرتبطة بالهروب وتخفيف الضغط.

بعض الدراسات بحثت في الاحتياجات النفسية المتدخلة في استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، في نفس الوقت دراسات أخرى بحثت في الظروف والاحتياجات الاجتماعية للأفراد كمتغيرات تتدخل في اختيار المواد والوسائل الإعلامية، مما دفع البعض يطرح فكرة الاستخدام التعويضي لوسائل الإعلام، أي أن هذه الأخيرة تلعب دور اجتماعي تكميلي من خلال تعليم الطبقات المحرومة الغير قادرة على الالتحاق بالمدارس، والمشاركة بنشاط التنشئة الاجتماعية للمستخدمين، وتوصلت الأبحاث إلى أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لتلبية عدد من الحاجيات النفسية [1]، كما يمكن أن يقوم الأفراد باستخدام نفس الرسالة الإعلامية لأغراض مختلفة باختلاف الدوافع(...)، فالخصائص السوسيوديموغرافية (السن، الجنس، الحالة العائلية ...) تسمح بتفسير السلوكات الفردية في علاقتها بالإعلام، ويتم تشكيل الجمهور من خلال سمة أو مجموعة سمات خاصة، كجمهور الأطفال، المسنين، الأشخاص المعاقين والمقارنة بين جمهور النساء والرجال ...من جهة أخرى أدت المنفعة المرجوة من الاستخدام إلى التنويع في وسائل الإعلام والتنويع بين الطلب والحاجة للمعلومة، وهذا يعني تجدد في الاستخدامات والمستخدمين(...) [2].

1 – Philipe breton, serge proulx. l'explosion de la communication. la découverte. paris. pp 167-168.

2–Yves f.le Coadic: usages et usagers de l'information. édition nathan, paris. 1997.p p 74-75.

في هذا الاتجاه حدد الدكتور **مصطفى المعموري** جملة من الوظائف التي تمارسها وسائل الاعلام الجماهيرية، ومن بين هذه الوظائف خلق الحوافز والدوافع حيث تقوم أجهزة الاعلام بإثارة حاجات جديدة وتعمل في نفس الوقت على تلبيتها[1].

أما **لي ثاير LEE THAYER** فيرى أن استخدامات الناس لوسائل الإعلام وكيف يتعاملون معها يتمثل في خمس استخدامات رئيسية وهي:

1. تزويد الناس بأشياء يتحدثون عنها بشكل لا يحتمل مواجهات فيما بينهم، إذ يمكن للناس التحدث عن الأخبار والمشهورين بنفس الطريقة.

2. الناس يجعلون وسائل الإعلام وما تقدمه من حيث الأهمية كعنصر مركزي لتحديد طقوس واقعهم أو لتحديد الهوية الشخصية (...) فمثلا نجد الذين يتابعون وسائل الإعلام يعرفون الوقت كأن يقولوا أن اليوم هو الجمعة (...)، من جهة أخرى فإن الناس يملكون الإحساس في الرغبة بأن يكونوا مثل الآخرين ويعملون مثل الآخرين، إلى الحد الذي نعتقد فيه أن شخص يحصل على جريدة يكون فيه هذا الشخص مثل أي شخص آخر، فإن الأمر يكون حيويا لنا بأن نكون موجودين في هذا العالم مثل الآخرين، وسوف نسير مع طقوسهم في أن نسير في طقوسهم للحصول على الجريدة اليومية، أو الذهاب إلى السينما مثلما يذهب الآخرون (...)، ونربط حياتنا بهذه الطقوس عن طريق وسائل الإعلام التي تزودنا بالإحساس بالواقع(...).

3. الاستخدام الثالث لوسائل الإعلام استخدام أسطوري، ويمكن ملاحظة ثلاث مستويات لاستخدام وسائل الإعلام أسطوريا وهي:

---

1 – على أسعد وظفة. **دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية**. جامعة الكويت. ص 05.

أ. تقوم وسائل الإعلام بخلق الوصفات لأسلوب الحياة والعمل على دوامها(...)، فالإنسان لا يستطيع العيش بدون الإحساس بأن طريقة الحياة معقولة وعادلة، وكاملة وصحيحة.

ويحتاج المرء إلى ذلك سواء أكان الأمر يتعلق بالأخلاقية، أو الحساسية الجمالية أو القيم، أو الإيديولوجية، أو السلوك اليومي، ذلك أن الإنسان يحتاج إلى أن يجد فيما يحيط به اجتماعيا وماديا بعض التأكيدات الاعتيادية لوصفاتنا الخاصة بالحياة، ومن ثم فإن جميع الوصفات الثقافية والثقافة الفرعية للحياة جميعها تشبه الأساطير، وتم الحفاظ عليها بميثاق ضمني، وعُزِزتْ بالسلوك، وهي ليست مطلقة وليس هناك اختيار نهائي لصحتها سوى التأكيد الذاتي.

ب. هناك بعض أوجه الوجود الإنساني التي لا يمكن تفسيرها إلا من خلال الاستعارة والأسطورة، والبشر بطبيعتهم يفسرون ما هو غير قابل للتفسير مثل الأسئلة حول الحياة، والموت والحب وغيرها. فما لا نستطيع أو لا نعرف تفسيره نصنع له أساطير، وإن أولئك الطين يصنعون وينتجون مادة وسائل الإعلام لا يمكنهم تجنب صبغ ما ينتجوه بالأساطير الثقافية، وفي المقابل فإن الذين يستهلكون ما تنتجه وسائل الإعلام ليس باستطاعتهم أن يتجنبوا بعض التأكيدات أو المخالفات للوصفات التي تقوم عليها أساليب رؤيتهم ومعرفتهم ووجودهم .

ج. إن الاستخدام الأسطوري لوسائل الإعلام لا يرتبط فحسب بمضمونها وعلى النقيض من ذلك، يمكن للوسيلة والمضمون أن يكون لهما تأثيرهما معا.

ومن الواضح أن معظم الأساس الثقافي للأساطير التي يتم ترميزها في أنماط الأشياء التي نقولها ونفعلها، وحين يتم تنشئة الشخص في بيئة ما بعينها، فإن هذا يعني

بأنه مُجبر على قراءة هذه الأنماط في ثقافته وتغرس داخل نفسه، وهكذا فإنه يتربى على هذه الأساطير والتي توجهه وتقوده في حياته.

4. يستخدم الناس وسائل الإعلام بهدف إمدادهم بخبرات متنوعة (...)، ومن تم فإن أهم دافع وراء استخدام وسائل الإعلام يتمثل **بالتعويض COMPENSATION** ، وجميع الأفراد يحققون توازنهم الاجتماعي والسيكولوجي بالتعويض، والكثير من الأنشطة تقوم على ذلك مثل الرحلات والهوايات ...إلخ..

وكلما توافرت وسائل الإعلام كلما زادت إمكانية استخدامها للتعويض لتحقيق التوازن في حياة الناس.

5. هناك استعمالات أخرى محددة لوسائل الإعلام، فالبعض يستخدم التلفزيون كرمز للوضع الاجتماعي، والبعض الآخر يستخدم راديو الأدنين كوسيلة لعزلهم عن الناس (...)، كما يستخدم البعض وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات(...)، والبعض يستخدمها بغرض التسلية البحثة، والبعض للتعليم، وهذه الأهداف لا تعني عدم تداخلها عند المرء إذ يمكن أن تكون استعمالات المرء لوسائل الإعلام تحقق لديه أكثر من هدف، ولا تعني كذلك أن المرء يكون واعيا دائما باستخداماته لها [1].

إن المؤسسة الإعلامية كالمؤسسة التربوية من حيث أثرها في تشكيل بنية المجتمعات ورسم ملامحها (...)[2]، وهنا يؤكد عالم الاجتماع البريطاني **أنطوني جيدنز** أن

---

1 – صالح خليل أبو إصبع. **الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة**. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع. 2004. ص ص 216-220.

2– فاطمة البريكي. **دور وسائل الإعلام في تشكيل المجتمع**. البيان الإماراتية. معهد الإمام الشيرازي الدولي للدراسات. واشنطن. تمت المعاينة من موقع **www.siironline.org** بتاريخ: **2014/10/24.**

لوسائل الإعلام أهمية تعادل ما للمدارس والجامعات في إقامة مجتمع المعرفة(...).[1]، كذلك **كاسيوبو وربيتي** الذي طرح مفهوم الحاجة إلى المعرفة، وسماها **د.كاتز** بالحاجة إلى الفهم، بينما سماها **برلين BERLYNE** الحاجة إلى الاستطلاع (...) لأن المعرفة في هذا العصر سريعة ومتغيرة لدرجة أن أساليب التعليم والتعلُّمْ التقليدية لم تعُدْ تستطيع استيعابها.

وقد اقترح **شافي CHAFEE** تصور نظري حول دور وتأثير ونتائج استخدام وسائل الاعلام، وقسم تلك التأثيرات إلى قسمين الأول يتعلق بمضمون الوسيلة الاعلامية أي الرسالة والمادة الإعلامية التي تؤثر على ثلاث مستويات: **الفرد، الجماعة والمجتمع**، وتشمل تأثيراتها المعرفة، **السلوك، الاتجاهات**، والقسم الثاني يتعلق بالجانب المادي للوسيلة كالتلفزيون أو الجريدة أو الإذاعة [2].

لذلك فإن تنمية الميول والمهارات والعادات القرائية (...) مثلا مطلبا تربويا وثقافيا هاما، ونظرا لهذه الأهمية المتزايدة، تحتاج المواد المطبوعة إلى تقويم علمي وفني سليم وفق المراحل المختلفة للفرد، سواء كان في كتاب أو في مجلة أو في صحيفة، مما يوفر له فرصة القراءة الممتعة للموضوعات الأدبية والعلمية والفكرية التي تتوافق مع قدرته العقلية من جهة، وتشبع حاجاته النفسية والاجتماعية من جهة أخرى[3] .

1- محمد المستاري. **التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري**. منبر حر للثقافة والفكر والأدب. معاينة من موقع **www.diwanalarab.com** بتاريخ 2014/10/24.

2 - صالح خليل أبو إصبع. **الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة**. عمان. دار مجدلاوي. 2004. ص ص 220-221.

3 - عيسى الشماس. **وسائل الإعلام والتنشئة الاجتماعية**. معاينة من موقع **www.ibtesama .com**. بتاريخ: 28 /2014/10.

كذلك بالنسبة للإذاعة المسموعة التي تصنف من بين الوسائل الإعلامية الواسعة الانتشار، حيث تبوأت الإذاعة منذ العشرينيات من القرن العشرين مكانا بارزا في العالم بين وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وتزايد الاهتمام بها بالنظر لما تقوم به المادة المذاعة من تسلية للمستمعين وتقديم المواد الثقافية المختلفة لهم، واطلاعهم على آخر الأحداث المحلية والدولية من خلال نشرات الأخبار والبرامج المتنوعة، وبذلك تسد حاجة الناس إلى الترفيه والتثقيف والإعلام[1].

نفس الأمر بالنسبة للتلفزيون الذي يتفق الخبراء والباحثين على أنه أحد أهم الوسائل الإعلامية الفعالة في عملية صياغة الرأي العام، وهندسة السلوك الإنساني(...) لدرجة أن الباحثين الأمريكيين أطلقوا عليه لقب الأب الروحي للطفل، وأطلقوا على الأجيال الحديثة بأطفال التلفزيون أو جيل التلفزيون، نظرا لما يمارسه التلفزيون من دور تربوي بالغ الأهمية، وقد أكدت إحدى الدراسات الأمريكية على أن الأمهات ينظرن للتلفزيون بوصفه أداة تربوية تعليمية هامة، وانه يزيد من قدرات أطفالهم اللغوية (...) ويعلم صغار الأطفال الكثير عن الحياة (...).

استطاعت وسائل الإعلام المعاصرة أن تتجاوز مهمة تحقيق الاتصال بين الناس ونقل المعلومات، وتصبح بمثابة عصب الحياة السياسية والاجتماعية والتربوية من خلال الأدوار والوظائف التي تمارسها، والتي تتنوع بتنوع مجالات الحياة الفكرية والاقتصادية والاجتماعية والإيديولوجية والترفيهية [2]، وعميلة التأثير والتأثُر بوسائل الإعلام والاتصال شيء مركب تتداخل فيه عوامل كثيرة، مثل شخصية الفرد والبنية الاجتماعية، والمستوى

---

1 – عيسى الشماس. **وسائل الإعلام والتنشئة الاجتماعية**. معاينة من موقع **www.ibtesama .com** بتاريخ: 28 /2014/10.

2 – علي أسعد وطفة. **دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية**. جامعة الكويت. ص 08.

الثقافي والمكانة المادية والاجتماعية، أي أن عملية الاستجابة تتوقف على ظروف وعوامل فردية واجتماعية مختلفة تتضح في مستويات التفضيل والاهتمام لدى الجمهور.

ومن هنا تظهر أهمية التعرف على حاجات ذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر، ونمط استخدامهم للوسائل الإعلامية المختلفة قصد إشباع تلك الحاجات، ومدى مساهمة الإعلام في التنشئة الاجتماعية بالنسبة لهذه الفئة من خلال توفير مواد ورسائل اعلامية تتناسب وخصائصهم النفسية والاجتماعية. حيث كشفت الدراسات النفسية والاجتماعية التي تناولت ذوي الاحتياجات الخاصة، أن هذه الفئة تنفرد بخصائص نفسية واجتماعية عن غيرها من الفئات الاجتماعية، أي أن الإعاقة تفرض سمات وخصائص معينة ومخالفة للأشخاص الغير معاقين (...)، فبالإضافة إلى متغيرات السن، والجنس، المستوى الاجتماعي...إلخ، وهي المتغيرات التي أكدت على أهميتها الدراسات المتعلقة بالإعلام والاتصال خلال عملية صياغة المواد الإعلامية، لابد من الأخذ بعين الاعتبار كذلك **الإعاقة** كمتغير مهم خلال تحرير المواد الإعلامية الموجهة لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة .[1]

فالعجز غالبا ما يترك آثاره الواضحة على الفرد المعاق وعلى ميكانيزمات الكفاح لديه، ومحاولاته للتغلب على الصعاب[2]، والعوامل البيولوجية تُعتبر مسئولة ولو بصورة جزئية على الفروق الفردية في الذكاء والتعلم وشدة الدوافع وقوتها وما شابه ذلك وهي تلعب دورا في الاستعدادات الفردية نحو أنواع من الاضطرابات السلوكية.

---

1 – بن سولة نورالدين. **الاستخدامات والإشباعات الاعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر**: مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية. العدد 03 أكتوبر 2014. 168.

2 – عبد الرحمن سيد سليمان. **الحاجات الإرشادية للأطفال المعاقين: بحوث ودراسات في سيكولوجية الإعاقة**. القاهرة. مكتبة زهراء الشرق .2001. طبعة 01..ص 142.

بمعنى آخر فإن العوامل البيولوجية يمكنها أن تؤثر على السلوك إما بشكل مباشر أو غير مباشر نوفي التأثير المباشر يتغير السلوك العادي نتيجة حدوث تلف في الأنسجة أو بواسطة حالات بنائية أو وظيفية في الجهاز العصبي، فالتلف الذي يصيب المخ نتيجة إصابات عضوية أو أمراض يمكن أن يُحدث قصور في السلوك التكيفي وتغيرات ملحوظة في علاقة الشخص بالآخرين وليس ثمة شك في أن هذه الاضطرابات هي بالتحديد نتيجة التلف الذي أصاب أنسجة المخ على الرغم من أن الميكانيزم الذي ينعكس به التلف في السلوك غير واضح تماما ولا يمكن فهمه بصورة كاملة حتى تتضح العلاقة بين المخ والأداء الوظيفي السيكولوجي.

أما التأثيرات غير المباشرة فإنها تحدث عندما يكون للحالات البيولوجية نتائج اجتماعية تؤثر بدورها على سلوك الفرد، ويعتبر المعاقون جسميا أمثلة واضحة للتأثير غير المباشر[1].

وفي هذا الصدد أكد **شونتز SHONTZ** أن الإعاقة تؤثر بشكل مباشر على السلوك[2]، لأن الإعاقة تحدث استجابات مضطربة أو سالبة في الآخرين الأمر الذي يجعل المعاق يشعر بالنقص ويحاول تعويض هذا النقص إما بالانسحاب من العلاقات الاجتماعية أو بالالتجاء إلى إحدى الصور العديدة للتوافق .[3]

في حين أشار **كليمك KLIEMCK** إلى وجود سمات سلوكية تنتج عن الإصابة بالإعاقة وهي الشعور الزائد بالعجز والاستسلام للإعاقة وتقبلها ورفض الذات ومن تم

---

1 – جمال شحاتة حلوان. **السلوك الإنساني والبيئة الاجتماعية**. المكتب الجامعي الحديث.2010. ص ص 51-52.

2- سرور محمد صالحة. **المشكلات السلوكية والانفعالية للأفراد المعاقين بصريا وعلاقتها بمتغيرات سبب الإعاقة البصرية ومستواها، والعمر والجنس**: مذكرة ماجيستر. كلية التربية: جامعة دمشق .2007.ص ص 04-05.

3 – جمال شحاتة حلوان. **مرجع سابق**. ص ص 51-52.

كراهيتها، عدم الشعور بالأمان والخوف من المجهول والتوتر، عدم الاتزان الانفعالي، كذلك سيادة مظاهر السلوك الدفاعي[1]، وأكد كل من **كرتشمر KRTSCHMER** و**شلدون SHELDON** على أن مزاج الفرد وحتى الاضطراب العقلي الذي يصاب به الفرد متوقف على تركيبته الجسمية.[2]

في نفس السياق بين **سيلفيا ويرلديك SALVIA & YSSELDYKE**، أن المشكلات السلوكية تتضمن فشلا في الانسجام مع الرفاق، انسحاب مفرط، نشاطات جانحة، أما **براون BROWN** توصل من خلال دراسة قام بها حول سيكولوجية المكفوفين أنهم أكثر تعرضا للاضطرابات والضغوط النفسية، وتوصل، فانس وزملاؤه، أن فقدان البصر يؤدي لظهور الخوف من إمكانية التعرض لخطر ما أثناء التنقل، أما **وريكات والشحروري** أكد على أن أبرز المشكلات السلوكية التي ظهرت عند الطلبة المعاقين بصريا كانت الحساسية الزائدة، والسلوك المتخاذل، الانسحاب من المشاركة الاجتماعية، وبالنسبة لـ **MEEK ANDRO** توصل إلى أن المكفوفين لديهم جمود في الشخصية، لكونهم يعيشون في عالم محدود كنتيجة لأثر العجز الخلقي الذي يعانون منه مما يؤدي إلى عجزهم جزئيا عن التكيف مع البيئة المحيطة بهم، أما **هيوم و أرو HUMME & ARO** أكدا على أن الإعاقة البصرية تؤثر على نشاطات الفرد وبشكل خاص على الأفراد المكفوفين كليا، حيث تتجلى لديهم صعوبات ومشكلات أكثر في إطار العلاقات مع الأصدقاء، مما يجعلهم يعانون من الوحدة والعزلة مقارنة بأقرانهم المبصرين .[3]

---

1 – سرور محمد صالحة. **مرجع سابق**. ص ص 04-05.

2– جمال شحاتة حلوان. **مرجع سابق**. ص ص 51-52.

3 – سرور محمد صالحة. **مرجع سابق**. ص ص 04-05.

كخلاصة لما سبق، فإن البحث في ميدان الإعلام والاتصال لم يعد مجرد البحث في آليات وعمليات التبادل والتفاعل بين الأفراد، بل إن التطور السريع لوسائل الاتصال وامتداد استخداماتها جعلها تحتوي مختلف النشاطات الإنسانية، بما فيها المؤسسات الاجتماعية، مما يطرح أهمية بالغة لتكثيف البحوث حول خصائص مختلف الشرائح الاجتماعية التي يمكن أن تُستغل بشكل أكثر ايجابية من خلال موقعها كجمهور للمواد الإعلامية، ونحن من خلال دراستنا اخترنا فئة ذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر للتسليط الضوء على نمط استخدامات هاته الفئة وتعرضها للوسائل الإعلامية بصفة عامة والوسائل الإعلامية الجزائرية، والبحث في حجم المنفعة المرجوة منها أو العكس من ذلك، باعتبار أن المؤسسة الإعلامية مؤسسة من مؤسسة التنشئة الاجتماعية بالغة الأهمية والتأثير والتوجيه.[1]

1 – سرور محمد صالحة. **مرجع سابق**. ص ص 04-05.