Dirassat & Abhath
The Arabic Journal of Human and Social Sciences

مجلة دراسات وأبحاث
المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية

EISSN: 2253-0363
ISSN : 1112-9751

التلفزيون والمعاق سمعيا

- دراسة ميدانية من منظور نظرية الاستخدامات والاشباعات -

The television and the hearing impairment

A field study from the perspective of the -

Uses And gratifications theory

جاب الله عائشة Djaballah Aicha
جامعة الجزائر3 Alger3 university -Algéria-
djaballah.aicha@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام : 2019-11-12 تاريخ القبول : 2019-12-24

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين التلفزيون كوسيلة إعلامية تميزها خاصيتي الصورة والصوت ، والفرد من ذوي الإعاقة السمعية كجمهور مستخدم يحمل ميزات خاصة يحيلنا فقدانه السمعي إلى الكشف عن طبيعة ونمط هذا الاستخدام وكذا الأثر الحاصل ببقاء الصورة وحدها على ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات من خلال دراسة ميدانية أجريت على عينة بحثية قوامها 115 مفردة ممن يعانون من صمم كلي أو جزئي أو ثقل في السمع بين ذكور وإناث على مستوى ولاية الجلفة -الجزائر-، إذ أسفرت النتائج بان الاستخدام يحدث بالفعل كنتيجة حتمية يراد منها البحث عن المعرفة و الإحاطة بمجريات الأمور بالإضافة إلى الترفيه عن الذات والحصول على بعض التسلية ، لكن يبدو أن مشكل اللغة وعدم ترجمة أغلبية المضامين بلغة الإشارة يجعل من تلبية الاحتياج الإعلامي والحصول على الإشباع المراد أمرا صعبا فاغلب أوقات مشاهدتهم تكون ليلا وأيام العطل بحيث يلجئون إلى المرافقة العائلية أو الأصدقاء للمساهمة في تغطية الجانب اللغوي المفقود أثناء التعرض .

الكلمات المفتاحية: التلفزيون ، الاستخدامات ، والاشباعات ، الإعاقة السمعية .

Abstract :

The aim of this study is to figure out the relation between the television , as an information tool with both picture and sound characteristics and the individual with hearing impairment , as a user audience with special features .

His hearing impairment will lead us to disclose the nature and the type of this use in addition to an impact in which only one characteristic is present , the picture , in terms of the uses and gratifications theory .

Through a field study on a test subject of 115 individual, boys and girls , suffering from total or partial deafness or hypoacusis in the city of djelfa .

The results of the study showed that the use is indeed present as a result of search for knowledge or entertainment…which is the most important hypothesis of the theory however the problem of the language seems to make meeting the informative needs and getting the desired gratification a tough matter since , they resort for a company at night and on holidays as a habit that covers the missing aspect during the show .

Keywords:

television ,hearing ,impairment , uses , gratifications .

1. مقدمة:

لطالما كان العلم مبهورا بتلك الشاشة المرئية الصغيرة ولا يزال كذلك برغم كل الاختراعات التي وصل إليها العقل البشري فكانت الحاجة أسرع من القبول فيما توصل إليه العلم، ومنه تطور التلفزيون رويدا رويدا سواءا من حيث الشكل أو المضمون وطبعا يأتي التركيز على الأخيرة أي مضمونه ذلك ما يبنى عليه لأن المتلقي قد انتقل هو الأخر من مجرد مستقبل إلى منتقي فعلي إذ يبدوا أن التكنولوجيا قد غيرت مجرى العملية الاتصالية التقليدية وبفعلها أصبح هذا المتلقي بين كم هائل من المعلومات ليستقي منها ما يريد وكل حسب حاجته والتي تخدم متطلباته، وما يلائمه منها .

هذا التنوع يجعلنا نخوض في جمهور وسائل الاعلام والتلفزيون خاصة على اعتبار انه يخدم الجميع بوجود خاصتي الصورة والصوت، وبالحديث عن الاثنين يأتي ذوي الإعاقة السمعية لنرى أن فقدان السمع يطوي زاوية الصوت ليحيلنا إلى الصورة فقط ، فكان نتاج ذلك بحثهم عن ما يوافق حواسهم فهم يسعون للحصول على المعلومة حتى وان نقصت هذه الحواس، إذ أن الإنسان لا يسمع بأذنه فحسب بل يمكنه أن يسمع بوعيه و يمكنه المشاركة بقلمه أو بطرق أخرى، فالفرد المعاق سمعيا يعيش في صمت أبدي وسط مجتمع يتحدث ، أي أنه يعيش بين الناس وليس معهم ، فهو في وحدة مطلقة لكونه معقود اللسان ومقطوع الصلات ومكبوت الانفعالات ومحبوس المشاعر يتوارى عن العيون ويؤثر العزلة بعيداً عن قلب الحياة ، فهو الحاضر الغائب ، الغارق في النسيان من قبل الآخرين ، وهو أكثر من مشكلة في شخص واحد ، فهو في أمس الحاجة لفهم سلوكه وتصرفاته [1] ، ومنه تنبثق توقعاته نحو الأفق الإعلامية عبر التلفزيون كوسيلة رأى فيها تكملة لنقص شابه ، حيث يتوقع كمستخدم أن ينال من خلال سلوكه هذا بعضاً من أشكال المتعة لإرضاء الحاجة لديه مثل الحاجة إلى الاسترخاء وإلى قضاء وقت الفراغ وإلى الترفيه ،وهو ما نستشفه من منظور نظرية الاستخدامات والاشباعات والتي تفترض أن الجمهور ايجابي تمامًا في اختيار المضمون الذي يتعرضون له، ذلك في الوقت الذي أشارت فيه دراسات أخرى إلى أن كثير من السلوك الاتصالي للأفراد هو مجرد سلوك اعتيادي غير إيجابي أي تفترض أن السلوك تجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي أو العقلاني إلا أن الملاحظ أن عادات الاستعمال هي الموجهة له كما أن المبادرة في ربط إشباع الحاجات باختيار الأنسب إنما يخضع للمتلقي ذاته في عملية الاتصال الجماهيري، وهذا النموذج يرى بأن الناس مدينون لوسائل الإعلام لسد حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير عليهم. فالنموذج يضع قيوداً قوية على التنظير القائل بالتأثير المباشر لمضمون وسائل الإعلام على المواقف والسلوك ، ومنه جاءت اشكاليتنا والتي نحاول من خلالها فهم العلاقة الرابطة بين التلفزيون كوسيلة والمعاق سمعيا كجمهور مستخدم يريد من وراء هذا الاستخدام إشباع حاجة إعلامية عن طريق التساؤل الجوهري التالي: **ما مدى الإشباع الذي يحققه ذوي الإعاقة السمعية من خلال استخدام التلفزيون ؟**

لتندرج تحته العديد من التساؤلات الفرعية لمعرفة طرق الاستخدام ؟ وكذا أنماط الاستخدام وعاداته ؟ والأهم من هذا والاشباعات المحققة ؟ .

وقبل الخوض في الدراسة لابد من التعريج على أهم مصطلحات الدراسة لتعريفها اصطلاحيا وكذا إجرائيا

- **التلفزيون :** من الناحية **الاصطلاحية** :كلمة مركبة من مقطعين (teli) ومعناه عن بعد (vision) ومعناه الرؤية ، وبهذا يكون المعنى كاملا الرؤية من بعيد [2] ،وهو الجهاز الذي يستقبل البرامج التلفزيونية المبثوثة[3].

إجرائيا : تهدف الدراسة إلى تعميق النظرة إلى دور ووظائف وسائل الإعلام التي يجري تناولها على نحو عام من قبل فئة المعاقين سمعيًا و اخترنا التلفزيون على وجه الخصوص كونه يجمع بين الصوت والصورة عكس الراديو مثلا وهو ما يتنافى واستخدام هذه الفئة، بالإضافة إلى انه متاح لكل الفئات والأقرب والاهم والأكثر رواجا ، فهو يتحكم بعنصر الرؤية والتي هيا أساس الإقناع.

فالصورة لا تحتاج دائما إلى المصاحبة اللغوية كي تنفذ إلى إدراك المتلقي ، فهي في حد ذاتها خطاب ناجز ، مكتمل ، يمتلك سائر مقومات التأثير الفعال في مستقبله ، بل هي نفسها لغة تستكفي ذاتها، وهذا أساس شعبيتها وتداولها الجماهيري الواسع[4].

الإشباع :اصطلاحا هو عملية نفسية تحدث للاستجابة لحاجات ودوافع معينة لذا تبدو المفاهيم الثلاثة الدوافع ، الحاجة، الإشباع متقاربة ، و هي إشباع رغبات كامنة استجابة لدوافع معينة للحاجات الفردية[5] وهو ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات و دوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة و يتعرض لتلك المادة[6] .

إجرائيا: معرفة مدى الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام على فئة المعاقين سمعيًا وهي إشباعات يتم الكشف عنها في هذه الدراسة و ليست محدودة وغير معروفة مسبقًا.

- **المعاقين سمعيًا: اصطلاحا – الإعاقة :** هي إصابة بدنية أو عقلية أو نفسية تسبب ضررًا لنمو الفرد البدني أو العقلي أو كلاهما،و قد تؤثر في حالته النفسية و تطور تعليمه أو تدريبه، والمعوق هو كل من
افتقد القدرات الحيوية FONCTIONS VITALES للمعيشة الاستقلالية دون مساعدة خارجية نتيجة لقصور بدني أو حسي أو حركي أو فكري .

الإعاقة السمعية : تعرف في قاموس الارطوفونيا على أنها " فقدان سمعي مهما كانت أهميته وسببه، قد تكون عابرة أو حتمية وأحيانا تطورية. ونتائجها متعددة : اضطرابات في الاتصال قبل اللغوي عند الرضيع غياب أو تأخر لغوي، اضطرابات الكلام والصوت. وبما أنها لا تعالج دائما دوائيًا أو جراحيًا فإنها تصبح إعاقة تتطلب كفالة [7].

إجرائيا : اخترنا فئة المعاقين سمعيًا كونها فئة حساسة وشريحة من المجتمع تعتبر مهمشة في المجتمع و خاصة من الناحية الإعلامية لأجل التعرف على أهم ما يجذب هذه الفئة من وكذا نمط المشاهدة والاستخدام لمعرفة الإشباع المحقق.

2- منهج الدراسة :لأجل الأهداف المتوخاة من الدراسة وطبيعة الإشكالية فإن الأسلوب الأقرب إليها و المساعد على الإجابة و الوصول إلى النتائج المراد تحقيقها هو أسلوب المسح أو المسوح الاجتماعية حيث أن تقصي الحقائق عن ظاهرة ما يستوجب إجراء مسح شامل للمجتمع المستهدف بالبحث أو بالدراسة والذي يطلق عليه اسم المسح العام عندما لا تستثن أي مفردة من مفردات المجتمع فمن خلال المنهج سنحاول الوصول إلى حقيقة الاستخدامات والاشباعات كواقع و ظاهرة تخص فئة المعاقين سمعياً بولاية الجلفة والتعرف على عناصر المشكلة المرتبطة بها في محاولة لفهم أفضل للواقع و تقديم نتائج علمية متكاملة الوصف .

3-أدوات الدراسة: ارتأينا في بحثنا أن نوظف أداة الاستبيان التي تعتبر من الأدوات المناسبة له والأكثر مساعدة للوصول إلى أكبر قدر ممكن من المعلومات الخاصة للمبحوثين، وانطلاقا من هذا الاعتبار وللإجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة جاءت استمارة الاستبيان تحتوي على 21 سؤالاً متنوعًا بين الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة والمقسمة إلى محورين وهي :

- **المحور الأول:** اشتملت على 6 أسئلة كلها مفتوحة وهي بهدف التعرف على أنماط وعادات استخدام وسائل الإعلام.
- **أما المحور الثاني:** اشتمل على 12 سؤالاً منها 4 مغلقة و8 مفتوحة وجاء موجهًا لمعرفة استخدامات ذوي الإعاقة السمعية والاشباعات المحققة من ذلك.
- بالإضافة إلى البيانات الشخصية و اشتملت الجنس والعمر والطور.

*مع مراعاة إجراءات الصدق والثبات .

4-عينة الدراسة :بما أن مجتمع بحثنا ليس بالكبير جدًا فقد اخترنا القيام بمسح كلي لمجتمع البحث و المتمثل في ذوي الإعاقات السمعية بمركز صغار المكفوفين بالجلفة. إذا يضم المركز 115 تلميذ معاق سمعيًا.

و سنقوم بدراسة ميدانية مراعين في ذلك خصائص المجتمع المبحوث وذلك من ناحية:

1-4 السن: تراوحت أعمار مجتمع الدراسة ما بين 6 سنوات و 20 سنة ومعظم أفراد المجتمع من الفئة العمرية (13-20)بمعدل59.13 % والبقية بين(6-13) أي 40.86 %.

2-4 الجنس:اختلف ما بين ذكور 62.6%و إناث 37.39%.

3-4 مكان الإقامة:يقطن مجتمع الدراسة في ولاية الجلفة اي57 مفردة داخلي والبعض من بلدياتها أي 58 فرد خارجي .

4-4 المستوى التعليمي:انقسمت أطوار مجتمع الدراسة ما بين ابتدائي و متوسط فالأغلبية الساحقة هم في طور الابتدائي حيث شكلت ما نسبته 85.21% والباقي بمعدل 14.78% متوسط .

و نحن هنا سنقوم بمسح شامل للمجتمع المبحوث و الذي يطلق عليه اسم المسح العام و لن نستثني أي مفردة من مفردات المجتمع للوصول إلى النتائج المراد تحقيقها .

5- أهمية الموضوع: تكمن أهمية الموضوع من حيث انه يركز على العلاقة التكاملية بين الوسيلة الإعلامية ومضمونها وبين شريحة لا تقل أهمية عن غيرها من شرائح المجتمع لكنها تختلف من ناحية قابلية الاستخدام نظرا لاعتمادها على الصورة فقط فمن بين المجالات التي تهتم علوم الإعلام و الاتصال بدراستها و تحليلها نجد المجالات الاجتماعية والثقافية، ومن القضايا التي يهتم بها هذا القطاع من البحث ذلك التأثير المتبادل لوسائل الاتصال الجماهيري (تلفزيون، صحافة، إشهار...) وسلوك المرسل إليه وبالتالي فإن موضوع بحثنا يندرج ضمن هذا الميدان (المجالات الاجتماعية والثقافية لوسائل الإعلام والاتصال) حيث نجد هناك تركيز معرفيً للدراسات التي تسعى إلى دراسة الخدمات الإعلامية وأثر وسائل الإعلام الجماهيري أضف إلى ذلك الدراسات التي تناولت تأثير التلفزيون على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية.

لكن إذا كان التلفزيون كما يقال عنه أنه وسيلة للإعلام يغلب عليها برامج التسلية والترويح و التثقيف تلبي وتشبع حاجيات المشاهدين فان أفراد الجمهور أي جمهور ذوى الإعاقة السمعية قد يجدون أنفسهم أمام مادة إعلامية لا تلبي متطلباتهم أو هم بصدد التعرض إلى وسيلة أو معلن ربما لا يراعي خصوصيات الجمهور المستهدف ما يؤدي إلى عرقلة التلقي والاستخدام وهذا ما نخوض في غماره للكشف عنه.

6- أهداف الدراسة: يندرج موضوع بحثنا ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف أساسًا إلى دراسة الظواهر والأوضاع من حيث خصائصها وأشكالها لذلك تسعى كل دراسة أيا كانت للوصول إلى تحقيق أهداف معينة وبحثنا هذا نتوخى من ورائه تحقيق بعض الأهداف التي سطرناها على النحو التالي:

- التعرف على أنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية للجمهور المبحوث وطبيعة استخدامه للتلفزيون كوسيلة إعلامية.
- كما تهدف الدراسة إلى إبراز مدى تلبية هذه الوسيلة لحاجيات هذا الفئة و الإشباعات المحققة من وراء ذلك .

7- الاقتراب النظري:

1-7 - مدخل الاستخدامات والاشباعات: منذ البدايات الأولى لأربعينيات القرن الماضي والدراسات قائمة حول العلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام ،بوجود العديد من النظريات اختلفت في تناولها لتأثير وسائل الاتصال على سلوكيات واتجاهات الأفراد وتعددت النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيري، والتي كان أهمها المدخل الوظيفي الذي حاول تحديد ماذا يفعل بوسائل الاتصال ؟ والذي يقوم كذلك على أن الجمهور ينتقي ما يحتاج إليه من مواد إعلامية ، من أجل خدمة أهدافه وإشباع رغباته، وفي نفس الوقت ظهر مدخل الاستخدامات والاشباعات الذي ركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفية منتظمة .

و يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال فهو يركز على كيفية استجابة هذه الأخيرة لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية ويتميز الجمهور في ظلها بالنشاط و الإيجابية و القدرة على اختيار الواعي والتفكير ، ويرى مدخل الاستخدامات و والاشباعات أن الجمهور بإمكانه اختيار الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها،إضافة على المحتويات التي تتضمنها هذه الوسيلة وفي نفس السياق ينطلق المدخل من دوافع استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بناءًا على الدور الايجابي الذي يلعبونه في عملية الاتصال بفضل الخصائص التي يتميز بها هذا الجمهور والمتمثلة في ايجابيات النشاط الاختياري الواعي والتفكير الجيد[8].

وافترض كاتز أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم ودورهم الاجتماعي تسيطر في عملية التعرض لوسائل الاتصال كما توجههم إلى ما ترونه ويشاهدونه ، أما ماكويل فقد رأى العديد من أوجه التشابه بين البحوث في ما يتعلق بمستويات التعرض والإشباع من جراء استخدام وسائل الاتصال الذي يتجلى في إشباع الحاجات المرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للأفراد عند تعرضهم لبرامج وسائل الاتصال مثل اكتساب الأخبار المعلومات الجديدة التي تهتم بالمحيط الذي يعيشون فيه ، وبفضل هذا الدراسات أصبح من الممكن تفسير الحاجات التي تليها وسائل الاتصال للأفراد[9].

2-7- مفهوم نظرية الاستخدامات و الإشباعات : تختلف التسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والاشباعات ، فهناك من يطلق عليه نموذج ، وهناك بعض الباحثين يرتقون به إلى مرتبة النظرية ، هناك من يطلق عليه مدخل في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميته باسم نظرية المنفعة[10].

فمدخل الاستخدامات والإشباعات هو مدخل وظيفي ينظر في العلاقة بين مضمون أجهزة الإعلام والجمهور بنظرة جديدة تفترض أن قيم الناس واهتمامهم ومصالحهم وميولهم وأدوارهم الاجتماعية هي الأكبر تأثيراً وفعالية على سلوك الأشخاص، وأن الناس بصورة اختيارية ينتقون ويكيفون ما يشاهدون أو يقرؤونه في ضوء هاته الاهتمامات[11] ونظرية الاستخدامات و الإشباعات هي نظرية تقوم على إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقات بين الجماهير ووسائل الإعلام ويعتبر ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال وإلى رؤيتها على أنها فعالية في انتقاء أفرادها لوسائل ومضمون مفصل من وسائل الإعلام[12].

وتركز نظرية الاستخدامات والإشباعات على ما يفعله الأفراد بوسائل الاتصال الجماهيرية، والتركيز الأساسي على تأثيرات هذه الوسائل على حياة الناس[13].

3-7- أهداف منظور الاستخدامات والإشباعات :

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظرية إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري[14].

4-7- فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات : تقول إن الأفراد لديهم حاجات خاصة أو دوافع معينة يمكن تحقيقها سواء عن طريق استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية أو بوسائل أخرى غير اتصالية من خلال أربع فئات هي:

1. **المعرفة:** و هي رغبة الفرد في الحصول على المعلومات من خلال وسائل الاتصال بهدف ملاحقة الأهداف الجارية.
2. **التحويل:** أي التسلية و الخروج من الروتين و الحصول على الإثارة.
3. **القاعدة الاجتماعية:** الاتصال مع الآخرين و التفاعل معهم بهدف تحقيق الكامل الاجتماعي.
4. **الانسحاب:** أي الهروب من الواقع أو المزيد من العلاقات الاجتماعية و الالتزامات الأسرية و هذا يظهر الجانب السلبي من الوظيفة الاتصالية.

5-7- أبعاد نظرية الاستخدامات و الإشباعات: من بينها نجد :

- افتراض أن الجمهور نشط أي له اهتمامات و احتياجات و دوافع خاصة.
- الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام محصلة لعدة عوامل.
- دوافع تعريض الجمهور لوسائل الإعلام يتم تفسيرها إلى دوافع منفعية.
- تختلف التوقعات من وسائل الإعلام باختلاف الفروق الفردية بين الجمهور.
- وجود علاقة بين البحث عن الإشباعات و التعرض لوسائل الإعلام[15].

8 - **الدراسات السابقة:**

طارق الفحل، مدى إشباع الاحتياجات الاجتماعية للأطفال المعوقين سمعيًا (المدرسة، الأسرة، المجتمع)[16]، دراسة هدفت إلى تحديد مدى إشباع الاحتياجات الاجتماعية للأطفال المعوقين سمعيًا بجانب التعرف على دور كل من مصدر الإشباع (المدرسة الأسرة و المجتمع) في إشباع الاحتياجات الاجتماعية للأطفال المعاقين سمعيًا م قد استخدمت الدراسة أدوات مثل: السجلات و التقارير المدرسية الخاصة بمفردات الدراسة و استمارة البيانات المعرفية كما اعتمدت الدراسة على المسح الاجتماعي الشامل و تضمنت العينة 90 طفلاً بمدرسة الأمل الابتدائية بحلوان و توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها :

- نسب إشباع الاحتياجات الاجتماعية لدى الأطفال المعوقين سمعيًا نسب منخفضة.
- نسب إشباع الحاجة إلى انتماء لدى الأطفال المعوقين سمعيًا نسب أقل من المتوسط.
- كلما زاد المستوى التعليمي للأب و الأم كلما أدى ذلك إلى زيادة الدرجة في إشباع الاحتياجات الاجتماعية لدى الأطفال المعوقين سمعيًا.

علي بن شويل القرني ، اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة-دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية[17] ، تسعى الدراسة إلى تقصي اتجاهات منسوبي وسائل الإعلام في المملكة العربية السعودية نحو الأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة، للتعرف على علاقة هذه الاتجاهات بالصورة التي ترسمها وسائل الإعلام عن هذه الفئة.

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي على عينة من منسوبي وسائل الإعلام المقروء والمسموع والمرئي في المملكة، حيث بلغت العينة 141 فردا، استجابوا لإستبانة البحث التي استخدمت مقياس يوكر لدراسة الاتجاهات نحو ذوي الاحتياجات الخاصة، إلى جانب أسئلة عن الصورة الذهنية لذوي الاحتياجات الخاصة وأسئلة ديموغرافية وإعلامية متنوعة لدراسة علاقة هذه المتغيرات بصورة المعاقين في وسائل الإعلام السعودية.

وأشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن الإعلاميين يرون أن اهتمام وسائل الإعلام بذوي الاحتياجات الخاصة محدود، ويأتي التلفزيون في مقدمة الوسائل التي تعطي اهتماما بهذه الفئات، تليها الصحافة، ثم الانترنت. وتقدمت الإعاقة الحركية (الجسدية) على باقي الإعاقات، كما تقدمت موضوعات الوقاية من الإعاقة على باقي الموضوعات الأخرى في اهتمامات وسائل الإعلام السعودية. وبينت الدراسة في تحليلها للصورة الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة أن الصورة تتسم بالايجابية، كما أن متوسط اتجاهات الإعلاميين باستخدام مقياس يوكر يشير إلى توجهات ايجابية نحو ذوي الاحتياجات الخاصة

سحر احمد الخشرمي التغطية الصحفية العربية لقضايا الإعاقة " اليوم العالمي للمعاقين نموذجا "[18] ، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل محتوى الموضوعات المرتبطة بذوي الاحتياجات الخاصة بشكل عام في الصحافة العربية وعلى وجه الخصوص ما يتعلق بمناسبة اليوم العالمي للمعاق "3 ديسمبر 2006" ومدى اهتمام الصحافة السعودية والخليجية بإبراز هذه المناسبة كإحدى المناسبات الهامة المتعلقة بالإعاقة .

ولتحقيق غرض الدراسة عمدت الباحثة إلى تحليل15 صحيفة عربية تمثلت في 4 صحف سعودية من المناطق الرئيسية في المملكة العربية السعودية ، 5 صحف خليجية من باقي مجلس التعاون الخليجي ، 6 صحف عربية من دول الشام وإفريقيا ، وصحيفتين عربيتين تصدران من لندن ، وذلك على مدى أسبوع كامل بدءا من يوم يسبق مناسبة اليوم العالمي وحتى نهاية الأسبوع .

نتائج الدراسة كشفت عن اهتمام عام محدود لدى الصحافة العربية بقضايا الإعاقة حتى في المناسبات الهامة مثل اليوم العالمي للمعاق ، كما خرجت الدراسة بما يدل على وجود فجوة بين الإعلاميين والتربويين المتخصصين في مجال التربية الخاصة من حيث تبادل الآراء فيما يتعلق بموضوعات الإعاقة وما ظهر من مسميات سلبية ومصطلحات نمطية عن ذوي الاحتياجات الخاصة في الصحافة العربية ، وأوضحت الدراسة محدودية الاهتمام بالمقالة الصحفية وإبراز قضايا الإعاقة مما يعكس ضعف مبادرة الصحف في توجيه الرأي العام العربي بما يدعم أهداف القائمين في شؤون المعاقين .

نسرين أبو صالحة ، صورة الأشخاص ذوي الإعاقة في الدراما العربية –دراسة حالة المسلسل التلفزيوني " ما وراء الشمس"[19]: تناولت هذه الدراسة صورة الأشخاص ذوي الإعاقة في الدراما التلفزيونية العربية ، وقد اتخذت مسلسل " وراء الشمس " دراسة حالة كونه احد الأعمال موضوع الإعاقة أساسا لبنائه الدرامي ، وقد اشتمل العمل موضوع الدراسة على 30 حلقة (ساعة تلفزيونية)أنتجت عام 2010 وبثت على أكثر من قناة تلفزيونية عربية خلال شهر رمضان من نفس العام ، إذ استخدمت الدراسة المنهج النوعي المتمثل في دراسة الحالة من خلال الملاحظة لحلقات المسلسل لرصد الصور النمطية والذهنية التي عرض لها المسلسل والمتعلقة بالأشخاص ذوي الإعاقة وأسرهم ، وللتعمق أكثر والوقوف على غايات العمل والمصادر التي اعتمدها والرسالة التي حاول إيصالها أجرت الباحثة عددا من المقابلات مع كاتب العمل ومخرجه واحد أهم أبطال العمل .

نتائج الدراسة أهمها أن صورة الأشخاص من ذوي الإعاقة في الدراما العربية مازالت حبيسة للنظرة التقليدية التي تصورهم بوصفهم كائنات ضعيفة وعرضه للاستغلال وتستدعي الشفقة والإحسان وتحتاج إلى رعاية وخدمة أسرهم وتقدم الشخص ذا الإعاقة على انه عبء على الأسرة ويعتمد عليها في إشباع احتياجاته اليومية ويفتقر للحقوق التي تضمنتها اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة التي أقرتها الأمم المتحدة عام 2006 ووقعتها 153 دولة وصادقت عليها 108 دول.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تباينت الدراسات أعلاه ودراستنا في متغيرات أساسية واتفقت معها في أخرى فالملاحظ أنها تقترب لموضوع دراستنا إذ احتوت وركزت جميعها على ذوي الاحتياجات الخاصة كمتغير للدراسة بالإضافة إلى البحث على مركز الحاجة ومصدر الإشباع بالنسبة لهذه الشريحة سواءا من خلال الشق النظري أو التطبيقي .

9- الجانب النظري :

9-1- لماذا التلفزيون ؟ :

سادت مقولة ماكلوهان الشهيرة " الوسيلة هي الرسالة " بشكل كبير ليعبر من خلالها عن المدى الواسع لتأثر الفرد بالوسيلة أو المصدر الإعلامي والتي تشرح طريقة التلقي فالإدراك فالتأثير ، فالتلفزيون بخصائصه يحمل رسائل متعددة إذ ما وضعنا في الحسبان أن الصورة تحمل دلائلها والصوت يبعث بأخرى ، والتلفزيون قد جمع الاثنان معا بعناصر تزيد من جذب المشاهدين ليشغل الحيز الأكبر من أوقاتهم فالإنسان يحصل تقريبا على 98% من معرفته عن طريق حاستي السمع و البصر، ومن هذه النسبة يحصل على 90% تقريبا عن طريق الإبصار وحده، بينما ال8% عن طريق السمع، ومنه يمكن إجمال إمكانية وصول التلفزيون إلى الملايين في وقت واحد وتصور الثورة التي يمكن أن يحدثها في هذا المجال و في حياة الناس الثقافية والعلمية و التربوية ، فسوف نصبح سكان قرية عالمية واحدة ، وسوف يمسي هذا العالم الذي نعيش فيه عالم التزام كامل يكون كل إنسان فيه موضع عناية الآخرين، وذلك بفضل وسائل الاتصال الجماهير الحديثة وفي مقدمتها التلفزيون .[20]

إذ يعد اليوم الاختراع الوحيد من بين وسائل الاتصال الجماهيرية المتنوعة الذي حقق رغبة إنسانية لم يسبق أن تحققت من قبل حيث استطاع أن يجعل الإنسان يتعايش في مكانين بان واحد و يدرك أن ما يشاهده أو يسمعه هو في الحقيقة واقع بالحال و أن ما يشاهده و يحسه بان الناس الذين يشتركون بالبرنامج موجودين معه و أن أبصارهم عالقة ببصره بل حتى يخيل إليه انه يكاد يعرفهم ، ذلك تبعا لطبيعة التلفزيون السحرية والجاذبة التي يتميز بها ، فاستخدام الصورة الملونة، والخدع الفنية ، والإضاءة ، وغيرها من وسائل الجذب والإغراء ، تجعل المادة التي يحملها هذا الجهاز تحرك العواطف ، وتلهب النفوس ، وتغير التفكير ، فتؤثر على ثقافة الإنسان ، وبنيته الاجتماعية ، ومعتقداته ، بقدر ما تحمل من موجهات ، وما تحوي من معاني ، سلباً أو إيجاباً [21] .

فالتلفزيون لكي يقوم بدوره الطبيعي و المنطقي مع جميع الفئات ، ينبغي عليه أن يتعامل مع القضايا من جوانب اجتماعية متشابكة و معقدة و ليس كمشكلات طبية صرفة أو مناسباتية ، فالأسلوب المباشر أو الجامد لا يمكن أن يؤثر بالجمهور المتلقي،

خصوصاً الشباب منهم، و الذي تجذبه عناصر الإبهار في الصورة التلفزيونية الموجهة لأجل وظائف عديدة كالتسلية و الترفيه، التثقيف و التعليم و أغراض تنموية عديدة، لذا فان حسن تخطيطه يمكن أن يؤدى دورا فعالا و مؤثرا في حياة المجتمع و أسلوب تفكيره ، فكسب المعلومات و المعرفة من التلفزيون يكون بقدر ما يثير من تسلية أو تحريك للمشاعر و الاهتمامات ولهذا الجانب بعده التراكمي فكلما طالت مشاهدة التلفزيون ازدادت حصيلة المعلومات العامة و كثر حجم ألوان المعرفة المختلفة ، فما نحتاج إليه هو أن ننظر إلى العملية الإعلامية على أنها إبداع و فن ، و بالتالي تحتاج إلى جهود خاصة و متميزة في إعداد و صياغة الرسائل الإعلامية لكي تحقق الأثر المطلوب منها ، باستغلال الشخصية التركيبية، أي قابلية الصورة والصوت، والتقطيع، والمؤثرات الصوتية، فالتلفزيون له القدرة على البث مباشرة لملايين المشاهدين، والتفسير الفني للحدث لحظة وقوعه، هذهِ القدرة تقرر عاملي الزمان والمكان الحقيقيين على شاشة التلفزيون [22].

2-9- المعاق سمعيا من القصور المجتمعي إلى اللجوء التلفزيوني :

تفيد منظمة الصحة العالمية (WHO) : بأن ما يزيد على مليار شخص، أو ما يمثّل 15٪تقريباً من سكان العالم، يعانون شكلاً من أشكال الإعاقة ، وهي حالة أو تأخر في النمو الجسمي أو النفسي أو العقلي أو الخلقي أو التعلمي مما ينجم عنه حاجات فريدة تقتضي من المجتمع تقديم خدمات خاصة لرعايتها ، فالمعاق كل شخص ليست لديه قدرة كاملة على ممارسة نشاط أو عدة أنشطة للحياة العادية، نتيجة إصابة وظائفه الحسية، أو العقلية، أو الحركية إصابة ولد بها أو لحقت به بعد الولادة [23].

أما الفرد من ذوي الإعاقة السمعية فهو من فقد القدرة على سماع الأصوات الخارجية نتيجة أسباب وراثية أو مرض أو حادث أدت إلى الصمم الكلي أو ثقل في السمع ، والصمم يتبعه البكم في أحيان كثيرة ، لكن ليس كل أبكم أصم ، فالشخص الذي يصاب بنقص في قدرته السمعية كثيرا ما يعاني من اضطرابات تخاطبيه ونفسية ناتجة عن عدم القدرة على التعايش أو التعامل مع الآخرين . وتتفاقم هذه المشاكل الناتجة عن ضعف السمع كلما ازدادت درجة الفقدان السمعي عند الفرد ، ودون أن يعالج طبيا أو جراحيا أو تعويضيا ، ويرى " كمال زيتون " أن الإعاقة السمعية وفقا للوحدة الصوتية المقاسة بالديسيبل db وبين فقدان السمع وسماع الأصوات كما يلي [24]:

1-أقل من 26 db (عادي) فلا توجد صعوبة في الكلام الخافت .

2-أقل من 26 : 40 db (خفيف) فتوجد صعوبة في الأصوات الخافتة .

3-أقل من 41 : 55 db (خفيف) فيمكنه فهم الكلام أو المحادثة على بعد قريب .

4-أقل من 56 : 70 db (متوسط) فتوجد صعوبة متكررة مع المحادثة العادية والكلام العادي .

5-أقل من 71 : 90 db (حاد) يفهم الكلام بالأصوات المرتفعة .

6-أقل من 90 db (شديد) فتوجد صعوبة حتى في الأصوات المرتفعة جداً .

وينتج عن هذا الفقد عوامل سيكولوجية تؤدي إلى فقدان أو محدودية المشاركة في المجتمع و الحقد عليه وعلى أفراده مما يسبب نوع من عدم الانتماء لهذا المجتمع الذي يشعرون انه ينبذهم ويعزلهم مع فئات مشابهة لإعاقتهم ينظر إليها على أنها ناقصة، إذ يفرض المجتمع عليهم عقبات، وموانع Barriers اجتماعية و بيئية تحول دون تفاعلهم مع المجتمع كالتحيز ضد الإعاقة و المعوقين و الميل إلي الوصم و التنميط وبيروقراطية الإجراءات ، فالشخص الأصم أو ضعيف السمع يعد حالة لها خصوصيتها بالمقارنة بمن سواه من ذوي الاحتياجات الخاصة ، ذلك لأنه يبدو شخصاً عادياً في مظهره الخارجي ولا يلفت نظر الآخرين إليه بنقص قدرته على السمع أو فقدانها ، كما أنه لا يثير اهتمام أحد بإعاقته ولا بحجم مشكلته أو خطورة آثارها على شخصيته .

ومنه كانت الوسائل الإعلامية من أهم الوسائل التي يحاول الفرد المعاق اللجوء إليها كنوع من الدعم لكسر حاجز القصور المجتمعي ، وهي التي لطالما تغنت بقضايا الدمج والدفاع عن حقوقهم لأجل المساواة وتقديم الانخراط الأمثل والمشاركة اللازمة والفعالة في الحياة اليومية للمجتمع ، فاعتبر التلفزيون للشخص المعاق سمعيا بمثابة الركيزة الأولى لتميزه بالصورة التي تغنيه في

أحيان كثيرة عن هذا الفقد السمعي كما يقول المثل الصيني: (الصورة تساوي ألف كلمة)[25] ، وهي أهم خاصية للتلفزيون فانجذابه له يأتي بعيدا عن صممه بفعل التأثيرات النفسية للصورة كونها تنقل الواقع بأشكال خيالية وذات سمات ساحرة جذابة ، يقول الناقد الفرنسي " رولان بارث " إننا نعيش في حضارة الصورة [26]، لان التكتيكات المستخدمة في إنتاجها ومراعاة استقبال الجمهور لها و لما تحويه من عناصر تكسبه حيوية ومصداقية اكبر، بل إنه يساعد في عدم نفور المشاهد .

وتأتي الاتفاقيات الدولية لتعزز المكانة الممنوحة لهذه الفئة وعلى رأسها الأمم المتحدة حيث جاءت **المادة 9 من اتفاقية الأمم المتحدة الخاصة بالأشخاص ذوي الإعاقة** لتنص على توفير أشكال من المساعدة البشرية والوسطاء، بما فيهم المرشدون والقراء والأخصائيون المفسرون للغة الإشارة، لتيسير إمكانية الوصول إلى المباني والمرافق الأخرى المتاحة لعامة الجمهور ، وتشجيع أشكال المساعدة والدعم الأخرى للأشخاص ذوي الإعاقة لضمان حصولهم على المعلومات ، وإضافة إلى ذلك، سيحتاج الأشخاص الذين يعانون من ضعف حسي إلى تجهيزات وبرمجيات يمكنها النفاذ إلى الترجمة النصية والحواشي السمعية وشريط لغة الإشارة عندما تكون متاحة مع البرامج التلفزيونية." [27] فالاهتمام بفاقدي السمع ليس ترفاً إعلامياً، ، بل هو واجب وطني وإنساني تمليه الحاجات والحقوق هنا يستدعي الأمر توفير مترجمي لغة إشارة متخصصين حتى لا يكون عرضة لمضمون مبهم المعالم أثناء عملية التلقي ، فغياب الثقافة الواعية بحقوقهم، وتجاهل الحكومات المتتالية لهم، وغياب دور الإعلام الواعي،يدخلهم في معاناة وخيمة النتائج كعنصر مهمل داخل المجتمع، بما يتنافى مع أبسط مبادئ حقوق الإنسان والأعراف، ونجد هذا التجاهل على أكثر من صعيد ، فحتى بالنسبة للمضامين يتسم جلها بطابع المناسباتية أو أسلوب التعتيم (أو اللامبالاة و عدم الاهتمام) أو السلبية المطلقة أو أسلوب التضخيم وتحدي المستحيل كمعاق وهي أساليب قديمة، إلا أن بعضها قد تنحو هذا المنحى حين لا تجعل قضايا الإعاقة و المعاقين من ضمن أولياتها الإعلامية، و بالتالي لا تعطيه التغطية الإعلامية التي يستحقها ولا تزيد إلا تشويها لصورتهم التي لطالما قدمت للمجتمع بطبق المتسولين أو فاقدي الأهلية .

فلا يقتصر دور التلفزيون كوسيلة إعلامية على عرض التجارب، ونقل الأخبار من هنا وهناك، بل ينبغي أن يكون مدروسا وموضوعيا وهادفا ، باستخدام عبارات دقيقة وغير مشوشة إلى حد ما، في مواده الإعلامية ، فهو أحيانا لا يميز بين ضعاف السمع وفاقديه، وبين ضعاف البصر وفاقدي البصر، وفي كل حالة من تلك الحالات يختلف البرنامج ألتأهيلي وتختلف حاجات الأشخاص ذوي الإعاقة، والنتائج المتوقعة التي يمكن تحقيقها آخذين بعين الاعتبار عوامل أساسية، في الفرد والأسرة والمجتمع ، ما يحيل إلى أن التلفزيون يفتقر إلى محررين ومعدين وكذا صحفيين يملكون المعرفة الواضحة بمسميات ومصطلحات الإعاقة ما قد يؤثر سلباً في اتجاهات جمهور القراء نحو الأشخاص المعاقين، خاصة في ظلّ وجود فجوة بين الإعلاميين والتربويين المتخصصين في مجال التربية الخاصة من حيث تبادل الآراء والخبرات.

10- الجانب التطبيقي :يتناول هذا الجانب إيضاحا لمنهج الدراسة الذي اتبعناه وكذلك تحديد مجالات الدراسة ،كما يوضح المعالجة الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات بالإضافة إلى أهم النتائج المحصل عليها .

ويجدر التذكير أن مجتمع البحث قد بلغ 115 مفردة وقد تم اختيار مجتمع البحث كاملا .

9-1- مجالات الدراسة الميدانية :

- **المجال المكاني و البشري :**

ذوي الاحتياجات الخاصة –فئة المعاقين سمعيا – بمدرسة صغار المكفوفين بولاية الجلفة والمقدر عددهم ب 115 مفردة وتم اختيارهم جميعا كمجتمع مبحوث في هذه الدراسة .

9-2- عرض تحليل وتفريغ بيانات الدراسة الميدانية :

وبعد القيام بمراجعة المعلومات المدونة على ورقة الاستبيان، تم ترقيم الاستمارات وترميزها ثم قمنا بتحويل البيانات إلى أرقام في جداول بسيطة وأخرى مركبة.

ومن خلال فحص البيانات نستطيع تقديم صورة على خصائص مجتمع البحث وفق متغيرات السن ، الجنس، الطور.

المحور الأول:البيانات الشخصية .

1) : توزيع مجتمع الدراسة وفق متغير الجنس .

جاءت إحصائيات الجنس على النحو التالي فنسبة الذكور تبلغ 62.60% من النسبة الإجمالية بمعدل 72 ذكر بالموازاة مع 43 أنثى أي بنسبة 37.39% للأخيرة ، إذا ما رجعنا إلى تحليل هذا التضارب بين النسبتين فهو محصلة ربما للواقع المعاش والنظرة النمطية للذكر والأنثى وارتباطها بالإعاقة في حد ذاتها والتي تجعل الوالدين يخافون على بناتهن في ظل الفقدان السمعي .

2) : توزيع المجتمع وفق متغير السن .

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الاتجاه العام يميل نحو الذين هم من فئة العمرية التي يتراوح سنها ما بين (13-20) حيث بلغ عددهم 68 أي بنسبة 59.13% و وصلت بنسبة الذين تبلغ أعمارهم ما بين (6-13) 40.86 % أي بمجموع 47 مفردة و هي نسب متقاربة بين الفئتين العمريتين نوعًا ما.

3) : توزيع مجتمع البحث وفق متغير الطور .

بلغ عدد أفراد المجتمع الذين يدرسون في الطور الابتدائي أو التنطيق 85.21% أما الذين يزاولون دراستهم في مرحلة المتوسط فقد بلغت نسبتهم 14.78% هذا الفرق الهائل في النسب بين الأطوار الدراسية يحيلنا إلى فهم الخلل العميق في العملية التعليمية لمثل هذه الفئة فكون الشخص الأصم يفقد حاستين مهمتين يجعل عملية التعلم أصعب من غيره فهو يدرس من منهاج موجه للسامعين ما يجعله عرضة لأقل النتائج وبالتالي إعادة السنوات الدراسية لأكثر من مرة فجلهم معيدون لمرحلة الابتدائي أكثر من غيرها، عامل آخر وهو صعوبة التحاق مجتمع العينة بمقاعد الدراسة بسبب البعد أو قلة الوعي من طرف الوالدين في أحيان أخرى ما يكون سببًا في تأخرهم للالتحاق بالمؤسسة التعليمية .

المحور الثاني: أنماط و عادات استخدام التلفزيون

نتطرق في هذا المحور إلى عادات و أنماط استخدام المجتمع المبحوث للتلفزيون وعلاقته بها كوسيلة إعلامية، بالإضافة إلى درجة و كيفية الاستخدام ، قصد التعرف على طبيعة السلوك الاتصالي بتحليل الجداول البسيطة و القيام بقراءتها.

4) : درجة استخدام ذوي الإعاقة السمعية لوسائل الإعلام

يتضح أن المجتمع المبحوث يميل إلى الإجابة ب"أحياناً" لدرجة استخدام أو مشاهدة التلفزيون بنسبة مئوية تقدر بـ32.17% مقارنة بالدرجات الأخرى و قد نرجع أسباب ذلك إلى التزامهم بالدراسة طيلة الوقت و التحضير للدروس. كما يمكن أن نرجع ذلك أيضا إلى كون العديد من أفراد مجتمع البحث يقيمون داخل المركز أي أنهم يتبعون النظام الداخلي ما يقلل نسبة الاستخدام ، ليليها الأفراد الذين أجابوا "ب دائمًا" بمجموع 32 مفردة أي بمعدل 27.83 نسبة مئوية لتأتي بعدها مجموعة الذين أجابوا "بحسب الظروف"بنسبة 22.6% أما بالنسبة لنسب الذين أجابوا ب"نادرًا" تقدر بـ17.39% و هؤلاء ربما ما يمنعهم من الاستخدام أسباب خارجة عن إرادتهم.

5) : كيفية المشاهدة.

يتضح لنا من خلال النتائج أن سياق مشاهدة البرامج التلفزيونية يتباين بين مفردات مجتمع البحث، حيث أجمع أغلبيتهم أن عملية المشاهدة تتم مع الأهل و ذلك بنسبة 41.74% و 21.74% بحضور الأصدقاء ، نلاحظ أن أفراد مجتمع البحث لا يحبذون عملية المشاهدة بصفة فردية كون اغلب المضامين التلفزيون غير مترجمة وربما للحاجة إلى من يساهم في إيصال الرسالة أو اخذ زمام عملية الترجمة .

6) : فترة المشاهدة .

إذا كانت النتيجة رقم ④ تبين أن مشاهدة التلفزيون هو نشاط يكتسي أهمية لدى مجتمع البحث فإن النتيجة رقم ⑥ تبين أن فترة الاستخدام تختلف من فرد لآخر.

حيث أجمعت الأغلبية بأن الفترة الليلية هي الأنسب للمشاهدة إذ اتفق على هذه الإجابة 52.18% من مجموع أفراد مجتمع البحث المدروس. ويمكننا تأويل ذلك إلى أن عينة مجتمعنا المدروس مازالت بين مقاعد الدراسة وهو الأمر الذي يعرقل عملية المشاهدة والاستخدام أين ينتظر حتى الليل للرجوع إلى البيت والتفرغ لذا فان موضوع الاستخدام متعلق بفترة الراحة والعكس من ذلك جاءت الفترة الصباحية بنسبة قليلة جدًا إذ بلغت 6.96% .

7) : المدة الزمنية و الأيام المخصصة لاستخدام التلفزيون .

الحجم الزمني أحد المؤشرات الفعالة لكشف درجة الاستخدام و التعرض للتلفزيون أو أي وسيلة إعلامية أخرى، و يبدو من خلال معطيات هذا الجدول، أن الحجم الزمني المخصص للاستخدام يتمركز حول من يستخدمونها لمدة ساعتين فأكثر ، حيث بلغت نسبتهم 48.69% أما الذين يستخدمونها لمدة ساعة إلى ساعتين فقد بلغت نسبتهم 35.65% أما البقية فقد اختاروا 15.66% و كان عددهم 18 مفردة و هذا يعني أنا جل الجمهور المبحوث يقضي وقتًا معتبرًا في عملية التعرض.

و من خلال هذه الأرقام نفسر التباين الموجود في سلوك مجتمع البحث الذي يتموقع بين الكثافة الشديدة (ساعتين فأكثر) و التعرض المحدود (أقل من ساعة) و يعود السبب ربما لعدم تلبية هذه الوسائل لحاجيات و رغبات هذا الجمهور أو مرتبط بحجم وقت الفراغ المتوفر عندهم من جهة ثانية، و يكون السبب الثاني ملموس أكثر من الأول، ويأتي التلفزيون في مقدمة الوسائل التي تعطي اهتماما بهذه الفئات، نلاحظ أن أغلبية الأفراد اختاروا يوم الجمعة أي بنسبة 79.13% ليليها يوم السبت بنسبة 60% و قد يرجع ذلك لكون الجمعة و السبت يومي عطلة و هو ما يتوافق مع عطلة نهاية الأسبوع ، أي تسمح لهم الفرصة باستخدام التلفزيون بأريحية .

<u>المحور الثالث :</u> استخدام ذوي الإعاقة السمعية للتلفزيون و الإشباع المحقق:

8) : الدافع من استخدام التلفزيون .

نتعرض هنا إلى مختلف أنواع البرامج التي تدفع الجمهور المبحوث للاستخدام وبعد حسابنا للنسب قمنا بترتيبها من أكبر نسبة إلى أصغر نسبة لمعرفة طبيعة و نوعية البرامج و الدوافع من الاستخدام و من النتيجة رقم ⑩ يتضح أن برامج الأطفال و الألعاب هي المفضلة لدى ذوي الإعاقة السمعية أي بنسبة 60% و قد يرجع ذلك إلى الفئة العمرية لهؤلاء في حين تجسد الدافع الثاني في الرياضة أي بنسبة 53.91% و يمكن إرجاعها إلى كون أغلبية مجتمع بحثنا من الذكور أما الدافع الثالث فقد كان في متابعة المسلسلات و الأفلام بنسبة 34.78% و قد يكون السبب راجع للترجمة المرافقة لمثل هذا النوع من البرامج لتليها برامج ذوي الاحتياجات الخاصة بمعدل 32.17% و يأتي بعدها المواضيع الدينية فالبرامج الثقافية و العلمية تليها البرامج الخاصة بالأسرة فالاعلانات و في المرتبة الأخيرة جاءت الأخبار بنسبة 8.69%. ذلك لكون وجود تعدد هائل لوسائل الإعلام ما قد يوفر كل ما يحتاج إليه المستخدم و هذا لا يعدو أن يكون سببًا رئيسيًا[28].

9) : أسباب استخدام ذوي الإعاقة السمعية للتلفزيون.

توضح النتائج السابقة أن نسبة مَن يستخدمون التلفزيون في التسلية و الترفيه هم أعلى نسبة أي 71.30% لتليها نسبة من يقضون وقت الفراغ بمعدل 53.04% لتأتي الإطلاع على مجريات الأمور في المرتبة الأخيرة بنسبة 20% أما خامسًا فقد كانت البحث عن المعلومات بنسبة 25.21% ويتضح من خلال النتائج أن التلفزيون يحقق أهدافا معرفية كما يحقق أهداف تحويلية متمثلة في التسلية و الخروج من الروتين و الحصول على الإثارة و هذا ما يتوافق تمامًا مع نظرية الاستخدامات و الإشباعات وإذا حللنا النتائج أكثر فسنلاحظ أن نسبة الذكور الذين يستخدمون التلفزيون في التسلية و الترفيه هي أعلى نسبة بـ 36.52% أما الإناث فهم بنسبة 34.78% أما بالنسبة للطور فقد كانت الأغلبية للذين هم في الابتدائي بنسبة 45.21% أما الاكمالي 26.08% لتليها من يقضون وقت الفراغ ذكور بنسبة 43.47% و خاصة الابتدائي بنسبة 35.65% و الاكمالي بنسبة 17.39% أما الإناث فكانوا بنسبة 9.56% لتأتي الثقافة في المركز الرابع بنسبة 12.17% ذكور و 18.26% إناث و 22.60% ابتدائي أما ألإكمالي فكان بنسبة 7.82%، و كان الذين اختاروا البحث عن المعلومات في المركز الخامس بنسبة 12.17% أما الإناث فهم 13.04% أما الإكمالي بـ15.65% و الابتدائي بـ9.56% و في المركز الأخير جاءت الإطلاع على مجريات الأمور ذكور 15.65% و الإناث بـ4.34% و الابتدائي بـ11.30% و الاكمالي بـ8.69% و الملاحظ أن نسب الذكور مرتفعة عن نسب الإناث كون مجتمع البحث تطغى فيه نسبة الذكور عن الإناث ، إن معظم الناس يقولون أنهم يشاهدونه من اجل

التسلية و الاسترخاء و لكن كثيرا منهم يقرون أن مشاهدتهم لها قيمة و أنهم يحصلون على المعلومات وعن أخبار الشخصيات العامة و معلومات عن الطقس و الأرصاد ، وازداد التعرض للتلفزيون لكونه أصبح الوسيلة المتاحة التي تضيق بجانبها الوسائل المتاحة الأخرى فالتطور الحديث جعل التلفزيون الضيف الدائم الذي يكاد الجمهور لا يستغنى عن حضوره بما يعرضه من اختيارات متقنة و جذابة تكاد ترضى كل الأذواق و الاتجاهات بسبب ازدياد الزمن الذي أصبح الفرد يقضيه متعرضا للتلفزيون .

10) : طريقة التفاعل بعد الاستخدام .

يوضح طرق التفاعل مع البرنامج أثناء أو بعد الاستخدام فكانت الطريقة الأول من خلال الحوار ومحاولة إبداء الرأي في البرنامج و موضوعة بنسبة 31.25% فمحاولة فهم معلومة معينة وطلب شرح جزئية منها أما ثالثا محاولة محاكاة وتقليد ما رأيت ، يليهم إعادة المشاهدة لنفس البرنامج أو الحصة أو الحلقة بنسبة 9.25% .

11) : مدى اهتمام التلفزيون بذوي الإعاقة السمعية .

تبين البيانات أن هناك اختلاف بين الذين يرون أن التلفزيون يهتم بهم كشريحة خاصة و الذين يرون العكس إذ كانت أعلى نسبة للذين أجابوا بـ: لا بمعدل 59.14% أي 68 مفردة، أما الذين أجابوا بنعم فهم بنسبة 40.86% أي 47 مفردة.

12) : مدى فهم المجتمع المبحوث لما تقدمه برامج التلفزيون .

كنتيجة لمعاناتهم من نقص في الحواس أي للإعاقة السمعية وما ينتج عنه من تردي في عملية الإدراك نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا بنعم لفهمهم لما يقدمه التلفزيون هي 28.70 % ، أما الذين أجابوا بـ: لا

فهم بنسبة 71.30% أي بمجموع 82 مفردة و نرجع الأمر إلى أن البرامج تبقى مبهمة بالنسبة لشخص يعتمد على جزءه البصري فقط في حين أن عملية التعرض والمشاهدة عملية تكاملية ا ما توفرت على عنصري الصوت والصورة .

13) : يبين أهم العيوب التي يراها ذوي الإعاقة السمعية في التلفزيون.

تشير البيانات التالية إلى عيوب التلفزيون من وجهة نظرهم كجمهور مستخدم إذ أن 60.86 % منهم يرون أن عيبها في كونها لا تقدم برامج مترجمة و برجع الأمر لتفضيلهم مشاهدة الأفلام ما يساعدهم أكثر أي من خلال الترجمة بالكتابة أو الخطية، بينما رأى 47.82% من المبحوثين أن من عيوبها أنها لا تحمل شرح بلغة الإشارة وهذا طبعا باعتبارها لغتهم الأم ، فحسب اتفاقية الأمم المتحدة الخاصة بمحتوى برامج التلفزيون جاءت كالتالي .."لا يمكن استعمال التجهيزات التي يمكن النفاذ إليها بدون وجود محتوى برنامجي يمكن رؤيته بسبب فقدان البصر أو السمع. ولذلك تشتمل البرامج التلفزيونية في كثير من الأحيان ترجمة نصية أو حتى لغة الإشارة للصم أو الأشخاص الذين يعانون من صعوبة في السمع . وتوفر الترجمة النصية (المشار إليها في بعض الأحيان باسم حواشي) نسخة نصية مكتوبة من الحوار والأصوات الهامة الأخرى التي يحتوي عليها البرنامج.. وتعتبر الترجمة النصية حيوية لفهم البرامج والتمتع بها بشكل كامل من قبل الأشخاص الذين لا يلاحظون هذه الأنواع من المعلومات مباشرة. ولغة الإشارة أقل شيوعاً ولكنها حيوية أيضاً لأعضاء مجتمع الصم الذين قد تكون لغة الإشارة هي لغتهم الأولى."[29]

14) : مدى الإشباع الذي يحققه التلفزيون .

يبين هذا الجدول طبيعة الإشباعات التي تحققها التلفزيون لذوي الإعاقة السمعية حيث تأكد لنا أن الذين يرون أن التلفزيون يحقق نوعًا ما الإشباع المنتظر مقدرين بنسبة 56.52% كأكبر نسبة و بالنسبة لمن قالوا أنه يحقق فقد وصلت نسبتهم إلى 30.43% و أضعف نسبة عادت لكونه لا يحقق الإشباع بما يعادل 13.04% و هنا يتبين انه بالرغم من النقص في الحواس وما يقابله من نقص في التقديم الأمثل لما يناسبهم إلا أنهم قد وجدوا سبيلا للتلائم ربما ممن خلال الصورة وحدها ، و يعود ذلك إلى تطور أساليب وكذا انتقائية جمهور ذوي الإعاقة السمعية كجمهور نشط و غير سلبي يبادر باستخدام مضامين وسائل الإعلام لإرضاء رغباته المختلفة و بذلك فإن وسائل الإعلام تقوم بوظيفتها الاتصالية في ظل نظرية الاستخدامات و الإشباعات.

11-النتائج العامة للدراسة:

1- **من أهم النتائج الخاصة بالبيانات الخاصة بالمبحوثين :**

- الجنس : تفوق عدد الذكور عن الإناث بفارق كبير حيث بلغ الإناث 37.39% أما الذكور 62.60% من مجتمع البحث الإجمالي للدراسة.
- العمر : مَالَ الاتجاه نحو الذين هم ما بين (13-20)سنة حيث بلغت نسبتهم 59.13% بينما وصلت نسبة الذين تبلغ أعمارهم ما بين (6-13)سنة 40.86%.
- الطور : كان أكبر نسبة للذين يزاولون دراستهم في الطور الابتدائي أو {تنطيق} بنسبة 85.21%، أما البقية بنسبة 14.78% فهم في مرحلة المتوسط.

2- **النتائج الخاصة بأنماط و عادات استخدام وسائل الإعلام:**

أ- كشفت الدراسة أن أفراد مجتمع البحث أحيانًا ما يستخدمون التلفزيون بنسبة 32.17% أما الذين يستخدمونه دائمًا فهم بنسبة27.83% و الذين اختاروا حسب الظروف فهم بنسبة 22.6% و هناك من يستخدمه نادرًا فقد جاءت النسبة 17.39%.

ب- إن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام التلفزيون مع الأهل بنسبة 41.74% كما أنهم يفضلون استخدامه في فترة الليل بنسبة 52.18% و يستغرقون في ذلك ساعتين فأكثر للأغلبية بنسبة 48.69% كحجم زمني.

ت- من أكثر الأيام المفضلة للاستخدام بالنسبة للمجتمع المبحوث الجمعة بأعلى نسبة 79.13% ثم السبت بـ60% فالخميس بـ55.62%.

3- **النتائج الخاصة باستخدامات ذوي الإعاقة السمعية للتلفزيون و الإشباعات المحققة:**

أ- إنهم يعمدون لاستخدام التلفزيون و الإقبال عليه بالدرجة الأولى هي برامج الأطفال و الألعاب ثم يأتي الرياضة و متابعة المسلسلات و الأفلام لتليها برامج ذوي الاحتياجات الخاصة فالمواضيع الدينية و كلها بنسب متفاوتة ، كما بينت النتائج الدراسة أن من أسباب هذا الاستخدام هو قضاء وقت الفراغ و التسلية و الترفيه ثم الحصول على الثقافة و البحث عن المعلومات و أخيرًا الإطلاع على مجريات الأمور.

ب- فضل ذوي الإعاقة السمعية استخدام التلفزيون لأنه يشغل وقت فراغهم بنسبة 60.86% كما أنه يزيد معلوماتهم و يثري ثقافتهم بنسبة 46.95% أما السبب الثالث فهو أحاطتهم علمًا بالأحداث الجارية و لأنها ترضيهم و تتوافق مع مُيولاتهم و أخيرًا لأنها تلبي احتياجاتهم المعرفية و النفسية.

ت- من خلال الدراسة و نتائجها نلاحظ أن الأغلبية لا ترى بأن التلفزيون يهتم بهم كشريحة خاصة كما أن المجتمع المبحوث

لا يستطيع أن يفهم كل ما تقدمه هذه الوسائل و كانت نسبة الذي وافقوا و أجابوا بنعم كبيرة أي بنسبة 71.30%.

ث- تأكد لنا أن الترجيح مال للذين يرون أن التلفزيون يحقق نوعًا ما الإشباع المنتظر مقدرين بنسبة 56.52% كأكبر نسبة و بالنسبة لمن قالوا أنه يحقق فقد وصلت نسبتهم إلى 30.43% و أضعف نسبة عادت لكونه لا يحقق الإشباع بما يعادل 13.04% .

4- النتائج الخاصة بالعيوب و الحلول :

أ- من أهم العيوب التي رآها المجتمع المبحوث أن البرامج لا تقدم مترجمة بنسبة كما أنه لا يوجد شرح بلغة الإشارة خاص بذوي الإعاقة السمعية و إجمالاً لا يولي التلفزيون أهمية بالغة لهذه الفئة من الجمهور .

ث- الحلول و من أهمها و التي اتفق عليها الأغلبية أي محاولة القائمين على التلفزيون العمل على تقديم البرامج بلغة الحركات و أيضًا الاهتمام بذوي الاحتياجات الخاصة عموما سواءا من حيث المواضيع المطروحة أو طريقة العرض أو اللغة المستخدمة بما يتماشى والمواثيق الدولية والوطنية القائمة على الاهتمام بهذه الشريحة .

12- توصيات الدراسة:

(1) على القائمين على التلفزيون مراعاة جمهورهم كل حسب فئته.

(2) وضع ترجمة لأغلب مضامين برامج التلفزيون والحرص على وجود شرح بلغة الإشارة حتى يتمكن ذوي الإعاقة السمعية من الفهم و إعانتهم على الاستخدام الأمثل والأنسب .

(3) فتح قنوات إعلامية خاصة بمثل هذه الشريحة تعنى بهم فقط و تقدم لهم البرامج بلغة الحركات مثل ما هو الأمر مع قنوات الأطفال أو الأفلام، الموسيقى... و لما لا تكون لهم قناة خاصة بهم.

الخاتمة :

تعد الدراسة الحالية فتحا للطريق وإلقاء للضوء لرغبات وحاجات ذوي الإعاقة السمعية إعلاميا إذ أن غرض هذا الموضوع الإحاطة بمستلزماتهم والولوج إلى عالمهم الخاص .

فللإعاقة السمعية اثر على عدة مستويات خاصة المستوى النفسي والاجتماعي ، إذ يقف الفقدان السمعي كحاجز أمام عملية التواصل بين الفرد ومحيطه الخارجي فتتولد لديه أفكار سلبية ، وعادة ما يستجيب بسوء التوافق الذاتي الاجتماعي وسلوكيات سلبية كالعدوانية ، والانطواء ، والقلق ، والشعور بالنقص ، وعدم الأمن مما قد يؤثر بشكل أو بأخر على بناء الشخصية وحتى على العلاقات مع الآخرين ليلجا إلى التلفزيون كمعين لكنه يصدم بواقع يبدو أكثر غموضا وصمتا وهذا ما وجدناه من خلال الجانب النظري .

ومنه ومن خلال تتبع هذه الخطوات كان لزاما معرفة العلاقة بين التلفزيون كوسيلة والفرد المعاق سمعيا كجمهور مستخدم وما يستتبع ذلك من إشباع حاجات هذه الفئة و هذا ما جاء من خلال نتائج الدراسة الميدانية أين شكل التلفزيون عنصرا مهما في حياة الفرد من هذه الفئة ، بالإضافة إلى انه وسيلة ترفيه ومساحة خاصة لهم برغم كونها لا تهتم بهم بمثل ما يهتمون بها فالمراعاة لم تكن بالقدر المتوقع حيث يصدم الفرد من عدم وجود أهم الأولويات ألا وهي اللغة كعنصر اتصالي ورابط بين الوسيلة والمستقبل والتي تمكنهم من الفهم وحتى وان كانت النتائج تشير إلا أن بعضهم يستوعب ويفهم قليلا لكنهم يفضلون وجود ما يسمى بالترجمة أو لغة الحركات أو الإشارة . فمهما كانت قدراتهم كبيرة وقادرة على الاستيعاب والفهم لكن

تبقى الحاجة إلى ملئ ثغرة إعاقتهم السمعية والاهتمام بهم أكثر كغيرهم من شرائح المجتمع .

التهميشات:

[1] - شاكر عطية قنديل ، **سيكولوجية الأصم ومتطلبات إرشاده** ، المؤتمر الدولي الثاني : الإرشاد النفسي للأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة ، جامعة عين شمس ، 25 – 27 ديسمبر 1995 . ص 1– 2 .

[2]- خليل عبد الرحمن المعايطة ، **علم النفس الاجتماعي** ، دار الفكر للطباعة والنشر ، ط1 ، عمان ، 2000 ، ص 250 .

[3]- محمد ابراقن ، **قاموس موسوعي للإعلام والاتصال** ، ط 2 ، الجزائر ، 2007 ، ص 686 .

[4]- عبد الإله بلقزيز ، **العولمة والهوية الثقافية** – عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة -، مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت ، 1999 ، ص 12.

[5]- حسن عماد المكاوي وليلى السيد ، **الاتصال ونظرياته المعاصرة** ، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001. ص247.

[6]- عبد الباقي زيدان، **وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية** ، ط2 ، مكتبة النهضة المصرية، مصر، 2006 ، ص341.

[7]- محمد عبد الحميد ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير** ، ط3 ، عالم الكتب ، مصر ، 2004 ، ص270 .

[8]- حسن عماد المكاوي وليلى السيد، مرجع سابق، ص240.

[9]- حسن عماد مكاوي، الشريف سامي، **نظريات الإعلام**، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2000، ص207.

[10]- لامية صابر، **الحملات الإعلامية في باقة أم.بي.سيmbc ودورها في التوعية الدينية للشباب**، دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاتصال والإعلام والعلاقات العامة ، قسم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، 2010/2009 ، ص52.

[11]- محمد الفاتح حمدي، **استخدامات النخبة للصحافة المكتوبة وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير،قسم العلوم السياسية،كلية علاقات عامة واتصال، جامعة باتنة، 2011/2010 ص69.

[12]- حياة بدر القرني ومحمد يوسف وآخرون ، مرجع سابق . ص6 و7.

[13]- عبد الرحمن درويس، **مقدمة إلى علم الاتصال**، مكتبة نانسي، دمياط، مصر، 2005، ص27.

[14]- حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، مرجع سابق، ص241 .

[15]- حياة بدر القرني ومحمد يوسف وآخرون، **هل تمثل المواقع الإلكترونية بديلاً عن الإعلام الرسمي في مجتمع المعرفة** ، دراسة في الإعلام البديل، بحث مقدم للعرض في مؤتمر الاتحاد الدولي لبحوث الإعلام والاتصال ،كلية الإعلام،الجامعة الأمريكية،القاهرة ، 2008 ، ص7و8.

[16]- طارق الفحل، **مدى إشباع الاحتياجات الاجتماعية للأطفال المعوقين سمعيًا (المدرسة، الأسرة، المجتمع)** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية التربية جامعة الوادي، أسوان، 2007/2006.

[17]- علي شويل القرني، **اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة: دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودي**، بحث مقدم للملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة عن الإعلام والإعاقة: علاقة تفاعلية ومسؤولية متبادلة، مملكة البحرين، 06-08 مارس 2007.

[18]- سحر أحمد الخشرمي، **التغطية الصحفية العربية لقضايا الإعاقة**: اليوم العالمي للمعاقين أنموذجا، جامعة الملك سعود، الرياض، 2007.

[19]- نسرين أبو صالحة، **صورة الأشخاص ذوي الإعاقة في الدراما العربية**: دراسة حالة المسلسل التلفزيوني " ما وراء الشمس"، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012/2011.

[20]- مارشال ماكلوهان، **كيف نفهم وسائل الاتصال** ، ترجمة الدكتور خليل صابات، محمد محمود الجوهري، السيد محمد الحسيني، سعد لبيب، مراجعة وتدقيق خليل صابات، ط1 ، دار النهضة العربية، القاهرة، نشر هذا الكتاب بالاشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، القاهرة- نيويورك، 1975، ص1 .

[21] - مروان كجك ، **الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون** ، دار الكلمة الطيبة ، القاهرة ، ص 90 .

[22] - بورتيسيكي. يوروفسكي، **الصحافة التلفزيونية**، ترجمة أبتسام علوان، بغداد، وزارة الثقافة والفنون، 1978، ص49 .

[23] - الشيباني، عمر التوم، **الرعاية الثقافية للمعاقين** ، الدار العربية للكتاب، طرابلس، ليبيا ، 1989، ص14.

[24] - كمال عبد الحميد زيتون ، **التدريس لذوي الاحتياجات الخاصة** ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2003 ، ص 249.

[25] - **أمثال صينية** ، جمع مكتبة المتنبي ، العراق ، 1975، ص65 .

[26] - رولان بارت، **الصورة التأثير الإعلامي** ، ترجمة عد الجبار الغضبان ، مطبعة الثورة –اليمن 2001 ، ص 71 .

[27] - http://www.e-accessibilitytoolkit.org/toolkit/technology_areas/television (22/ 8 /2019) .

[28] - علي شويل القرني، **اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة: دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودي**، مرجع سابق، ص56.

[29] - http://www.e-accessibilitytoolkit.org/toolkit/technology_areas/television (22/ 8 /2019) .