

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الأعلام القادم للإعاقة

((الصحافة الإلكترونية أنموذجاً))

الأستاذ / مبارك بن محمد الفاضل

مستشار إعلامي وتربوي- عضو الجمعية الخليجية للإعاقة

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

مفهوم الإعلام

مهما اختلفت الأقوال، وتباينت الآراء حول مفهوم الإعلام، ومهما جاءت تقسيماته واتجاهاته فإنها في مجموعها تلتقي في أن الإعلام هو: اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى، أو قضية أو فكرة للعلم بها، واتخاذ موقف تجاهها " نظرية السيادة " 0

إن المفهوم العلمي للإعلام عموماً - اليوم - قد اتسع حتى شمل كل أسلوب من أساليب جمع ونقل المعلومات والأفكار، طالما أحدث ذلك تفاعلاً ومشاركة من طرف آخر مستقبلاً 0

والإعلام " علم وفن في آن واحد " فهو علم له أسسه ومنطقاته الفكرية، لأنه يستند إلى مناهج البحث العلمي في إطاره النظري والتطبيقي، وهو فن لأنه يهدف إلى التعبير عن الأفكار وتجسيدها في صور بلاغية وفنية متنوعة بحسب المواهب والقدرات الإبداعية لرجل الإعلام والاتصال مع الغير. وإذا كان هذا هو مفهوم الإعلام فيجب أن يكون وسيلة تفاعل ومشاركة لذوي الاحتياجات الخاصة .

لماذا إعلام الإعاقة

الإعلام وذوو الاحتياجات الخاصة.. إلي أين؟
نعرف أنه في السابق وقبل قيام الجمعيات والمؤسسات التي تعنى بالإعاقة واهتمام دولنا الخليجية بها كان هناك تعميم على المعاق حتى داخل الأسرة حيث كان من العيب أن تعلن الأسرة عن وجود معاق لديها ((من ذوي الاحتياجات الخاصة)) وغير ذلك عن الشخص الغير متساوي مع الأصحاء ويطلق عليه مريض واستمرت هذه الخصوصية حتى وقت قريب وبعد أن ظهرت الجمعيات العاملة في مجال الإعاقة أُلست منه من تعاليم ديننا الحنيف وعادات وتقاليد مجتمعنا الذي يدعم كل عمل خيري عن طريق العمل الجماعي التطوعي 0 كان لازماً أن تبدأ تلك الهيئات والمؤسسات التعريف بنشاطها وأهدافها وبرامجها عن طريق الوسائل المتاحة 0 للوصول إلى الأفراد الآخرين لتعريفهم وطلب مشاركتهم 0 في هذه القضية التي تعتبر قضية الجميع لإبعادها الاجتماعي والاقتصادية ويجب أن يشارك فيها الجميع بعد أن يعرفوا أهداف وعمل تلك المؤسسات وبالتالي سيدعمونها باعتباره عمل مفيد في الدنيا والآخرة ومن هنا برزت أهمية التوعية الإعلامية لهذا الجانب للتعريف بقضايا الإعاقة وللرفع والإلمام التام بها واحتياجاتها ومتطلبات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة .

❖ : الصحافة وذوو الاحتياجات الخاصة.. إلي أين؟

أن مشكلة الإعاقة تعتبر من المشكلات المتداخلة التي تعاني منها الدول الخليجية بصفة عامة ولكن تختلف هذه المشكلة ومدى انتشارها من دولة لأخرى تبعاً لمجموعة من العوامل المؤثرة (كالعوامل الصحية والثقافية والاجتماعية). و أن الإحصائيات المتوفرة حالياً والتي تشير إلى وجود أكثر من 500 مليون معاق في العالم وأن هذا العدد وصل عام 2000 ليصبح 600 مليون معاق تقريباً وأكد هذا العدد تزايد ونحن في عام 2007 وتمثل الحروب حقيقة مؤلمة لوجود 15 مليون مصاب سنوياً في آسيا وأفريقيا، وأن عدد الأطفال من هؤلاء بلغ 500 ألف طفل وأنه مقابل موت كل طفل من هؤلاء الضحايا يقابله إصابة 3 بإعاقة بدنية أو حسية أو سيكولوجية إذا لم تكن مجتمعة وسبب عجز الهيئات الإنسانية من تحقيق غاياتها عدة أمور منها الاقتصادية والإقليمية والسياسية مما يجعلها غير قادرة علي إيصال المعونات والمساعدات سواء في حالات السلم أو الحرب، والجدير بالذكر أنه مازال هناك 400 مليون معاق تقريباً ينتظرون الحصول علي أدنى درجات المعونات وهذا ما تؤكد منظمة اليونيسيف حيث تبلغ النسبة (من 1 إلى 10) من المعاقين فقط يتلقون الخدمة اللازمة. وهذا ناتج بطبيعة الحال إلي قصور واضح في التغطية والتوعية الإعلامية الخاصة بقضايا وهموم الإعاقة وأن تناولتها بعض وسائل الإعلام فهي من

قبيل السبق الصحفي وأحياناً لاستدرار العواطف لأن غياب الوعي من مسببات انتشار الإعاقة ويسبب زيادة هذه النسبة إلى حد قد لا يصدق خاصة ونحن نعيش القرن الواحد والعشرين. لذا لجأت العديد من المؤسسات الحكومية والأهلية في كل الدول والتي تعمل في مجال الإعاقة لإنشاء صحافة متخصصة للمعاقين للحد من هذه المعضلة ولكن عدم وصولها للكثير من الناس من طبقات المجتمع ومحدودية انتشارها أثر سلباً علي تقييم أدائها أهدافها التوعوية. من هنا تكمن مشكلة البحث والمتمثلة بتقييم واقع المجالات والدوريات الخاصة بالأشخاص المعاقين في دول مجلس التعاون بشكل عام، وذلك بهدف إيجاد قاعدة صلبة يمكن الانطلاق منها لنشر مفهوم حقيقي عن الإعاقة وكيفية الحد منها، وإيجاد صحافة متخصصة بالأشخاص المعاقين. واستناداً إلي ما تقدم فإن أسباب اختيار مشكلة البحث والتي تنحصر في التحري عن صحافة المعاقين يعود لعدة أسباب:

- ❖ قلة الدراسات والبحوث المتعلقة بإعلام وصحافة المعاقين خاصة الصحافة المكتوبة.
- ❖ وجود نسبة كبيرة من الأشخاص المعاقين علي مستوي الخليج العربي والذين هم بحاجة ماسة إلي صحافة متخصصة لمتابعة كل ما يتعلق بهم وتوعية مجتمعاتهم.
- ❖ نقص كبير في المجال التوعوي والتنقيفي بواسطة الصحافة المكتوبة ومحدودية انتشارها محلياً وخليجياً.

و أهمية البحث في إبراز جهود الدول الخليجية في مجال صحافة المعاقين، والتعرف علي واقع هذه الصحافة والعوائق التي تقف حاجزاً أمام انتشار واستمرارية وجود صحافة متخصصة والتعرف علي نظرة المعاقين أنفسهم تجاه الصحافة بشكل عام وصحافتهم بشكل خاص، وقد تساعد نتائج هذا البحث في تأهيل المجتمع صحافياً وإعلامياً مما يساعد في التقليل من نسبة ازدياد الإعاقة. وتنحصر أهداف البحث بالإجابة علي التساؤلات التالية:-

ما حجم الجهود المبذولة في مجال صحافة الأشخاص المعاقين في المنطقة محلياً وخليجياً؟، وما هي العوائق والعقبات التي تحد من انتشار الصحافة المتخصصة وما هي أوجه القصور في وسائل الإعلام بشكل عام؟

وكيف ينظر الأشخاص المعاقون لوسائل الإعلام عموماً والصحافة المتخصصة خاصة؟، وهل استطاع الإعلام المتخصص والعام من تولي مسؤوليته المهنية تجاه هذه الفئة؟

دور الإعلام

دور وسائل الإعلام والأشخاص المعاقين،

دور الصحافة المتخصصة والعامّة نظرة المجتمع تجاه المعاقين ومدى حاجة المجتمع لصحافة متخصصة، لافتاً إلي دور وسائل الإعلام المختلفة والصحافة المتخصصة. و أن مجتمعنا اليوم بحاجة فعلية لصحافة مميزة وتخدم ذوي الاحتياجات الخاصة من خلال كافة الاتجاهات سواء من خلال الإعلام (المرئي أو المقروء أو المسموع) لأن هذه الفئة بالفعل بحاجة إلي تواصل مع المجتمع... ولن يكون هذا التواصل إلا من خلال هذه الأجهزة والتي نعتقد أنها سوف تساهم بشكل كبير في إبرازهم ودمجهم بالمجتمع علي اعتبار أن الإعلام وسيلة يمكن الاعتماد عليها في نشر الثقافة والتوعية بالمجتمع ...،

كما ان محور حديثنا وهي (الصحافة) وهي التي تحتل جزءاً هاماً من إمبراطورية (الإعلام) لذلك نجد أن هناك حاجة ماسة لوجود صحافة متخصصة في مجال ذوي الاحتياجات الخاصة وهنا يمكن القول أن العملية تقع علي عاتق الجهات الحكومية المسؤولة عن الإعلام في دعم جهود المؤسسات أو إلزام (الصحافة العامة) بتخصيص صحافة متخصصة كما أن العملية تقع أيضاً علي عاتق الجهات المعنية والعاملة بهذا المجال في امتلاك أصوات ومنابر وصحافة إعلامية متعددة لصحافة ذوي الاحتياجات الخاصة لأن التنوع في هذا المجال من شأنه أن يساهم في خلق نوع من التنافس الإعلامي الشريف والذي بدوره سيعود بالفائدة علي ذوي الاحتياجات الخاصة أنفسهم. إن من حق ذوي الاحتياجات الخاصة في أي رقعة من العالم أن تكون لهم اعلام وصحافة خاصة بهم يتواصلون من خلالها مع كل ما يدور بالعالم وتكون بمثابة لسان حالهم لترجمة طموحاتهم وقدراتهم من خلال هذه الصحافة.

صحافة المعاق

الواقع الإعلامي وصحافة المعاقين محليا، الصحافة الخليجية والمعاقين، نظرة المعاقين تجاه صحافتهم، والمجلات والدوريات المتخصصة في مجال الإعاقة والمعاقين. دور الإعلام في إبراز مجمل القضايا المجتمعية بشكل عام ويصعب علينا تصور مجتمع دون إعلام أو دون علاقات اتصالية متعارف عليها لأن غياب هذه العناصر يصعب بعدها نمو المفاهيم والمضامين الثقافية دون أي اتصال بين المؤسسات والإفراد والجماعات والمؤسسات الاجتماعية والإنسانية. وهذه الصلات يؤسسها ويبينها ويوثقها الإعلام بشكل عام باختلاف قنواته والذي يساهم في خلق اتجاهات اجتماعية وأنماط سلوكية حضارية وتعليم مهارات وزراعة مفاهيم جديدة بالإضافة إلي انه أصبح من أهم عوامل التغيير الاجتماعي كونه الوسيلة الرئيسية للاتصال الشامل الكلي ولتبادل الآراء والمعلومات ولطرح كل ما هو جديد. وإذا نظرنا إلي الواقع الإعلامي للمعاقين محليا وخليجياً نجد أن هناك قصورا كبيرا نحو التوجهات الإعلامية لإبراز هذه الفئة بالرغم من وجود بعض الجهود والاجتهادات الشخصية لبعض المؤسسات والتي تعمل بالمجال والتي لا يمكن أن نقلل من شأنها بالطبع. ولو اتجهنا في البداية إلي تحديد الجهات الإعلامية الرئيسية التي يعزي إليها الإعلام نجد أنها متمثلة في: التلفزيون - الإذاعة - الصحف المحلية. ولو تدرجنا في عرض كل جهاز إعلامي وما يقدمه فعليا لهذه الفئة سنجد أن هناك قصورا واضحا في هذا الشأن من حيث البرامج التي تقدم من خلالها، فعلي سبيل المثال الإذاعة والتلفزيون بالرغم من أن الإذاعة والتلفزيون هما من أقوى الأجهزة الإعلامية علي الإطلاق إلا إن دورهما تجاه هذه الفئة مازال محدوداً جداً من حيث تخصيص البرامج والأنشطة التي تنصب في مجال التوعية والتثقيف والإرشاد الأسري فيما يتعلق بالمعاقين.. وإحفاقا للحق فان هذه الأجهزة تقوم بتغطية فعاليات المعاقين بين الحين والآخر وإثناء المناسبات المحلية. كما إن بعض المحطات التليفزيونية المحلية والفضائية قامت بترجمة بعض من نشرات الأخبار بلغة الإشارة من أجل التواصل مع فئة الصم في إطار تقديم خدمة إعلامية مميزة للمعاقين

الصحف والمجلات والمطبوعات الإعلامية: تعد الصحف والمجلات والكتيبات والمنشورات وسيلة مهمة جدا من وسائل الإعلام لنشر الثقافة العامة تجاه المجتمع.. بالرغم من عزوف الكثير عن القراءة في الوقت الحالي ولكنها تظل المصدر الذي يوثق من خلاله الكثير من المعلومات.و أن صحافتنا المحلية تهتم بهذه الفئة اهتماما متوسطا نوعا ما من حيث أنها تقدم بعض المواضيع الموسمية عنهم أو تنشر بعض إخبارهم أو فعاليتهم أو أنشطتهم حسب ما تقتضيه الحاجة فقط أو إثناء تغطية بعض المناسبات الخاصة بهم. أما بالنسبة للمجلات فهناك بعض الإصدارات لذوي الاحتياجات الخاصة تهتم بهذه الفئة وتطرح قضاياهم وتناقش أمورهم وتنشر كل ما هو متعلق بهم طبييا وتربويا وتعليميا ونفسيا وتبرز بعض أفرادهم المميزين وهي بحاجة الي دعم متواصل لتواصل مسيرتها

الصحافة الخليجية وذوي الاحتياجات الخاصة

أما الصحافة الخليجية وهي أيضا لها اسهاماتها الواضحة نوعا ما في إبراز قضية المعاقين من خلال ما ذكر سابقا.. ولعل هذا راجع لعدم وجود اعلامي متخصص سواء في الصحافة المحلية أو حتي الخليجية يقوم باعداد صفحات متخصصة عن المعاقين وبشكل دوري يعكس من خلال طموحات وأمنيات هذه الفئة وإبراز الخدمات المقدمة سواء علي مستوي مؤسسات الدولة أو حتي المؤسسات العامة والخاصة. وبشكل عام فان الصحافة سواء محلية أو خليجية لا تقوم بابتكار مواضيع وأفكار تطرح عبر الصفحات بنفسها.. بل تفضل أن تقدم بشكل تصور متكامل من قبل المؤسسات التي تعمل في هذا المجال اللهم بعض التغطيات في المناسبات والأنشطة والفعاليات التي تقام بأي دولة، وهنا يجب أن تتغير هذه النظرة والواقع في صفحاتنا المحلية والخليجية بشكل عام ويجب عليها ادراجها ضمن خطتها السنوية علي صدر صفحاتها. إن الصحافة المحلية ومن خلال عملي في هذا المجال ومتابعتي لها لم تبرز قضية الأشخاص المعاقين بشكل عام.. وهذا يرجع الي نوعية المادة الاعلامية المطلوبة في نشرها باعتبار أن الصحافة المحلية والخليجية مشروع تجاري بحت ويجب الانتباه الي مواضيع أكثر أهمية تترجم سياسة المجلة أو الجريدة. وتطرق إلي نظرة المعاقين تجاه صحافتهم المعاقين وانه منذ (1981) وهو العام الدولي للمعاقين والذي أقرته الجمعية العمومية للأمم المتحدة. فان المعاقين بشكل عام يطالبون بتعدد صحافتهم وتنوعها أي بمعنى آخر يفضلون تنوع صحافتهم وصدار أكثر من صوت اعلامي لهم ومن كل الجهات العاملة بهذا المجال لأن ازدياد هذه الأصوات يعد مكسبا لهم وتساهم بشكل أو بآخر في نشر مفهوم الإعاقة وتوعية المجتمع وإبرازهم اعلاميا والمساهمة في توعية المجتمع تجاههم... ، وبشكل عام فجميع المعوقين والعاملون معهم يعتبرون أن الخدمات الاعلامية المقدمة لهم لا ترقى لمستوي الطموح الذي يمكن من خلاله تترجم الواقع الذي يعيشون فيه وتلبية لمطالبهم وتنفيذ مطالبهم. وتحدث عن المجلات والدوريات المتخصصة بمجال المعاقين: الساحة الخليجية والعربية

ملينة باعداد من المجلات والاصدارات المتخصصة في مجال الاعاقة والمعاقين وهذا ناتج طبيعي لعدد المؤسسات التي ظهرت علي المستوي الخليجي والعربي والتي تخصصت في مجال الاعاقة بشكل عام.. إلا أن ما يعيب هذه الاصدارات هي عدم وصولها واصدارها بشكل عام وغياب التنسيق والتواصل بين هيئات التحرير المشرفة علي هذه الاصدارات، كذلك عجزها للوصول للعدد الأكبر من المختصين والمعنيين لهذا نجد التهافت الكبير أثناء انعقاد المؤتمرات والملتقيات للمعاقين علي المطبوعات الاعلامية لأنها بحق تشكل مرجعا قيما يلجأ إليه الكثيرون عند الحاجة. وبعد عرض وتحليل الجداول نتناول العوائق التي تحد من انتشار الصحافة المتخصصة وأكد أن أوجه القصور في وسائل الاعلام بشكل عام وغياب المفهوم الحقيقي للاعاقه في المنطقه بشكل عام ومما يترتب علي هذا الغياب من نتائج سلبية تعود علي المجتمع والأسرة والأشخاص المعاقين.

أهداف اعلام الإعاقة

هناك اهداف للاعلام خاصة الاعلام الذي يوجه لذوي الاحتياجات الخاصة منها

- 1- إبراز الفرد من ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع الذي يعيش فيه كإنسان عامل وفاعل
- 2- تغطية الأحداث ومختلف الأنشطة التي يقوم بها ذوي الاحتياجات الخاصة من اجل التوعية بالإعاقة وأسبابها والعمل على الحد منها
- 3- تركيز الإعلام على قدرة الشخص ذو الاحتياجات الخاصة على الإبداع والتغيير والعمل
- 4- نشر الأبحاث والدراسات التي تعنى بهذه الفئة
- 5- دمج ذوي الاحتياجات الخاصة مع المجتمع من خلال تسخير الإعلام الجديد لخدمتهم

كيف نوجد إعلاما للمعاقين

دور الإعلام

دور وسائل الإعلام والأشخاص المعاقين ليس كل إعلامي يستطيع أن يتصدى لهذا الإعلام المتخصص في إعداد الرسالة الإعلامية المطلوبة عن الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة وعن قضايا الاعاقه ما لم يعرف الحقائق العلمية الأساسية عن مشكلة الاعاقه ((أسبابها – أنواعها – أساليب العلاج والتأهيل والتدريب لكل منها فمن اجل إيجاد إعلام أفضل للاعاقه لابد من فهمها فهما عميقا ومنها معرفة مسببات كل أعاقه وتحديد الرسالة الإعلامية وما تريده مع مراعاة الأصول العلمية والطبية والتأهيلية واستخدام علم النفس مثلا في صناعة الإعلام لإيجاد المشاركة الوجدانية أو التقمص الوجداني أي إيجاد علاقة قوية من الاتصال بين ذهن المرسل ووجدان المتلقي والعمل علي إن ينعكس هذا الإعلام علينا لإيجاد صلة ولغة تفاهم بين ذوي الاحتياجات الخاصة وأبناء المجتمع المحيطين بهم يجب أن تكون الرسالة الإعلامية واضحة جدا في التعبير عن الواقع وعن المطلوب ولكي تكون الرسالة مؤثرة ومقبولة لدى المتلقي يجب المحافظة على القيم والتقاليد والتمسك بها حتى تستطيع الرسالة الإعلامية الالتزام بكل ذلك ولم نقصد المحافظة علي القيم والتقاليد بقدر إن تكون الخدمة الإعلامية المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة منهم واليهم في إطار من المصداقية والشفافية والنفع لهم والحرص علي اندماجهم في المجتمع

خطوات عملية للرسالة الإعلامية للمعاقين

دور الصحافة المتخصصة والعامه. نظرة المجتمع تجاه المعاقين ومدى حاجة المجتمع لصحافة متخصصة، و دور وسائل الإعلام المختلفة والصحافة المتخصصة. كل هذا تعبيرات تحتاج أنؤكد أن مجتمعنا اليوم بحاجة فعلية لصحافة مميزة وتخدم ذوي الاحتياجات الخاصة من خلال كافة الاتجاهات سواء من خلال الإعلام (المرئي أو

المقروء أو المسموع) لأن هذه الفئة بالفعل بحاجة إلي تواصل مع المجتمع... ولن يكون هذا التواصل إلا من خلال هذه الأجهزة والتي نعتقد أنها سوف تساهم بشكل كبير في إبرازهم ودمجهم بالمجتمع علي اعتبار أن الإعلام وسيلة يمكن الاعتماد عليها في نشر الثقافة والتوعية بالمجتمع...،والسير في خطوات عملية للرسالة الاعلامية للمعاقين.

كما أن محور حديثنا في هذا الملتقى (الصحافة) وهي التي تحتل جزءا هاما من إمبراطورية (الإعلام) لذلك نجد أن هناك حاجة ماسة لوجود صحافة متخصصة في مجال ذوي الاحتياجات الخاصة وهنا يمكن القول أن العملية تقع علي عاتق الجهات الحكومية المسؤولة عن الإعلام في دعم جهود المؤسسات أو إلزام (الصحافة العامة) بتخصيص صحافة متخصصة كما أن العملية تقع أيضا علي عاتق الجهات المعنية والعاملة بهذا المجال في امتلاك أصوات ومنابر وصحافة إعلامية متعددة لصحافة ذوي الاحتياجات الخاصة لأن التنوع في هذا المجال من شأنه أن يساهم في خلق نوع من التنافس الإعلامي الشريف والذي بدوره سيعود بالفائدة علي ذوي الاحتياجات الخاصة أنفسهم. إن من حق ذوي الاحتياجات الخاصة في أي رقعة من العالم أن تكون لهم صحافة خاصة بهم يتواصلون من خلالها مع كل ما يدور بالعالم وتكون بمثابة لسان حالهم لترجمة طموحاتهم وقدراتهم من خلال هذه الصحافة.

لابد لنا كمهتمين بالفئات الخاصة أو العاملين في أعلامها من وضع خطوات عملية ومدروسة حتى تصل الرسالة وتحقق الهدف منها ومن هذه الخطوات .

- 1- وضع الخطة الإعلامية والأسس التي نعمل بها
 - 2-تحديد الهدف من الرسالة والوسائل التي ستتبع من اجل إيصالها
 - 3 - الإطار أو الشعار
 - وهو تلخيص الفكرة المراد إبلاغها وتصور الحملة
 - 4-الرمز
- وهو أن يتم إيصال الرسالة بالصورة والصوت أو الرسم المعبر
وإذا كان ما تحدثت عنه أنفا يدور في إطار الإعلام العادي. فالآن استعرض الحديث عن التطور
الإعلامي وما سيقدمه للمعاقين

تطور الإعلام

أصحاب الاحتياجات الخاصة شريحة تحتل مكانة كبيرة من المجتمع. فلم يعد هناك بيت ألا وبه شخص من ذوي الاحتياجات الخاصة ولهذا فأنهم مثلنا يتأثرون مثلنا بكل ما هو جديد. وإذا كان الإعلام احد الروافد التي صار بها تقدم وأصبحنا نعيش في عصر السموات المفتوحة وعصر الانترنت. فكيف يستفيد ذوي الاحتياجات الخاصة من هذا العصر. فإذا كنا حريصين نحن علي الاستفادة من هذا العصر فلا بد إن نحرض أيضا علي إفادة ذوي الاحتياجات الخاصة من التقدم في الإعلام سواء كان مقروء أو مسموع أو مرئي ويستخدم لغة الإشارة في إيصال المعلومة أو التواصل مع الغير. ولو لاحظنا كل ما سبق سنجد إن كل ما ذكرته شكل إعلامي يمكن إن يتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة بشتى أنواع الإعاقة.

فإن هذا العقد من الزمن يعتبر وبلا منازع عقد التغيرات السريعة والمتلاحقة في مجال صناعة الإعلام بشكل لم يسبق له مثيل لدرجة أن البعض أصبح - وكنتيجة لتلك التغيرات - يسمى هذا العصر الذي نعيش فيه عصر المعلومات أو عصر ثورة المعلومات وذلك مقابل ما كان يعرف بعصر الثورة الصناعية وقبلها عصر المجتمعات الزراعية. ((في المنتدى الاقتصادي الأخير جدد (بيل غيتس)) الجدل في الوسط الإعلامي فهو لم يكتف بالإشارة إلى تهديد الانترنت للورق بل حمل لواء التبشير بهجرة الجمهور التلفزيوني التقليدي معتبرا انه خلال 5 سنوات سيضحك الناس عندما يتذكرون أدوات المشاهدة القديمة)

بإمكاننا إن نخرج من تحدي ((بيل غيتس)) باستنتاج إن مصير الإعلام باختصار هو الدخول إلى جيب كل مواطن فهو مصير معلق بجهاز الجوال الذي يستقبل المكالمات والانترنت والبث التلفزيوني والفيديو والإخبار ويتيح

المشاركة في المؤتمرات ويناسب تطوره حالة الرخص المتواصل للإنسان من مكان إلى آخر قريباً قد يضطر إلى التفكير بإصدار صحيفة أو مجلة وكتاب يتصفحها القاري برسائل sms أو mms أو ربما حتى هذه التكنولوجيا سيأتي ما ينافسها لنضحك عليها ونحن نستخدم غيرها

ولكن رغم تلك التغيرات والسرعة التي تحدث بها إلا أنه لا يمكن اعتبارها تغيرات فريدة ، فحقل الإعلام الغربي على مر الزمن لم يكن في يوم من الأيام حقلاً ثابتاً أو راکداً بل إنه كان مسرحاً لتغيرات متلاحقة وإن كانت تختلف في درجة سرعتها ومدى تأثيرها.

لقد شهد هذا الحقل على الأقل أربع تغيرات رئيسية، أشار بيكر وشونباش (Baker & Schoenbach, 1988) إلى ثلاث منها وقد ضيف إليها تغييراً رابعاً لا يقل أهمية عن تلك الثلاث التي سبقته. هذه التغيرات هي بالترتيب :

- 1- إختراع الطباعة
- 2- إختراع الراديو
- 3- إختراع التلفزيون
- 4- الإنترنت

وان كان هذا التطور المتلاحق قد اغفل حق أصحاب الاحتياجات الخاصة فيجب علينا نحن إلا نخفق في توصيل هذا الحق لأصحابه. وقبل إن نتحدث عن ذوي الاحتياجات الخاصة نتكلم عن الصناعة الجديدة للإعلام لتتعرف عليه من قرب

صناعة جديدة للإعلام ((الإنترنت))

صناعة الإعلام تمر حالياً بفترة انتقالية هامة نتائجها قد تمتد لتشمل إعادة تعريف معنى الإعلام الجماهيري ، عنصر رئيسي وضع ذلك موضع التنفيذ هو ظهور الإنترنت وغيره. هذه الوسيلة التي تعتمد بشكل أساسي على خطوط الهاتف التقليدية وأجهزة المودم والأقمار الصناعية وانطلاق الخدمات الفضائية

عندما أتحدث عن الإعلام الجديد لا أقصد مطلقاً الصحف والمجلات الالكترونية المتعارف عليها اليوم فهي الأخرى ربما خلال السنوات القادمة التي أشار إليها ((بيل غيتس)) ستصبح موضحة قديمة لان الأدوات تتجدد وطبيعة الجمهور وعاداته تتبدل لتناسب نمط الحياة

قبل سنوات معدودة كانت الإنترنت تكنولوجيا صغيرة لم يسمع بها إلا القليلون ، أما اليوم فإنها تنمو بسرعة لا تضاهيها بها أي شبكة معلوماتية أخرى وهي لا تنمو فقط من حيث عدد مستخدميها والذي يتزايد سنوياً بمعدلات غاية في السرعة ، ولكن أيضاً من حيث مقدار وعدد خدمات المعلومات التي تقدمها. هذه الوسيلة سوف تلعب دوراً هاماً في إعادة تعريف معنى الإعلام الجماهيري (Mass media) ، وقد بدأ ذلك بالفعل فقد أقترح أنتوني أويت يقر مدير برنامج مصادر المعلومات في جامعة هافارد تغيير الاسم إلى Communication [كمبيو اتصالات] والجملة عبارة عن مزيج من كلمة Computer وكلمة Communications. تسمية أخرى مقترحة هي Information Utility أو مرفق المعلومات وهي تشير إلى عملية تدفق مصادر الإعلام خلال أنابيب المعلومات الإلكترونية وذلك بشكل موازي لتسمية مرفق الكهرباء Power Utility ومرفق المياه Water Utility . (Dizard, 1997, P.5).

لقد شكل الإنترنت رغم حداثة منافسة حادة لجميع وسائل الإعلام الأخرى وذلك رغم قدرتها على جذب أعداد كبيرة من المستخدمين إليها ولتنوع مصادر الخدمات التي تقدمها السرعة التي تقدمها بها، إضافة إلى عاملين آخرين على قدر كبير من الأهمية. هما الانتشار الواسع وانخفاض السعر. ورغم أن الصحيفة هي أكثر وسائل الإعلام القديمة تضرراً من هذه الوسيلة الجديدة إلا أن هذه الوسيلة فتحت أبواباً جديدة للربح للمؤسسات الصحفية غير مسبوقة. هذه المعادلة وضعت الصحيفة أمام خيار واحد لا بديل له ألا وهو وكما يقول المثل "وداوني بالتالي

كانت هي الداء" بمعنى أن على الصحف اكتشاف عالم الإنترنت والاستفادة من الفرص الكبيرة والتي أفرزها وهذا بالفعل ما نراه يحدث اليوم حيث نجد أعداد كبيرة من مواقع الصحف وقد أوجدت لها مواقع على شبكة الإنترنت والإعدادات تتزايد بشكل لافت للنظر (سيتم التطرق لهذا الموضوع بالتفصيل في فصول تاليه).

الإنترنت تعرضت أيضاً كسابقاتها للهجوم من أولئك الأشخاص الذين أنتابهم الخوف والقلق منها مرديدين عبارات تحذر من مخاطر استخدام الشبكة على خصوصيات وممتلكات الأفراد والشركات وتأثيرها السلبي على الأطفال والمراهقين نظراً لما تحتويه من مواقع لا تتلاءم مع أعمارهم والانتشار السريع للفيروسات عليها وغير ذلك .

كما هو معروف فإن ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة تقدم خدمة مبتكرة للمستهلك ينتج عنها إجبار الوسيلة القديمة على اتخاذ إجراءات وتعديلات تتأقلم بها مع ذلك التغيير الحاصل. إن استخدام الوسيلة الجديدة يعني بالضرورة اقتطاع وقت معين من الأنشطة الأخرى، فعلى سبيل المثال الوقت الذي يقضيه المشاهد أمام التلفزيون ينتج عنه انخفاض في الوقت الذي يقضيه في الاستماع للراديو أو قراءة الصحف والمجلات أو الكتب (Comstock, 1982). نتيجة أخرى يمكن استخلاصها بوضوح ألا وهي أن ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة لا يعني اختفاء الوسيلة أو الوسائل السابقة، ديميك وروثنبلر (Dimmick & Rothenbuhler, 1984) ذكروا أن كل وسيلة تجد لنفسها موقعاً خاصاً (Niche) تتركز فيه كوسيلة للنجاة من التغيير، فعند ظهور التلفزيون غير الراديو من أسلوبه فبدلاً من البث إلى عامة الناس أصبحت قنوات الراديو تركز على قطاعات محددة من المجتمع دون غيرها مثل قنوات الحوار (Talk Channels) والقنوات الخاصة بالاستشارات المالية والعقارية وقنوات الموسيقى الروك أند رول وأخرى للموسيقى الكلاسيكية وهكذا.

التطور التكنولوجي الجديد أدى من ناحية أخرى إلى إلغاء الحدود بين وسائل الإعلام المختلفة، فالكيبل التلفزيوني أصبح يستخدم الأقمار الصناعية في بث برامجه خاصة ونحن في عصر السموات المفتوحة. والصحف اليومية قفزت على الإنترنت وأصبح بالإمكان قراءتها بالكامل من على شاشة الكمبيوتر. الإنترنت والتلفزيون اندمجا بشكل كامل فأصبح بالإمكان مشاهدة لقطات البرامج والأفلام بواسطة الكمبيوتر، كما أن أجهزة التلفزيون لم تعد تستخدم لمشاهدة برامج التلفزيون فحسب بل كجهاز للإبحار في عالم الإنترنت، قنوات الراديو بدأت أيضاً في الانتشار على الإنترنت بشكل ملفت للنظر. كل هذا يجعلنا ان نعمل العقل في التفكير كيف يمكن لذوي الاحتياجات الخاصة الاستفادة من الإنترنت؟

وان مؤتمرا الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة ملتقى للبحث في هذا التطور الإعلامي وتسخير خدمته المعاقين

نقطة هامة أخرى يمكن استنتاجها والبحث فيها بوضوح من خلال القراءة التاريخية السابقة ألا وهي أن تطور أو ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة يكون مصحوباً دائماً بنوع من القلق والخوف والهجوم على تلك الوسيلة، ورتيلا وريفس (Wartella & Reeves, 1983) ذكروا أن الوسيلة الجديدة توصف في البداية بأنها تضر أعين الناس وسمعهم أو أي حاسة أخرى تتطلبها تلك الوسيلة. بعد ذلك وفي المرحلة الثانية توصف الوسيلة بأنها تجعل الناس متبلدي الإحساس قلقين ومضطربين أو حتى أغبياء، وفي المرحلة الثالثة يبدأ وصف الوسيلة أخيراً بأنه خطر يهدد المجتمع بأكمله بالتفكك والانحلال. وهذه النظرة يجب إلا ننظر إليها في أبحاثنا التي سنقوم بها. لأننا سنتعامل مع التطور الاعلامي من منظور ان نجعله يخدم المعاق ويجعله مرتبط مع من حوله .

وإذا كان روجرز (Rogers, 1986) صنف تطور الإعلام الجماهيري في أربعة مراحل هي :

- 1- مرحلة الكتابة.
- 2- مرحلة الطباعة
- 3- مرحلة الاتصالات البعيدة
- 4- مرحلة الاتصالات المتفاعلة

الأعلام القادم (الأعلام الجديد)

كما ذكرنا سابقاً فإن التغيرات الحالية التي تعيشها تكنولوجيا الأعلام هي التغيرات الرئيسية الرابعة من نوعها في العصر الحديث وذلك عقب إختراع الطباعة وبشكل رئيسي الطباعة البخارية السريعة والتي جعلت توزيع الصحف والمجلات والكتب للعموم حقيقة واقعة (1833) ومن بعدها إختراع الراديو (1920) ثم التليفزيون (1939) . التغير الذي نشهده اليوم يعتمد على استخدام الكمبيوتر في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات والتسلية ، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلاميين القديم والجديد ، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل (Interactivity) : التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين . هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التليفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدتها متى أرادها وبالشكل الذي يريده .. ومثال ذلك التقليدي هو قنوات التسوق المنزلي (Home shopping) على أنظمة الكيبورد وعلى الإنترنت .

تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه ، فمستخدم الإنترنت مثلاً قد يستخدم شركة توفير الخدمة " عرب نت " مثلاً للدخول على صفحة الاقتصاد في جريدة الشرق الأوسط على الإنترنت أو أنه قد يدخل في حوار متفاعل مع مستخدم آخر على إحدى قنوات الحوار (Chat Channel) أو إحدى مجموعات الأخبار (News Groups) . إن كثيراً من الأبحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري توضح أن معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباهاً كبيراً لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرأونها كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها وفي واقع الأمر فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها ، فمشاهدوا التليفزيون مثلاً قد يقضون ساعات في متابعة برامجها ولكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية (passive) بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإن قليلاً منهم سيتذكر ذلك (الإعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة)

تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى شكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل ، فصحف كثيرة " أصبحت صحف إلكترونية بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى فهي تستخدم الأقمار الصناعية لإرسال صفحاتها إلى دول أخرى حول العالم وتستخدم الكمبيوتر في كافة عملياتها بل أنه يمكن قراءتها مباشرة على الإنترنت) . التليفزيون والإنترنت اندمجا أيضاً بشكل تشير التوقعات إلى أنه سيكون اندماجاً كاملاً في القريب العاجل ، فجهاز التليفزيون أصبح يستخدم لمشاهدة برامج التليفزيون وفي نفس الوقت الإبحار في الإنترنت وإرسال واستقبال رسائل البريد الإلكتروني كما أن جهاز الكمبيوتر أصبح بالإمكان استخدامه كجهاز استقبال لبرامج التليفزيون والراديو . شركات الكيبل التليفزيوني أصبحت تعتمد بشكل متزايد على الأقمار الصناعية في بث برامجها وهكذا نجد أن جميع وسائل الإعلام الجماهيري الحالية أصبحت وسائل إلكترونية بشكل أو بآخر . نتيجة أخرى هامة لتكنولوجيا الإعلام الجديد هي أنها جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها . فالشبكة النسيجية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر ، هناك أيضاً على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم .

بالنسبة للعالم العربي الذي كان ولازال يشكو منذ مدة طويلة من تحيز الإعلام الغربي ضده ومن عدم قدرته على

إيصال صوته وصورته الحقيقية إلى تلك المجتمعات الغربية فإنه لم يعد أمامه أي عذر يمكن ترديده ، فالإعلام الجديد وبشكل خاص الإنترنت فتحت المجال أمام الجميع بدون استثناء وبدون قيود لوضع ما يريدونه على الشبكة ليكون متاحاً أمام العالم لرؤيته . المهم أن يكون هناك استعداد حقيقي للاستثمار في هذه الوسيلة والأهم من ذلك استثمارها بالشكل السليم والمناسب. إن ما يساعد على تحقيق ذلك هو أن الإنترنت ليست مملوكة لأي جهة كانت كما أنها لا تخضع لرقابة أو تحكم أي جهة بل على العكس من ذلك فهي متاحة للجميع وبدرجة انتشار لا تنافسها عليه أي وسيلة إعلامية أخرى ناهيك عن عامل التكلفة المنخفض سواء لاستخدامها أو لنشر المعلومات . ولهذا يجب إن نحرص على تطويع ذلك للمعاق وتكون احدي وسائله في التعرف علي ما حوله والتفاعل مع العالم الخارجي بشتى الطرق الإعلامية الجديدة والتي تحدثت عنها.

كما ان هذه العوامل جميعها أخذة في التفاعل مع بعضها البعض بشكل يؤثر على الدور الذي تلعبه المعلومات في حياتنا وهذا ينطبق بشكل أساسي على الكيفية التي تستخدم بها وسائل الإعلام ، ففي دراسة قامت بها Veronis Associates&Suhler أتضح أن الشعب الأمريكي يخصص الجزء الأكبر من وقته لمتابعة وسائل الإعلام بشكل لا يضاهيه أي نشاط آخر بما في ذلك العمل أو النوم . هذه الدراسة قدرت الوقت الذي يقضيه الشخص في الولايات المتحدة الأمريكية مع وسائل الإعلام بحوالي 3256 ساعة سنوياً أي ما يعادل 9 ساعات يومياً . 70% من إجمالي هذا الوقت مخصص لمشاهدة التلفزيون (قنوات التلفزيون العادية والكابل) بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى مثل الصحف ، المجلات ، الكتب ، أشرطة الفيديو والأفلام السينمائية فإنها تستحوذ على نسب مختلفة أقل (Dizard,1997) . ونحن لا نريد إن يكون تأثير الإعلام علي ذوي الاحتياجات الخاصة مثل تأثيره علي الشعب الأمريكي مثلما ذكرت ولكن أريد إن يكون الدور الذي تلعبه المعلومات خدمي يؤدي خدمات نفعية تجعل المعاق يحتك بمن حوله ويتعايش معنا يتأثر بما نتأثر به وفي هذا إعمال للعقل لديه وتبنيه للحواس ويجعله يتغلب علي إعاقته . كما إن كثيرون من ذوي الاحتياجات الخاصة الذين تفوقوا علي أنفسهم وبرزوا وحققوا مكانة عالية لهم في شتي المجالات وعالمنا العربي ملئ بهؤلاء.ومن هنا لا بد ان

نبدأ بنبذة تاريخية مختصرة للإعلام الصحفي الجديد

وفقاً لـ (Uting 2000) فإن المؤسسات الصحفية بدأت العمل في مجال الإعلام الجديد (new media) في بداية الثمانينات حيث كانت تقنيات الربط المباشر لازالت في بدايتها إذ لم تكن سرعة الربط تزيد عن 300 نبضة في الثانية مقارنة بسرعات المودم الحالية البالغة 56.000 نبضة وتوفر تقنيات أخرى ذات سرعات أكبر بكثير مثل تلك التي توفرها الـ DSL والـ ISDN وخدمات أخرى غيرهما 0 وخلال تلك الفترة من الثمانينات كان عدد محدود من الصحف يستخدم نظام لوحة النشرات (BBS) Board Systems Bulletin والتي كان المستخدم يدخل عليها عن طريق جهاز كمبيوتر موصول بمودم وذلك بغرض تبادل الرسائل الإلكترونية مع المستخدمين الآخرين إضافة إلى قراءة نصوص الأخبار على شاشة الكمبيوتر 0 ويعتبر نظام BBS الخاص بصحيفة Telegraph- Fort Worth Star الأمريكية من أوائل الأنظمة التي تم استخدامها ، حيث بدأ عام 1982 واستمر في العمل حتى منتصف التسعينات حيث قامت الصحيفة بإغلاقه وأستبدل بموقع على الإنترنت 0 وخلال الفترة الزمنية ذاتها من الثمانينات كانت صحف أخرى قد بدأت في استخدام تكنولوجيا أخرى جديدة هي الفيديو تكست (Videotext) ، وقد أنفقت شركة knight Ridder الأمريكية - التي تملك سلسلة من الصحف - ملايين الدولارات لتطوير نظام يجعل بإمكان المستخدم تحميل نصوص الأخبار وقراءتها على شاشة التلفزيون . ويرى Uting أن هذه الفكرة كانت سابقة لزمانها إلا أنه لم يحالفها النجاح وخسرت الشركة مبالغ كبيرة في محاولات تطويرها 0 والنسبة لنظام لوحة النشرات BBS فقد أستمر طوال الثمانينات وشهد نمواً ملحوظاً مع مطلع التسعينات إلا أنه مع ذلك لم يكتسب النجاح 0 ومع بداية العام 1993 ظهرت شركات تقدم خدمات ربط مباشر بالمعلومات استحوذت على اهتمام عدد كبير من الصحف ، ومن تلك الشركات CompuServe وProdigy وAmerica On line وغيرها. هذه الشركات توفر لمستخدميها قدرات كبيرة من المحتوى الإخباري والترفيهي (إضافة لخدمة الربط بالإنترنت) مقابل

دفع اشتراك شهري محدد (0) وقد وجدت العديد من الصحف في مواقع تلك الشركات مكاناً ملائماً لوضع محتواهم التحريري بحيث أصبح بإمكان القارئ الدخول على موقع الصحيفة الموجود داخل مواقع تلك الشركات ومن ثم الإطلاع على ما يوجد عليه من أخبار ومعلومات (0) وقبل حلول العام 1996 بدأ واضحاً أن الشبكة النسيجية العالمية (World Wide Web) قد أصبحت وسيلة مفضلة للدخول على المعلومات كما أنها تتمتع بمزايا لم يكن بإمكان الصحف غض النظر عنها (0) وفعلاً وقبل أن تنتهي حقبة التسعينات كانت معظم الصحف قد أعلنت عن انتهاء مواقعها داخل شركات أميركا أون لاين وبرودجي ومثيلاتها مستبدليها بمواقع مستقلة خاصة بهم على الإنترنت (0)

مواقع الصحف على الإنترنت يتوقع لها أن تستمر في التزايد بشكل متصاعد خاصة أن العدد الحالي للصحف الإلكترونية لا يمثل سوى أقل من نصف العدد الإجمالي للصحف (0) وبالنسبة لتلك التي لم توجد لها مواقع على الإنترنت - وهي غالباً من الصحف الصغيرة - فإنه يتوقع أنها ستدرك مستقبلاً أهمية عمل نسخة إلكترونية خاصة بها في ظل الانخفاض في أرقام التوزيع وفي نصيب الصحف من دخل الإنفاق الإعلاني والذي أصبح الجزء الأكبر الذي لا يستهان به والذي من المتوقع أن يذهب إلى المواقع المتخصصة على الإنترنت مثل Classified2000 وغيرها (0) تلك الصحف سوف تدرك من ناحية أخرى أن الإنترنت بمزاياها العديدة يمكن أن تفتح لها أبواباً جديدة للربح لم تكن تخطر على بالهم (0) إن تمتع الإنترنت بمزايا مثل الانتشار وسهولة الاستعمال والقدرة على عرض مزيج من النصوص والصوت والصور ولقطات الفيديو وإمكانية الوصول إلى القارئ المستهدف بشكل أكثر تحديداً (Targeting) وميزة تفصيل المعلومات لكل قارئ على حدة (Customization) ، كل هذه المزايا تشكل إغراءاً للصحف لاستثمارها بالشكل الذي يحقق لهم وصولاً أكبر لقرائهم في كل مكان في العالم وفرصة لزيادة دخلهم من الإعلانات أو على أقل تقدير الحفاظ عليها من الذهاب لشركات الإعلان على الإنترنت ، إضافة لمصادر عديدة أخرى للدخل مثل الاشتراكات الشهرية وبيع المحتوى الأرشيفي والتجارة الإلكترونية (0) ومما يساعد الصحف على تحقيق ذلك تمتعها بمزايا تتفوق بها على معظم المنافسين ومن ذلك على سبيل المثال أن المؤسسات الصحفية لديها خبرة أكبر وأعمق في مجالات جمع المعلومات وعرضها إضافة للخبرة في مجال الإعلانات واستقطابها وتصميمها، كما أن العاملين في الصحف لديهم في أغلب الأحوال معرفة وقدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة ، وفوق كل ذلك تمتلك الصحف المحتوى بكافة صورته وأشكاله والذي يرغب المستخدم في الدخول عليه (0) نتيجة لكل ذلك فإنه من المتوقع استمرار النمو في أعداد الصحف على الإنترنت خلال الأعوام القادمة .

وان كان الانترنت هو الأعلام القادم إلينا الذي يفتح أمامنا أفاقاً واسعة للمعرفة. فهذا يجعلنا كيف يمكن إن نبحث في كيفية استفادة ذوي الاحتياجات الخاصة منه. خاصة وإنهم فئات مختلفة في الاحتياجات عن الأشخاص الأسوياء فمنهم الأصم والأبكم والأعمى. وغير ذلك ومن هنا نبدأ أولاً في استعراض ذوي الاحتياجات الخاصة حتى يمكننا تقديم الخدمة الإعلامية التي تناسب معهم. فلا بد من التعرف على ذوي الاحتياجات الخاصة:

يتواجد في كل مجتمع من المجتمعات فئة خاصة تتطلب تكيف خاص مع البيئة التي يعيشون فيها نتيجة لوضعهم الصحي الذي يوجد به خلل ما.

وهذا التكيف لا يأتي من قبلهم بل يقع عاتقه علي من يحيطون بهم بتوجيه الاهتمام لهم مثلهم مثل أي شخص طبيعي يمارس حياته، ويبدأ هذا الاهتمام مع جانب لا نلتفت إليه ونهمله وهو "المسمى الذي نطلقه علي هؤلاء الأشخاص". وقد تطور هذا المسمى عدة مرات ومر بمراحل كثيرة ترضى الفئة القوية بإصرارها وتصميمها علي إثبات الذات وأن لها دوراً فعالاً في حياة المجتمعات بأسرها علي مستوى العالم.

• أنواع الإعاقة:

- متلازمة أسبرجر.
- إصابات الحبل الشوكي.
- الشلل الدماغي.
- الإعاقة الحركية:

- تيبس العضلات وتقلصها.
- التحول العظمي.
- البتر.
- التوحد.
- نقص الانتباه.
- إصابات المخ.
- مشاكل النطق.
- الإعاقة التعليمية.
- الاكتئاب.
- التخاف العقلي.
- الإعاقة السمعية:
- لغة الإشارة.
- الإعاقة البصرية:
- لغة بريل.
- إرشادات فاقدى البصر.
- القدرات الخاصة (1).
- القدرات الخاصة (2).
- مقدمى الرعاية.
- التقدم فى السن.
- الإدمان.

وكل فئة من هؤلاء تحتاج التعامل معها في إطار الإعاقة التي تعاني منها إن عجز الإنسان هو عجز نسبي أصاب وظيفة أو أكثر من وظائفه ولا ينبغي بالضرورة اعتباره كلياً أو شاملاً ومن ثم يمكن استثمار ما تبقى لدى الفرد بأفضل أسلوب ممكن حتى يستطيع إن يؤدي أدواره الاجتماعية والحياتية. مع الأخذ في الاعتبار إلي التعددية الإعلامية وحرية الرأي والتعبير

- وسائل الإعلام الجديدة
- مجتمع المعرفة
- - التأهيل العلمي والمهني
- للإعلاميين

وهذا يضعنا أمام التعامل مع الإعاقة والخدمات الإعلامية التي يجب إن تقدم لذوي الاحتياجات الخاصة في ظل التطور التكنولوجي الهائل . منها

• صحف المستقبل للمعاقين

وإذا كان الأصحاء سيتعاملون مع كل هذه التطورات السريعة والمتلاحقة في مجال الاتصالات ، يضاف إليها الارتفاع المتزايد في أسعار الورق وتزايد الاهتمام بالاعتبارات البيئية وتغير العادات الشرائية لقراء الصحف حيث

بدأت العديد من الأصوات في الارتفاع محذرة من أن الصحافة المطبوعة في شكلها الحالي - حبر وورق - في طريقها للانقراض أو التغيير بشكل جذري ، مشيرين إلى الانخفاض الحاصل في أرقام التوزيع وهجرة الكثير من الإعلانات - وبشكل خاص الإعلانات المبوبة - من الصحف إلى الإنترنت (0) والسؤال المثار حالياً هو كيف سيكون شكل الصحيفة في عصر الإنترنت والاتصالات الرقمية ، وهل ستكون هناك صحفاً ورقية خلال عشر أو عشرين عاماً من الآن ؟

من الصعب إعطاء إجابة واضحة ومحددة حول الاتجاه الذي يسير إليه مستقبل صناعة الإعلام أو الصحافة بشكل خاص وذلك نتيجة للسرعة التي تحدث بها التغيرات التكنولوجية ، ومع ذلك فإنه من غير المتوقع أن تحل الصحافة الرقمية محل الصحافة الورقية أو تؤدي إلى انقراضها (0) الاحتمال الأكبر هو أن الإنترنت سوف تستمر في النمو بحيث تصبح وسيلة اتصال جماهيري مثلها مثل الصحيفة والتلفزيون والراديو بحيث يصبح بإمكان المستهلك اختيار الوسيلة التي يحصل منها على الأخبار سواء كانت تلك الوسيلة هي الصحيفة الورقية أو التلفزيون أو الراديو أو الكمبيوتر أو الأجهزة الإلكترونية المحمولة (0) هذه الزيادة الحاصلة في عدد المصادر التي يمكن للمستهلك أن يحصل منها على الأخبار والمعلومات والترفيه سوف تؤدي بلا شك إلى تجزؤ اهتمامه ووقته بين عدد أكبر من الوسائل وبالتالي انخفاض الإقبال على الصحافة الورقية ، وإن كان ذلك لا يعني بأي حال من الأحوال أن هذه الصناعة التي تزيد عن 50 بليون دولار في طريقها للزوال. وإذا كان كل هذا في سبيله إلى التحقق فمن الواجب علينا نحن المهتمين بالمعاق إن ندرس كيفية الاستفادة من كل هذا لخدمة ذوي الاحتياجات الخاصة من خلال الربط بين نوع الإعاقة والتطور المعلوماتي والإنترنت والصحافة .

من هنا يجب من الآن إن نعد للصحف والوسائل الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة من الآن عن طريق زيادة المواقع الحالية للجمعيات والجهات التي تعني بهذه الفئة وإن كان هناك مواقع نفتخر بها الآن ولن استعرضها حتى لا ابخس بعضها إلا إن هناك توجه إلى هذا ما يسر وسيكون دافع إلى إعلام أفضل لذوي الاحتياجات الخاصة في ظل شكل علمي مدروس بكل مفردات الإعاقة وأنواعها.

من هنا يجب إن نتوجه بالإعلام الخاص بالإعاقة إلى الأعلام الجديد المتاح لنا بطرق أفضل وبحرية أجمل وأوسع ولنصل إلى كل شخص يستخدم هذه التقنية وبلغته وليس بلغة واحدة

• قنوات خاصة للفئات الخاصة :

من هذا التطور التكنولوجي الذي نعيشه كما أسلفنا ومع تسليمنا إن التلفزيون هو الوسيلة الترفيهية الأولى بلا منازع في مجتمعات اليوم الجماهيرية حيث الغالبية من قطاعات الجمهور أصبحت شغوفة بالأداء الترفيهي والمعلوماتي الذي أخذت مؤسسات وشبكات التلفزيون في الاهتمام به لاحقاً (0) ونظراً للاهتمام المتزايد بعالم الصورة فقد أخذت المحطات التلفزيونية في الاحتفاء بمن يظهرون على الشاشة. أما ظهور ذوي الاحتياجات الخاصة على قنوات التلفزة فلا يزال خروج على استحياء فالبرامج المخصصة في بعض القنوات وخاصة القنوات الرسمية أو ما يسمى بالحكومية . إما القنوات الخاصة فلا تزال بعيدة عن هذه الفئة التي هي بحاجة إلى قنوات خاصة مثلها مثل قنوات الرياضة والفن والشعر والموضة وإن كانت فكرة القنوات الخاصة لذوي الاحتياجات الخاصة يتخوف منها المستثمرين لأسباب اقتصادية فقط لقلّة المختصين في الإعلام من هذه الفئة

لكن إن شاء الله المستقبل كفيل إن نحتفل بقنوات وبرامج خاصة لهذه الفئة . والتعامل مع هذه الفئات المجتمعية في إطار من فتح السبل للتسيير عليهم في التعامل مع برامجهم وإعدادها والمشاركة فيها لتكون وسيلتهم للتعبير عما يجول بداخلهم .

كما هو معروف هناك جهات رسمية وخاصة تمتلك الكثير من المقومات والخصوصيات ومؤهلة من أجل إنجاز إعلام هذه الفئة فيما لو وظفت تلك الخصائص التوظيف الأنسب إذ إن كثيرا منها يمكن أن يكون عاملا من عوامل القوة والتميز بدلا من أن يكون سببا تعلق عليه أسباب الضعف من هذه الجهات وزارات الإعلام والجامعات والجمعيات القادرة ورجال الأعمال

- من خلال ماتقدم من عرض للإعلام القادم و كيف نستثمر هذه التقنية لابد إن أؤكد إنني لن اقلل من الجهود المبذولة لدى الكثير من الجهات والأفراد في إيجاد مواقع على شبكة الانترنت والتي أسهمت في التوعية الإعلامية لهذه الفئة لكن نحن في حاجة إلى التوسع في هذه المواقع والتحديث المستمر لها والتركيز على التوعية من خلال عرض لأنواع الإعاقات والطرق الأسهل للتعامل معها وكذا عرض ومتابعة الطرق الحديثة وأخر المستجدات ومواعيد المؤتمرات والندوات المتخصصة ونتائجها .

التوصيات

إن انعقاد ملتقى خليجي يناقش قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة والإعلام الجديد يدفعنا إلي تلخيص ما سلف ذكره في عدة نقاط كتوصيات تعرض علي الملتقى للبحث فيها وإقرارها والعمل علي تنفيذها.

- ☒ عمل مواقع الكترونية متخصصة لذوي الاحتياجات الخاصة مع الأخذ في الاعتبار النوعيات المختلفة للإعاقة لتقديم الخدمات المعلوماتية لجميع المعاقين .
- ☒ إن ن فكر كيف يتاح لكل معاق إن يقرأ جريدته المفضلة بالشكل الذي يتناسب مع إعاقته.
- ☒ إن نسعى إلي حث رجال الأعمال لإنشاء قنوات تليفزيونية أرضية وفضائية متخصصة للمعاقين.
- ☒ إن تحتوي هذه القنوات علي كل ما يهم المعاق وان يكون القائمون علي العمل وإعداد البرامج وتقديمها من ذوي الاحتياجات الخاصة لأنهم الأقدر علي التعبير عن آرائهم وإيصال قضاياهم للمعاقين مثلهم والتواصل مع الغير من أبناء المجتمع بكل السبل والطرق . وهذا يحتاج منا دراسة كل أنواع الإعاقات
- ☒ البحث عن سبل متعددة لتعميق لغة الحوار بين المعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة من خلال الإعلام الجديد
- ☒ حث الإعلاميون والمفكرون والمتخصصون إلي وضع الدراسات التي تساعد المعاق علي التعامل مع الإعلام الجديد
- ☒ الإعلام والتوعية المجتمعية: العمل على تغيير نظرة المجتمع نحو الإعاقة، والابتعاد عن كل ما يسيء للأشخاص المعوقين في وسائل الإعلام المختلفة. ولتحقيق ذلك يجب ان نسعى إلى: التزام وسائل الإعلام بتقديم المعلومات الصحيحة عن قضية الإعاقة، إبراز وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة للنماذج الناجحة من المعوقين ومن الجنسين وفي مختلف المجالات وتوسيع مساحة التغطية الإعلامية لأنشطة

وفعاليات جمعيات ومنظمات الأشخاص المعوقين، تشجيع إصدار المجلات والصحف والبرامج الإذاعية والتلفزيونية الخاصة بالأشخاص المعوقين، التأكيد على استعمال لغة الإشارة في وسائط الإعلام المرئية لضمان حق الشخص الأصم في الحصول على المعلومات والمعارف، إصدار النشرات وغيرها المكتوبة بالحروف البارزة (برايل) التي تتيح للشخص الكفيف قراءة الرسائل الإعلامية

وفي الختام نوصي في اجمال ماسبق بضرورة تخصيص مساحة برمجية متخصصة تتضمن مفاهيم التوعية والتثقيف وتخصيص مواقع علي شبكة الانترنت للمعاقين وأسره بهدف التواصل والانتشار الكامل وضرورة الایعاز للمؤسسات العاملة بضرورة الاهتمام بالمجال الاعلامي لابراز المعاقين بهدف التواصل المجتمعي بين الفترة والأخري ضرورة استحداث برامج اعلامية تربوية متخصصة تخدم كل المراحل التعليمية بهدف نشر مفهوم الاعاقة لدي طلاب وطالبات التعليم العام والخاص والأهلي وتشجيع الاصدارات المدرسية في هذا المجال، دعم المؤسسات العاملة بالمجال لاصدار صحافة متخصصة من قبل مؤسسات الدولة، ضرورة وضع استراتيجية اعلامية محددة واضحة بالتعاون والتنسيق بين كافة الأجهزة والوسائل الاعلامية والجهات المعنية، تحديد الفئات الجماهيرية المستهدفة من النشاط الاعلامي باتباع أسلوب التجزئة في تحديد هذه الفئات، وتحديد الأهداف الاعلامية المطلوبة بدقة وتقسيمها مرحلية وزمنية بحيث يشعر الناس بأن هناك مشكلة مرتبطة ارتباطا وثيقا بحياتهم وحياة أبنائهم وسلامتهم وسلامة المجتمع وأمنه. اختيار أفضل وسائل وأشكال الاتصال والمعلومات الملائمة لكل فئة من فئات الجمهور المستهدف واعداد المضامين الاعلامية والمعلوماتية التي ستقدم من خلال وسائل الاعلام بشكل عام والصحافة وسرد المعلومات بأسلوب موضوعي ودقيق، وبالاستعانة بخبراء الاعلاميين وتربويين واجتماعيين ونفسيين تتكامل جهودهم ورؤاهم في اعداد مادة اعلامية ايجابية يحقق نشرها وعرضها بالوسائل الاعلامية المختلفة أثارا ايجابية علي مستوي الفرد والأسرة والمجتمع والتوظيف الجيد للأشكال الصحفية والإذاعية والتلفزيونية التي يمكن أن تتكامل في تقديم الرسالة الاعلامية والتربوية الايجابية المستنيرة. والقيام بدراسات تحليلية مستمرة لكل ما تنشره وسائل الاعلام أو تعرضه أو تذيعه متعلقا بقضايا الاعاقة، وتخصيص دبلومات جامعية اعلامية تخصصية في مجال صحافة المعاقين، ودعوة مؤسسات المجتمع بشكل عام لدعم وتمويل مثل هذه المجلات المتخصصة، الدعوة لانشاء وزيادة مؤسسات جديدة تعمل في مجال الاعاقة وتشجيعها لاصدار مجلات اعلامية متخصصة. اعداد برامج وأنشطة تدريبية اعلامية صحافية متخصصة في النهاية لصالح

مبارك بن محمد الفاضل

مستشار إعلامي وتربوي

966554270042

Alfadel333@hotmail.com

www.ru-media.com

