

الاستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر

-دراسة وصفية تحليلية -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

تحت إشراف :

أ.د. عزوز أحمد

من إعداد:

بن سولة نورالدين

اللجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الدرجة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	مستغانم	أستاذ محاضر أ	بلحضري بلوفة
مشرفا ومقررا	وهران	أستاذ التعليم العالي	عزوز أحمد
مناقشا	مستغانم	أستاذة محاضرة أ	خالدي أمينة
مناقشا	مستغانم	أستاذة محاضرة أ	نفوسي مرتاض
مناقشا	وهران	أستاذ محاضر أ	. بومحراث بلخير

السنة الجامعية: 2015-2016

إه\_\_\_\_\_داء

أهدي هذا العمل إلى :

روح جدتي الطاهرة ، ووالديّ...

و زوجتي دنيا وأخي جيلالي وسليمان ...

إلى كل من علمني .

## كلمة شكر

أولاً الشكر والحمد لله سبحانه وتعالى الذي وفقنا لإنهاء هذا العمل ، ثم الشكر

إلى البروفيسور عزوز أحمد الذي لم ينخل علينا بأي مجهود في هذا العمل العلمي .

كما أتقدم بالشكر إلى الدكتور ابراهيم أحمد على دعمه وكل من : الأستاذة

بوعدة حسينة ، منصور خالد خوجة، بدر الدين مصطفى محمد زواقة، مي عبد الله

من لبنان، و وائل إسماعيل من مصر.

ونخالص الشكر إلى الأخت هنده و الأخصائين على مستوى مراكز ذوي

الاحتياجات الخاصة على رأسهم الأخت عائشة .

## الملخص:

أصبحت وسائل الإعلام والاتصال بمثابة مؤسسة اجتماعية قائمة بذاتها تساهم في إشباع حاجات الأفراد المختلفة بطرق تعويضية موازية للطرق الطبيعية ، غير أن الفروق الفردية والإختلاف في الحاجات النفسية والاجتماعية (السن ، الجنس ، المكانة الاجتماعية ..الخ) يؤدي إلى تباين سلوكيات الأفراد واهتماماتهم من حيث إشباع تلك الحاجات . وكشفت الدراسات النفسية والاجتماعية أن الإعاقة تخلق حاجات نفسية واجتماعية تستوجب إشباعها بطرق خاصة ، بمعنى أنه إضافة إلى السمات الشخصية والاجتماعية السابق ذكرها ، تتدخل الإعاقة كذلك في توجيه اهتمامات الأفراد وميولاتهم بغرض إشباع حاجاتهم .

و من هذا المنطلق تتبلور إشكالية دراستنا حول الاستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة في الجزائر ، وهي تهدف في الأساس إلى التعرف على سلوك ذوي الاحتياجات الخاصة في إطار علاقتهم بوسائل الإعلام .

وقد سطرنا لدراستنا خطة بحث مكونة من خمسة فصول بدءا بالفصل الأول ويتعلق بالإطار المنهجي للدراسة ، ثم الفصل الثاني ويتعلق بالإطار النظري للدراسة ، والفصل الثالث حول الحاجات والدوافع ، ثم الفصل الرابع حول ذوي الاحتياجات الخاصة ، والفصل الخامس يتناول الإطار الميداني للدراسة .

**الكلمات المفتاحية :** ذوي الاحتياجات الخاصة ، الحاجات والدوافع ، الجمهور ،

الاستخدامات والإشباعات .

## RESUME :

LE DEVELOPPEMENT DES MEDIA A GENERE UN ETABLISSEMENT SOCIAL CONTRIBUANT A SATISFAIRE LES DIFFERENTS BESOINS DES INDIVIDUS DE MANIERES COMPENSATOIRES ET PARALLELES A CELLES NATURELLES, MAIS LES DIFFERENCES INDIVIDUELLES DANS LES BESOINS PSYCHOLOGIQUES ET SOCIALES (AGE, SEXE, SITUATION SOCIALE, ETC...), MENENT VERS LES DIFFERENCES DANS LES COMPORTEMENTS DES INDIVIDUS ET LEURS INTERETS VIS-A-VIS DE CES BESOINS.

LES ETUDES PSYCHOLOGIQUES ET SOCIALES ONT DEMONTRE QUE L'HANDICAP GENERE DES BESOINS PSYCHOLOGIQUES ET SOCIAUX NECESSITANT L'ASSOUVISSEMENT D'UNE MANIERE SPECIALE, CA QUI VEUT DIRE, QU'EN PLUS DES CARACTERISTIQUES PERSONNELLES ET SOCIALES CITEES DESSUS, L'HANDICAP INFLUE SUR L'ORIENTATION DES INTERETS DES INDIVIDUS DANS LE BUT D'ASSOUVIR LEURS BESOINS.

A PARTIR DE LA, LA PROBLEMATIQUE DE NOTRE ETUDE PORTE SUR LES USAGES ET LES GRATIFICATIONS MEDIATIQUES CHEZ LES HANDICAPES EN ALGERIE, QUI VISE PRINCIPALEMENT LA CONNAISSANCE DE LEURS BESOINS DANS LE CADRE DE LEUR RELATION AVEC LES MEDIA.

POUR NOTRE ETUDE, NOUS AVONS ELABORE UN PLAN DE RECHERCHE REPARTI EN CINQ CHAPITRES : LE PREMIER PORTE SUR LE CADRE METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE, LE DEUXIEME, SUR LE VOLET THEORIQUE (USAGES ET GRATIFICATIONS) DE L'ETUDE, LE TROISIEME SUR LES BESOINS ET LES MOTIVATIONS ,LE QUATRIEME SUR LES HANDICAPES. LE CINQUIEME, PORTE SUR LE CADRE PRATIQUE DE L'ETUDE.

**MOTS CLES:** HANDICAPES , BESOINS ET MOTIFS , PUBLIC , USAGES ET GRATIFICATIONS .

## **SUMMARY :**

THE MASS MEDIA DEVELOPMENT LED TO A SOCIAL ESTABLISHING THAT CONTRIBUTED IN SATISFYING THE DIFFERENT NEEDS OF INDIVIDUALS IN SEVERAL WAYS, COMPENSATORY AND PARALLEL TO THE NATURAL ONES.

BUT, THE INDIVIDUALS DIFFERENCES IN PSYCHOLOGICAL AND SOCIAL NEEDS (AGE, GENDER, SOCIAL SITUATION, AND SO ON...) LEAD TO DIFFERENCES IN INDIVIDUALS BEHAVIORS AND THEIR INTEREST TOWARDS THESE NEEDS ,

THE PSYCHOLOGICAL AND SOCIAL STUDIES HAVE SHOWN THAT THE HANDICAP CAUSES PSYCHOLOGICAL AND SOCIAL NEEDS, NEEDING A SPECIAL SATISFYING. THAT MEANS THAT IN ADDITION TO PERSONAL AND SOCIAL CHARACTERISTICS, THE HANDICAP PLAYS A ROLE IN INDIVIDUALS INTERESTS DECISION IN ORDER TO SATISFY THEIR NEEDS.

FROM THIS, THE PROBLEMATIC OF OUR STUDY IS ABOUT INFORMATIVE USE AND GRATIFICATIONS OF HANDICAPPED IN ALGERIA, WHICH OBJECTIVE IS MAINLY THEIR NEEDS WITHIN THEIR RELATION WITH MEANS OF COMMUNICATION.

FOR OUR STUDY, WE HAVE ELABORATED A RESEARCH PLAN DIVIDED INTO FOUR CHAPTERS: THE FIRST IS ABOUT THE METHODOLOGICAL ASPECT OF THE STUDY. THE SECOND ON THE THEORETICAL STUDY. THE THIRD, ON THE NEEDS AND MOTIVES .THE FOURTH, ON THE HANDICAPPED PERSONS. THE FIFTH, ON THE PRACTICAL ASPECT OF THE” STUDY.

**KEY WORDS:** HANDICAPPED - NEEDS AND MOTIVES - THE PUBLIC - USASES AND GRATIFICATIONS .

## فهرس المحتويات:

الإهداء

الشكر

المخلص

I.....	فهرس المحتويات.....
	فهرس
II.....	الجدول.....
أ.....	مقدمة.....
5.....	1. الفصل الأول : الإطار المنهجي.....
5.....	1.1 إشكالية الدراسة .....
7.....	2.1 أهمية الموضوع :.....
7.....	3.1 فرضيات الدراسة:.....
8.....	4.1 أهداف الدراسة : .....
8.....	5.1 الدراسات السابقة.....
19.....	6.1 التعليق على الدراسات السابقة.....
21.....	7.1 منهج الدراسة وأدواتها:.....
25.....	8.1 العينة.....
27.....	9.1 تحديد المفاهيم:.....
31.....	2. الفصل الثاني : الإطار النظري.....
31.....	1.2 مرجعية تاريخية لبحوث الإعلام و الاتصال.....
44.....	2.2 الجمهور AUDIENCE:.....
52.....	3.2 خصائص وسمات الجمهور.....
58.....	4.2 مقترب الاستخدامات والإشباعات :USES & GRATIFICATIONS .....

63.....	5.2 الدراسات المؤسسة لمقترب الاستخدامات والإشباعات :
67.....	6.2 الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات:
69.....	7.2 الرد على الانتقادات:
71.....	3. الفصل الثالث: الحاجات والدوافع.....
71.....	1.3 مفهوم الحاجات:
74.....	2.3 تصنيف الحاجات:
77.....	3.3 خصائص الحاجات.....
79.....	4.3 مفهوم الدوافع:
81.....	5.3 تصنيف الدوافع:
86.....	6.3 علاقة الحاجات بالدوافع:
89.....	4. الفصل الرابع : مدخل لذوي الاحتياجات الخاصة.....
89.....	1.4 مفهوم الإعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة.....
91.....	2.4 تقسيمات ذوي الاحتياجات الخاصة ..
103.....	3.4 الخصائص السيكولوجية لذوي الاحتياجات الخاصة :
106.....	4.4 الحاجات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة :
110.....	5.4 دور وسائل الإعلام في إشباع حاجات ذوي الاحتياجات الخاصة.....
122.....	5. الإطار الميداني.....
170.....	1.5 محور البيانات العامة:
131.....	2.5 محور عادات الاستخدام والتعرض لوسائل الاعلام:
131.....	أ. الإعاقة البصرية.....
143.....	ب. الإعاقة السمعية.....
154.....	ت. الإعاقة الحركية.....

166.....	3.5 محور الإشباعات الإعلامية
167.....	أ.الإعاقة البصرية
170.....	ب.الإعاقة السمعية
173.....	ت.الإعاقة الحركية
176.....	4.5 محور التحليل الكيفي والكمي للنتائج
231.....	5.5 عرض النتائج حسب نوع الإعاقة
231.....	أ.الإعاقة البصرية
235.....	ب.الإعاقة السمعية
238.....	ج.الإعاقة الحركية
242.....	6.5 عرض النتائج العامة
242.....	خاتمة
245.....	المراجع
261.....	الملاحق

## فهرس الجداول:

- جدول رقم (01) يوضح توزيع العينة حسب الجنس.....170
- جدول رقم (02) يوضح توزيع العينة حسب السن .....124
- جدول رقم (03) يوضح توزيع العينة حسب الولاية .....125
- جدول رقم (04) يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي .....127
- جدول رقم (05) يوضح توزيع العينة حسب الحالة الإجتماعية.....128
- جدول رقم (06) يوضح توزيع العينة حسب الوضعية المهنية.....129
- جدول رقم (07) يوضح توزيع العينة حسب نوع الإعاقة.....130
- جدول رقم (08) يبين تعرض المعاقين بصريا لكل وسيلة إعلامية.....131
- جدول رقم (09) يبين أسباب عدم تعرض المعاقين بصريا لوسائل الإعلام.....132
- جدول رقم (10) يبين شدة تعرض المعاقين بصريا لوسائل الإعلام.....133
- جدول رقم (11) يبين العادات الوقتية لاستخدام المعاقين بصريا لوسائل الإعلام.....134
- جدول رقم (12) يبين مدة تعرض المعاقين بصريا لوسائل الإعلام.....136
- جدول رقم (13) يبين نسبة متابعة المعاقين بصريا للمواد الإعلامية عبر الجريدة حسب طبيعتها.....138
- جدول رقم (14) يبين نسبة متابعة المعاقين بصريا للمواد الإعلامية عبر الإذاعة حسب طبيعتها.....139
- جدول رقم (15) يبين نسبة متابعة المعاقين بصريا للمواد الإعلامية عبر التلفزيون حسب طبيعتها.....140
- جدول رقم (16) يبين نسبة استخدام المعاقين بصريا لمواقع الأنترنت حسب طبيعتها.....141
- جدول رقم (17) يبين نسبة متابعة المعاقين بصريا للقنوات الإذاعية حسب طبيعتها.....142
- جدول رقم (18) يبين نسبة متابعة المعاقين بصريا للقنوات التلفزيونية حسب طبيعتها.....142

- جدول رقم (19) يبين نسبة تعرض المعاقين سمعيا لكل وسيلة إعلامية.....143.
- جدول رقم (20) يبين أسباب عدم تعرض المعاقين سمعيا لوسائل الإعلام.....144.
- جدول رقم (21) يبين شدة تعرض المعاقين سمعيا لوسائل الإعلام.....145.
- جدول رقم (22) يبين العادات الوقتية لاستخدام المعاقين سمعيا ووسائل الإعلام.....146.
- جدول رقم (23) يبين مدة تعرض المعاقين سمعيا لوسائل الإعلام.....148.
- جدول رقم (24) يبين نسبة متابعة المعاقين سمعيا للمواد الإعلامية عبر الجريدة حسب طبيعتها.....150.
- جدول رقم (25) يبين نسبة متابعة المعاقين سمعيا للمواد الإعلامية عبر الإذاعة حسب طبيعتها.....150.
- جدول رقم (26) يبين نسبة متابعة المعاقين سمعيا للمواد الإعلامية عبر التلفزيون حسب طبيعتها.....151.
- جدول رقم (27) يبين نسبة استخدام المعاقين سمعيا لمواقع الأنترنت حسب طبيعتها.....152.
- جدول رقم (28) يبين نسبة متابعة المعاقين سمعيا للقنوات الإذاعية حسب طبيعتها.....153.
- جدول رقم (29) يبين نسبة متابعة المعاقين سمعيا للقنوات التلفزيونية حسب طبيعتها.....153.
- جدول رقم (30) يبين نسبة تعرض المعاقين حركيا لكل وسيلة إعلامية.....154.
- جدول رقم (31) يبين أسباب عدم تعرض المعاقين حركيا لوسائل الإعلام.....155.
- جدول رقم (32) يبين شدة تعرض المعاقين حركيا لوسائل الإعلام.....156.
- جدول رقم (33) يبين العادات الوقتية لاستخدام المعاقين حركيا لوسائل الإعلام.....157.
- جدول رقم (34) يبين مدة تعرض المعاقين حركيا لوسائل الإعلام.....159.

- جدول رقم (35) يبين نسبة متابعة المعاقين حركيا للمواد الإعلامية عبر الجريدة حسب طبيعتها.....160.
- جدول رقم (36) يبين نسبة متابعة المعاقين حركيا للمواد الإعلامية عبر الإذاعة حسب طبيعتها.....161.
- جدول رقم (37) يبين نسبة متابعة المعاقين حركيا للمواد الإعلامية عبر التلفزيون حسب طبيعتها.....162.
- جدول رقم (38) يبين نسبة استخدام المعاقين حركيا لمواقع الأنترنت حسب طبيعتها.....163.
- جدول رقم (39) يبين نسبة متابعة المعاقين حركيا للقنوات الإذاعية حسب طبيعتها.....163.
- جدول رقم (40) يبين نسبة متابعة المعاقين حركيا للقنوات التلفزيونية حسب طبيعتها.....165.
- جدول رقم (41) حول أثر تلقي ذوي الإعاقة البصرية لمادة إعلامية حول ذوي الاحتياجات الخاصة.....167.
- جدول رقم (42) يبين الإشباكات المحققة من استخدام وسائل الإعلام لذوي الإعاقة البصرية.....168.
- جدول رقم (43) حول أثر تلقي ذوي الإعاقة السمعية لمادة إعلامية حول ذوي الاحتياجات الخاصة.....170.
- جدول رقم (44) يبين الإشباكات المحققة من استخدام وسائل الإعلام لذوي الإعاقة السمعية.....171.
- جدول رقم (45) حول أثر تلقي ذوي الإعاقة الحركية لمادة إعلامية حول ذوي الاحتياجات الخاصة.....173.
- جدول رقم (46) يبين الإشباكات المحققة من استخدام وسائل الإعلام لذوي الإعاقة الحركية.....174.
- جدول رقم (47) يبين العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير الجنس.....176.

- جدول رقم (48) يبين العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير السن ..... 178.
- جدول رقم (49) يبين العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير المستوى التعليمي .... 179.
- جدول رقم (50) يبين العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير الحالة الاجتماعية .... 182.
- جدول رقم (51) العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير الوضعية المهنية..... 184
- جدول رقم (52) يُبين علاقة متغير الجنس بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في  
الجريدة..... 185.
- جدول رقم (53) يُبين علاقة متغير السن بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في  
الجريدة..... 187.
- جدول رقم (54) يُبين علاقة متغير المستوى التعليمي بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة  
في الجريدة..... 189.
- جدول رقم (55) يُبين علاقة متغير الحالة الاجتماعية بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة  
في الجريدة..... 190.
- جدول رقم (56) يُبين علاقة متغير الوضعية المهنية بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في  
الجريدة..... 193.
- جدول رقم (57) يُبين علاقة متغير الجنس بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في  
الإذاعة..... 194.
- جدول رقم (58) يُبين علاقة متغير السن بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في  
الإذاعة..... 196.
- جدول رقم (59) يُبين علاقة متغير المستوى التعليمي بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة  
في الإذاعة..... 197.
- جدول رقم (60) يُبين علاقة متغير الحالة الاجتماعية بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة  
في الإذاعة..... 200.

- جدول رقم (61) يُبين علاقة مُتغير الوضعية المهنية بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في الإذاعة.....202
- جدول رقم (62) يُبين علاقة مُتغير الجنس بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في التلفزيون.....204
- جدول رقم (63) يُبين علاقة مُتغير السن بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في التلفزيون.....206
- جدول رقم (64) يُبين علاقة مُتغير المستوى التعليمي بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في التلفزيون.....208
- جدول رقم (65) يُبين علاقة مُتغير الحالة الإجتماعية بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في التلفزيون.....210
- جدول رقم (66) يُبين علاقة مُتغير الوضعية المهنية بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في التلفزيون.....212
- جدول رقم (67) يُبين علاقة مُتغير الجنس بطبيعة المواقع المُتابعة في الأنترنت.....214
- جدول رقم (68) يُبين علاقة مُتغير السن بطبيعة المواقع المُتابعة في الأنترنت.....216
- جدول رقم (69) يُبين علاقة مُتغير المستوى التعليمي بطبيعة المواقع المُتابعة في الأنترنت.....218
- جدول رقم (70) يُبين علاقة مُتغير الحالة الإجتماعية بطبيعة المواقع المُتابعة في الأنترنت.....220
- جدول رقم (71) يُبين علاقة مُتغير الوضعية المهنية بطبيعة المواقع المُتابعة في الأنترنت.....222
- جدول رقم (72) يُبين علاقة السمات الفردية بالإشباعات المُحققة في الجريدة.....224
- جدول رقم (73) يُبين علاقة السمات الفردية بالإشباعات المُحققة في الإذاعة.....225
- جدول رقم (74) يُبين علاقة السمات الفردية بالإشباعات المُحققة في التلفزيون.....227

جدول رقم (75) يُبين علاقة السمات الفردية بالإشباع المُحققة في الأُترنت.....228

جدول رقم (76) يُبين نسبة اهتمام الإعلام الجزائري بذوي الاحتياجات الخاصة :.....230

## مقدمة:

نظرا للتطور المذهل للتكنولوجيا التي شملت وسائل الإعلام وعظم دورها في المجتمع، أضحت 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 تعاضم 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 ، والتي اخترناها لتكون موضوع دراستنا نظرا لخصوصيتها في المجتمعات بصفة عامة والمجتمع الجزائري بصفة خاصة ، حيث تسعى الدراسة في البحث عن الاستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الإحتياجات الخاصة

الجزائرية، من خلال التعرف على عادات الإستخدام لوسائل الإعلام من طرف هذه الفئة ، وفي المقابل الإشباعات المُحققة من وراء هذا الإستخدام ومدى تدخل المتغيرات الشخصية لذوي الإحتياجات الخاصة في علاقتهم مع وسائل الإعلام .

وللقيام بهذه الدراسة سطرنا خطة بحث مكونة من خمسة فصول على النحو التالي:

-الفصل الأول ويتمثل في الإطار المنهجي ، ويتناول العناصر المنهجية على

غرار الإشكالية ،الفرضيات ، عينة الدراسة، منهج الدراسة وأدواتها ،إضافة إلى تحديد

المفاهيم الإجرائية للدراسة .

-الفصل الثاني ويتمثل في الإطار النظري للدراسة ، وفيه تناولنا سبعة

عناصر ، بدءا بالمرجعية التاريخية لبحوث الإعلام والاتصال ، ثم تعرضنا للجمهور

وخصائصه وسماته في عنصرين ، ثم مقترح الإستخدامات والإشباعات ، والدراسات المؤسسة

له والانتقادات الموجهة له ، والرد على الإنتقادات .

-الفصل الثالث الذي جاء بعنوان الحاجات والدوافع ، يتناول سبعة عناصر

تتعلق بالحاجات والدوافع على غرار مفهوم كل من الحاجات والدوافع وأقسامهما ، والعلاقة بين

كل من الحاجات والدوافع ، كما يتناول دور الإعلام في إشباع الحاجات والدوافع .

-الفصل الرابع جاء بعنوان "مدخل لذوي الإحتياجات الخاصة " وفيه تناولنا

مفهوم وتقسيمات ذوي الإحتياجات الخاصة ، الخصائص السيكولوجية لهاته الفئة ، حاجات

وإشباعات هاته الفئة .

و الإطار الميداني للدراسة الذي يتناول أربع محاور وهي ، محور البيانات العامة أين يتم عرض أهم البيانات المتعلقة بأفراد العنية على غرار الجنس ، السن ، المستوى التعليمي ، الحالة الإجتماعية ، الوضعية المهنية ، نوع الإعاقة ، العنصر الثاني يتعلق بعادات الإستخدام والتعرض لوسائل الإعلام لكل من المعاقين بصريا ، سمعيا ، وحركيا وحسب كل وسيلة إعلامية ، والعنصر الثالث يتعلق بالإشباع لكل إعاقة كذلك وحسب كل وسيلة إعلامية ، ومحور التحليل الكيفي والكمي للنتائج ، أين يتم البحث في مدى تأثير متغيرات السمات الشخصية في توجيه سلوك الإستخدام والتعرض لوسائل الإعلام والإشباع المحققة منها ، ثم عرض النتائج الأولية لكل إعاقة ، ثم النتائج العامة والخاتمة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

## 1. الفصل الأول : الإطار المنهجي

### 1.1 إشكالية الدراسة

سمح التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال بتجاوز الكثير من العقبات التي فرضتها الإعاقة ، فظهور الراديو سمح بتجاوز الإعاقة البصرية ، والتلفزيون سمح بتجاوز كل من الإعاقة السمعية والبصرية ، كما سمحت الانترنت بتقليص معاناة المعاقين من خلال ما تقدمه من خدمات تستجيب لحق ذوي الإعاقة المعرفي والفكري والإعلامي ، لذلك نجد أن علاقة الإعلام بالإعاقة حظيت باهتمام في ميدان بحوث ودراسات الإعلام من عدة زوايا ، سواء باعتبار الإعاقة كموضوع اجتماعي يجب أن ينال حظه في وسائل الإعلام ، والعمل على تكريس صورة نمطية إيجابية حول ذوي الإعاقة من خلال احترام قدرات هاته الفئة<sup>1</sup> ، أو من المنظور المهني الذي يتمثل في حق ذوي الإعاقة في اقتحام الإعلام مهنيا وإشراكهم في كل مراحل الإنتاج الإعلامي<sup>2</sup>.

في حين أننا نتناول في هذه الدراسة ذوي الإعاقة كجمهور لوسائل الإعلام له حاجات ومتطلبات إعلامية تفرض عليه استخدامات خاصة تستوجب تكييف المضامين الإعلامية وفقها لتحقيق الإشباعات و مختلف الأهداف سواء أهداف اجتماعية أو غيرها ، فللتعرف على

<sup>1</sup> ينظر، عبد الناصر فتاح الله. الإعاقة والإعلام :محددات العلاقة وأساليب التصحيح. ورقة عمل مقدمة في الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة "الإعلام والإعاقة علاقة تفاعلية ومسئولية متبادلة ". الجمعية الخليجية للإعاقة بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين .مملكة البحرين.06- 08مارس 2007.

<sup>2</sup> . Aline mandrilly-john ,traduction:Roland Baghnyan,Handicap Et Média Ouest-Africain.Cesiph.p08.

احتياجات المعاقين ودوافع تعرضهم ، ودرجة تعرضهم لوسائل الاعلام تُعد ضرورة ملحة

للاستفادة من تلك الوسائل في رعايتهم وتوجيههم، ووضع البرامج والخطط الاعلامية<sup>1</sup>،

على ضوء ما سبق جاءت إشكالية هذه الدراسة كالتالي: ماهي الاستخدامات

والإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة الجزائرية؟.

وتتطوي تحتها الأسئلة الفرعية التالية :

- ماهي الوسائل الإعلامية الأكثر جذبا لاهتمام ذوي الاحتياجات الخاصة الجزائرية؟
- ما هي المضامين الإعلامية التي تجذب ذوي الاحتياجات الخاصة الجزائرية؟
- ماهي الإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة الجزائرية؟
- ماهو موقع ذوي الاحتياجات الخاصة من الإعلام الجزائري خارج نطاق المناسباتية؟\*
- هل المعاق الجزائري يتابع المضامين الإعلامية الجزائرية أم أنه يلجأ للإعلام الأجنبي والعربي؟

<sup>1</sup> . يُنظر،حمود بن احمد الخميس ،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 تفاعلية ومسئولية متبادلة".الجمعية الخليجية للإعاقة بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين .مملكة البحرين.06- 08مارس 2007.ص 02.

\* وصفت ورقة الدكتور خالد القحص بعنوان « الإعلام والإعاقة: علاقة تفاعلية ومسئولية متبادلة » مقدمة إلى الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة في مارس 2008 ،أسلوب وسائل الإعلام في التعامل مع قضايا المعاقين بالمناسباتية ،أي أنها تناول قضايا الإعاقة بحسب المناسبات التي يتم عقدها والأنشطة التي تقوم بها الجمعيات ذات الصلة بالمعاقين.

## 2.1 أهمية الموضوع :

مما سبق تتضح أهمية الدراسة كالتالي :

- تُمكن من الحصول على بيانات تتعلق بعادات الاستخدام والتعرض لوسائل الإعلام من طرف ذوي الاحتياجات الخاصة الجزائرية ، الأمر الذي يمكن استغلاله في حملات إعلامية خاصة بهذه الفئة في خضم مختلف الأهداف الاجتماعية والاقتصادية أو غيرها .

- تدعيم الرصيد العلمي بدراسات تتناول ذوي الاحتياجات الخاصة من منظور إعلامي ، في ظل تزايد الاهتمام بهاته الفئة في مختلف الدول من جهة ، وتطور بحوث الإعلام والاتصال خاصة دراسات الجمهور .

## 3.1 فرضيات الدراسة:

لمعالجة إشكالية بحثنا اعتمدنا على الفرضيات التالية:

- (1) تتدخل السمات الشخصية لذوي الاحتياجات الخاصة في استخدامات وسائل الإعلام والإشباعات المُحققة منها .
- (2) الإعاقة ليست السبب الرئيسي في عزوف ذوي الإحتياجات الخاصة من التعرض لوسائل الإعلام بل هناك أسباب أخرى .

3) يلجأ ذوو الاحتياجات الخاصة الجزائريون للإعلام العربي والأجنبي لإشباع

حاجاتهم الإعلامية.

#### 4.1 أهداف الدراسة :

ترمي الدراسة إلى عدة أهداف نوجزها فيما يلي :

- التعرف على استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة الجزائرية لوسائل الإعلام .
- ترتيب المضامين الإعلامية وفق اهتمام ذوي الاحتياجات الخاصة الجزائرية وحسب مجالاتها الترفيهية ، التعليمية ، الثقافية ، التربوية ، إخبارية... الخ.
- تحديد نسبة متابعة ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الجزائري .
- التعرف على دور متغيرات السمات الشخصية في توجيه الاستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة .

#### 5.1 الدراسات السابقة:

### دراسات حول ذوي الاحتياجات الخاصة (المعاقين)

1) دراسة رامي أسعد ابراهيم نتيل و محمد وفائي بعنوان : "السمات المميزة لشخصيات

المعاقين سمعيا وبصريا وحركيا في ضوء بعض المتغيرات " <sup>1</sup> ، حيث انطلق الباحثان من

<sup>1</sup> . رامي أسعد ابراهيم نتيل ، محمد وفائي . السمات المميزة لشخصيات المعاقين سمعيا وبصريا وحركيا في ضوء بعض المتغيرات . مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية). غزة ، فلسطين. 2007. ص 875.

الإشكالية التالية : ما السمات المميزة لشخصيات المعاقين سمعيا وبصريا وحركيا في ضوء بعض المتغيرات ؟

هدفت الدراسة للكشف عن أهم السمات المميزة لشخصيات المعاقين سمعيا وبصريا وحركيا في ضوء بعض المتغيرات وهي الجنس ، ونوع الإعاقة سمعية ، بصرية ، حركية ، والسن ، والمستوى التعليمي .

وقام الباحثان بتوزيع استمارة على عينة قصدية مشكلة من 577 معاق وهي تمثل نسبة 10% من مجتمع البحث الكلي (العدد الكلي للمعاقين ) ، منهم 192 معاق سمعي ، 213 معاق بصري ، 172 معاق حركي .<sup>1</sup>

وتوصل الباحثان من خلال الدراسة إلى تحديد جملة من السمات الخاصة بكل فئة من فئة المعاقين حسب نوع الإعاقة سمعيا ، بصريا ، حركيا .

وفيما يلي نعرض أهم النتائج المتوصل إليها :

- يتميز المعاقين سمعيا بالعدوانية بشكل كبير ، ثم تلتها سمات الثقة بالنفس ، الخجل ، والتفاؤل والثقة بالآخرين والأمن والطمأنينة ، وأرجع الباحثان ذلك إلى حب الظهور وإبراز الذات لدى المعاقين سمعيا ، وحجم مقدرتهم على التعبير عن أنفسهم بالكلام مما يضطرهم إلى استخدام وسائل وطرق أخرى للتواصل ، أو لعدم فهم الآخرين لهم أحيانا

<sup>1</sup> . يُنظر، رامي أسعد ابراهيم نتيل ، محمد وفائي . السمات المميزة لشخصيات المعاقين سمعيا وبصريا وحركيا في ضوء بعض المتغيرات . . ص 875 .

مما يولد لديهم شعور بالكبت والنقص فيصبحون أكثر حساسية وقلق مما يدفعهم بالتصرف بعدوانية.

- كذلك بالنسبة للمعاقين بصريا يشتركون في خاصية العدوانية والخجل ، والتفاؤل والثقة بالآخرين ، وأرجع الباحثان ذلك إلى جهل الكفيف لما حوله ، مما يولد لديه الخوف والقلق ، ويخلق في نفسه شعور بالكبت والحيرة ونتج ويدفعه ذلك ليكون عدوانيا ، غير أن الباحثان توصلا إلى أن المعاقين بصريا في غزة أكثر اجتماعية وتفاعلية بالمجتمع الخارجي مقارنة مع المعاقين سمعيا ، وارجعا ذلك إلى وجود جمعيات كثيرة في غزة تقدم خدمات للمعاقين وبرامج تدريبية وتعليمية ، مما يدفع الكفيف للخروج إلى تلك الجمعيات لطلب المساعدات وتلقي الخدمات ، زيادة على ذلك تميز المعاقون بصريا بالالتزام ديني بشكل بارز ، حيث أن الكثير منهم متخصص بمجال الشريعة ، وأصول الدين ومنهم أئمة مساجد .

- نفس الخاصية بالنسبة للمعاقين حركيا حيث احتلت العدوانية أولى السمات النفسية لديهم ، زيادة على الخجل والثقة بالآخرين والتفاؤل والأمن والطمأنينة ، وأرجع الباحثان ذلك إلى شعور المعاقين حركيا بأن المجتمع ينظر إليهم بنظرة دونية واحتقار .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> . يُنظر، رامي أسعد ابراهيم نتيل ، محمد وفائي .السمات المميزة لشخصيات المعاقين سمعيا وبصريا وحركيا في ضوء بعض المتغيرات. ص ص 913-918.

(2) دراسة عبد الرحمن سيد سليمان بعنوان: " الحاجات الإرشادية للأطفال المعاقين " <sup>1</sup>

و تهدف إلى بلورة إطار نظري عن الحاجات الإرشادية واستراتيجيات الإرشاد النفسي لفئات خاصة من الأفراد غير العاديين هم الطلاب المعاقون سواء كانوا أطفالا أو شبابا كما شملت الدراسة أربع إعاقات وهي : البصرية ، السمعية ، العقلية ، صعوبات التعلم .

وتوصل الباحث في دراسته إلى ثلاث طرق إرشادية تستخدم بنجاح مع الطلاب ذوي

الإعاقات السابقة الذكر وهي العلاج النفسي بالقراءة BIBLIOTHERAPY ، لعب الدور ROLE

PLAYING ، والأنشطة والفنون ACTIVITIES AND ART IN COUNSELING <sup>2</sup>.

### دراسات حول الإعلام وذوي الاحتياجات الخاصة

(3) دراسة عبد الرزاق أمقران بعنوان "صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الخطاب

الإعلامي الجزائري" <sup>3</sup>: قام الباحث في دراسته التي كانت تهدف إلى التعرف عن الصورة التي

يرسمها الإعلام الجزائري عن ذوي الاحتياجات الخاصة ، من خلال تحليل مقالين الأول من

---

<sup>1</sup> . عبد الرحمن سيد سليمان. الحاجات الإرشادية للأطفال المعاقين: بحوث ودراسات في سيكولوجية الإعاقة. القاهرة. مكتبة زهراء الشرق. 2001. طبعة 01. ص ص 139-180.

<sup>2</sup> . يُنظر، عبد الرحمن سيد سليمان. الحاجات الإرشادية للأطفال المعاقين: بحوث ودراسات في سيكولوجية الإعاقة. ص ص 139-180.

<sup>3</sup> عبد الرزاق أمقران .في سوسيولوجيا المجتمع : "صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الخطاب الإعلامي الجزائري ". المكتبة المصرية. 2008. ص ص 198-221.

جريدة الخبر الذي جاء بعنوان " مأساة عجز ترعى خمسة من أبنائها المعاقين " ، ومقال

ثاني من جريدة الشروق بعنوان "منحني هذا الشرف...تقبيل قدميك ! " <sup>1</sup>.

انطلق الباحث من ثلاث فرضيات وهي:

1. يقدم الخطاب الإعلامي الجزائري ذوي الاحتياجات الخاصة كفاعلين تابعين .
2. القيم التي يستحضرها الخطاب الإعلامي الجزائري تهتم بالأطراف الاجتماعية المرتبطة بذوي الحاجات الخاصة أكثر مما تصف واقعها.
3. يقدم الخطاب الإعلامي الجزائري ذوي الاحتياجات الخاصة في قالب استعراضي ، وقد أكدت نتائج الدراسة الفرضيات حيث ركز الخطاب الإعلامي في المقال الأول المنشور في جريدة الخبر على إبراز الأم كفاعل رئيسي لحضور قوي ، بالمقابل يقدم الأبناء الخمسة كطرف تابع لم يظهر كفاعل حقيقي .

كما احتل المجتمع حيزا مهما في الخطاب الإعلامي بالمقالين رغم الاختلاف الذي صور المجتمع في كل من المقالين ، فمقال الخبر صور المجتمع على أنه كريم مؤمن ومتعاطف بحالة أم المعاقين الخمس ، في حين اتهم المقال المنشور بجريدة الشروق المجتمع باللامبالاة والممارسات اللاأخلاقية وغيرها . كما توصل الباحث من تحليله لكل من المقالين أن الصحفيين

<sup>1</sup> . يُنظر، عبد الرزاق أمقران .في سوسيولوجيا المجتمع :صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الخطاب الإعلامي الجزائري.نفس المرجع.ص ص 198-221.

كاتبي المقالين قاما بالظهور كفاعلين يملكان قسطاً من الأهمية ، حيث ظهر أحدهما كفاعل خير والثاني رشح نفسه لأن يكون لابن العجوز<sup>1</sup>.

و أكد التحليل الفرضية الثالثة التي ترى أن الإعلام الجزائري يقدم ذوي الاحتياجات الخاصة في قالب استعراضي ، حيث حضرت الأم في المقال الأول بشكل قوي وظهر الأبناء المعاقون بشكل محتشم أقرب منه إلى الغياب منه إلى الحضور ، فقد ارتبطت المأساة بالأم وليس المعاقين الذين صورهم المقال على أنهم تجسيد لمعاناة الأم<sup>2</sup>.

4) دراسة لعلي بن شويل القرني بعنوان : "اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي

الاحتياجات الخاصة : دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام

السعودية"<sup>3</sup> حيث تناقش الدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام وموضوعات وقضايا ذوي

الاحتياجات الخاصة ، أو بمعنى آخر تسعى الدراسة لتقصي اتجاهات الأسرة الإعلامية في

المملكة العربية السعودية نحو الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة ، للتعرف على علاقة هذه

الاتجاهات بالصورة التي ترسمها وسائل الإعلام عن هذه الفئة .

---

<sup>1</sup> يُنظر، عبد الرزاق أمقران .في سوسيولوجيا المجتمع : "صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الخطاب الإعلامي الجزائري . ص 198-221.

<sup>2</sup> . يُنظر، عبد الرزاق أمقران .في سوسيولوجيا المجتمع : "صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الخطاب الإعلامي الجزائري . ص ص 198-221.

<sup>3</sup> علي بن شويل القرني .اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة . دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية: بحث مقدم للملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة عن "الإعلام والإعاقة " . المكتبة الإلكترونية .مملكة البحرين.2007.ص 2.

اعتمد الباحث من خلال دراسته على المنهج المسحي على عينة بلغت 141 مفردة من الأسرة الإعلامية بما فيه الإعلام المقروء والمسموع والمرئي بالمملكة السعودية .  
وتوصلت الدراسة إلى أن اهتمام وسائل الإعلام بالمملكة السعودية في مجمله محدود ،  
ويأتي التلفزيون في مقدمة الوسائل التي تعطي اهتماما بهذه الفئة ، تليها الصحافة ثم  
الانترنت ، وتقدمت الإعاقة الحركية (الجسدية) على باقي الإعاقات ، وتقدمت 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  
بالإيجابية ، كما أن متوسط اتجاهات الإعلاميين يشير إلى توجهات إيجابية نحو ذوي  
الاحتياجات الخاصة.<sup>1</sup>

##### 5) دراسة سهير صالح إبراهيم تحت عنوان: « الاحتياجات الإعلامية والثقافية

للمعاقين من برامج التلفزيون <sup>2</sup> » : حيث تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على احتياجات  
المعاقين المصريين الإعلامية على قنواته التلفزيونية الثمانية الأرضية ، وهي الدراسة  
الأولى من نوعها في مصر ومن أوائل الدراسات في الوطن العربي من حيث تناولها لدور  
وسائل الإعلام في حياة المعاقين .

<sup>1</sup> . يُنظر، علي بن شويل القرني . اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة . دراسة مسحية عن الصورة  
والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية: بحث مقدم للملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة عن "الإعلام والإعاقة" .  
المكتبة الإلكترونية .مملكة البحرين.2007.ص 2.  
<sup>2</sup> . سهير صالح إبراهيم.الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون.مجلة الفن الإذاعي .عدد 01 ,ص ص  
159-168.

وهي من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تحديد احتياجات المعاقين من البرامج

التلفزيونية معتمدة على المنهج المسحي من خلال :

- مسح لعينة من البرامج التلفزيونية .

- مسح لجمهور هذه البرامج والمشكل من المعاقين المصريين .

وقد تناولت الدراسة عينتين الأولى ميدانية والثانية تحليلية ، حيث طبقت الدراسة

الميدانية على عينة طبقية من مجتمع بشري مشكل من المعاقين المصريين في محافظتي

القاهرة والجيزة ، وقد تكونت العينة الميدانية من 400 مفردة شملت أربعة أنواع للإعاقة وهي

الإعاقة الحركية والسمعية والبصرية والذهنية بواقع 100 مفردة لكل نوع.

أما العينة التحليلية فقد قامت الباحثة بتحليل مضمون عينة من مجتمع برامجي

المخصص للمعاقين المصريين في القنوات الثمانية الأرضية للتلفزيون المصري ، لدورة كاملة

مدتها ثلاثة أشهر متتالية بدأت من أول أبريل 2003 وحتى نهاية جوان 2003 ، وتم فيها

تحليل مضمون 84 حلقة من 10 برامج مخصصة لفئة المعاقين والتي بلغت مدتها حوالي 38

ساعة من خلال القنوات الثمانية الأرضية للتلفزيون المصري.

أما عن الإطار النظري فقد تناولت الباحثة كل من نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية

الاعتماد على وسائل الإعلام<sup>1</sup>.

وتوصلت إلى النتائج التالية :

<sup>1</sup> يُنظر، سهير صالح إبراهيم. الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون. مجلة الفن الإذاعي.. ص ص

أ. نتائج تحليلية: وفيها قامت الباحثة بتحديد المدة التي قام فيها التلفزيون المصري ببحث برامج تناولت مواضيع حول الإعاقة والمعاقين وترتيب القنوات الثمانية حسب أكبر مدة عرض لبرامج القضايا التي تهم المعاقين بالإضافة إلى التطرق إلى نسبة اللغة المستخدمة في هذه البرامج من العامية إلى الفصحى .

- سجلت المواضيع الترفيهية أعلى نسبة في المواضيع التي تناولتها برامج المعاقين بغرض التخفيف وتسلية المعاقين ، تليها في المرتبة الثانية المواضيع التعليمية من خلال التطرق للمدارس والمراكز التي تكون وتعلم المعاقين ، تليها في المرتبة الثالثة المواضيع الاجتماعية التي تهدف لدمج المعاق في المجتمع والأسرة من خلال عرض نجاحاتهم وتفوقهم .

- جاء على رأس احتياجات المعاقين التي سعت البرامج التلفزيونية لإشباعها هي الحاجة للتعليم والتدريب ، ثم الحاجة لتوفير وسائل ثقافية ومعرفية وذلك لجعل المعاق على صلة بالمجتمع والعالم ، ثم الحاجة للترفيه والحاجة للتكيف والمشاركة الاجتماعية ثم الحاجة لتوفير مساعدات مادية وأجهزة طبية<sup>1</sup> .

- جاءت المضامين الإعلامية بالبرامج التلفزيونية المخصصة للمعاقين موجهة لجمهور المعاقين في المرتبة الأولى ثم يليها الجمهور العام بهدف تعريفه بقضايا المعاقين ونشر الوعي حولها لتخصيص رعاية واهتمام لهاته الفئة .

<sup>1</sup> يُنظر، سهير صالح إبراهيم. الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون. مجلة الفن الإذاعي . ص ص 159-168.

- حظيت فئة المعاقين سمعياً بأكبر نسبة مشاركة للمعاقين في البرامج المخصصة

للمعاقين تليها فئة المعاقون ذهنياً ثم الإعاقة الحركية .

#### ب. النتائج الميدانية:

- أظهرت النتائج أن معدلات متابعة المعاقون لبرامجهم بلغت 63%.

- جاءت المواد الدرامية من مسلسلات وأفلام على رأس اهتمامات جمهور المعاقون تليها

البرامج الدينية ثم الرياضية والمنوعات والأخبار .

- الحاجة للتسلية على رأس احتياجات المعاقون ، تليها حاجة المعرفة والتعلم وفي الأخير

حصلت الحاجة للنسيان والإسترخاء على أقل نسبة .

- كشفت الأرقام أن جمهور المعاقون يعتمد على التلفزيون بشكل شبه تام للحصول على

المعلومات كوسيلة إعلامية مقارنة بالوسائل الأخرى ، يليه الراديو ثم الصحف والمجلات ،

وذلك لعدة أسباب منها أنه يفسر الأحداث ويوسع معارفهم ويساعدهم على الاندماج في

المجتمع ورفع روحهم المعنوية.

- أظهرت الدراسة أن نسبة 31 % من المعاقين يرون أن صورة المعاق في البرامج التلفزيونية

مبالغ فيها حيث تصورهم في شكل سلبي وغير حقيقي في حين رأت نسبة 29,2 % أنها

صورة حقيقية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> . يُنظر، سهير صالح إبراهيم. الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون. مجلة الفن الإذاعي . ص ص

-أبدى المعاقون إعجابهم بالبرامج المخصصة لهم لأنها تطرح انشغالات حقيقية حولهم ، وتقدم نماذج مشرفة لهم ، كما صرح 58% من مفردات العينة على توقيت البرامج المخصصة لهم مناسب إلى حد ما ، أما 21% غير مناسب في حن ذكرت 17% فقط على أنها مناسبة ، مما يدفع بضرورة إعادة النظر في توقيت البرامج لما يتناسب مع الفئة المقصودة من هاته البرامج وهي فئة المعوقين .

-أظهرت الدراسة مجموعة من الاحتياجات حيث يرى المعاقون ضرورة إشباعها من طرف التلفزيون وشملت هذه الاحتياجات مساعدة المعاق على التوافق النفسي والاجتماعي ، وتعريفه بالنماذج المشرفة من المعاقين لرفع روحه المعنوية وإعطاء إرشادات لمواجهة احتياجاته الخاصة .

-كشفت النتائج عن رغبة المعاقين في أن تقدم برامجهم التلفزيونية من طرف معاق لتكون لديه مقدرة أكثر في التعبير عن قضاياهم .

-حاجة المعاقين في أن تخصص برامج خاصة بالأطفال المعاقين.<sup>1</sup>

**6) دراسة محمد رضا أحمد بعنوان : " استخدامات الصم والبكم للبرامج التلفزيونية**

**المترجمة بلغة الإشارة والإشباع المتحققة منها " <sup>2</sup> ، وهدفت الدراسة إلى تحديد أنماط**

<sup>1</sup> يُنظر، سهير صالح إبراهيم.الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون.مجلة الفن الإذاعي .ص ص 159-168.

<sup>2</sup> محمد معوض إبراهيم ، اعتماد خلف معبد وآخرون.الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة . القاهرة دار الكتاب الحديث.ص ص 277-278.

مشاهدة الصم والبكم للتلفزيون ، وأنماط مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية المترجمة إلى لغة الإشارة وكيفية مشاهدتهم ، ومدى فهمهم لها ، ومجالات استخدام الصم للمعلومات المكتسبة من البرامج التي يشاهدونها .

واستخدمت الدراسة منهج المسح على عينة مكونة من 150 مفردة من الصم (...)  
بمساعدة مترجم إلى لغة الإشارة ، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج منها 72% من عينة الدراسة يتابعون التلفزيون بشكل دائم ، ويتابعه أحيانا 28% من العينة ، وأن جميع مفردات العينة يشاهدون برنامجا أو أكثر من تلك المترجمة إلى لغة الإشارة ، وحول فهمهم للبرامج الغير مصحوبة بترجمة الإشارة صرح 13,3% من العينة أنهم لا يفهمون البرامج غير المصحوبة بترجمة ، بينما أجاب 74% بأنهم يفهمونها إلى حد ما ، في حين أكد جميع مفردات العينة بنسبة 100% أن الترجمة تساعدهم على فهم مضمون البرامج.<sup>1</sup>

### 6.1 التعليق على الدراسات السابقة

من خلال عرضنا للدراسات السابقة التي قسمناها إلى قسمين : وهي الدراسات الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة من المنظور النفسي والاجتماعي ، وأخرى متعلقة بالإعلام والمعاقين .

<sup>1</sup> يُنظر، محمد معوض إبراهيم ، اعتماد خلف معبد وآخرون.الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة . ص ص 277-278.

إذ أن الدراسات المتعلقة بذوي الاحتياجات الخاصة من المنظور النفسي والاجتماعي كشفت عن وجود فوارق نفسية واجتماعية لهاته الفئة تختلف عن الفئات الأخرى ، أي أن الإعاقة تفرض سمات نفسية واجتماعية معينة ومخالفة عن الأشخاص غير المعاقين ، مما شجعنا في التعرف عن نمط استخدامات هاته الشريحة للوسائل الإعلامية وفق المتغيرات السابقة الذكر (سن ، جنس ... الخ) إضافة إلى متغير الإعاقة ، ولقد تطرقت بعض الدراسات لهذا على غرار دراسة سهير صالح إبراهيم حول : " الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون ، ودراسة لعلي بن شويل القرني حول : "اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة : دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية" ، غير أن هذه الأخيرة تناولت العلاقة بين الإعلام والإعاقة من منظور ممارسي مهنة الإعلام ، في حين أن دراسة سهير صالح إبراهيم تناولتها من جانبين : منظور وسائل الإعلام من خلال تحليل برامج تلفزيونية ، ومنظور فئة المعاقين لتلك البرامج من خلال الاستبيان .

أما دراسة عبد الرزاق أمقران بعنوان "صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الخطاب الإعلامي الجزائري" ، فرغم أنها تمس الحيز الجغرافي لدراستنا الذي هو الجزائر ، إلا أنها اهتمت بالصورة المرسومة في الإعلام الجزائري عن ذوي الاحتياجات الخاصة .  
وعليه تميزت دراستنا عن الدراسات السابقة بما يلي :

تناولت المتغيرات المستخدمة في بحوث الإستخدامات والإشباعات على غرار السن ، الجنس .. الخ ، وربطتها بمتغير الإعاقة.

بحثت في نمط الاستخدامات والإشباعات لفئة المعاقين من منظور المعاقين أنفسهم من خلال توزيع استمارات .

تحديد المتغير الجغرافي بالجزائر ، حيث أنها تهتم بالمعاقين الجزائريين فقط ، وعلاقتهم بالإعلام الجزائري.

### 7.1 منهج الدراسة وأدواتها:

" يُعتبر المنهج المسار الذي يسلكه الباحث في تحليل الظاهرة ، وتختلف المناهج المستخدمة باختلاف نوع الدراسة وأهدافها ، فاختياره يرتبط بطبيعة المشكلة المبحوثة والمجال الذي تنتمي إليه ، وكذا بالإمكانيات المتاحة للباحث " <sup>1</sup> .

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي الذي يعد الأكثر شيوعا في الميادين الاجتماعية ، حيث يمكن من استخدام الأساليب الإحصائية المختلفة في تحليل البيانات المجمعّة .

و يُعرف المنهج الوصفي على أنه " طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميّا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها لدراسة دقيقة " ،

<sup>1</sup> . أحمد بن مرسلّي . مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال . طبعة 2. ديوان المطبوعات الجامعية. 2005. ص ص .285

وهناك من يرى أن البحوث الوصفية هي " البحوث التي تركز على دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بوصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع ما أو جماعة ما ، إذ بعد الدراسة الكشفية يتم التنقل من الفروض التي تم استخراجها للتوصل إلى أهمها " <sup>1</sup>.

وقد وقع الاختيار على أداة الاستبيان بالمقابلة لكونها تتلاءم مع نوع الدراسة والمنهج المتبع والأهداف التي تصب في بلورة وجمع معلومات حول الموضوع.

" فللاستبيان مسميات عديدة على غرار الاستقصاء ، الإستبار ، الاستفتاء وهي

كلمات عديدة لكنها تقابل كلمة QUESTIONNAIRE و SONDAGE في اللغة الفرنسية ، وهي

من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية ، حيث يمكن الاستبيان

الباحث من الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع ملاحظتها في المجال المبحوث ،

والاستبيان هو عبارة عن سلسلة أسئلة تقدم إلى المبحوث وفق تصميم معين ومحدد قصد

الحصول على معلومات خاصة بالبحث ، في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء

مقارنات رقمية ، في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف وآراء المبحوثين من قضية

معينة<sup>2</sup> ، وتم جمع المعلومات بواسطة الاستبيان بصورة مباشرة عن طريق اللقاء وجها لوجه

مع المبحوثين غير المؤهلين تعليميا على القراءة والكتابة أو جسيا.

تم تقسيم الاستمارة إلى أربع محاور حسب اشكالية الدراسة وأهدافها كالتالي:

## **(1) محور البيانات العامة : ويتضمن مجموعة أسئلة خاصة بالمبحوث تضم الجنس،**

<sup>1</sup> .عامر مصباح. منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام. ديوان المطبوعات الجامعية .طبعة2. ص ص 86-87.

<sup>2</sup> يُنظر، أحمد بن مرسل. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ص ص 220 -222.

السن ، الولاية التي ينتمي إليها المبحوث ، المستوى التعليمي ، الحالة الاجتماعية ،  
الوضعية المهنية ، نوع الإعاقة وطبيعتها (فطرية / مكتسبة) .

## (2) محور عادات الاستخدام و التعرض لوسائل الاعلام : وتتضمن أسئلة حول

استخدام أو عدم استخدام وسائل الاعلام (الجريدة ، الإذاعة ، التلفزيون ، الأنترنت) ،  
وطبيعة البرامج والمواد التي يتعرض لها المبحوث (ترفيهية ، تعليمية إخبارية ...) ، والوقت  
المفضل لمتابعة تلك الوسائل والمواد ، والمدة الزمنية التي يقضيها المبحوث في التعرض .

## (3) محور الإشباعات الإعلامية : وتتضمن مجموعة أسئلة حول الإشباعات التي

تحصل عليها المبحوث من استخدام كل وسيلة إعلامية .

كما احتوت الاستمارة على مجموعة أسئلة تهدف للتعرف عن موقف مفردات العينة اتجاه

الإعلام الجزائري وهي لا تصب في موضوع بحثنا لكنها كانت ضرورية لجذب اهتمام

المبحوث من خلال تخصيص مساحة للتعبير فيها عن رأيه وطرح قضايا مثل :

هل ترى أن الاعلام الجزائري يهتم بقضايا المعاقين الجزائريين ؟ هل لديك قضية ترغب

في طرحها عبر وسائل الإعلام ؟ هل يُسعدك قراءة خبر عن المعاقين ؟

تم البدء في توزيع الاستمارة على العينة بتاريخ 17 أكتوبر 2014 وبالموازاة مع ذلك قمنا

بإعداد استمارة إلكترونية وتوزيعها عبر الأنترنت ، أي قمنا بتوزيع الاستمارة بالشكل التقليدي

المباشر وعن طريق الأنترنت إلى غاية بلوغ العدد المطلوب في 06 جويلية 2015 .

تمت معالجة البيانات من خلال التحليل الوصفي ، باستخدام التكرارات والنسب المئوية، المتوسط الحسابي ومعامل الارتباط الرتبي سبيرمان ، كما تم الإستعانة ببرنامج ميكروسوفت إكسل في عملية تفريغ وتحليل البيانات .  
تم اختبار الاستمارة عبر مرحلتين :

أ. الاختبار القبلي : تم التأكد من صلاحية الاستبيان من خلال توزيعه على 30

مفردة أي ما يقارب 10% من عينة البحث ، بهدف التعرف على وضوح الأسئلة بالنسبة للمبحوثين ، وتم تعديله من خلال إعادة صياغة بعض الأسئلة وحذف وإضافة أسئلة أخرى ، وإعادة ترتيب الأسئلة وفقا لأهداف وإشكالية البحث.

ب. إختبار الصدق والثبات : اعتمدنا في قياس صدق الإستبيان طريقة الصدق

الظاهري من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين\* ، لتقدير مدى مناسبتها ، وتم

إجراء التعديلات وفق ملاحظاتهم وآرائهم.

---

\* تم تحكيم الاستمارة من طرف:

- د. ابراهيم احمد ، أستاذ بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم .
- د. منصور خالد خوجة ، أستاذ بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم .
- د. بدر الدين مصطفى محمد زواقة ، أستاذ بجامعة الحاج لخضر باتنة .
- د.مي عبد الله .جامعة بيروت ، لبنان.
- د.وائل اسماعيل.أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس .مصر .

## 8.1 العينة :

يتضح جليا مما سبق أن مجتمع بحث دراستنا مشكل من فئة المعاقين الجزائريين ، الذين تجاوز عددهم 02 مليون .<sup>1</sup>

لذلك لجأنا في دراساتنا إلى العينة التي هي عبارة عن كمية مصغرة تحمل نفس الخصائص لتمثيل مجتمع الدراسة ، بمعنى آخر العينة هي مجموعة محددة ومشكلة من مجموعة من المفردات التي يتم اختيارها وفق معايير محددة مسبقا (حسب الدراسة) ، لإجراء عليها ملاحظات وقياسات تمكن في الأخير من تعميم النتائج على كل مجتمع البحث<sup>2</sup> ، و حسب فرانسيس بال FRANCIS BALLE\* العينة تعني مجموع الأشخاص المبحوثين الذين يتم استجوابهم لتمثيل مجتمع البحث.<sup>3</sup>

وجدنا أن أنسب عينة هي العارضة وهي من العينات الغير الاحتمالية ، ورغم أن هناك من يذهب إلى أن نتائج المعاينات الغير احتمالية تكون أقل دقة وتمثيلية مقارنة مع البحوث الاحتمالية ، إلا أن LOUBET DEL BAYLE (1986) أظهر أن معدل الخطأ هو نفسه تقريبا في كل من المعاينات الاحتمالية وغير الاحتمالية وذلك من خلال توقع نتائج أربعة انتخابات

<sup>1</sup> .حسب تصريح وزير التضامن الوطني والأسرة والجالية الوطنية بالخارج جمال ولد عباس .لجنة وزارية لتعديل قانون المعاقين ورفع المنحة إلى ستة آلاف دينار . يومية الفجر . يوم 2014/06/14.

<sup>2</sup> .omar aktouf. Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations : Une introduction à la démarche classique et une critique. Presse de l'université Québec. P p 72-73

\* فرانسيس بال FRANCIS BALLE : عالم إجتماع فرنسي.

<sup>3</sup> يُنظر ،سميرة بلغيثية .الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت:مذكرة ماجيستر.جامعة الجزائر. 2010-2011 . ص08.

قام بإعدادها معهدان للسبر ، اعتمد الأول على المعاينة الاحتمالية واعتمد الثاني على المعاينة غير الاحتمالية.<sup>1</sup>

يتجه الباحث في العينة العارضة إلى اختيار الحالات التي تصادفه ، ومن الأمثلة عن ذلك أن يسأل الباحث المائة شخص الذين يقابلهم قبل غيرهم في الطريق (...)<sup>2</sup> ، ويكون اللجوء إلى هذا النوع من المعاينات عندما لا يكون أمام الباحث أي اختيار ، حيث لا يستطيع تحديد بداية مجتمع البحث و لا اختيار عناصره بطريقة عشوائية ، أي أن المعاينة العرضية هي سحب عينة من مجتمع البحث حسبما يليق بالباحث<sup>3</sup>.

وباستخدام معادلة ستيفن ثامبسون<sup>4</sup> توصلنا إلى تحديد حجم العينة بـ : 384 مفردة:

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{\left[ \left[ N - 1 \times \left( d^2 \div z^2 \right) \right] + p(1-p) \right]}$$

### 1-معادلة ستيفن ثامبسون.

حيث إن :

<sup>1</sup> يُنظر، موريس أنجرس ،ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون:منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. طبعة منقحة .ص ص 309-312.

<sup>2</sup> يُنظر،عاطف عدلي العبد ، زكي أحمد عزمي .الاسلوب الاحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والاعلام.القاهرة:دار الفكر العربي .طبعة أولى 1993.ص 142.

<sup>3</sup> يُنظر، موريس أنجرس ،ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون:منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية..ص 311.

<sup>4</sup> يُنظر،إيمان حسين الطائي.كيف نحدد حجم العينة .كلية التربية الرياضية :جامعة بغداد. 2012. ص 06.من موقع : [www.COPE.UOBAGHDAD.EDU.IQ](http://www.COPE.UOBAGHDAD.EDU.IQ) بتاريخ: 2014/12/20.

N: حجم المجتمع.

Z : الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة (0.95) وتساوي (1.96).

Q: نسبة الخطأ وتساوي (0.05).

P: نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي (0.50) .

1. وهو الحجم الذي يتفق مع جدول كريس ومورغن KREJCIE & MORGAN<sup>1</sup>

## 9.1 تحديد المفاهيم:

### ▪ فئة ذوي الاحتياجات الخاصة:

يُعرف ذوو الحاجات الخاصة بأنه : « كل شخص لديه إصابة بدنية أو عقلية أو نفسية تسببت له في قصور حركي بدني أو عقلي أو نفسي ، مما ينتج عنه صعوبات و حاجات خاصة لا توجد لدى أفراد آخرين ، وهذه الصعوبات والحاجات تستدعي توفير فرص خاصة للنمو والتعليم»<sup>2</sup>، وهو التعريف الأنسب لدراستنا.

و سنستخدم في دراستنا كل من مصطلح ذوي الاحتياجات الخاصة والمعاق\* كمرادفين ،

<sup>1</sup> . KREJCIE & MORGAN IN THEIR 1970 ARTICLE “DETERMINING SAMPLE SIZE FOR RESEARCH ACTIVITIES” (EDUCATIONAL AND PSYCHOLOGICAL MEASUREMENT, PP. 607-610).

<sup>2</sup> يُنظر، حسن السوداني . محاضرة 5 : « الإعلام والإعاقة » ، قسم الإعلام والاتصال.الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.من موقع : [HTTP://WWW.AO-ACADEMY.ORG](http://www.ao-academy.org) . تاريخ المعاينة: 2013/10/11 .

\* **المعوق** في القانون الجزائري هو كل شخص تعرض لإصابة وظائفه الذهنية أو الحركية أو العضوية والحسية بصفة وراثية أو خلقية أو مكتسبة ، مما يحد من قدرته على ممارسة نشاط أو عدة نشاطات أولية في حياته اليومية الشخصية والاجتماعية. (قانون رقم 09/02 مؤرخ في 25 صفر عام 1423 الموافق لـ 08 مايو سنة 2002 ، يتعلق بحماية الأشخاص المعوقين وترقيتهم . الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية . العدد 34 . 14 ماي 2002 . ص 06)

و ستشمل دراستنا فئة المعاقين حركيا ، والمعاقين سمعيا ، والمعاقين بصريا .  
ويُقصد بالإعاقة الحركية كل خلل جسمي يمنع الفرد من استخدام جسمه بشكل طبيعي ،  
وقد يرجع هذا للجهاز العصبي أو الجهاز العضلي ، ومنها ما يكون وراثي ومنها ما يكون  
مكتسب ، وبالنسبة للإعاقة السمعية فتشمل دراستنا كل من فئة الصم ، وفئة ضعاف السمع .  
والإعاقة البصرية تضم كل من ذوي الإعاقة البصرية الكلية ، أي المكفوفين ، وفئة ضعاف  
البصر .

▪ **الحاجة والدافع:** تُعرف الحاجة على أنها " حالة من التوتر أو عدم الإشباع يشعر بها

فرد معين وتدفعه إلى التصرف متجها نحو الهدف الذي يعتقد أنه سوف يحقق له

إشباعها (...) "<sup>1</sup>

أما الدافع MOTIVE فهو " المثير الداخلي أو الحالة النفسية التي تدفع الإنسان إلى

سلوك معين يقوي استجاباته إلى مثير ما ويشبع ويلبي حاجاته "<sup>2</sup>.

و سنستخدم مصطلح الحاجة بصفة متبادلة مع الدافع ، على غرار البحوث والدراسات

التي تصب في نفس الاتجاه .

▪ **الإشباع :** هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ، أو خفض دافع ، وهو خفض التنبيه

والتخلص من التوتر ، و نقصد به في دراستنا تحقيق الجمهور ( ذوي الاحتياجات

<sup>1</sup> . محمد عاطف غيث . قاموس علم الاجتماع . دار المعرفة الجامعية . الإسكندرية . 2006 . ص 275 .

<sup>2</sup> . رضا عكاشة . تأثير الإعلام . الإعلام . المكتبة العالمية للنشر والتوزيع . طبعة 1 . ص 194 .

الخاصة الجزائريين) لأهدافهم والحصول على رغباتهم المسطرة مسبقا من استخدام

وسائل الإعلام ، وتخفيف التوتر الناتج من الحاجة.

▪ **الوسائل الإعلامية الجزائرية :** ونقصد بها كل وسيلة إعلامية تقوم بجمع وتقديم مواد

إعلامية سواء كانت ترفيهية أو إخبارية أو تثقيفية أو غيرها وسواء كانت صحف مكتوبة أو

إذاعة أو تلفزيون ، وتستهدف الجمهور الجزائري بالدرجة الأولى ، وتكون تخضع لرموز

الدولة الجزائرية ، بغض النظر عن مكان البث ، إضافة إلى الانترنت بحكم أنها احتوت كل

الوسائل السابقة .

▪ **المادة الإعلامية :** ونقصد بها كل ما تقدمه وتنتجه الوسائل الإعلامية الجزائرية مكتوبة

كانت أو مذاعة عبر الراديو أو التلفزة إضافة إلى المواد التي يتم نشرها عبر الأنترنت.

الفصل الثاني :

الإطار النظري

## 2. الفصل الثاني : الإطار النظري

### 1.2 مرجعية تاريخية لبحوث الإعلام والاتصال

لا يكون فهم الإسهامات والبحوث العلمية في ميدان الإعلام و الاتصال إلا من خلال فهم الإطار التاريخي والظروف المحيطة بكل اتجاه فكري نظري ، فاختلاف النظريات وتعددتها يعود لاختلاف الحقب التاريخية لكل اتجاه ، و الظروف المحيطة كذلك لكل حقبة زمنية. فالاتصال ظاهرة وعملية إجتماعية مرتبط بظهور الإنسان ، وإهتمام المفكرين والمنظرين والفلاسفة قديم ، أيضا يمتد إلى ما قبل الميلاد ، حيث وضع أرسطو أسسا ، علمية لعملية الاتصال ، وهو يرى أن التفاعل بين الخطيب (المرسل ) والمستقبل (الجمهور) يستوجب أن تكون الرسالة أو الخطبة معدة بصورة شيقة وجذابة ومقنعة ، حتى يمكن أن تؤثر بالشكل المرغوب ، مما سبق يتبين أن أرسطو قسم الموقف الاتصالي إلى ثلاثة عناصر وهي : الخطيب ، الخطبة ، و الجمهور .

ويشترك مع أرسطو في هذا التقسيم ابن خلدون الذي يرى أن ناقلي الرسالة لا يعرفون القصد مما عاينوا أو سمعوا ، وينقلون الخبر على ما في ظنهم وتخمينهم ، وقد أكد على أنه يجب مناقشة الرسالة والوقوف على مدى اتفاقها مع طبيعة الأمور وظروفها وملابساتها<sup>1</sup> ، وفي

<sup>1</sup> يُنظر، عبد الرزاق محمد الدليمي . المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال . دار الثقافة للنشر والتوزيع . 2011 م. ص ص

المقابل على مستقبل الرسالة التأكيد من أمانة راوي الرواية وصدقته وسلامة ذهنه وطهارة عقيدته، ومثانة خُلُقهِ وقيمه الشخصية.<sup>1</sup>

وقد كانت هذه الأفكار والمواقف العلمية لكل من أرسطو أو ابن خلدون محاولات لدراسة وتحليل وفهم وتطوير العملية الاتصالية في تلك الحقبة ، ورغم أنها لا تعنينا في دراستنا هاته ، إلا أنها تؤكد على أن العمليات الاتصالية مرتبطة ارتباطا وثيقا ومباشرا بالمشكلات والقضايا الاجتماعية ، وهو ما دفع الباحثين إلى التأكيد أن : "كل تحليل للتغيير الاجتماعي لابد أن يركز في النهاية على عمليات الاتصال<sup>2</sup> ، في نفس السياق يؤكد المؤرخ والكاتب الإنجليزي H.G.WELLS \* : " أن تطور التاريخ الإنساني هو ظاهرة اجتماعية واحدة تدفع بالإنسان إلى الاتصال بأخيه الإنسان في مكان آخر أو مجتمع آخر " ، وهو بذلك ينظر إلى قصة التطور التاريخي البشري على أنها تطور عملية الاتصال حيث انتقل المجتمع البشري من الكلام إلى الكتابة ، إلى الطباعة ومن ثم إلى مرحلة الإذاعة والاتصال الإلكتروني ، والانتقال من مرحلة إلى مرحلة متوقف على مدى تجاوز الحدود الجغرافية أثناء عملية نقل الأفكار والمشاعر<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> يُنظر، عبد الرزاق محمد الدليمي . المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال. صص 34-35.

<sup>2</sup> يُنظر، منصور هيبية . قراءات مختارة في علوم الإعلام والاتصال . مركز الإسكندرية للكتاب . 2004. ص 12.

\* HERBERT GEORGE WELLS (1866-1946) : كاتب انجليزي .

<sup>3</sup> يُنظر، بشير العلق . نظريات الاتصال. دار اليازوري العلمية للنشر . عمان . ص. 56.

ويشترك معه في هذا التقسيم **ماكلوهان** \* الذي يقسم تطور المجتمع إلى ثلاث مراحل ،

بدأت مع انتقال المعلومات شفويا من الفم إلى الأذن مما دعم العلاقات الاجتماعية ، ثم

المرحلة الموالية مع ظهور الطباعة التي أدت إلى ظهور نزعة نحو الاستقلالية والفردية ، ومن

تم مرحلة الحضارة الآلية ذات العقول الالكترونية والأقمار الصناعية <sup>1</sup> ، وأصبحت فيها عملية

نقل المعلومات تعتمد على وسائط هي بمثابة امتداد لحواس الإنسان <sup>2</sup> .

فالبدايات الأولى لوسائل الإعلام غيرت عمليات الاتصال القائمة بين الأفراد ، مما دفع

العديد من الباحثين إلى الاهتمام بتلك التغييرات وشكلوا مقاربات نظرية أساسية لفهمها ،

حيث بحثت في كيفية مساهمة وسائل الاتصال الجماهيري في إعادة تشكيل الأسس الثقافية

والاجتماعية ، وقواعد وقوانين المجتمع والعلاقات بين الأفراد <sup>3</sup>.

---

\* مارشال ماكلوهان (1911 - 1980م) : أستاذ وباحث كندي درّس في عدة جامعات أمريكية،

نشر ماكلوهان مئات من المقالات في المجلات وأصدر أربعة كتب مهمة هي :

- THE MECHANICAL BRIDE. : FOLKLORE OF INDUSTRIAL MAN, (1951)
- THE GUTENBERG GALAXY : THE MAKING OF TYPOGRAPHIC MAN (1962) ,
- UNDER STANDING MEDIA :THE EXTENSIONS OF MAN (1964) ,
- THE MEDIUM IS THE MESSAGE : AN INVENTORY OF EFFECTS (1967) .

(محمد جاسم فلحي الموسوي. نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري . الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك كلية الآداب

والتربية قسم الإعلام والاتصال .من موقع : [HTTP://WWW.AO-ACADEMY.ORG](http://www.ao-academy.org) / تاريخ المعاينة 21/06/2015).

<sup>1</sup>. Nick Stevenson. Understanding Media Cultures Social Theory And Mass Communication. Second Edition. SAGE Publications. London. P119

<sup>2</sup> يُنظر، فضيل دليو .مقدمة في وسائل الإتصال الجماهيرية .ديوان المطبوعات الجامعية .ص ص 42-51.

<sup>3</sup>. JUDITH LAZAR.SOCIOLOGIE DE LA COMMUNICATIO DE MASSE .ARMAND COLIN .PP 31-32.

يبدأ الحديث عن وسائل الإعلام الحديثة مع اختراع الطباعة في منتصف القرن الخامس

عشر\*\* ، على الرغم من أنها لم تكن سوى عملية إنتاجية في شكل ميكانيكي<sup>1</sup> ، إلا أنها

مهدت لظهور الصحافة بمعناها الحديث خلال القرن 17 م<sup>2</sup> ، وساعد في ظهورها انتظام

انتقال المعلومات وسيورتها من خلال خدمات البريد ، حيث أن كل من الطباعة والبريد

عاملين مهمين في انتظام ظهور الدوريات .

كانت النظريات المقترحة عديدة غير أنه لا توجد نظرية لها قيمة وقوة مطلقة عن نظرية

أخرى ، فكل نظرية قامت بإثراء ميدان البحث ،<sup>3</sup> ومن جهة أخرى نشير إلى أن أهم النماذج

PARADIGMES المتاحة لعلماء الاتصال تشمل فئة من الافتراضات المستمدة أصلا من علم

الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي<sup>4</sup>.

كذلك نشير إلى أن تطور نظريات وسائل الاتصال لم تمر عبر خطة منتظمة ، حيث

أنها جاءت من خلال الأبحاث المشوشة وغير المنتظمة والتي كانت تسعى للبحث في آثار

وسائل الإعلام من أجل أهداف مختلفة الصلة التي تربط بين التفسيرات المختلفة في دراسة

وسائل الاتصال هي أن كل نظرية من النظريات تشكلت على أساس مفاهيم الفرد أو المجتمع ،

\*\* هناك اختلاف بين المراجع في تحديد تاريخ ظهور الطباعة حيث يوجد تفاوت بين المراجع من سنة 1440 م إلى 1445م.

<sup>1</sup>. JUDITH LAZAR.OUVRAGE PRECEDENT .P14.

<sup>2</sup> يُنظر، تيسير أبو عرجة. دراسات في الصحافة والإعلام. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع. عمان. ص 25.

<sup>3</sup>. JUDITH LAZAR.OUVRAGE PRECEDENT.P14.

<sup>4</sup> يُنظر، ملفين ل.ديظير، ساندرا بول روكيتش .ترجمة كمال عبد الرؤوف. نظريات وسائل الإعلام .الدار الدولية للنشر والتوزيع

. القاهرة . ص 24.

المستمدة من العلوم الاجتماعية على غرار الأنثروبولوجية ، الاقتصاد ، التاريخ ، السياسة إضافة إلى الفلسفة والقانون وغيرها...<sup>1</sup>

وعلى الرغم من تعدد المداخل و النظريات في ميدان الإعلام والاتصال الجماهيري، إلا أنه يمكن التمييز بين اتجاهين رئيسيين وهما :

**الاتجاه الأول :** وتزامن مع العقود الثلاث الأولى من القرن العشرين وبالضبط خلال

الحرب العالمية الأولى إلى غاية الحرب العالمية الثانية<sup>2</sup> ، حيث تزامنت هذه الفترة مع ظهور أولى الوسائل الإعلامية الالكترونية وهي الإذاعة ، والبدء في التجارب الأولية على التلفزيون ، بالإضافة إلى الانتشار الواسع للصحافة المكتوبة.<sup>3</sup>

أيضا نشير أن الراديو في هذه المرحلة سمح بالوصول إلى الجمهور مباشرة وبشكل

فوري، وقد تمكن لأول مرة سنة 1920 م ، حوالي 50 ألف مستقبل في الولايات المتحدة الأمريكية من متابعة حملة الانتخابات الرئاسية على الراديو مباشرة ، فاللحظة التي يستقبل فيها الجمهور الرسالة الصوتية هي نفسها اللحظة التي يتم إرسال تلك الرسالة من طرف

المرسل ، كذلك مهد الراديو الطريق للتلفزيون ، حيث احتوت المؤسسات الإذاعية التلفزيون

<sup>1</sup> يُنظر،ملفين ل.ديظير، ساندرابول روكيتش .ترجمة كمال عبد الرؤوف.نظريات وسائل الإعلام..ص 213

<sup>2</sup> يُنظر، محمود عبد الرؤوف كامل .هل يقرأ المصريون؟"دراسة ميدانية".كلية الإقتصاد والعلوم السياسية .القاهرة.ص 14.

<sup>3</sup> يُنظر،عصام سليمان الموسى.المدخل في الاتصال الجماهيري.جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.عمان .طبعة سادسة منقحة ومزودة .2009.ص 184.

خلال مراحلها الأولى على غرار هيئة الإذاعة البريطانية BBC ، وأنظمة البث الكولومبية

<sup>1</sup>.CBS

في خضم هذه الظروف سادت نظريات التأثير القوي EFFECT PARADIGM

والمباشر لوسائل الإعلام على الجماهير باعتبارهم أفراداً منعزلين عن بعضهم البعض ،

وعُرف هذا الاتجاه بنظرية الرصاصة BULLET THEORY ، أو نظرية الحقنة تحت الجلد

HYPODERMIC NEEDLE MODEL<sup>2</sup> التي تُنسب إلى MCCOMBS & SHAW<sup>3</sup> ، وهي ترى

أن كل فرد من أفراد الجمهور يستقبل الرسالة الاتصالية بنفس الطريقة ، وترتب عن استقبالها

استجابات مباشرة وفورية وفق الأهداف المسطرة والمرجوة منها ،<sup>4</sup> بمعنى أن الأفراد يتأثرون

بما يتعرضون له في وسائل الإعلام دون مراعاة للعناصر والظروف الأخرى التي تتم فيها

عملية الاتصال ، أو بمعنى آخر فإن البحث كان يدور حول ماذا تفعل وسائل الإعلام

بالجماهير ؟ هاته الأخيرة (الجماهير) التي كان يُنظر إليها على أنها ضعيفة لا تملك أي

مقومات للحماية من تأثيرات وسائل الإعلام<sup>5</sup> ، فالجمهور وفقاً لنموذج الإبرة تحت الجلد

<sup>1</sup>. FRANCIS BALLE.LES MEDIAS. PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE (PUF). 3<sup>EME</sup> EDITION .2004.PP 24-29.

<sup>2</sup> يُنظر، محمود عبد الرؤوف كامل. هل يقرأ المصريون؟ "دراسة ميدانية". ص 14.

<sup>3</sup>.ARNAUD MERCIER.LE JOURNALISME :COLLECTION « LES ESSENTIELS D'HERMES ».CNRS EDITIONS.PARIS.2009.P81.

<sup>4</sup> يُنظر، أمال سعد متولي. مبادئ الإتصال بالجماهير. دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع.ص 107.

<sup>5</sup> يُنظر، حنان شعبان. تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام" من دراسات التأثير إلى دراسات التلقي ".مجلة الإذاعات العربية.اتحاد الإذاعات العربية.العدد 02. 2012.ص 68.

الذي صاغه لازويل LASSWELL<sup>1</sup> ، و أيده فاعلية الدعاية الألمانية في الحرب العالمية الأولى<sup>2</sup> .

يقول توفلر TOFFLER ALVIN\* : " لقد كانت الآثار التجانسية لوسائل الإعلام

الجماعي في ذروة قوتها عندما لم تكن هناك سوى قنوات قليلة ووسائل إعلامية قليلة ومن ثم قلة من فرص الاختيار أمام المستمعين أو المشاهدين ، أما في المستقبل فإن الوضع العكسي هو الذي يسود ، والتحول من فرص الاختيار الأقل إلى الفرص الأكثر تعددا في مجال الإعلام لا يحمل مدلولات ثقافية فحسب بل سياسية وتجارية<sup>3</sup> .

و لم تكد تمر السنوات العشر الأولى من القرن العشرين حتى خاضت أوروبا ثم الولايات المتحدة الأمريكية الحرب العالمية الثانية ، ونظرا لأن كل دولة أصبحت ملتزمة سياسيا بالحرب ، أصبح من الضروري تحريك الأحاسيس ومشاعر الولاء لكي يغرسوا في نفوس المواطنين البُغض والخوف من العدو ، ولتبقى الروح المعنوية مرتفعة رغم الحرمان .  
و كان يفترض أن المؤثرات المصممة ببراعة يمكن أن تصل كل عضو على حدة في المجتمع الجماهيري عن طريق وسائل الإعلام ، وأن كل فرد يمكن أن يدركها بنفس الطريقة ، مما يفترض استجابات مماثلة تقريبا من كل الأفراد .

<sup>1</sup>. ARMAND ,MICHEL MATTELART .HSITOIRE DES THEORIES DE LA COMMUNICATION.EDITION LA DECOUVERTE .PARIS.P19.

<sup>2</sup> يُنظر، محمود عبد الرؤوف كامل .هل يقرأ المصريون ؟"دراسة ميدانية". ص ص 14-15.

<sup>\*</sup> TOFFLER ALVIN: كاتب وعالم اجتماع أمريكي .

<sup>3</sup> يُنظر، بشير العلق .نظريات الاتصال. ص 61.

وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية نشأ اعتقاد عام بالقدرة البالغة لوسائل الاتصال

الجماهيري في تشكيل الرأي العام وحمل الجماهير على تغيير رأيها إلى أي وجهة.<sup>1</sup>

وقد خضعت مسألة تأثيرات وسائل الإعلام في المتلقين ، والتقييم المستمر لسلوكياتهم

بهدف التعرف على التغييرات الحاصلة في مستوياتهم المعرفية وعواطفهم ومواقفهم وآرائهم

وأفعالهم ، لمعايير دقيقة يحكمها الانشغال بالحصول على نتائج كمية ، سواء تعلق الأمر

بحملة توعية حكومية أم بحملة إعلانية ، أم بحملة علاقات عامة لإحدى المؤسسات أو

الأعمال الدعائية في سياق الظروف الحربية.<sup>2</sup>

مما سبق يتضح أن الاتجاه الأول المتعلق بالتأثيرات القوية لوسائل الإعلام ، يبين القوة

الهائلة التي تملكها وسائل الإعلام للتأثير على الجماهير ، وبالتالي تحقيق الأهداف التي

يصبو إليها القائمون بالاتصال على أساس أن الجمهور كتلة متجانسة له نفس الاتجاهات

والقرارات ، و يمثل نموذج التأثيرات القوية الحلقة الأولى المشكلة لسلسلة الدراسات التي أنجزت

في ميدان بحوث الاتصال .

تجدر الإشارة إلى أن هذا الاتجاه مشكل من مساهمات إمبريقية ، التي تم التطرق لها

فيما سبق ، وإسهامات النظرية النقدية (مدرسة فرانكفورت) بزيادة كل من أدورنو\* ،

<sup>1</sup> يُنظر، ملفين ل.ديظير ، ساندرا بول روكيتش .ترجمة كمال عبد الرؤوف.نظريات وسائل الإعلام...ص ص 230-233.

<sup>2</sup> يُنظر، أرمان وميشال ماتلار.ترجمة نصر الدين العياضي ،الصادق رابح.تاريخ نظرية الإتصال.طبعة 3.بيروت.المنظمة العربية للترجمة.ص 51.

\* تيودور أدورنو THEODOR ADORNO (1903-1969):عالم اجتماع ألماني وأهم مفكري مدرسة فرانكفورت.

هوركهايمر \*\* ، ماركوز \*\*\* ، إذ ترى هذه الأخيرة أن وسائل الإعلام عبارة عن أدوات في يد السلطات الحاكمة تؤثر تأثيرا مباشرا في عقول الجماهير ، والتي تستعملها السلطة لتخدير عقول الناس ، فالمشاهدون ليسوا فاعلين حقيقيين وإنما سلبيون يتلقون المنتجات الثقافية ويستهلكونها بصفة نمطية ، وهذا ما ذهب إليه ماركوز ، حيث يرى أن الصناعة الثقافية أنتجت مجتمعا ذا بعد واحد يكون الإنسان فيه تابعا وذلك من خلال تقمصه لهذه الثقافة ، وبالتالي فإن هذه التبعية تفسر نجاح المنتج الثقافي أمام الجمهور الذي في حقيقة الأمر لا يختار ، لكنه معرض لسيل هائل من الرسائل التي تؤثر فيه مباشرة.<sup>1</sup>

**الاتجاه الثاني :** بدأت ملامحه في الظهور في أواخر الأربعينيات من القرن العشرين حينما أخذ الباحثون يهتمون بالاستخدام الوظيفي لوسائل الإعلام ، وظهر المدخل الوظيفي لدراسة وسائل الإعلام وما تؤديه من وظائف في المجتمع .ومن ثم ظهر ما يعرف بنظرية التأثير المحدود لوسائل الاتصال وما يتبعها من مداخل أو نظريات التأثير الانتقائي<sup>2</sup> ، ومدخل الاستخدامات والإشباع امتداد أو أحد فروع النظرية البنائية الوظيفية.<sup>3</sup>

فالنظريات السوسيولوجية تهدف إلى تناول النظام الاجتماعي (... ) ، ونظرا لتطور وسائل الإعلام واحتلالها مكانة هامة في إطار المجتمع فقد برزت بعض الإسهامات لبعض

\*\* ماكس هوركهايمر MAX HORKHEIMER (1895-1973) فيلسوف و عالم إجتماع ألماني .

\*\*\* هيربرت ماركيزو HERBERT MARCUSE (1898 - 1979) : فيلسوف ومفكر ألماني أمريكي .

<sup>1</sup> يُنظر،حنان شعبان .تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام"من دراسات التأثير إلى دراسات التلقي" . ص 69.

<sup>2</sup> يُنظر، محمود عبد الرؤوف كامل .هل يقرأ المصريون؟"دراسة ميدانية".ص ص 14-15.

<sup>3</sup> يُنظر،فاطمة القليني .محمد شومان.الاتصال الجماهيري :اتجاهات نظرية ومنهجية". دار الكتاب العلمية للنشر

والتوزيع.القاهرة.ص 81.

المنظرين الاجتماعيين (...)<sup>1</sup> ، وقد لعبت النظرية البنائية الوظيفية لعبت دورا هاما في توجيه بحوث الاتصال ،<sup>2</sup> وقد نمت هذه النظرية من خلال المفاهيم المقترحة من طرف روبرت مرتون MERTON.<sup>3</sup> ، إذ يرى هذا الأخير أنه يمكن النظر لأي شيء سواء كائن حي أو غير ذلك على أنه نسق أو نظام وهذا النسق يتألف من عدد من الأجزاء المترابطة ، ولكل نسق احتياجات أساسية لا بد من تلبيتها لتحقيق التوازن ، وكل جزء من النسق يمكن أن يكون وظيفيا FONCTIONNEL ، أي يساهم في تحقيق توازن النسق ، وقد يكون معوقا DYSFONCTIONNEL حين يقلل من توازن النسق<sup>4</sup> ، ووسائل الإتصال الجماهيري طرف من الأجزاء المشكلة النظام الاجتماعي الكلي<sup>5</sup> ، حيث تعمل على تحقيق مجموعة من الوظائف مثل التعليم ، الترفيه نقل المعلومات والأخبار ، و تطوير الاتجاهات والآراء والأفكار ، التحديث وغيرها من الوظائف المتعددة التي تعرف بوظائف الاتصال الجماهيري<sup>6</sup> . فهي تمثل مجموعة الإجراءات والأنشطة المتكررة التي تساهم في تحقيق التوازن ، والعلاقة التي تجمع بين وسائل الإعلام وغيرها من الأنظمة ، وهي لا تؤثر فقط على المجتمع، لكن تؤثر كذلك على طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ، ومن جهة أخرى هي

<sup>1</sup> يُنظر، طارق الخليفي . سياسيات الاعلام والمجتمع . دار النهضة العربية . طبعة أولى . بيروت . 2010 .ص 29.

<sup>2</sup> يُنظر،فاطمة القليني .محمد شومان.الاتصال الجماهيري : "اتجاهات نظرية ومنهجية". ص . 31.

<sup>3</sup> .JUDITH LAZAR.OUVRAGE PRECEDENT .P14.

<sup>4</sup> يُنظر،فاطمة القليني .محمد شومان.الاتصال الجماهيري : "اتجاهات نظرية ومنهجية". نفس المرجع.ص 31.

<sup>5</sup> . JUDITH LAZAR.OUVRAGE PRECEDENT.P-P 14-31.

<sup>6</sup> يُنظر، عبد الله محمد عبد الرحمن.سوسيولوجيا الاتصال والإعلام"النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية". دار المعرفة الجامعية.2005.ص ص 147-148.

نتائج تؤثر على المجتمع ككل<sup>1</sup> ، وحسب مرتون R.MERTON \* أن الوسيلة الإعلامية بوصفها نظاما اجتماعيا تعمل ضمن نظام خارجي مشكل من خلال مجموعة الظروف الثقافية والاجتماعية.<sup>2</sup>

ولقد ساهم في ظهور هذه النظرية دراستين اثنتان :

-الأولى جاءت بعنوان **اختيار الشعب**, THE PEOPLE'S CHOICE, نشرت سنة

1944م ، من طرف **لازرسفيلد** وزملائه **برنارد برلسون** BERNARD BERELSON ، وهازل

**قويت** HAZEL GAUET .

حيث قاموا بقياس تأثير وسائل الإعلام على 600 ناخب في مقاطعة إيري في ولاية

أوهايو خلال الحملة الانتخابية سنة 1940 م.<sup>3</sup>

**الثانية: التأثير الشخصي PERSONAL INFLUENCE** من طرف **لزرسفالد وإيهو**

**كاتز** سنة 1955 م<sup>4</sup> ، كانت تتعلق بسلوكات المستهلكين وقراراتهم الشرائية والاستهلاكية

خاصة فيما يتعلق باختيار الأفلام ، وتم إجراء الدراسة على عينة مكونة من 800 مفردة

(إناث ) في مدينة مكونة من 60 ألف نسمة ، وتم التأكيد من خلال هاته الدراسة على أهمية

المجموعات الأولية ،<sup>5</sup> وطرحت مفهوم **قادة الرأي LEADERS D'OPINION** وفرضية انتقال

<sup>1</sup> .JUDITH LAZAR.OUVRAGE PRECEDENT .P-P 14-31.

\* روبرت مرتون ROBERT C. MERTON : عالم اقتصاد أمريكي.

<sup>2</sup> يُنظر، فاطمة القليني .محمد شومان.الاتصال الجماهيري : "اتجاهات نظرية ومنهجية" .ص 34.

<sup>3</sup> Larry M. Bartels. The Study of Electoral Behavior. The Oxford Handbook of American Elections and Political behavior. August 2008.p2.

<sup>4</sup> .PAMELA J.SHOEMAKER,STEPHEN D.REESE.MEDIATING THE MESSAGE : « THEORIES OF INFLUENCES ON MASS MEDIA CONTENT » .LONGMAN USA.SECOND EDITION .P12

<sup>5</sup> . ARMAND ,MICHEL MATTELART OUVRAGE PRECEDENT .P25.

المعلومات على مرحلتين TWO STEP FLOW OF COMMUNICATION .

و حسب هذه الفرضية فإن محتوى وسائل الإعلام يصل إلى الجمهور من خلال الأفراد المهتمين بوسائل الإعلام (قادة الرأي ) والأكثر تعرضا لها <sup>1</sup> ، حيث يلعبون دورا وسيطا في نشر الرسائل السياسية ، من ناحية أخرى على أساس الجماهير محددة تميل إلى اختيار أنواع معينة من الرسائل وتفضيل بعض الوسائل أكثر من وسائل أخرى ، مما دفع الباحثين إلى البحث عن دور المتغيرات النفسية والاجتماعية في اختيار رسائل خاصة من خلال وسائل خاصة دون رسائل ووسائل أخرى .

بحثت بعض هذه الدراسات في الاحتياجات النفسية المتدخلة في استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ، في نفس الوقت بحثت دراسات أخرى 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 <sup>2</sup> ، كما يمكن أن يقوم الأفراد باستخدام نفس الرسالة الإعلامية لأغراض مختلفة باختلاف الدوافع على غرار الدراسة التي قام بها JOHN W.RILEY & MATHILDA W. RILEY ، والتي أظهرت أن الأطفال المدمجين بشكل جيد مع رفقاتهم

<sup>1</sup>.JEAN LOHISSE. LA COMMUNICATION DE LA TRANSMISSION A LA RELATION .EDITION DE BOECK UNIVERSITE .  
<sup>3</sup>EME EDITION.2007.P58.

<sup>2</sup> , .PHILIPPE BRETON ,SERGE PROULX.L'EXPLOSION DE LA COMMUNICATION.LA DECOUVERTE.PARIS.PP 167-168.

يستخدمون قصص المغامرات التي تبثها وسائل الإعلام لأغراض اللعب ، في حين أن الأطفال الغير مندمجين مع رفقاءهم جيدا يستخدمونها للتخيل وأحلام اليقظة ، وعليه نجد أن نفس الرسالة الإعلامية يمكن أن تُستخدم لعدة أغراض باختلاف الدوافع والحاجات النفسية.<sup>1</sup> وعليه نجد أن نظرة الباحثين واتجاهاتهم تغيرت إلى أن تأثير وسائل الإعلام ليس دائما وأبدا في الاتجاه الإيجابي الذي يقصده القائم بالاتصال ، وإنما يتوقف ذلك على طبيعة الجمهور والظروف التي يتم فيها الاتصال وعدة متغيرات لها تأثير أكبر على غرار تأثير الجماعة ، وتأثير الدوافع والحاجات والفروق الفردية والعوامل الديموغرافية.<sup>2</sup> كما تجدر الإشارة إلى أن الحاجيات المتنامية الناجمة عن تعاظم وظائف الاتصال الجماهيري في المجتمعات الحديثة ولدت الحاجة إلى دراسات شاملة ومعقدة ، و تم استحداث مجالات جديدة للدراسات تتعلق بالسياقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والتشريعية والرقابة الاجتماعية في أطر محلية ووطنية ودولية ، بالموازاة مع النمو والتطور المتلاحق في تكنولوجيا الاتصال بصفة عامة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>. SHAHINAZ M TALAAT .THE EFFECT OF MASS MEDIA ON SOCIETY .CAIRO UNIVERSITY.2001.P177.

<sup>2</sup> يُنظر،محمود عبد الرؤوف كامل .هل يقرأ المصريون؟"دراسة ميدانية".ص ص 14-15.

<sup>3</sup> يُنظر،فواز منصور الحكيم .سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري. دار أسامة للنشر والتوزيع.عمان .2011.ص 71.

## 2.2 الجمهور AUDIENCE:

خضع مصطلح الجمهور في تشكيله إلى مرحلتين مهمتين وهما مرحلة ما قبل وسائل الإعلام ومرحلة ظهور وسائل الإعلام<sup>1</sup> ، ففي المرحلة الأولى كانت فكرة الجمهور تعني في الأصل مجموع المتفرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي استعراض عام ، و كان الجمهور واسعا يتكون من مجموع سكان القرية أو المدينة ، وكان أفرادهم معروفين ذواتهم ومحددون في المكان والزمان ، و كان منظم- الجمهور - بحكم العادة ومعين المواقع وفقا للمراتب والمراكز الاجتماعية<sup>2</sup>.

أما المرحلة الثانية فقد بدأت مع ظهور الطباعة في القرن الخامس عشر والتي أدت إلى ظهور جمهور القراء READER بفضل التمكن من إصدار النشريات والدوريات بما فيها الصحف لاحقا ، وزاد ظهور الثورة الصناعية خلال القرن الـ 19 م في إعطاء دفع قوي للطباعة مما أسهم في تنمية الصحافة وتسويقها ، خاصة الموجهة لأفراد المجتمعات الجماهيرية MASS SOCIETY .

خلال بدايات القرن العشرين 20م ، و مع ظهور وسائل الإعلام الإلكترونية من إذاعة وتلفزيون ، أصبح الجمهور غير محدد في المكان ، حيث باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين

<sup>1</sup> يُنظر، فواز منصور الحكيم .سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري .نفس المرجع.ص 59.

<sup>2</sup> يُنظر، علي قسايسية .أطروحة دكتوراه: المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي.جامعة الجزائر.2006-207.ص 65-66.

أفراد الجمهور من جهة ، وبينهم وبين القائم بالاتصال أو المرسل من جهة أخرى ، ولم يعد الجمهور يشمل القراء فقط بل ظهر جمهور المستمعين والمشاهدين .

ونشير كذلك أن تطور مفهوم الجمهور لم يقتصر فقط بالوسيلة ، بل بالموازاة ساهم تطور الأنظمة السياسية للمجتمعات واعتناق نظام الديمقراطية السياسية في تحديد معالم الجمهور إذ لم يعد هذا الأخير مجرد قراء الصحف ومستمعين ومشاهدين للإذاعة والتلفزيون ، وإنما يتضمن في نفس الوقت ناخبون ومستهلكون للسلع والخدمات فظهر جمهور الناخبين MASS ELECTORALE ، وجمهور السوق MASS MARKET ، كما أن هذا التطور لا يزال قائما بتطور الوسيلة أو معايير أخرى فنجد مثلا أن ظهور الانترنت أفرز مفهوم جديد آخر وهو جمهور الواب<sup>1</sup>.

فدراسات الجمهور نشأت وتطورت في ظل ظروف المنافسة الاقتصادية والسياسية التي تسعى للبحث عن أنجع السبل وأقصرها لكسب رضا أكبر عدد ممكن من الزبائن أو الناخبين ، حتى أن أغلب الدراسات التي كانت تنجز تم تمويلها من قبل شركات تجارية أو مؤسسات سياسية<sup>2</sup>.

وكما سبق الذكر فإن الاهتمام بجمهور وسائل الإعلام ظهر مع منذ البدايات الأولى للقرن العشرين نتيجة الدراسات السيكولوجية والسوسيولوجية .

<sup>1</sup> يُنظر، تسعديت قديوار.رسالة ماجستير: "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها".كلية العلوم السياسية والإعلام . جامعة الجزائر 3 .2010-2011.ص 56.

<sup>2</sup> يُنظر، فواز منصور الحكيم .سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري . ص 59

وقد ظهرت وتطورت دراسات الجمهور نتيجة لمجموعة من العوامل نذكرها في النقاط

التالية :

أ. **الدعاية** : حيث ازداد الاهتمام بالدعاية خلال الحربين العالميتين ، وقد أدى ذلك إلى

دراسة أساليب التأثير ، كما ساعد على تطوير مناهج البحث وتطبيقها على نطاق واسع.

واستمرت الدعاية كمحرك نشيط لدراسات الجمهور إلى ما بعد الحربين العالميتين ولو اختلفت

الأساليب والأهداف باختلاف المراحل التاريخية .

ب. **الإشهار** : حيث كان الإشهار والإعلانات التجارية ولازالت المحرك البارز في

إعطاء دفع قوي لدراسات الجمهور ، سواء تعلق الأمر بالمعلنين عن السلع والخدمات

المادية ، وغير المادية ، أو بالناشرين وموزعي الرسائل الإعلامية على أكبر عدد ممكن

من الأفراد.

حتى أن الدراسات التي تنجزها مراكز البحث غالبا ما تكون وراءها أهداف تجارية معلنة

أو خفية<sup>1</sup>.

ت. **الرأي العام** : يغلب على هذا العامل الطابع السياسي ، حيث أن الحكومات تسعى

لإرضاء المحكومين ، فأبي نظام ديمقراطي يسعى لكسب تأييد من الرعايا في القرارات

الحاسمة من جهة والمحافظة على مصالح الرعايا من جهة أخرى تحسبا للانتخاب

<sup>1</sup> يُنظر،تسعديت قدوار .رسالة ماجيستر: "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها"..ص ص 49-50.

الموالية<sup>1</sup> ، بمعنى أن اهتمامات الرأي العام قد تنصب على المسائل السياسية والمسائل

الدينية أو المسائل الاقتصادية أو الاجتماعية.<sup>2</sup>

وعليه فإن اهتمام الحكومات والهيئات السياسية المتنافسة على السلطة يدفعها إلى محاولة فهم الظروف والعوامل المؤثرة في الجماهير للتعرف على احتياجاتها لتعمل على إشباعها وبالتالي كسب ود وتأييد المحكومين والناخبين ، ولهذا الغرض خصصت أموال معتبرة للحملات الإعلامية الانتخابية ، وتمويل البحوث وقياسات اتجاهات الرأي العام ومحاولة تغييره وتوجيهه .

ث. **العامل الأكاديمي:** حيث برزت الحاجة إلى دراسة الجمهور دراسة معمقة لأغراض علمية ، خاصة بعد التقدم الهائل في الدراسات المتعلقة بمصادر الرسائل الإعلامية ، والوسائل الإعلامية كوسائط ، والآثار التي قد تحدثها في الجمهور . وقد ركزت المعاهد والمراكز الأكاديمية والجامعات على معرفة جمهور وسائل الإعلام كجزء من المجتمع بغرض صياغة نظريات إعلامية متكاملة وشاملة لجوانب الظاهرة الاتصالية .

تعددت التعاريف التي توصلت إليها مختلف الدراسات الخاصة بجمهور وسائل الإعلام ، ويعود اختلاف وتعدد التعاريف الخاصة بالجمهور إلى الطبيعة الثنائية له - الجمهور - ، فمن جهة هو عبارة عن جماعة اجتماعية تنشأ نتيجة لقوى وعوامل اجتماعية معينة ، ومن جهة

<sup>1</sup> يُنظر،تسعديت قدوار . رسالة ماجيستر: "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها". ص ص 49-50.

<sup>2</sup> يُنظر،سناء الجبور .الإعلام الاجتماعي. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان.ص 125.

أخرى هو جماعة اجتماعية تنشأ استجابة لنشاط إعلامي سواء كان ذلك وسيلة إعلامية أو مضمونا إعلاميا.<sup>1</sup>

فيما يلي نعرض مجموعة من التعاريف التي توصل إليها الباحثين :

أ. يعرفه فرانسيس بال FRANCIS BALLE على أنه مجموع قراء جرائد ، مستمعي حصة

إذاعية ، جمهور مسرح ، زوار مواقع الكترونية ، مهتمين بالإشهار.<sup>2</sup>

ب. الجمهور بمفهوم العامة : ويستند هذا التعريف على حجم وانتشار وتنوع مفردات

الجمهور وجهلهم لبعضهم البعض وافتقارهم إلى أي تنظيم اجتماعي ، كما يتميز تكوينهم

بالعفوية والتغيير السريع ، وقد أصبح هذا المفهوم يستخدم كمعيار للحكم على طبيعة

الجمهور ، فكلما تدنت ثقافة الجمهور وأذواقه قارب مفهوم العامة .

ت. الجمهور بمفهوم الجماعة الاجتماعية : هذا التعريف له طابع سياسي إذ يعرفه ديوي

DEWEY \* بأنه تجمع سياسي ينشأ كوحدة اجتماعية نتيجة لمعرفة الأفراد المشتركة

للمشكلة العامة التي تهمهم ، والتي يسعون لإيجاد حلول لها ، وفي هذا الصدد يرى العالم

الاجتماعي ميل زان وسائل الإعلام تتطور بشكل كبير في المجتمع الذي له حضور سياسي

واجتماعي قوي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> يُنظر،تسعديت قدوار .رسالة ماجيستر : "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها".ص ص 49-56.

<sup>2</sup> يُنظر،سميرة بلغيثية . الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت:مذكرة ماجيستر.جامعة الجزائر.2010-2011.ص.10.

<sup>3</sup> جون ديوي JOHN DEWEY (1859-1952): فيلسوف وعالم نفس أمريكي .

<sup>3</sup> يُنظر، محمد منير حجاب .المعجم الإعلامي.دار الفجر للنشر والتوزيع.2004.ص ص 198-199.

ث. **الجمهور بمفهوم السوق** : فإننتاج السلع والخدمات المختلفة والتي توجه إلى مجموعة من

المستهلكين أو المهتمين ، هذا الأخير الذي أصبح يسمى بالسوق ، وعليه يمكن

تعريف الجمهور في إطار السوق على أنه مجموعة المستهلكين المرتقبين الذين تعرف

خصائصهم الاقتصادية والاجتماعية ، وهذه الخصائص هي المستهدفة من الرسائل أو

الوسائل الإعلامية.

ورغم تعدد التعاريف حول الجمهور سواء كمجموعة من المتفرجين أو المستمعين

أو المشاهدين، أو جماعة اجتماعية ، أو مجموعة المستهلكين إلا أنها جميعا تتوفر على

العناصر الرئيسية التي يمكن أن تدخل في تعريف جمهور وسائل الإعلام ، الذي يستجيب

بطريقة مختلفة للرسائل الإعلامية المعروضة ، حيث تتوقف عملية الاستجابة على ظروف

وعوامل فردية واجتماعية مختلفة تتضح في مستويات التفضيل والاهتمام لدى الجمهور .

نشير أن التعاريف السابقة الذكر حول الجمهور تتداخل مع أشكال أخرى لتجمعات الحياة

الاجتماعية على غرار "الجماعة" ، "الحشد" ، "الجمهور العام" ، وقد حدد بلומר

الاختلافات بين الجمهور وهذه الأشكال على النحو التالي :

• **الجماعة**: تقوم على التقارب الجسماني للناس<sup>1</sup> ، وأفرادها واعون بعضويتهم

المشتركة في الجماعة ويتقاسمون نفس القيم نلهم بنية معرفية لعلاقاتهم وهي مستمرة في

<sup>1</sup> ينظر، محمد منير حجاب .المعجم الإعلامي.دار الفجر للنشر والتوزيع.2004.ص ص 198-199.

الزمن ، ويعملون من خلالها على تحقيق أهداف مشتركة ومخططة سلفا.<sup>1</sup>

ويذهب البعض إلى تقسيم الجماعة إلى :

أ. جماعة أولية PRIMARY GROUP: وهي جماعة تقوم على المودة والتقارب والتوحد ،

ويتميز الاتصال بينها بأنه مباشر وشخصي ، ومن الأمثلة عن الجماعة الأولية : الأسرة ن

المجتمع المحلي الريفي ...

ب. الجماعة غير الرسمية INFORMEL GROUP: تقوم تلقائيا استجابة لظروف معينة ،

وتتشكل من عدد قليل من الناس ينساقون وراء قيادة غير رسمية وغير ملزمة ، وسرعان ما

تتفرض هذه الجماعة بعد تحقيق أهدافها أو دخول عوامل خارجية قاهرة تفرق بين أفرادها.

ت. الجماعة الثانوية SECONDRY GROUP: على غرار الأحزاب والتنظيمات الثقافية

وغيرها ، إذ أنها جماعة تشمل أحد جوانب الحياة الاجتماعية .

ث. الجماعة الرسمية FORMEL GROUP : تقوم على أساس التقنين المكتوب من خلال

اللوائح والقواعد المحددة لقياسها وتنظيم استمرارها والقوة فيها قانونية ، إضافة إلى الأهداف

الواضحة والواجب الوصول إليها من خلال أداء أدوار الجماعة ، ومن أمثلتها جهات العمل

الرسمية كالجامعات والشركات... إلخ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، تسعديت قدوار .رسالة ماجيستر: "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها".ص ص 56-59.

<sup>2</sup> يُنظر جبارة عطية جبارة .علم الاجتماع الإعلام .دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر.الإسكندرية..ص ص 35-37.

إن هذه الأنواع مجرد أمثلة عن تقسيمات الجماعة التي تسعى للتفرقة بين الأهداف

والمعايير التي تقوم عليها الجماعة والتي تشترك فيما بينها في عامل التفاعل والاتصال.<sup>1</sup>

• **الحشد** : وهو أوسع من الجماعة ، وهو ظاهرة ذات وجود مكاني وزماني محدد وقصير

فهو تجمع لعدد كبير من الأفراد الذين يتعرضون في نفس الزمان والمكان لبعض المتغيرات

النفسية<sup>2</sup> ويحدث بينهم تفاعل مباشر ومؤقت ، وتربطهم عاطفة قوية ومثيرات عامة<sup>3</sup>.

• **الجمهور العام** : أكبر حجماً من التجمعات الأخرى السالفة الذكر ، أعضاؤه أكثر تبعثراً

ومتباعدين في المكان و أحياناً في الزمان ولكنه يكون ذا ديمومة أطول ، فهو ينشأ حول

قضية عامة ، ويتكون هدفه الرئيسي في تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية أو

مجموعة من القضايا .<sup>4</sup>

ورغم تعدد التعاريف الخاصة بالجمهور إلا أن التعريف الذي يُهمنا ويتناسب مع دراستنا

هاته التي تنصب في حقل علوم الاعلام والاتصال هو التعريف الخاص بالجمهور الإعلامي

الذي يرتبط بوسائل الإعلام ، على غرار تعريف **دينيس مكويل DENNIS MACQUEL** \* الذي

يرى أن الجمهور هو عبارة عن جماعة تنشأ استجابة لنشاط إعلامي (...) وهو مجموع

الأشخاص الذين يفترض أن تصلهم وحدة إعلامية لمحطة إذاعية أو لقناة تلفزيونية أو صحيفة

<sup>1</sup> يُنظر جبارة عطية جبارة .علم الاجتماع الإعلام .دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر .الإسكندرية .ص ص 35-37.

<sup>2</sup> يُنظر ، تسعديت قدوار .رسالة ماجيستر : "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها" . ص ص 56-59.

<sup>3</sup> يُنظر ، محمد منير حجاب .المعجم الإعلامي . 2004. ص 220.

<sup>4</sup> يُنظر ، تسعديت قدوار .رسالة ماجيستر : "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها" . ص ص 56-59.

\* **دينيس مكويل DENIS MCQUAIL** : باحث ومنظر في الإعلام والاتصال .

أو لموقع إلكتروني ، أو مجموع هذه الوسائل مجتمعة (... ) ، وهو التعريف الذي ينطبق مع التعريف الوارد في قاموس الصحافة والإعلام .<sup>1</sup>

### 3.2 خصائص وسمات الجمهور

#### أ. الخصائص والسمات العامة للجمهور

- الحجم الواسع ، حيث تتخذ الجماهير حجما واسع بكثير من الأشكال الأخرى.

- التشتت ، إذ يتواجد عناصر الجماهير في أوضاع وأماكن متباعدة ومع الاستعمال المكثف لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، حيث اكتسب الجمهور بعدا كونيا جعله غير محدد في المكان وأضفى عليه صفة التواجد الكلي في كل مكان .

- عدم التجانس :فأفراد الجمهور غير متجانسين ، الأمر الذي يجعلهم متميزين في احتياجاتهم ومصالحهم واهتماماتهم وبالتالي في سلوكهم الاتصالي .

- مجهولون لدى بعضهم البعض من جهة ولدى القائم بالاتصال من جهة أخرى.

- عياب التنظيم الاجتماعي ، حيث أن تباعد عناصره وعدم معرفة بعضهم البعض يفقدهم القدرة على التوحد والتضامن أو الدخول في تنظيمات اجتماعية بصفتهم كأفراد الجمهور<sup>2</sup>.

#### ب. الخصائص (السمات) الديمغرافية والاجتماعية للجمهور:

<sup>1</sup> يُنظر، سميرة بلغيثية .الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت:مذكرة ماجيستر .ص ص44-45.

<sup>2</sup> يُنظر، سميرة بلغيثية .الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت:مذكرة ماجيستر .ص ص 45-47.

كرس الباحث إينيس جهدا معتبرا في البحث عن أبرز المميزات التي تنطبق على الجماعة الاجتماعية حيث فرق بين الخصائص الظاهرية وخصوصيات البنية الداخلية ، كما أثبتت الدراسات والأبحاث التي أجريت على جمهور وسائل الإعلام المختلفة وجود اختلافات شكلية جوهرية عند جماهير وسائل الإعلام المختلفة وعند الجمهور الواحد للوسيلة الإعلامية الواحدة ، 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.<sup>1</sup>

وقد أصبح لهذه السمات دلالات اجتماعية منذ أن لاحظ روبرت ميرتون\* أن عناصر بعض الفئات مثل فئات السن ، النوع التعليم ، الدخل ... يمكن أن تتماثل في سلوكياتها تجاه الرسائل الإعلامية في إطار العلاقة كلها أو بعضها بهذه السمات.

إذ يرى مكويل MCQUIL\*\* أن السن والطبقة والدخل ومستوى التعليم لها أهمية كبيرة في تحديد حجم جمهور أي وسيلة إعلامية لأن كل منها يتدخل في تحديد حجم الوقت وكمية المال اللازمين لاستعمال وسائل الإعلام فالسن يحدد مدى الاستعداد والحرية في اختيار واستعمال وسائل الإعلام حيث أن الأطفال الصغار مثلا يخضعون لاختيار العائلة ويتعرضون للتلفزة أكثر من أي وسيلة أخرى ، ومع تغير السن يكتسب حرية في تعامله مع وسائل الإعلام

<sup>1</sup> يُنظر، سميرة بلغيشية. الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت:مذكرة ماجستير. ص ص 45- 47.

\* روبرت ميرتون ROBERT KING MERTON (1910-2003) : عالم إجتماع أمريكي.

\*\* دينيس مكويل DENIS MCQUAIL : باحث ومنظر في الإعلام والاتصال.

فيؤدي إلى استعمال الراديو والذهاب إلى السينما وعندما يصبح الشخص رب عائلة تكون له اهتمامات مختلفة مثل تخصيص وقت أكبر لقراءة الصحف ، ويقسم الجمهور وفق سمة النوع GENRE إلى ذكور / إناث اعتمادا على عوامل بيولوجية وفسولوجية نظرا لثبوت تباين استجابة كل نوع للرسائل الإعلامية تبعا لاختلاف مصالح وحاجيات كل من الذكور والإناث التي يمكن إشباعها من خلال التعرض لوسائل الإعلام.<sup>1</sup>

بمعنى أن كل مستخدم لوسائل الإعلام لديه سمات خاصة ، فالخصائص السوسيوديموغرافية السابقة الذكر (السن ، الجنس ، الحالة العائلية...) تسمح بتفسير السلوكيات 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 التنوع في وسائل الإعلام والتنوع بين الطلب والحاجة للمعلومة ، وهذا يعني تجدد في الاستخدامات والمستخدمين ، فلا يوجد جمهور واحد بل عدة جماهير ، إذ أن المنتجات والخدمات الإعلامية تقوم بتقسيم وتصنيف المستخدمين إلى جماهير متعددة.<sup>2</sup>

ويمكن توضيح هذه الفكرة بمثال عن المكتبة المكونة من عدة طوابق وكل طابق يحتوي على كتب في تخصص معين ، وبالتالي سنجد أن مستخدمي المكتبة سينقسمون إلى عدة أقسام

<sup>1</sup> يُنظر، منصور الحكيم .سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري . ص ص 59-77.

<sup>2</sup> YVES F.LE COADIC :USAGES ET USAGERS DE L'INFORMATION. EDITION NATHAN,PARIS.1997.P P 74-75.

حسب التخصص الذين يبحثون عنه ، وكل طابق مشكل من جمهور خاص حسب حاجته لمعلومة<sup>1</sup>.

ويصنف الباحثون والخبراء هذه السمات إلى نوعين :

### أولاً: السمات الأولية :

وهي السمات أو الخصائص الغير قابلة للتغيير ، أي الثابتة وتنسب إلى الفرد بميلاده

مثل تاريخ ومكان الميلاد ، الجنس (ذكر ، أنثى) والانتماء العرقي والسلالات (...)<sup>2</sup>

حيث تؤثر خصائص الأفراد الأولية على عادات اتصالهم وهذه الخصائص الأولية

هي :

أ. العمر(السن) :بينت الأبحاث أن الأفراد الصغار يفضلون المواد الترفيهية

أكثر من المواد الجادة ، كما بينت أيضا وجود ارتباط سلبي واضح بين صغر السن

وسنوات مرحلة الشباب والاهتمام بالشؤون العامة ، فالأفراد في سن الشباب يكونون عادة أقل

اهتمام بالشؤون العامة ، وتشير الدلائل إلى انه كلما ارتفع السن تحول الاهتمام من الخيال

إلى الموضوعات غير الخيالية فهي مرحلة الطفولة تصبح وسائل الإعلام جزءا من بيئة الطفل

حيث يبدأ هذا الأخير في استخدام التلفزيون بمجرد بلوغه السنتين من عمره<sup>3</sup> ، ومعظم الأطفال

<sup>1</sup>. YVES F.LE COADIC :USAGES ET USAGERS DE L'INFORMATION. EDITION NATHAN,PARIS.1997.P P 74-75.

<sup>2</sup> يُنظر، منصور الحكيم .سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري . ص ص 77.

<sup>3</sup> يُنظر، موسى علي الشهاب .علم اجتماع الإعلام .دار أسامة للنشر والتوزيع .عمان .2011.ص 126.

يشاهدون التلفزيون في سن الخامسة في حين يكون استخدامه للراديو محدودا ، وبينما يتعلم القراءة يبدأ في استخدام القصص وبعض مضمون المجالات .

أما في مرحلة المراهقة يعكس استعمال المراهقين لوسائل الإعلام تكوين مهارات جديدة لديهم ، ويعكس أيضا نضج أذواقهم واهتماماتهم ، فنجد مثلا المراهق يتحول إلى قراءة الأعمدة الصحفية ، لتتطور قراءة الصحف إلى ذروتها مع سن الأربعين ، ومن ناحية أخرى نجد أن التلفزيون يجذب متفرجين أكثر بعد سن الخمسين ، بمعنى أنه يحدث تغير في قدر وطبيعة استخدام وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة ، والأشخاص كلما كبروا في السن يختارون الأخبار ويقرؤون عن الشؤون العامة في الصحف ، ويبحثون عن المواد الجادة في المجالات والأفلام السينمائية<sup>1</sup>.

**ب. الجنس:** فالاختلاف بين الرجال والنساء له أهمية كبيرة حيث كشفت الدراسات أن النساء أقل اهتماما بالشؤون العامة مقارنة بالرجال ، فالإناث يملن على قراءة القصص الخيالية في المجالات ، في حين يميل الذكور إلى قراءة المواد غير الخيالية<sup>2</sup>.

**ت. الخصائص البيولوجية:** فالخصائص البيولوجية ومكونات الشخصية الإنسانية لهم تأثير على طبيعة السلوك الإنساني ، إذ أن البنين العضوي للجسم يؤثر على طبيعة سلوكه وتصرفاته ونظرته إلى نفسه ونظرة الآخرين إليه ، ويحدد طبيعة العلاقة القائمة بينه

<sup>1</sup> يُنظر، موسى علي الشهاب .علم اجتماع الإعلام .دار أسامة للنشر والتوزيع .عمان .2011.ص 126.

<sup>2</sup> يُنظر، منى سعيد الحديدي ، سلوى إمام على.الإعلام والمجتمع .الدار المصرية اللبنانية .طبعة 01.2004.ص ص 94 -

وبين غيره من الأفراد ، فقد يولد شخص ناقص التركيب البيولوجي أو مشوه الخلقة ، وهنا يؤثر في علاقاته الاجتماعية بالآخرين ، فالانعكاسات التي تظهر في سلوك الفرد إنما مردها إلى تكوينه البيولوجي ، وهذا ما يجعل التعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة أمرا بالغ الأهمية على مستوى الاتصال الشخصي ، ومن خلال وسائل الاتصال الجماهيري ، فالإعاقة تولد إحساس بالنقص مما يدفع ذو الحاجة الخاصة إلى الانسحاب من العلاقات الاجتماعية وتعويضها بالطريقة الاصطناعية من خلال وسائل الاتصال الجماهيري.<sup>1</sup>

### ثانيا : السمات المكتسبة

وهي الخصائص والسمات القابلة للتغيير مثل اللغة ، الدين ، السن ، المستوى التعليمي ، مكان الإقامة ، الوظيفة ، الدخل والحالة المدنية(...).

أ. التعليم: أكد هوفلاند HOVLAND\* أن هناك ارتباطا إيجابيا بين مقدرة الفرد

الذهنية ودرجة استيعابه للرسالة الإعلامية ، إذ أن جمهور وسائل الإعلام المطبوعة يحتاج إلى قدر معين من المهارات ، ولكن أي شخص تقريبا يمكنه أن يكون جمهور الراديو والتلفزيون ، بمعنى أن هناك ارتباط بين التعامل مع الجريدة أو المجلة ودرجة التعليم.<sup>2</sup>

ب. الحالة الإقتصادية: فالحالة الإقتصادية قد تعكس قدر الجهد المبذول الذي يعتبر أحد

---

<sup>1</sup> يُنظر، منى سعيد الحديدي ، سلوى إمام على.الإعلام والمجتمع .الدار المصرية اللبنانية .طبعة01. 2004ص ص 94 - 100.

\*كارل هوفلاند CARL HOVLAND (1912-1961):عالم نفس أمريكي.

<sup>2</sup> يُنظر، تسعديت قدار. رسالة ماجستير: "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها". ص ص 60-62.

العوامل الهامة في تفضيل الفرد لوسائل الإعلام ، هذا الجهد الذي يؤثر فيه سهولة الحصول على وسائل الإعلام أو الوقت المتاح لدى الفرد للقراءة أو الإستماع أو المشاهدة<sup>1</sup> ، من جهة أخرى نذكر أن رامزاير RAMSEYER درس تأثير أربعة افلام سينيمائية تتصل بموضوعات زراعية ، ووجد أن التغيير في الاتجاه كان أقل نسبيا عند أطفال الطبقة الفوق متوسطة مقارنة مع أبناء الفلاحين والعمال (...). ويرجع هذا الفارق إلى الخصائص التي تحملها كل طبقة.<sup>2</sup>

#### 4.2 مقرب الاستخدامات والإشباعات :USES & GRATIFICATIONS

تري هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد عنصر سلبي في العملية الاتصالية ، بل أن الأفراد هم الذين يحددون المضامين الإعلامية التي يتلقونها والتي يعتقدون أنها هي التي تلبى حاجاتهم النفسية والاجتماعية\* ، وعليه فإن أفراد الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري وهم يستخدمون وسائل الاتصال التي تلبى أهدافهم المتوقعة ، كما يختلف استخدام وسائل الاتصال الجماهيري وفقا لتنوع التفاعل الاجتماعي والحاجات النفسية والاجتماعية للأفراد والفروق الفردية بينهم<sup>3</sup> ، والناس يقومون ، باستعمالات واعية وإرادية

<sup>1</sup> يُنظر، تسعديت قدوار . رسالة ماجستير: "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها". ص ص 60-62.

<sup>2</sup> يُنظر، عبد الفتاح محمد دويدار . سيكولوجية الاتصال والاعلام . دار المعرفة الجامعية . الاسكندرية. 2005. ص 96.

\* تم التطرق لحاجات الجمهور AUDIENCE NEEDS سابقا ، كما يمكن الاطلاع على الفصل الموالي بعنوان :الحاجات الدوافع .

<sup>3</sup> يُنظر، عبد الرحيم درويش . مقدمة إلى علم الاتصال . مكتبة دنانسي. 2005. ص 27.

لوسائل الإعلام بغية الحصول على أشياء خاصة نصيحة مثلا ، معلومة ، مساعدة ،

للترفيه ، للتسلية ، الخ...<sup>1</sup>

ويطلق على هذه النظرية كذلك بنظرية المنفعة حيث أنها تساءلت عن كيفية استفادة

الجمهور من وسائل الاتصال الجماهيري لتحقيق الكثير من الإشباعات كالتعلم عن النفس

وعن الآخرين والتعلم كيفية التصرف في مختلف المواقف ، والاسترخاء والنسيان ولقضاء

الوقت<sup>2</sup> ، أي استعمال وسائل الإعلام لأغراض (وظائف) مختلفة (التسلية ، التعليم ، الإعلام

...) ، إلا أن هذه الوظائف تتحكم فيها حاجات ودوافع تعتبر من العوامل المحركة للأفراد

للتخفيف من أعباء الحياة اليومية ولتحقيق التوازن النفسي الذي يساعد على الاستمرار مع

الغير ، ومن تم فإن استخدام وسائل الإعلام مرهون بالتباين في الحاجات والدوافع ، التي ما هي

في الأساس إلا مجموعة من القوى النفسية التي تساعد على تحديد سلوك الجمهور ، ويفسر

التباين في سلوك التعرض بالكثافة الشديدة أو التعرض المحدود نتيجة عدم تلبية الوسيلة لحاجة

أو حاجات لدى الفرد.<sup>3</sup>

إن نموذج الاستخدامات الإشباعات هو نتيجة لمزيج من التيار الوظيفي وعلم النفس ، و

ساهم في ظهوره عدة أبحاث ودراسات خلال الأربعينيات من القرن الماضي على غرار أبحاث

<sup>1</sup> يُنظر، فضيل دليو.الإتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله. دار الفجر للنشر والتوزيع. 2003. ص 43.

<sup>2</sup> يُنظر، عبد الرحيم درويش. نفس المرجع. ص 27.

<sup>3</sup> يُنظر، حنان شعبان. تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام من دراسات التأثير إلى دراسات التلقي ". ص 70.

إليه كاتز ELIHU KATZ\* ، جاي بلومر JAY BLUMER\* ، فولكس FOULKس ، كورفيتش  
KARL ERIK ROSENGREN<sup>1</sup> ، دينيس DENIS MCQUAIL ، كارل إريك روزنغرين  
WILBUR SCHRAM<sup>2</sup> ، وبلبر شرام ROSENGREN\* ، وغيرها من الدراسات التي كانت  
تسعى للكشف عن دوافع الأفراد لإستخدامهم وسائل الإعلام ، على خلاف الدراسات التي  
سبققتها والتي كانت تركز على الآثار الناجمة من العملية الاتصالية وتجعل المرسل هو المتحكم  
والمتلقي هو المتحكم فيه<sup>3</sup> ، وانعكست النظرة المعتادة لوسائل الإعلام ، التي تبحث فيما  
تفعل وسائل الإعلام بالجمهور ، إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام .  
هذه الأبحاث حاولت ربط توقعات الاستهلاك واللذة و المتعة و الأثر من خلال مؤشرات  
كمية ، وهي أبحاث قائمة على مبدأ الانتقائية أو الاختيار ، مع الأخذ في الحسبان حاجات  
وتطلعات الجمهور ، وعليه فوسائل الإعلام تكون بمثابة خدمات عمومية أين يقوم الجمهور  
باستخدام انتقائي<sup>4</sup> .

لقد جاءت نظرية الاستخدامات الإشباعية مخالفة لما توصلت إليه نظريات التأثير  
المباشر ، وحاولت تجاوز نظريات التأثيرات الغير مباشرة أو المحدودة<sup>5</sup> ، ذلك أن تأثير

\* إليه كاتز ELIHU KATZ : عالم إجتماع أمريكي .

\* جاي بلومر JAY BLUMER : باحث أمريكي في وسائل الإتصال الجماهيري .

<sup>1</sup> . DANY THERRIEN.LE PHENOMENE FACEBOOK USAGES ET GRATIFICATION : MEMOIRES DE MAITRISE. FACULTE DES ARTS ,UNIVERSITE OTTAWA.CANADA.2012 P P 24-30.

<sup>2</sup> كارل إريك روزنغرين KARL ERIK ROSENGREN : أستاذ بجامعة لوند ،السويد (تخصص إعلام واتصال).

<sup>3</sup> . ERIC MAIGRET.SOILOGIE DE LA COMMUNICATION ET DES MEDIAS.2<sup>EME</sup> EDITION. ARMAND COLIN. P71.

<sup>4</sup> . DANY THERRIEN.OUVRAGE PRECEDENT P 24-30.

<sup>5</sup> . ERIC MAIGRET. OUVRAGE PRECEDENT.P71.

<sup>5</sup> يُنظر، أرمان وميشال ماتلار . ترجمة نصر الدين العياضي ،الصادق رابح.تاريخ نظرية الإتصال . ص 167.

وسائل الإعلام لا يمكن أن يكون قوي ومباشر لوجود عقبات ولوجود تداخل ، ولأن عملية

التأثير تستغرق وقت حسب ما أكده إليهو كاتز ELIHOU KAATZ<sup>1</sup> ، الذي يعود إليه

الفضل في إعطاء تسمية الاستخدامات و الإشباعات سنة 1959م.<sup>2</sup>

وعليه يمكن تلخيص افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباعات في النقاط التالية :

أ. السلوك الاتصالي سلوك هادف PURPOSIVE وذو دوافع MOTIVATED حيث يسعى

جمهور وسائل الإعلام بايجابية إلى تحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه

الوسائل<sup>3</sup>.

ب. الجمهور نشط وفعال يختار من الإعلام ما يناسب رغباته الشخصية.

ت. الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في تقرير الأساليب التي يتلقى بها الرسائل

الإعلامية بما يتفق وحاجاته ورغباته ، أي أن الجمهور يتخذ مبادرة انتقاء واستخدام

وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية ، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل

الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الأساسية ، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ويلبي

رغباتهم كالبحت عن المعلومات لحل مشكلة ما .

ث. يتأثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية

<sup>1</sup>. ARMAND ,MICHELE MATTENART.HISTOIRE DES THEORIES DE LA COMMUNICATION. CASBAH EDITIONS. PP 87-88

<sup>2</sup>. DANY THERRIEN. OUVRAGE PRECEDENT P 24-30.

<sup>3</sup> يُنظر، ياسين قرناني .استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الانترنت :دراسة ميدانية على جمهور الطلبة بجامعتي سطيف

ويسكرة"،إضافات: المجلة العربية لعلم الاجتماع.الجمعية العربية لعلم الاجتماع ، مركز دراسات الوحدة العربية.ص ص

والنفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة وجمهورها ، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح FILTER لاستجابات الفرد السلوكية اتجاه وسائل الإعلام .

ج. قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية ، أو في البناء الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى ، ومن ثمة يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما ، من خلال استخدام أفرادها لوسائل الإعلام .

ح. تتنافس وسائل الإعلام (...) على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته ورغباته (...) والتي تختلف من فرد لآخر باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد<sup>1</sup>.

خ. حاجات الجمهور متعددة ولا يلبي الإعلام إلا بعضا منها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، عصام سليمان الموسى .المدخل في الاتصال الجماهيري.جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا .عمان. طبعة سادسة مزيدة ومنقحة.2009. ص 204.

<sup>2</sup> يُنظر،عصام سليمان الموسى .المدخل في الاتصال الجماهيري.جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا .عمان. طبعة سادسة مزيدة ومنقحة.2009. ص 204.

## 5.2 الدراسات المؤسسة لمقرب الاستخدامات والإشباعات :

أدى إدراك الفروق الفردية والتباين الإجتماعي بين أفراد الجمهور ، وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى ظهور منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام ، وكما سبق الذكر فقد أدى هذا إلى التحول من فكرة الجمهور كعنصر سلبي إلى عنصر فاعل في انتقاء واختيار الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام . وابتداء من النصف الأول من القرن العشرين بدأ التركيز على دراسة استعمال الجمهور لوسائل الإعلام من أجل إشباع وتلبية حاجاتهم انطلاقاً من اختيارات عدة تمنحها لهم الوسيلة الإعلامية<sup>1</sup> ، وقد أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب ، ومسلسلات الإذاعة والتلفزيون ، والصحف اليومية والموسيقى الشعبية والسينما وغيرها من المضامين الإعلامية ، وذلك للبحث في سبب اهتمام الناس بمنتجات الإعلام والنتائج التي يقدمها<sup>2</sup> . ولم يعد هناك حديث عن الآثار التي تخلفها وسائل الإعلام بقدر ما فتحت دراسات الباب أمام مسألة اختلاف الاستعمالات بين الجمهور ، وذلك في حدود الاختلافات بين الاستجابات الناجمة عن الفروق الفردية المكونة للشخصية في حد ذاتها<sup>3</sup> .

و فيما يلي نعرض مجموعة من الدراسات التي أسست لمقرب الاستخدامات

والإشباعات:

<sup>1</sup> يُنظر، حنان شعبان .تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام"من دراسات التأثير إلى دراسات التلقي" . ص ص 69-70.

<sup>2</sup> يُنظر،ملفين ل ديبير،ساندرا بول روكيتش .ترجمة كمال عبد الرؤوف . نظريات وسائل الإعلام . ص.226.

<sup>3</sup> يُنظر، حنان شعبان . تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام"من دراسات التأثير إلى دراسات التلقي" . ص ص 69-70.

1. دراسات هيرتا هيرزوغ HERTA HERZOG\* : التي قامت الباحثة بدراستين :

**الدراسة الأولى :** وكانت سنة 1940 م ، حيث قامت هيرتا هيرزوغ بدراسة حول مسألة

إشباع الرغبات التي كان يتحصل عليها جمهور برنامج إذاعي QUIZ\* ، وخلصت في

دراستها إلى الكشف عن مجموعة من الرغبات المشبعة التي أفصح عنها المستجوبون ،

وتلخصت هذه الإشباعات في :

-**التنافس :** أي أن المستمع للبرنامج يشارك عن بعد في المنافسة من خلال محاولة

الإجابة عن الأسئلة التي يطرحها منشط البرنامج.

-**التربية :** بمعنى التعليم ، أي يتمكن الفرد من هذا البرنامج من إشباع رغبته في المعرفة

من خلال الاستماع إلى الأسئلة والأجوبة ، مما يسمح له باكتساب معلومات جديدة.<sup>1</sup>

-**التقييم الذاتي :** ويقصد به أن المستمع يقارن نفسه بالمتنافسين من جهة ، ومن جهة

أخرى يقيم ذاته من خلال الأجوبة المقدمة في ذلك البرنامج .

أما الأخرى فكانت سنة 1942 م بعنوان "ماذا نعرف عن مستمعي المسلسلات الإذاعية

اليومية " ، و كان الهدف منها هو التعرف على الإشباعات التي تتحصل عليها السيدات من

---

\* هيرتا هرزوغ HERTA HERZOG : رائدة في بحوث وسائل الاتصال الجماهيري .

\* QUIZ: برنامج إذاعي في شكل مسابقة يقوم فيها الجمهور بالتنافس للإجابة عن أسئلة يتم طرحها في البرنامج، انطلق بثها سنة 1940 إلى غاية 1950 .

<sup>1</sup> يُنظر، معمر ريوح.مذكرة لنيل شهادة ماجيستر : "اتجاهات المستهلك الجزائري نحو الإعلان".قسم الإعلام والاتصال .جامعة قسنطينة.سنة 2008-2009.صص 46-47.

متابعة المسلسلات الإذاعية ، وخلصت الباحثة من خلال دراستها أن الرضا والإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها.

2. دراسة ويرنر و هنري WERNER & HENRY :

كانت سنة 1948 م حول الإشباع التي يتحصل عليها المستمعون من وراء الاستماع إلى المسلسلات الإذاعية اليومية ، وكشفت دراستها على ما أسماه الباحثان بتجاوز النفاص الاجتماعية ، بمعنى أن المستمعين من خلال متابعة المسلسلات الإذاعية اليومية يتعرفون على بعض القيم والسلوكيات التي يستقبلونها ويتبنوها في تفاعلاتهم اليومية.<sup>1</sup>

3. دراسة برنارد بيرلسون BERNARD BERLSON\* :

قام برلسون بدراسة للتعرف عن مكانة الجرائد بالنسبة للقراء<sup>2</sup> ، واستغل للقيام في ذلك إضراب موزعي الصحف سنة 1945م لمدة تزيد عن الأسبوعين في نيويورك<sup>3</sup> ، حيث كان يهدف برنارد برلسون للتعرف عن مكانة الصحف اليومية بالنسبة للأفراد ، وتوصل إلى أن الصحف توفر المعلومات العامة لكنها أيضا توفر المعلومات التي يحتاجها الجمهور في حياته اليومية على غرار الإعلانات الخاصة بالشراء والبيع والإعلانات الخاصة بالوفيات ، و هي تساهم بالإضافة إلى ذلك في تحديد المكانة الاجتماعية للفرد من خلال فتح الحوارات بين

<sup>1</sup> يُنظر، معمر ريوح.مذكرة لنيل شهادة ماجيستر : "اتجاهات المستهلك الجزائري نحو الإعلان" صص 46-47.

<sup>2</sup> برنارد روبن بيرلسون BERNARD REUBEN BERELSON :باحث أمريكي مُختص في السلوكيات ومعروف بأبحاثه في الاتصال الجماهيري.

<sup>3</sup> يُنظر، بسام عبد الرحمن المشاقبة.نظريات الاتصال .دار أسامة للنشر والتوزيع.عمان .ص 176.

<sup>3</sup> PAUL F.LAZERSFELD ,FRANK N.STANTON :COMMUNICATION RESESEARCH 1948-1949,HERPER & BROTHERS, NEW YORK , p111.

الناس ، فقد كشفت الدراسة أن مجرد قراءة الصحيفة يخلق قدر من المتعة ويولد شعور بالأمان.<sup>1</sup>

وحسب مكلود MCLEOD وبيكر PECKER فقد اعتمدت هذه الدراسات على تحديد

نوع معين من مضمون وسائل الإعلام وتحديد حاجة أو مجموعة حاجات يشبعها هذا المضمون لدى مجموعة من الناس<sup>2</sup> ، وتمثل هذه الأبحاث نواة أولى لمدخل الاستخدامات والإشباع.<sup>3</sup>

4. دراسة "وليف وفيسك" "WOLF AND FISKE" : وأجريت هذه الدراسة عام

1949 حول سلسلة الرسوم الهزلية الخاصة بالأطفال ، بهدف الكشف عن العلاقة بين الرسوم الهزلية الكاريكاتورية والأطفال<sup>4</sup> ، وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن هناك ثلاث وظائف لكوميديا الأطفال وهي :

أ. تقديم معلومات حول العالم الحقيقي .

ب. تقديم صورة البطل الذي لا يقهر .

ت. فرصة للتباهي بالبطل .

<sup>1</sup> . ELIHU KATZ ,PAUL F.LAZERSFELD.INFLUENCE PERSONNELLE « CE QUE LES GENS FONT DES MEDIAS ». TRADUCTION PAR DANIEL CEFĂI.ARMAND COLIN.P 390.

<sup>2</sup> يُنظر، مرفت الطرابيشي ، عبد العزيز السيد. نظريات الاتصال .دار النهضة العربية .القاهرة.ص 232.

<sup>3</sup> يُنظر، محمود عبد الرؤوف كامل .هل يقرأ المصريون ؟"دراسة ميدانية". ص 17 .

<sup>4</sup> يُنظر،فاطمة القليني.محمد شومان.الاتصال الجماهيري:"اتجاهات نظرية ومنهجية" .دار الكتاب للنشر والتوزيع .القاهرة .

وكل وظيفة تتطابق مع مراحل متتالية من النمو ومرتبطة بحاجاته المحددة عند

الأطفال.<sup>1</sup>

5. دراسة "هربرت بلوملر H. BLUMLER\* و زملائه: تكتسي هذه الدراسة أهمية

خاصة في صياغة نظرية الاستخدام و الإشباع ، وقام بهذه الدراسة " بلوملر BLUMLER " و

زملاؤه بمركز التلفزيون بجامعة " ليدز LEEDS" \*\* عام 1969 والتي أراد فيها الباحثون تجاوز

إحدى فرضيات الاستخدام و الإشباع وهي "الهروبية EXAPISME" .

تمحورت دراسة "بلوملر" وزملائه حول وصف أفراد الجمهور لتجربتهم الذاتية مع وسائل

الإعلام و الوظائف التي تؤديها مضامين معينة في ظروف خاصة ، وقد ركزت هذه الدراسة

على التلفزيون.<sup>2</sup>

## 6.2 الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات:

• لا يوضح المدخل عما إذا كانت الحاجات متغيرا تابعا أم وسيطا ، أم مستقلا ، فهل

الحاجات هي التي تدفع الأفراد لاستخدام الوسائل؟ أم أن إشباع الوسائل لهذه الحاجات

هو الذي يدفع الأفراد للتعرض لهذه الوسائل ، ويؤدي ذلك لظهور حاجات جديدة تدفع الفرد

لاستخدام هذه الوسائل ؟<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>. ELIHU KATZ , PAUL F. LAZERSFELD. OUVRAGE PRECEDENT. P389.

\* هربرت بلوملر 1900 - 1986: عالم إجتماع أمريكي.

\*\* تقع جامعة ليدز LEEDS بالمملكة المتحدة (بريطانيا) تأسست عام 1904.

<sup>2</sup> يُنظر، تسعديت قدوار . رسالة ماجيستر: "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها". ص ص 91-92.

- يقدم المدخل تصورات ذهنية داخلية لدى الفرد كالدافع والحاجة والإشباع.
- يخدم المدخل منتجي المضامين السيئة والرديئة ويدعون أن هذه المضامين ما هي إلا حاجات ورغبات فعلية للجمهور.<sup>2</sup>
- يرى عدد من الباحثين أنها لا تزيد عن كونها إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات ، وفي هذا تسطيح للأمر .
- تركز النظرية على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف ، وذلك من منظور فردي يستخدم الرسائل الإعلامية ، في حين أن الرسائل الإعلامية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد ، وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر .
- ففي منتصف السبعينات هاجم " إلبوت وكربننج وكاري " هذا المدخل النظرية في دراسة وسائل الإعلام اعتمادا على ثلاثة آراء هي:
- أولا : أن مدخل الاستخدامات والإشباع يركز على الوظيفية.
- ثانيا : أن النظريات الوظيفية تتعامل مع أنظمة ساكنة متوازنة لا تقبل التغيير.
- ثالثا : أن صناع القرار يمكنهم التذرع بأن التنظيم الحالي لوسائل الإعلام تنظيم وظيفي ، ومن ثم لا ضرورة لأي تغيير في هذا التنظيم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، خديجة بريك.رسالة ماجستير: "جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية".جامعة الحاج لخضر باتنة. 2009-2010.ص 60.

<sup>2</sup> يُنظر، مرفت الطرابيشي،.عبد العزيز السيد. نظريات الاتصال . . 257.

## 7.2 الرد على الانتقادات :

يعتبر المؤيدون لنظرية الاستخدامات والإشباع أن كل ما أثير حولها لا يمكن أن ينفي دوره في دراسة علاقة الفرد بوسائل الإعلام ، وينطلق هؤلاء من إمكانية حدوث تغييرات في سلوك الجمهور اتجاه الوسيلة الإعلامية التي يمكن أن يتغير مضمونها ونوعها بغية إرضاء المتلقي ، بمعنى أن هناك تغييرات متبادلة في سلوك الأفراد ومحتويات وسائل الإعلام والاتصال بالإضافة إلى ذلك فإن قياس اتجاهات الأفراد ومدى إشباع حاجاتهم لا يمثل مشكلة تعترض مدخل الاستخدامات الإشباعية فقط ، وإنما هي عوائق أمام مختلف الأبحاث الاجتماعية لأنها تتعامل مع الفرد الذي يتسم سلوكه بالتغير وعدم الثبات<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> يُنظر، خديجة بريك.رسالة ماجيستر: "جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية". ص ص 55-60.

<sup>2</sup> يُنظر، تسعديت قدار. رسالة ماجيستر: "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها". ص ص 106-107.

الفصل الثالث :

الحاجات والدوافع

### 3. الفصل الثالث: الحاجات والدوافع

#### 1.3 مفهوم الحاجات:

" موضوع الحاجة NEED هو موضوع الحياة نفسها بكل تعقيداتها ، فهي ترتبط بالكائن

البشري لدرجة أنه يمكن وصف الكائن الحي أنه **حيوان محتاج**"<sup>1</sup>.

يُعرف مورفي G.MURPHY \* الحاجة " بأنها الشعور بنقص شيء معين إذا ما وُجدت

تحقق الإشباع"<sup>2</sup> ، ويُعرفها فيليب كوتلر PHILIP KOTLER \* **الحاجة** : " على أنها شعور

بالنقص ناتج عن عدم إشباع رغبة إنسانية... "

وتُعرف كذلك : "بأنها شعور الكائن الحي بالافتقاد لشيء معين " ، كما تُعرف الحاجة

على أنها شيء أو حالة إذا ما وُجدت سيُحسن وضع الكائن الحي ، الحاجة بهذا المعنى قد

تكون شيئاً بيولوجياً مثل الغذاء على سبيل المثال أو يمكن أن تكون مرتبطة بعوامل اجتماعية

أو شخصية مصدرها يتمثل بأشكال مركبة من التعلم والاكْتساب ، ويمكن أن تكون الحاجة

<sup>1</sup> محمد أحمد الزعبي. "الإطار المفهومي للحاجة": الملتقى الدولي حول الحاجات الاجتماعية. جامعة وهران. معهد العلوم

الاجتماعية. 14،15،16 ديسمبر 1981. ص 01.

\* GARDNER MURPHY (1895-1979) : عالم نفس أمريكي .

<sup>2</sup> يُنظر، ثائر احمد غباري .الدافعية : "النظرية والتطبيق". دار المسيرة للنشر والتوزيع. 2008. ط.1. ص.46.

\* فيليب كوتلر: من مواليد 27 مايو 1931 في شيكاغو. بروفييسور في التسويق الدولي.

داخلية دفيئة في الكائن الحي بحيث تدفعه إلى تحقيق وضع معين لتعويض حالات من

الحرمان<sup>1</sup>.

كما تُعرف الحاجة 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 وليس من الضروري أن ينطوي إشباع الحاجة على بقاء الفرد أو المحافظة على وجوده ، فقد يشعر شخص بحاجة معينة على الرغم من أن تحقيقها قد يُلحق به الأذى كالحاجة إلى التضحية والموت .

وتُعتبر الحاجات الفيزيولوجية هي الأولوية لأن إشباعها يعتبر ضروريا لبقاء الفرد

ومعظمها يبدأ مع الميلاد أي أنها تسبق الحاجات الأخرى<sup>2</sup>.

من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن الحاجة تنطوي على أربعة أبعاد متداخلة بنيويا

ووظيفية وهي :

1. البعد الأول يشير إلى أن الحاجة هي المأربة أو الشيء الذي نحتاج إليه سواء أكان هذا الشيء ماديا (كالطعام ، الشراب...) ، أو غير مادي (كالعلاقات الاجتماعية ، الأمن ، النوم...).

2. البعد الثاني ويتمثل في الموقف النفسي الفكري للفرد والمجتمع حيال الحاجة ، فالطعام مثلا يؤدي غيابه إلى الجوع الذي يظهر في شكل إشتهاء الطعام والميل إليه والاندفاع نحوه

<sup>1</sup> يُنظر، آرثر ريبير. إيميلي ريبير. ترجمة الدكتور عبد العلي الجسماني، الدكتور عمار الجسماني. المعجم النفسي الطبي إنجليزي-عربي. الدار العربية للعلوم ناشرون. ص 48.

<sup>2</sup> يُنظر، محمد عاطف غيث . قاموس علم الاجتماع . دار المعرفة الجامعية . الإسكندرية. 2006. ص 275.

ولهذا نجد أن مفردات مثل الدافع MOTIVE ، الحافز ، الميول DRIVE ، الحاجة

NEED تبدو كأنها مترادفات لغوية.<sup>1</sup>

وهنا نشير إلى أن كل من الحافز والميول والحاجة هي عناصر من عناصر الدافعية.<sup>2</sup>

3. البعد الثالث ويتمثل في استعمال المفهوم على نقيضه الجدلي وهو اللاحاجة ، أو

غياب الحاجة وهكذا تصبح الحاجة هي الفقر والعوز واليأس ، ويصبح المحتاج هو الفقير.

4. البعد الرابع : "هو أن الحاجة تعني الضرورة" ، فقولنا فلان بحاجة إلى الماء يساوي قولنا

أنه من الضروري إرواء عطشه .

إنه ومع أهمية كل بعد من الأبعاد السابقة إلا أنه لا يكفينا الإلمام بمفهوم الحاجة من

خلال بعد واحد فقط ، وإنما يجب الإلمام بكل الأبعاد السابقة للمفهوم .

كذلك نشير أن الحاجة هي نسبية تختلف من شخص إلى آخر فمثلا القول بأن الجدار

بحاجة إلى ترميم في نظر زيد ، قد يكون بحاجة إلى هدم في نظر عمر ، وقد لا يكون بحاجة

إلى شيء بنظر شخص ثالث.

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 .

<sup>1</sup> يُنظر، محمد أحمد الزعبي."الإطار المفهومي للحاجة": الملتقى الدولي حول الحاجات الإجتماعية.ص 02.

<sup>2</sup> يُنظر، ثائر أحمد غباري .الدافعية :النظرية والتطبيق" ..ص45.

فالإنسان يتميز عن بقية الكائنات بكونه يملك إضافة إلى الوراثة البيولوجية المتمثلة في

الجينات والكروموزومات كبقية الكائنات الحية ، يملك الوراثة الثقافية المتمثلة في مجموع

العادات والمعتقدات والتقاليد واللغة وغيرها ، كذلك الإنسان هو كائن تاريخي ، فهو نتاج عصر معين وتشكيلة اجتماعية واقتصادية معينة .

وعليه فإن هذه الخصائص الأساسية للكائن البشري هي التي تحدد العلاقة بين الحاجات

وصاحبها ، وتحدد كذلك الكيفية التي يمكن بواسطتها وعبرها إشباع المحتاج لحاجته.<sup>1</sup>

### 2.3 تصنيف الحاجات:

بحكم أن الإنسان كائن بيولوجي ، فإن الحاجات البيولوجية التي تسمح له بالبقاء تأتي

في مقدمة الحاجات الإنسانية ، لتليها الحاجات التي تقوم بتنمية هذا البقاء ، ثم وسائل حماية البقاء ، ثم وسائل تجويده (البقاء).

وقد رتب ماسلو\* الحاجات حسب أولويتها إلى خمسة (05) أقسام<sup>2</sup> كالتالي :

أ. الحاجات الفيزيولوجية PHYSIOLOGICAL NEEDS :وهي الاحتياجات الأساسية التي

يحتاجها الإنسان ليحيا وهي المأكل والمشرب والهواء والمسكن والملبس والأسرة..إلخ.

ب. حاجات الأمان SAFETY NEEDS : أي الحاجة إلى الشعور بأن البيئة الاجتماعية بيئة

<sup>1</sup> يُنظر، محمد أحمد الزعبي. "الإطار المفهومي للحاجة": الملتقى الدولي حول الحاجات الاجتماعية. ص ص 02-04.

\* ابراهام ماسلو ABRAHAM MASLOW (1908-1970) عالم نفس أمريكي .

<sup>2</sup> .BRUNO JOLY.LA COMMUNICATION.DE BOECK.P45.

صديقة ، وشعور الفرد بأن الآخرين يحترمونه ويقبلونه داخل الجماعة ، وهي من أهم الحاجات الأساسية اللازمة للنمو النفسي السوي والتوافق النفسي للفرد ، وتظهر هذه الحاجة واضحة في تجنب الخطر والمخاطر وفي اتجاهات الحذر والمحافظة.

ت. احتياجات اجتماعية SOCIAL NEEDS : وهي الحاجة لتكوين صداقات والانتماء للمجتمع.

ث. حاجة الاحترام والتقدير ESTEEM NEEDS: بعد توفير الاحتياجات الأساسية ثم الأمان ثم الاحتياجات الاجتماعية فإن الإنسان يبحث عن التقدير ممن حوله فهو يبحث عن النجاح وعن تقدير الناس لذلك والحصول على وضع متميز.

ج. الحاجة إلى تحقيق الذات SELF-ACTUALIZATION NEEDS: يميل الفرد إلى معرفة

وتأكيد وتحقيق ذاته بدافع من الحاجة إلى التقدير والمكانة والاعتراف والاستقلال والاعتماد على النفس وإظهار السلطة على الغير ، وبالرغبة في التزعم والقيادة وتدفع هذه الحاجة الإنسان إلى تحسين الذات وحاجته إلى التقدير وتدفعه إلى السعي الدائم للإنجاز والتحصيل لإحراز المكانة والقيمة الاجتماعية.

وتتضمن الحاجة إلى تأكيد الذات ، الحاجة إلى النمو السوي العادي والتغلب على

العوائق والعمل نحو هدف ومعرفة توجيه الذات<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> يُنظر، عمروني ترزولت حورية، فاطمة غالم. مداخلة بعنوان: " الحاجات النفسية لدى عينة من المرشدين النفسانيين و التربويين ما قبل الخدمة .من موقع: [HTTP://MANIFEST.UNIV-OUARGLA.DZ](http://MANIFEST.UNIV-OUARGLA.DZ) بتاريخ: 2015/02/07.

وكون ماسلو مفهوما فحواه أن الحاجات تعكس نظاما غير قابل للتغيير فإذا لم تحقق

حاجة ما فإنه يعيق ذلك تحقيق حاجة تعقبها في الأهمية فمخض جائع إذ لم يحقق حاجة

فيزيولوجية فإنه لن يكثر لتحقيق حاجات اعتبارية تعكس تقدير الآخرين.<sup>1</sup>

أما موراي\* فصنف الحاجات الإنسانية لدى الفرد طبقا لطريقة التعبير عنها في السلوك

إلى مجموعتين:

أ. الحاجات الظاهرة: وهي الحاجات التي تعبر عن نفسها أو يسمح لها بالتعبير عن

نفسها بطريقة مباشرة وفورية في سلوك الفرد.

ب. الحاجات الكامنة: وهي عموما الحاجات التي تكون مكبوتة أو مكبوتة (...), أي

هي الحاجات التي لا تستطيع أن تعبر عن نفسها في صورة صريحة أو مباشرة.<sup>2</sup>

في حين يقسم معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية الحاجات إلى ثلاث أقسام:

1. حاجات أولية PRIMARY NEEDS : كحاجة الأكل والسكن والملبس والحاجة الجنسية.

2. الحاجات المشتقة: أي الناتجة عن التواجد في جماعة لها خصائصها الاجتماعية

كاللغة والتربية والتعليم والقيادة .

<sup>1</sup> يُنظر، آرثر ريبير. إيميلي ريبير. ترجمة عبد العلي الجسماني ، عمار الجسماني . المعجم النفسي الطبي إنجليزي-عربي . ص 418.

\* هنري ألكسندر موراي HENRY ALEXANDER MURRAY (1893-1988) : باحث أمريكي في علم النفس.

<sup>2</sup> يُنظر، عمروني ترزولت حورية، فاطمة غالم. مداخلة بعنوان: " الحاجات النفسية لدى عينة من المرشدين النفسانيين و

التربويين ما قبل الخدمة . من موقع: [HTTP://MANIFEST.UNIV-OUARGLA.DZ](http://MANIFEST.UNIV-OUARGLA.DZ) بتاريخ: 2015/02/07.

الحاجات التكاملية INTEGRATIVE NEEDS :وهو مجموع الحاجات التي تحقق أكبر قدر من الانسجام الاجتماعي وتربط بين أعضاء الجماعة كالمعتقدات والممارسات الدينية ونواحي النشاط الترفيهية.<sup>1</sup>

وفي هذا الصدد نشير إلى أن المجموعة الأولى التي جاء بها معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية هي مجموعة الحاجات البيولوجية ، وفي حين المجموعتين التاليتين يُطلق عليها بالحاجات الفوق بيولوجية أو فوق عضوية وهي حاجات لا تطرح نفسها إلا بعد أن يكون قد تم تأمين الحد الأدنى المطلوب لبقاء الإنسان.<sup>2</sup>

### 3.3 خصائص الحاجات :

مما سبق يتضح أن الحاجات تتميز بجملة من الخصائص كالتالي :

- أ. وجود حاجات اجتماعية ذات طبيعة فوق فردية انطلاقاً من أن المجتمع يمثل كياناً موضوعياً أي بغض النظر عن الأفراد الذين ينتمون إليه في فترة زمنية معينة ، فالأفراد يتجددون باستمرار ، في الوقت الذي يظل فيه المجتمع مستمراً.. ويمكن أن نطلق على الحاجات المجتمعية (الاجتماعية) بالحاجات العامة ، وهي التي لا تتعلق بفرد معين أو جماعة محدودة أو جيل ما (كالمستشفيات ، الملاعب ، وسائل الرفاهية ، وسائل الدفاع...)
- ب. وجود معايير اجتماعية ثقافية يتم من خلالها إرواء الحاجات الفردية

<sup>1</sup> يُنظر، أحمد زكي بدوي.معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية.مكتبة لبنان .بيروت.ص 282.

<sup>2</sup> يُنظر، محمد أحمد الزعبي."الإطار المفهومي للحاجة":الملتقى الدولي حول الحاجات الاجتماعية..ص 04.

والاجتماعية ، أي البيئة الاجتماعية ، التي قد تصطدم بالمطامح المشروعة وغير المشروعة ، فمثلا رغم أن البروتينات تعتبر من أهم الحاجات البيولوجية لجسم الإنسان إلا أن هذه الحاجة تصطدم بالبنية الدينية في مجتمع هندوسي ، تحول بين الحصول على البروتين من لحم البقر ، ونفس الأمر بالنسبة للمسلمين فيما يتعلق بلحم الخنزير ، فالبيئة الاجتماعية تشكل محددًا أساسيا لكل من المحتاج والحاجة ، ولكل بيئة اجتماعية طريقتها وتقاليدها وأعرافها ، ومسموحاتها وممنوعاتها وألوبياتها في تلبية الحاجات .

ت. تتصف الحاجات بالنمو والتعقيد والتنوع الأمر الذي يجعل من المستحيل على شخص واحد أن يقوم بإنتاج كل ما يحتاج إليه ولذلك فإن مسألة تقسيم العمل تُعتبر مسألة موضوعية ولا يمكن تلاقيها أو الاستغناء عنها.<sup>1</sup>

ث. تتصف الحاجات بالطابع الاجتماعي ، إذ أن كل طرف يقوم بإشباع حاجات الطرف الآخر المادية أو غير المادية ، ولكن "الاستهلاك أو إشباع الحاجات معا " يقع في صميم الحاجة الإنسانية .

ج. الحاجات متطورة وفق العلاقة التي تربط الحاجة بالإنسان ، أي أن الحاجة ليست معطى ثابت لصيق بالإنسان إلى الأبد بل هي خاضعة للتغيير والتطور والنمو وهذا بحكم التأثيرات المتبادلة بين الحاجة والإنسان ، حيث تتحكم الخصائص التي ينفرد بها الإنسان عن بقية الكائنات الحية في تطوير الحاجات كما سبق الذكر ، ويمكن توضيح ذلك

<sup>1</sup> يُنظر، محمد أحمد الزعبي. "الإطار المفهومي للحاجة": الملتقى الدولي حول الحاجات الاجتماعية.. ص ص 05-09.

من خلال التفرقة بين حاجات الإنسان القديم وحاجات الإنسان الحديث ، حاجات المجتمعات الرأسمالية وحاجات المجتمعات الاشتراكية ، حاجات المجتمعات النامية...حاجات سكان الريف والحضر .

ح. الحاجات نسبية ، حيث أن ما يحتاجه الإنسان يظل مشروطا بالظروف البيئية التي يعيش فيها والمتمثلة في الموارد المتاحة ، المناخ...فمثلا يكون السمك حاجة مهمة بالنسبة للإنسان الذي يعيش في السواحل البحرية ، في حين أن الأمر يختلف بالنسبة لسكان الصحاري حتى أنه قد لا يكون معروف بالنسبة لهم ، ومن جهة أخرى فإن 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 أساس السن (أطفال ، شباب ، كبار...إلخ) يطرح تمايز في الحاجات سواء حاجات بيولوجية أو اجتماعية أو كلاهما معا.<sup>1</sup>

### 4.3 مفهوم الدوافع:

يمكن تعريف الدافع بأنه طاقة كامنة أو استعداد داخلي عندما تستثار أو تنشط بفعل منبه أو مثير داخلي أو خارجي تنشأ لدى الفرد حالة من التوتر تثير وتنظم وتوجه سلوكه إلى غرض أو هدف شعوري أو لا شعوري .

<sup>1</sup> يُنظر، محمد أحمد الزعبي."الإطار المفهومي للحاجة":الملتقى الدولي حول الحاجات الإجتماعية..صص 09-11.

بمعنى آخر الدافع هو حالة جسمية أو نفسية داخلية تؤدي إلى توجيه الكائن الحي تجاه أهداف معينة ومن شأنه أن يقوي استجابات محددة من بين عدة استجابات يمكن أن تقابل مثيرا محددًا.<sup>1</sup>

أما الغزالي\* فيرى أن الدوافع: " هي كل ما يدفع إلى النشاط النفسي أو السلوك مهما كان نوعه حركيا أو ذهنيا ، وإذا كان الغالب على الدافع أن لا يشعر به ، فإن شعرنا به كان رغبة، وإن قوي واستقر كان عاطفة ، فإن الغزالي يستعمل الدوافع بالمعنى الشعوري غالبا ، وتبدو العواطف من دوافع السلوك الهامة عنده .

كما يرى الغزالي أن لكل سلوك دوافع وبواعث وغايات وأهداف ، وأن الدوافع داخلية تستثار بمثيرات داخلية (إن مدخل الآثار المتجددة في كل قلب إما من الظاهر عن طريق الحواس الخمس ، أو من الباطن عن طريق الخيال والشهوة والغضب والأخلاق المركبة من مزاج الإنسان ، والمقصود أن القلب في التغيير والتأثر دائما من هذه الأسباب )<sup>2</sup>. وعليه يمكن النظر إلى الدافع باعتباره حالة داخلية جسمية أو نفسية تدفع الفرد نحو سلوك معين في ظروف معينة وتوجهه نحو إشباع حاجة أو هدف محدد ، أي أنها قوة محركة

<sup>1</sup> يُنظر، ثائر أحمد غباري. الدافعية: "النظرية والتطبيق". ص24.

\* أبو حامد محمد بن محمد بن أحمد الغزالي الطوسي النيسابوري الفقيه الصوفي الشافعي الأشعري الملقب بحجة الإسلام وزين الدين (450 هـ - 505 هـ / 1058م - 1111م)، أشهر علماء المسلمين في القرن الخامس الهجري.

<sup>2</sup> يُنظر، سميرة حسن أبكر. أهمية الحاجات النفسية في مرحلة الطفولة. [WWW.ALMURABBI.COM](http://WWW.ALMURABBI.COM). تاريخ الزيارة

2014/10/13

منشطة وموجهة في وقت واحد ، فالدافع يقوم بتحريك وتنشيط وتوجيه السلوك لغاية إذا تحققت أتبعها شعور بالارتياح.

والدافع يحوي جانبان :

**الأول :** وهو الجانب الذاتي الذي يمثل حالة داخلية في الفرد يُطلقُ عليها حاجة أو

حافز أو رغبة.

**الثاني :** وهو الجانب الموضوعي الذي يُعبر عن الهدف أو الغرض الموجود في البيئة

المحيطة بالفرد والذي يؤدي الوصول إليه وتحقيقه إشباع الدافع والإحساس بالرضا والارتياح ويطلق على هذا الهدف الباعث.

### 5.3 تصنيف الدوافع:

تصنف الدوافع إلى قسمين :

(1) دوافع أولية ويُطلق عليها الدوافع الفطرية.

(2) دوافع ثانوية وتسمى بالدوافع الاجتماعية.<sup>1</sup>

غير أن هناك من يضيف قسم ثالث وهو الدوافع اللاشعورية .

**أولا الدوافع الأولية الفطرية:** وهي الدوافع الفطرية التي يولد الكائن الحي مزودا بها

غريزيا والتي تشترك فيها جميع الكائنات الحية وتهدف إلى الحفاظ على بقاء الكائن العضوي

التي يؤدي غيابها أو فقدانها إلى فناء الكائن وتدميره سواء على مستوى الأفراد كدافع الجوع

<sup>1</sup> يُنظر، محمد أحمد الزعبي. "الإطار المفهومي للحاجة": الملتقى الدولي حول الحاجات الإجتماعية..ص24.

والعطش ، أو على مستوى النوع كالدافع الجنسي ، والدوافع الأولية أو البيولوجية كثيرة منها

دافع الحاجة إلى الهواء والحفاظ على حرارة الجسد والتخلص من التعب وتجنب الألم<sup>1</sup>.

وتتصف الدوافع الفسيولوجية الأولية بمجموعة من الخصائص وهي :

• أنها عامة لدى جميع الكائنات الحية ، فهي مشتركة بين الحيوان و الإنسان.

• تؤدي وظيفة بيولوجية هامة وهي بقاء الكائن الحي واستمرار النوع .

• موجودة بالفطرة منذ الولادة .

• تعمل على الاحتفاظ بحالة التوازن الذاتي سواء التوازن داخل الجسم بين مختلف

أجهزته وأنظمته ، أو التوازن بين الكائن الحي وبيئته على العموم ، فإذا نشأ أي اضطراب

في هذا التنظيم نشأت دوافع معينة توجه سلوك الكائن الحي إلى أهداف معينة لإزالة

الاضطراب.<sup>2</sup>

**ثانيا الدوافع الثانوية أو المكتسبة:** وهي دوافع خاصة بالإنسان دون غيره من الكائنات

الحية ، وهذه الدوافع يتم اكتسابها مع النمو في عملية التنشئة الاجتماعية أو عن طريق

الملاحظة.<sup>3</sup>

من بين الدوافع الاجتماعية نذكر :

<sup>1</sup> يُنظر،صلاح الدين السريسي . مقال بعنوان "الدوافع والحاجات".2013/12/21. [WWW.ALNAFSY.COM](http://WWW.ALNAFSY.COM) .تاريخ المعاينة : 2014/10/09.

<sup>2</sup> يُنظر، ثائر أحمد غباري .الدافعية : "النظرية والتطبيق" . ص 26.

<sup>3</sup> يُنظر،صلاح الدين السريسي . مقال بعنوان "الدوافع والحاجات".2013/12/21. [WWW.ALNAFSY.COM](http://WWW.ALNAFSY.COM) .تاريخ المعاينة : 2014/10/09.

- أ. **الدافع إلى الاجتماع:** يتمثل في مشاركة الآخرين في نشاطاتهم والتفديد بمعاييرهم ، وهو يخلق الشعور بالوحدة عند الابتعاد عن الجماعة ، وهو يخلق التوتر النفسي عند الشعور بعدم الانتماء للجماعة<sup>1</sup> ، فاللجوء إلى أشخاص آخرين يهدف إلى خفض القلق ، وهي عملية شائعة يمكن ملاحظتها بسهولة في كثير من مواقف التفاعل الاجتماعي<sup>2</sup>.
- ب. **دافع التملك والادخار:** يتمثل في الحصول على الأشياء المفيدة والدفاع عنها ، و يطرح هذا الدافع إشكال إذ يري **ماكدوجل** أن هذا الدافع فطري يظهر عند الطفل منذ أن يمد يده للقبض على ما يراه ، غير أن علماء النفس يجتمعون على أنه دافع مكتسب لتعذر وجوده في كل المجتمعات .
- ت. **دافع السيطرة وتأكيد الذات :** وهو من الدوافع النفسية الاجتماعية ، ويعبر عن الحاجة إلى تقدير الذات والسيطرة والقيادة .
- ث. **دافع المقاتلة :** ويظهر بشعور الفرد بالغضب والمقاتلة عندما يدرك أنه أمام عائق يحول دون تحقيق رغباته ، واختلف العلماء بأمره فيراه البعض فطريا على غرار **فرويد** ، في حين يرى البعض الآخر مكتسب ناتج عن التربية الاجتماعية لأن بعض المجتمعات مسالمة بطبيعتها على خلاف مجتمعات أخرى.
- ج. **دافع الهروب :** يستند إلى أساس فطري هو تجنب الألم ، فالطفل يسحب يده إذا

<sup>1</sup> يُنظر، الإدارة. الحاجات والدوافع. [WWW.ISLAMIC-PSYCHOLOGY.COM](http://WWW.ISLAMIC-PSYCHOLOGY.COM). تاريخ المعاينة. 2014/10/10.

<sup>2</sup> يُنظر، ثائر أحمد غباري. الدافعية: "النظرية والتطبيق". ص 36.

لامست قطعة حديد ساخنة ، والفرد لا يستثار إلا في ظروف خاصة يشعر فيها بالخطر فيخاف ويهرب ، والطفل لا يخاف بل يكتسبه من الكبار بواسطة التعلم ، فصفارة الإنذار مثلا لا تثير الخوف إلا في نفوس من تعلم معناها .<sup>1</sup>

**ثالثا الدوافع اللاشعورية :** ليست كل الدوافع شعورية يعيها الفرد بل هناك الكثير

منها توجه سلوك الفرد دون أن يشعر بها هذا الأخير ، لذلك رأى فرويد أن وراء الحياة الشعورية حياة اللاشعورية مكبوتة منذ الطفولة تعمل في الخفاء وتوجه السلوك دون أن نشعر بها وهذه الدوافع تعود لغريزتين :

**أ. الغريزة الجنسية:** وهي مجموعة القوى الحيوية لدى الفرد التي تهدف للحصول على اللذة

والمحافظة على الحياة.

**ب. غريزة الموت:** وهي مجموعة الميول العدوانية لدى الفرد الرامية إلى الكراهية والتدمير

وانهاء الحياة.

وتظهر الدوافع اللاشعورية في الأحلام ، النسيان فلتات اللسان ، الأمراض والعقد النفسية

...الخ.<sup>2</sup>

ونشير هنا أن تحقيق الهدف في الدوافع المكتسبة يؤدي إلى خلق مثيرات جديدة تعمل

على زيادة الدافع الأصلي ، فتحقيق درجة من النجاح تدفع الفرد إلى المزيد من القدرة على

<sup>1</sup> يُنظر، الإدارة.الحاجات والدوافع. [WWW.ISLAMIC-PSYCHOLOGY.COM](http://WWW.ISLAMIC-PSYCHOLOGY.COM). تاريخ المعاينة.2014/10/10.

<sup>2</sup> يُنظر، الإدارة.الحاجات والدوافع. [WWW.ISLAMIC-PSYCHOLOGY.COM](http://WWW.ISLAMIC-PSYCHOLOGY.COM). تاريخ المعاينة.2014/10/10.

الإنتاج وتحقيق المزيد من النجاحات ،<sup>1</sup> فالدوافع مهما كانت طبيعتها تمتزج مع دوافع أخرى، كتناول الفرد الطعام مع الأصدقاء هو راجع لدافعين ، دافع الجوع ودافع الاجتماع بالأصدقاء ، كما أن الكثير من الدوافع يمكن أن ترتبط بمنبهات عن طريق التعلم على غرار دافع الهرب الذي قد تحركه صفاة الإنذار.<sup>2</sup>

الحاجة أو الدافع التي توجد على مستوى الأفراد والتي تتحدد بعوامل بيولوجية ، نفسية ، اجتماعية يمكن إشباعها بالطرق الطبيعية ، كما قد يتعذر ذلك مما يجعل الأفراد يبحثون عن طرق بديلة لإشباع حاجاتهم ، فمثل التفاعل الاجتماعي يمكن أن تتم بطريقة طبيعية ، من خلال الاتصال وجها لوجه ، لكن إذا تعذر الاتصال الطبيعي يلجأ الأفراد لإشباع حاجة التفاعل الاجتماعي من خلال التعرض لمحتويات وسائل الإعلام .

نفس الأمر بالنسبة للحاجة أو الدافع للتعلم ، فيمكن أن يتم تحقيق حاجة التعلم بالطرق الطبيعية من خلال شراء كتب ومجلات علمية ، لكن قد يتعذر ذلك بسبب القدرة الشرائية للفرد ، مما يجعله يشبع هذه الحاجة من خلال التعرض للمضامين الإعلامية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> يُنظر،صلاح الدين السوسي .مقال بعنوان : "الدوافع والحاجات". 2013/12/21. [WWW.ALNAFSY.COM](http://WWW.ALNAFSY.COM). تاريخ المعاينة : 2014/10/09.

<sup>2</sup> يُنظر، الإدارة. الحاجات والدوافع. [WWW.ISLAMIC-PSYCHOLOGY.COM](http://WWW.ISLAMIC-PSYCHOLOGY.COM). تاريخ المعاينة. 2014/10/10.

<sup>3</sup> يُنظر،السعيد بومعيزة. « أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب » ، أطروحة دكتوراه. جامعة الجزائر. 2006، 2005، ص 61.

### 6.3 علاقة الحاجات بالدوافع:

ترتبط الدوافع ارتباطاً وثيقاً بالحاجات ، فالحاجة كما سبق الذكر تعني الشعور بنقص معين ، فإذا ما وُجدت هذه الحاجة تحقق الإشباع ، أو بصيغة أخرى هي إحساس الكائن الحي بعدم التوازن نتيجة شعوره بافتقاد شيء ما بناءً على ذلك يمكن القول أن الحاجة هي نقطة البداية لإثارة الدافعية والتحفيز نحو سلوك معين .

أما الدافع MOTIVE فهو المثير الداخلي أو الحالة النفسية التي تدفع الإنسان إلى

سلوك معين يقوي استجاباته إلى مثير ما ويشبع ويلبي حاجاته .<sup>1</sup>

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 .<sup>2</sup>

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.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، رضا عكاشة.تأثير الإعلام.المكتبة العالمية للنشر والتوزيع.طبعة 1.ص 194.

<sup>2</sup> يُنظر،صلاح الدين السرسبي .مقال بعنوان : "الدوافع والحاجات". 2013/12/21. [WWW.ALNAFSY.COM](http://WWW.ALNAFSY.COM) .تاريخ المعاينة: 2014/10/09.

<sup>3</sup> يُنظر، سميرة حسن أبكر .أهمية الحاجات النفسية في مرحلة الطفولة . [WWW.ALMURABBI.COM](http://WWW.ALMURABBI.COM) . تاريخ الزيارة 2014/10/13.

إذن تبدأ السلسلة بوجود الحاجة التي تخلق الدافع دون وجود استعدادات وقدرات تؤهل

الفرد لإمكانية إشباعه بالشكل الصحيح.<sup>1</sup>

وهو ما يجعل الكثير من علماء النفس يستخدمون الحاجة كمرادف للدافع<sup>2</sup>، ذلك أن

وجود الحاجات ينتج عنه بالضرورة وجود دوافع ، أي لا وجود للدوافع دون وجود حاجات

والعكس الصحيح ، الأمر الذي يجعلنا في دراستنا هاته المتعلقة بالاستخدامات والإشباعات

الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة ، نستخدم كل من المصطلحين في شكل مترادفين

المقصود منهما وجود نقص وحالة من التوتر النفسي والتي تدفع الفرد إلى انتهاج سلوك

معين للتخلص من ذلك التوتر و النقص من خلال الإشباع .

---

<sup>1</sup> يُنظر،صلاح الدين السرسى .مقال بعنوان : "الدوافع والحاجات". 2013/12/21. [WWW.ALNAFSY.COM](http://WWW.ALNAFSY.COM) .تاريخ المعاينة : 2014/10/09.

<sup>2</sup> يُنظر،أحمد عزت راجح.أصول علم النفس.دار الكتاب العربي للطباعة والنشر .القاهرة . الطبعة السابعة مزيدة ومنقحة.1968.ص 67.

## الفصل الرابع:

مدخل لذوي الاحتياجات الخاصة

## 4. الفصل الرابع :مدخل لذوي الاحتياجات الخاصة

### 1.4 مفهوم الإعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة

يعرف ميثاق الثمانينات (1980-1990) لرعاية المعاقين الصادر عن المؤتمر العالمي الرابع عشر للتأهيل الدولي بكندا الإعاقة بأنها " تقييد أو تحديد لمقدرة الفرد على القيام بوظيفة أو أكثر من الوظائف التي تعتبر من المكونات الأساسية للحياة اليومية مثل القدرة على الاعتناء بالنفس ومزاولة العلاقات الاجتماعية والأنشطة الاقتصادية ، ويكون هذا العجز نتيجة لخلل جسماني حسي أو نفسي أو عقلي " .<sup>1</sup>

أو بمعنى آخر فالإعاقة هي الظرف الناتج عن الضعف أو العجز الذي يحد أو يمنع إنجاز الوظائف التي تعتبر طبيعية (حسب السن ، الجنس ، الحالة الاجتماعية والثقافية ) لهذا الشخص (...).<sup>2</sup>

كما يُطلق لفظ المعاق على الشخص الذي فقد أحد أجزاء جسمه أو أصيب بعاهة أو مرض قبل الميلاد أو بعده ، و يُضاف إلى فئة المعاقين ذهنياً الفئة التي تعاني من تأخر في الذكاء عن

<sup>1</sup> رواب عمار . نظرة الإسلام لذوي الاحتياجات الخاصة .مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية .جامعة محمد خيضر : بسكرة .العدد 02،03.جانفي / جوان 2008.ص 05.

<sup>2</sup> يُنظر، السيد، على فهمي .سيكولوجية ذوي الاحتياجات الخاصة : "رعاية المتخلفين عقليا وتأهيلهم".دار الجامعة الجديدة.2009.ص10.

بأقي الأفراد<sup>1</sup>.

كما يُعرف الشخص المعاق على " أنه ذلك الذي تعوقه قدراته الخاصة عن النمو السوي أو الطبيعي ، والحياة بصورة طبيعية كغيره من الناس مما يجعله في حاجة إلى مساعدة. ويُعرف أيضا على أنه كل فرد اختلف عما يطلق عليه لفظ سوي أو عادي جسميا أو عقليا أو نفسيا أو اجتماعيا إلى الحد الذي يستوجب عمليات تأهيلية خاصة حتى يحقق أقصى تكيف تسمح به قدراته الباقية"<sup>2</sup>.

وقد اتفق المشاركون في المؤتمر القومي الأول للتربية الخاصة\* في مصر سنة 1995م على استخدام مصطلح ذوي الاحتياجات الخاصة للدلالة على كل المصطلحات السابقة ، بمعنى أن ذا الحاجات الخاصة هو كل فرد يحتاج طوال حياته أو خلال فترة من حياته إلى خدمات خاصة لكي ينمو أو يتعلم أو يتدرب أو يتوافق مع متطلبات حياته اليومية أو الأسرية أو الوظيفية أو المهنية.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> يُنظر، عبد الرحمن سيد سليمان .سيكولوجية ذوي الحاجات الخاصة . القاهرة. مكتبة زهراء الشرق .طبعة أولى. 2001. ص 15-24.

<sup>2</sup> عبد الرحمن سيد سليمان .سيكولوجية ذوي الحاجات الخاصة . القاهرة. مكتبة زهراء الشرق .طبعة أولى. 2001. ص 15-24.

\* التربية الخاصة :هي نمط من الخدمات والبرامج التربوية تتضمن تعديلات خاصة سواء في المناهج أو الوسائل أو طرق التعليم استجابة للحاجات الخاصة لمجموع الطلاب الذين لا يستطيعون مسايرة متطلبات برامج التربية العادية . ( خالد النجار وآخرون.مقدمة في التربية الخاصة : المحاضرة الأولى والثانية . مركز التعليم المفتوح. جامعة القاهرة.ص 03).

<sup>3</sup> يُنظر، عبد الرحمن سيد سليمان .سيكولوجية ذوي الحاجات الخاصة . القاهرة. مكتبة زهراء الشرق .طبعة أولى. 2001. ص 15-24.

وعليه فإن ذوي الاحتياجات الخاصة PEOPLE WITH SPECIAL NEEDS على هم الذين

يختلفون عن الأشخاص العاديين، و تشمل فئة المعاقين عقليا ، أصحاب صعوبات التعلم ،

أصحاب الإعاقة البصرية ، أصحاب الإعاقة السمعية ، أصحاب الإعاقة الجسدية ،

الاضطرابات اللغوية ، الاضطرابات الانفعالية والسلوكية ، وفئة الموهبة والإبداع.<sup>1</sup>

#### 2.4 تقسيمات ذوي الاحتياجات الخاصة :

كما سبق الذكر يشمل مصطلح ذوي الاحتياجات الخاصة أصحاب الموهبة والإبداع

إضافة إلى أصحاب الإعاقات بمختلف مستوياتها<sup>2</sup> ، الجسمية ، الحسية\* ، العقلية ،

أي أن ذوي الاحتياجات الخاصة يصنفون إلى قسمين : فئة الموهوبون ، وفئة

المعاقون<sup>3</sup> ، و تنقسم الإعاقة بدورها إلى :إعاقة سمعية ، إعاقة جسمية حركية ، إعاقة

<sup>1</sup> يُنظر، زينب أحمد الجمري.الإعاقة العقلية والمتطلبات التعليمية. مجلة جامعة شندي.العدد السابع.2009. ص.95.

<sup>2</sup> يُنظر، السيد على فهمي .سيكولوجية ذوي الاحتياجات الخاصة : "رعاية المتخلفين عقليا وتأهيلهم". دار الجامعة

الجديدة.2009.ص.43.

\* الإعاقة الحسية هي عبارة عن الاضطرابات التي تحدث للحواس نتيجة الأمراض والحوادث والظروف البيئية والوراثية للإنسان ، وتؤثر على عدم قيام بعض الحواس بوظيفتها على أكمل وجه كإصابة العين ببعض الأمراض أو الأذن ، مما يؤدي لفقدانها لوظيفتها أو جزء منها.( بشير حسام.فعالية النشاط الرياضي الترويحي في تحقيق الصحة النفسية وإدماج المعاقين حركيا : أطروحة دكتوراه.جامعة الجزائر 3.معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله.2010-2011.ص 71).

<sup>3</sup> يُنظر، محمد معوض إبراهيم ، فتن عبد الرحمن الطنباري ، وآخرون .الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة .القااهرة .دار الكتاب الحديث.2006.ص.265.

بصرية، إعاقة عقلية ، صعوبات التعلم ، مشكلات اللغة و النطق والاتصال ، الاضطرابات الانفعالية والسلوكية.<sup>1</sup>

### أ. فئة الموهوبين والمبدعين:

ويُطلق عليهم كذلك أصحاب القدرات الخاصة ، وهم فئة المتفوقين دراسيا والمبدعين والمبتكرين بوصفهم فئات تحتاج عناية خاصة وذلك للمحافظة على قدراتهم وتمييزها ، وغالبا ما تعاني هذه الفئة من مشكلات في التوافق الإجتماعي<sup>2</sup> ، إذ يتميزون بالشعور بالوحدة وعدم الانتماء والعزلة<sup>3</sup>.

فالموهوبون أو المتفوقون عقليا أو أصحاب القدرات العقلية العالية ، هم الذين ينحرفون إيجابيا عن المتوسط السائد لدى معظم قطاعات المجتمع (...).

### ب. فئة المعاقون:

وتقسم إلى :

• **أولا الإعاقة السمعية HEARING IMPAIMENT** : وتعتبر من أشد الإعاقات خطرا ، لأنه من خلال حاسة السمع يتمكن الإنسان من تعلم اللغة ، ويتطور اجتماعيا وانفعاليا ويعي

<sup>1</sup> يُنظر، ليلي كرم الدين. الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة الأصناف والاتجاهات الحديثة لرعايتهم. مجلة الإذاعات العربية . العدد 03. 2002. ص 22.

<sup>2</sup> يُنظر، نجاة ساسي هدف. مذكرة دكتوراه : دور التكوين المهني في تأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة من وجهة نظر الإداريين والأساتذة. جامعة محمد خيضر بسكرة. 2013-2014. ص 219

<sup>3</sup> يُنظر، عبد المنعم الميلادي. المتفوقون ، الموهوبون ، المبدعون . الاسكندرية. مؤسسة شباب الجامعة ، 2003. ص 68.

عناصر بيئته<sup>1</sup>.

" وثمة تعاريف مختلفة للإعاقة السمعية منها التعريف الوظيفي (FUNCTIONAL DEFINITION،

الذي يعتمد على مدى تأثير فقدان السمع على إدراك وفهم اللغة المنطوقة ، وفي هذا الصدد "عرّف لويد LLOYD الإعاقة السمعية على أنها انحراف في السمع يحد من القدرة على التواصل السمعى ، اللفظي " .<sup>2</sup>

و يمكن تقسيم المعاقين سمعياً إلى:

(1) **الشخص الأصم DEAF**: وهو الذي تحول إعاقته السمعية دون فهمه للكلام

عن طريق حاسة السمع وحدها سواء باستخدام السماع الطبية أو بدونها<sup>3</sup> ، والصمم هو

أشد درجات الإعاقة السمعية ، وقد يكون الصمم منذ الولادة ويصاحبه عجز في الكلام و

يُطلق عليهم **الصم البكم** ، أما الذي يصاب بالإعاقة السمعية بعد تعلم اللغة وفي مراحل

متطورة من عمره فيُطلق عليهم **الصم** .<sup>4</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، عبد المحسن عبد المقصود سلطان. دور المجتمع نحو أبنائه من ذوي الاحتياجات الخاصة. دار العلم والثقافة . 2005 . ط01. ص 29.

<sup>2</sup> جمال محمد سعيد الخطيب. الإعاقة السمعية. الجامعة الاردنية: قسم الارشاد والتربية الخاصة. طبعة أولى. 1997. ص 29.

<sup>3</sup> يُنظر، وفاء فضة . الأطفال ذوي الحاجات الخاصة : "الطفل المعاق". عمان . مكتبة المجتمع العربي للنشر. 2004. ط 01. ص 22.

<sup>4</sup> يُنظر، عبد المحسن عبد المقصود سلطان. دور المجتمع نحو أبنائه من ذوي الاحتياجات الخاصة . ص 29.

## 2) الشخص ضعيف السمع HARD OF HEARING: وهو الذي يعاني من صعوبات في

السمع تؤدي به أن يواجه مشكلات ، ولكن لا يحول دون فهم الكلام سواء كان باستخدام السماع الطبية أو بدونها.<sup>1</sup>

و يمكن تعريف الإعاقة السمعية بصفة عامة على أنها حدوث خلل أو اضطراب في جهاز السمع (...). ، ولهذا الخلل أو الاضطراب في الجهاز السمعي درجات تتراوح بين الشدة و الحدة أو الضعف و الخفة ، فالمعوق سمعيا هو ذلك الفرد الذي أصيب جهازه السمعي بتلف أو خلل عضوي ، فمنعه من استخدامه في حياته بشكل طبيعي.<sup>2</sup>

و للأفراد المعاقين سمعيا لهم حاجات خاصة بهم (...). فالطفل الصغير المعاق سمعيا بحاجة إلى التدريب على استخدام السماع ، وحتى يستفيد الطفل من السماع بشكل جيد فهو يحتاج إلى تدريب سمعي و نطقي لأن السماع بمفردها قليلة الفائدة .

أما بالنسبة للتدريب النطقي فإن الطفل يحتاج إلى أن يتحدث معه الآخرون بشكل متواصل ، ومن تم يأتي دور تعليم الطفل قراءة الشفاه LIP READING لتنشيط وتفعيل مستوى فهمه لما يقوله له الآخرون . وليستطيع الفرد المعاق سمعيا الاتصال مع الذين من حوله بشكل فعال فإنه بحاجة إلى أن يقرن كلماته المنطوقة بالإشارات ، لذا فهو يحتاج إلى تعلم لغة الإشارة التي تُعد وسيلة مساعدة للتواصل والتعبير عن الأفكار والحاجات .

<sup>1</sup> يُنظر، وفاء فضة . الأطفال ذوي الحاجات الخاصة : "الطفل المعاق". ص 22.

<sup>2</sup> يُنظر، عبد المحسن عبد المقصود سلطان. دور المجتمع نحو أبنائه من ذوي الاحتياجات الخاصة . ص 31.

أما من الناحية التعليمية فإن حاجات المعاقين سمعيا لا تختلف عن أقرانهم الأسوياء مع

تعديلات بسيطة ، فالأصم بحاجة إلى رسومات توضيحية أكثر ، و يجب تنظيم البيئة

التعليمية بشكل يسمح للمعاق سمعيا باستخدام حاسة الإبصار بشكل فعال<sup>1</sup> .

وعند دخول المعاقين سمعيا إلى عالم العمل فهم بحاجة إلى تجهيزات إضافية لحمايتهم من

الأخطار وإضاءة كافية ، حيث أنه يعتمد على قراءة الشفاه وقد يحتاج أيضا إلى مساعدين في

التواصل.

وبما أن فقدان حاسة السمع يؤثر على السلوك الاجتماعي للفرد لأنه يشكل عائقا يحول

دون دمجهم في البيئة المحيطة به ، فهو يشعر بعدم الكفاية من جراء صعوبات التواصل مع

الآخرين .

وكما سبق الذكر فإن الإعاقة السمعية كغيرها من الإعاقات تنعكس سلبا على الخصائص

الانفعالية ، وبالتالي يتوجب تلبية حاجاته من الناحية النفسية ، مثل الشعور بالأمن والكفاية ،

وإلى المساعدة للتعبير عن مكنونات نفسه ، وطرق لتصريف الغضب الذي قد يتولد لديه ،

وبحاجة إلى تطوير النضج الاجتماعي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> يُنظر،وفاء فضة . الأطفال ذوي الحاجات الخاصة : "الطفل المعاق. ص ص 23-24.

<sup>2</sup> يُنظر،وفاء فضة . الأطفال ذوي الحاجات الخاصة : "الطفل المعاق. ص ص 23-24.

## • ثانيا مشكلات اللغة و النطق والاتصال:

وهي إعاقات تتعلق بالقدرة الكلامية واللغوية ويدخل تحتها عيوب النطق والكلام والتخاطب

1.(...)

ويُعرف اضطراب الكلام بأنه: " عدم القدرة على إصدار أصوات اللغة بصورة سليمة ،

نتيجة لمشكلات في التناسق العضلي ، أو عيب في مخارج أصوات اللغة بصورة سليمة ،

نتيجة للمشكلات في التناسق العضلي ، أو عيب في مخارج أصوات الحروف ، أو لفقر في

الكفاءة الصوتية ، أو خلل عضوي" <sup>2</sup>.

وهي تتمثل في العيوب و الصعوبات النطقية واللغوية ، حيث يكون النطق غير طبيعي

عندما يختلف عن كلام الآخرين لدرجة أنه يجلب الانتباه لنفسه ، ويؤثر على التواصل أو

يسبب المضايقة للمتكلم أو للمستمع ، و عدم القدرة على فهمه واستيعابه.

و ينقسم الخلل النطقي واللغوي إلى ثلاث مستويات وهي :اضطرابات النطق ،

اضطرابات الصوت ، اضطرابات الكلام .

### 1.اضطرابات النطق ARTICULATION DISORDERS والتي تتجلى في :

أ. الحذف OMISSION: أن يحذف الفرد حرفا أو أكثر من الكلمة (خوف بدلا من خروف).

<sup>1</sup> يُنظر، بشير حسام.فعالية النشاط الرياضي الترويحي في تحقيق الصحة النفسية وإدماج المعاقين حركيا: أطروحة دكتوراه..ص71.

<sup>2</sup> يُنظر،محمد محمود النحاس . سيكولوجية التخاطب لذوي الاحتياجات الخاصة . القاهرة . مكتبة الأنجلو المصرية.ص96.

ب. الإبدال SUBSTITUTION: أن يبدل الفرد حرفا بآخر من حروف الكلمة (ستينة بدلا من سكينة).

ت. الإضافة ADDITION: أن يضيف الفرد حرفا إلى الكلمة المنطوقة (مثل لعبات بدلا من لعبة).

ث. التشويه DISTORTION: أن ينطق الفرد الكلمات بطريقة غير مألوفة لمجتمع ما<sup>1</sup>.

2. اضطرابات الصوت VOICE DISORDERS: وهي الاضطرابات اللغوية المتعلقة بدرجة

الصوت من حيث شدته وارتفاعه وانخفاضه ونوعيته.

3. اضطرابات الكلام SPEECH DISORDERS: الاضطرابات اللغوية المتعلقة بالكلام وما

يرتبط بذلك من مظاهر تنظيم الكلام ومدته وسرعته ونغمته وطلاقته والتي تظهر في شكل تأتأة

STUTTERING ، سرعة زائدة في الكلام CLUTTERING ، الوقوف أثناء الكلام BLOCKING<sup>2</sup>.

### ▪ ثالثا الإعاقة الجسمية (الحركية) :

وهي تتصل بالجسم وما به من أجهزة مختلفة ، ويدخل تحت هذه الفئة جميع الإعاقات

العصبية ، المخية ، العضلية ، العظمية ، الوعائية ، الغددية (...) وما إلى ذلك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> يُنظر، مصطفى نوري القمش. الإعاقة السمعية واضطرابات النطق واللغة. عمان: دار الفكر. طبعة أولى. 1999. ص ص 110-107

<sup>2</sup> يُنظر، مصطفى نوري القمش. الإعاقة السمعية واضطرابات النطق واللغة. عمان: دار الفكر. طبعة أولى. 1999. ص ص 110-107.

<sup>3</sup> يُنظر، بشير حسام. فعالية النشاط الرياضي الترويحي في تحقيق الصحة النفسية وإدماج المعاقين حركيا: أطروحة دكتوراه..ص 71.

وتُعرف الإعاقة الجسمية أنها حالات اضطراب ، أو خلل غير حسي تمنع الفرد من استخدام جسمه بشكل طبيعي، والقيام بوظائفه الحياتية اليومية والعناية بنفسه .وهذه الحالات منها ما يرجع للجهاز العصبي، ومنها ما يرتبط بالجهاز العضلي ، ومنها ما يكون في شكل أمراض مزمنة .<sup>1</sup>

ويُعرف القريوتي وآخرون المعاقون جسميا بأنهم تلك الفئة من الأفراد التي يتشكل لديها عائق يحرمها من القدرة على القيام بوظائفها الجسمية والحركية بشكل عادي (...)، أو أنه لا يُمكنها من التعلم إلى الحد الذي يستدعي توفير خدمات تربوية وطبية ونفسية خاصة . ويُقصد بالعائق أي إصابة سواء كانت بسيطة ،أو شديدة تُصيب الجهاز العصبي المركزي أو الهيكل العظمي أو العضلات أو الإصابات الصحية .

وفي ضوء هذه الرؤية يدخل في فئة المعاقين جسميا فئات عديدة منها المبتوري الأطراف ، فالبتر حالة من حالات العجز يفقد الفرد أحد أطرافه أو بعضها أو كلها ، إما بالجراحة أو الحوادث أو خلقيا (...).<sup>2</sup>

فالإعاقة الجسمية منها ما هو خلقي ومنها ما هو مكتسب ، وتفرض الإعاقة الجسمية على المصابين بها وحتى على أسرهم مجموعة من الاحتياجات تتباين حسب الحالات الفردية ، لكن توجد مجموعة من الحاجات العامة التي يشترك فيها المصابون بالإعاقة الجسمية كالحاجة

<sup>1</sup> يُنظر،وفاء فضة . الأطفال ذوي الحاجات الخاصة :الطفل المعاق. ص ص 25-27.

<sup>2</sup> يُنظر، عبد الرحمن سيد سليمان .سيكولوجية ذوي الحاجات الخاصة..ص131.

إلى الدعم النفسي ، الحاجة إلى الدعم الاجتماعي ، الحاجة إلى الدعم المادي ، والحاجة إلى الخدمات الصحية... الخ.

ومن الحاجات الهامة للمعاقين جسماً هي الحاجة للدعم الاجتماعي ، فهناك حاجة إلى تفهم المجتمع وقبوله ، ولا بد من بذل الجهد لتغيير المواقف من الشفقة والعطف إلى الاحترام والتعامل بواقعية.<sup>1</sup>

#### • رابعا الإعاقة البصرية :

تُعرف الإعاقة البصرية على أنها " حالة يفقد فيها الفرد المقدرة على استخدام حاسة البصر بفعالية مما يؤثر سلباً في أداءه ونموه ". وتُعرف كذلك على أنها "عجز أو ضعف في الجهاز البصري تعيق أو تغير أنماط النمو عند الإنسان"<sup>2</sup>.

تنقسم الإعاقة البصرية إلى قسمين :

أ. إعاقة بصرية حادة (كلية) TOTALLY BLIND : تصل إلى العمى الكلي ، والمصابون

بهذه الإعاقة هو الأفراد الذين لا يملكون الإحساس بالضوء ولا يرون شيئاً على الإطلاق وهم الأفراد الذين يُطلق عليهم لفظ الكفيف أو الضرير أو الأعمى ...

ب. إعاقة بصرية جزئية PARTIALLY SIGHTED : عبارة عن ضعف في البصر ، متفاوت في

شدته ، والمصابون بضعف البصر تتفاوت مقدرتهم على التمييز البصري للأشياء المرئية.

<sup>1</sup> يُنظر، وفاء فضة . الأطفال ذوي الحاجات الخاصة : "الطفل المعاق". ص ص 25-27.

<sup>2</sup> يُنظر، منى صبحي الحديدي . مقدمة في الإعاقة البصرية . عمان . دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع . طبعة أولى.

ونجد المعاقون بصريا خاصة الفئة الأولى تستخدم حاستي اللمس والسمع في اتصالها بعالمها الخارجي ، فالمعاق بصريا يتعرف على الحيوانات والأشخاص عن طريق تمييز الأصوات ، كما أنه يستطيع تأكيد ما سمعه عن طريق اللمس للأشياء القريبة والتعرف على الكثير من الأشياء المحيطة بالبيئة من حوله .<sup>1</sup>

وعليه يمكن القول أن المكفوفين هم أولئك الذين يصابون بقصور بصري حاد مما يجعلهم يعتمدون على القراءة بطريقة برايل BRAILLE\* ، أما ضعاف البصر فهم الأفراد الذين يستطيعون قراءة المادة المطبوعة على الرغم مما تتطلب هذه المادة من مجهود كتكبير حجم المادة أو استخدام عدسات مكبرة<sup>2</sup> . وحسب التعريف الذي أقرته هيئة اليونيسكو التابعة لجمعية الأمم المتحدة الكفيف هو الذي يعجز عن استخدام بصره في الحصول على المعرفة ، وبموجب هذا التعريف فإن الكفيف قد يستطيع الاستفادة من حواسه الأخرى ليحصل على المعرفة على غرار السمع<sup>3</sup> .

#### • خامسا الإعاقة العقلية : ويقابلها في اللغة العربية عدة مصطلحات على غرار

"بدون عقل AMENITA" ، "صغير العقل OLGOPHRENIA" ، "النقص العقلي MENTAL DEFENCY" ، وفي أواخر الخمسينات تم استخدام مصطلح التخلف العقلي في المملكة

<sup>1</sup> يُنظر، عبد المحسن عبد المقصود سلطان. . ص ص 23-26.

\* كتابة برايل BRAILLE هي نظام من الحروف والأرقام وعلامات التنقيط ، تمت صياغتها كطريقة كتابة مخصصة للمكفوفين .

<sup>2</sup> يُنظر، عبد الرحمن سيد سليمان .سيكولوجية ذوي الحاجات الخاصة..ص48.

<sup>3</sup> يُنظر، خليل عبد الرحمن المعاينة،مصطفى القمش، وآخرون.الإعاقة البصرية. عمان.دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.2000.ص31.

المتحدة وبعض الدول العربية، ومصطلح التأخر العقلي في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا<sup>1</sup>،

إلا أن الاتجاه الحديث في التربية الخاصة يميل إلى استخدام "الإعاقة العقلية"<sup>2</sup>.

ويُعرف التخلف العقلي على أنه "حالة تتميز بمستوى عقلي وظيفي دون المتوسط تبدأ أثناء فترة

النمو وبصاحبها قصور في السلوك التكيفي للفرد". أما الجمعية الأمريكية للأطباء\* فقد

عرفت الطفل المعاق ذهنياً على أنه الطفل الأقل من المتوسط في نمو القدرات الذهنية الذي

يحدث له من فترة اكتمال الجنين حتى سن 16 سنة ولديه نقص في النضج أو القابلية للتعليم

أو التكيف الاجتماعي أو مجتمعين وهو يحتاج لرعاية طبية أو اجتماعية أو كليهما معاً.

#### • سادسا صعوبات التعلم:

مفهوم صعوبات التعلم يشير إلى تأخر أو اضطراب أو تخلف في واحدة أو أكثر من

عمليات الكلام، اللغة، القراءة، التهجئة، الكتابة، العمليات الحسابية، نتيجة لخلل

وظيفي في الدماغ أو اضطراب عاطفي أو مشكلات سلوكية، ويستثنى من ذلك الأطفال

الذين يعانون من صعوبات التعلم الناتجة عن حرمان حسي أو تخلف عقلي أو حرمان ثقافي<sup>3</sup>.

كما عرفت الجمعية الأمريكية صعوبات التعلم على أنها: "اصطلاح عام لمجموعة غير

متجانسة من الاضطرابات الملحوظة في واحدة أو أكثر من العمليات العقلية الأساسية

<sup>1</sup> يُنظر، عبد الرحمن سيد سليمان. سيكولوجية ذوي الحاجات الخاصة. ص.90.

<sup>2</sup> يُنظر، فاروق الروسان. سيكولوجية الأطفال غير العاديين: مقدمة في التربية الخاصة " ص.03 .. ص.73.

\* الجمعية الطبية الأمريكية American Medical Association: تأسست في سنة 1847 وهي أكبر جمعية للأطباء في الولايات المتحدة.

<sup>3</sup> يُنظر، عبد الرحمن سيد سليمان. سيكولوجية ذوي الحاجات الخاصة . ص.154.

المتضمنة فهم اللغة أو استخداماتها شفهيًا ، أو كتابيًا ، أو التهجئة ، أو الحساب ، أو التفكير.<sup>1</sup>

### • سابعا الإضطرابات السلوكية والإنفعالية

يُعرف الأطفال المضطربين سلوكيا وإنفعاليا بأنهم : " غير القادرين على التوافق والتكيف مع المعايير الاجتماعية المحددة للسلوك المقبول . وبناءا عليه سيتأثر تحصيلهم الأكاديمي ، وكذلك علاقاتهم الشخصية مع المعلمين والزملاء في الصف ، إضافة إلى ذلك ، فإن لهؤلاء الأطفال مشكلات تتعلق بالصراعات النفسية وكذلك بالتعلم الإجتماعي . ووفقا لذلك فإن لهم صعوبات في تقبل أنفسهم كأشخاص جديرين بالاحترام ، والتفاعل مع الأقران بأنماط سلوكية منتجة ومقبولة ، والتفاعل مع أشكال السلطة كالمعلمين والمربين والوالدين بأنماط سلوكية شخصية مقبولة ، كذلك الانجذاب نحو ماهو عادي عاطفي ومؤثر ونفسي حركي ، وأنشطة التعلم المعرفي دون صراع " .<sup>2</sup>

وتجدر الإشارة إلى أن هناك صعوبة في وضع خط فاصل بين الأطفال الطبيعيين والأطفال ذوي الاضطرابات السلوكية والانفعالية ، فجميع الأطفال يظهرون أنماط سلوك عدوانية مختلفة أو أنماط سلوك انسحابية أو أنماط سلوك مضادة للمجتمع من وقت لآخر .

<sup>1</sup> يُنظر، السيد على فهمي .سيكولوجية ذوي الاحتياجات الخاصة : "رعاية المتخلفين عقليا وتأهيلهم" .ص43 .  
<sup>2</sup> يُنظر، خولة أحمد يحي .الإضطرابات السلوكية والانفعالية . درا الفكر للطباعة والنشر والتوزيع .عمان .الطبعة الأولى

غير أن من أكثر الصفات شيوعاً من الناحية الاجتماعية والانفعالية : العدوانية والانسحاب ، فالانسحاب وعدم النضج الاجتماعي من صفات الاضطرابات الانفعالية الشديدة... ولا يستطيع المضطربون سلوكياً وانفعالياً بدرجة بسيطة ومتوسطة والذين يتعرضون لنوبات سلوكية مثل الانسحاب تطوير علاقات إنسانية طبيعية ومستمرة ، ومثل هؤلاء يصعب عليهم مواجهة ضغوط الحياة اليومية ومتطلباتها ، فهم يتصفون بالانسحاب في طرقهم لمقاومة الاتصال مع الناس الآخرين ، وهم منعزلون اجتماعياً لأن لديهم عدداً قليلاً من الأصدقاء .<sup>1</sup>

#### 3.4 الخصائص السلوكية لذوي الاحتياجات الخاصة :

يوجد اتجاه يرى أن الأفراد المعاقين هم أناس يتماثلون مع الأفراد غير المعاقين سواء بسواء ، فهم يشاركونهم نفس الأهداف ، الحاجات ، الاهتمامات ، الأفكار .. الخ. ، وعليه وحسب هذا الاتجاه فإنه لا وجود لسلوكية الإعاقة أو سيكولوجية العجز . لكن لا بد من الأخذ بعين أن العجز غالباً ما يترك آثاره الواضحة على الفرد المعاق وعلى ميكانيزمات الكفاح لديه ، ومحاولاته للتغلب على الصعاب .<sup>2</sup>

وتُعتبر العوامل البيولوجية مسئولة ولو بصورة جزئية على الفروق الفردية في الذكاء والتعلم وشدة الدوافع وقوتها وما شابه ذلك وهي تلعب دوراً في الاستعدادات الفردية نحو أنواع من الإضطرابات السلوكية .

<sup>1</sup> يُنظر، خولة أحمد يحيى. الاضطرابات السلوكية والانفعالية . . ص ص 89-92.

<sup>2</sup> يُنظر، 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 ، وفي 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 يحدث قصورا 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<sup>1</sup> ، 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<sup>2</sup> .

في حين أشار **كليمنك KLIEMCK** إلى وجود سمات سلوكية تنتج عن الإصابة بالإعاقة وهي الشعور الزائد بالعجز والاستسلام للإعاقة وتقبلها ورفض الذات ومن تم كراهيتها ، عدم الشعور بالأمان والخوف من المجهول والتوتر ، عدم الاتزان الانفعالي ، كذلك سيادة مظاهر

<sup>1</sup> يُنظر، جمال شحاتة حلوان. السلوك الإنساني والبيئة الإجتماعية. المكتب الجامعي الحديث. 2010. ص ص 51-52.

<sup>2</sup> يُنظر، جمال شحاتة حلوان. السلوك الإنساني والبيئة الإجتماعية. ص ص 51-52.

السلوك الدفاعي<sup>1</sup> ، وأكد كل من كرتشمير KRTSCHMER\* وشلدون SHELDON\*\* على أن مزاج الفرد وحتى الاضطراب العقلي الذي يصاب به الفرد متوقف على تركيبته الجسمية.<sup>2</sup> في نفس السياق بينت يرلديك 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 والضغط النفسية (...). ذلك أن فقدان البصر يؤدي لظهور الخوف من إمكانية التعرض لخطر ما أثناء التنقل ، الحساسية الزائدة ، والسلوك المتخاذل ، الانسحاب من المشاركة الاجتماعية (...). و جمود في الشخصية ، لكونهم يعيشون في عالم محدود كنتيجة لأثر العجز الخلفي الذي يعانون منه مما يؤدي إلى عجزهم جزئيا عن التكيف مع البيئة المحيطة بهم ، أما هيوم و أرو HUMME & ARO أكدوا على أن الإعاقة البصرية تؤثر على نشاطات الفرد ويشكل 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.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، سرور محمد صالحة. المشكلات السلوكية والإنفعالية للأفراد المعاقين بصريا وعلاقتها بمتغيرات سبب الإعاقة البصرية ومستواها ، والعمر والجنس : مذكرة ماجيستر. كلية التربية : جامعة دمشق .2007. ص ص 04-05.

\* ERNST KRETSCHMER (1888-1964) : عالم نفس ألماني.

\*\* WILLIAM HERBERT SHELDON (1898-1977) : عالم نفس أمريكي.

<sup>2</sup> يُنظر، جمال شحاتة حبيب . السلوك الانساني والبيئة الاجتماعية . المكتب الجامعي الحديث. 2010. ص ص 51-52.

\*\*\* RENATE YSSELDYK: باحثة في علم النفس .

<sup>3</sup> يُنظر، سرور محمد صالحة. المشكلات السلوكية والإنفعالية للأفراد المعاقين بصريا وعلاقتها بمتغيرات سبب الإعاقة البصرية ومستواها ، والعمر والجنس : مذكرة ماجيستر . ص ص 04-05.

#### 4.4 الحاجات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة :

إن التعرف على احتياجات المعاقين ودوافع تعرضهم ودرجة تعرضهم لوسائل الإعلام تُعد ضرورة ملحة للاستفادة من تلك الوسائل في رعايتهم وتوجيههم، ووضع البرامج والخطط الإعلامية<sup>1</sup>، فهم يمثلون شريحة مهمة من الجماهير لها خصائصها وسماتها المستقلة والتي تؤثر في طبيعة احتياجاتهم الإعلامية وطرق تعرضهم واستخدامهم للوسائل الإعلامية الجماهيرية .

فإذا كانت الحاجات النفسية والاجتماعية للمعاقين تتشابه مع الأفراد العاديين ، كما حددها هرم ماسلو للحاجات ، إلا أن إشباعها ضروري عند الفرد المعاق ،كونها ضرورية في تدعيم بناء شخصية هذه الفئة<sup>2</sup>.

أما من الناحية الإعلامية فقد حدد كاتز KATZ \* وكورفيتش GUREVTITCH \* وهاس

HAAS \*\*\* حاجات الأفراد التي تحتاج إلى الإشباع عن طريق وسائل الاعلام (... ) في :

<sup>1</sup> يُنظر، حمود بن أحمد الخميس ، 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 تفاعلية ومسئولية متبادلة ".الجمعية الخليجية للإعاقة بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين .مملكة البحرين. 06- 08مارس 2007.ص 02.

<sup>2</sup> يُنظر، نادبة كريم عامر. الحاجات النفسية والاجتماعية للمعاقين :مجلة عالمي"مجلة علمية متخصصة في عالم الإعاقة " ، أطفال الخليج ذوي الاحتياجات الخاصة .ص ص 27-28.تحميل من موقع : [WWW.GULFKIDS.COM](http://WWW.GULFKIDS.COM) ، بتاريخ: 2014/09/12.

\* إليهو كاتز ELIHU KATZ : عالم إجتماع أمريكي .

\*\* MICHEAL GUREVITCH (1930-2008): باحث في الإعلام والإتصال .

\*\*\* HADSSAH HASS : باحث في الإعلام والإتصال .

حاجات معرفية COGNITIVE NEEDS ، حاجات شخصية PERSONNEL INTEGRATIVE

NEEDS ، حاجات وجدانية عاطفية AFFECTIVE NEEDS ، حاجات اجتماعية SOCIAL

INTEGRATIVE NEEDS ، الهروب من الواقع ESCAPIST NEEDS<sup>1</sup>.

ويمكن التفصيل في هذه الاحتياجات وفقا لخصائص ذوي الاحتياجات الخاصة كما يلي:

أ. حاجات معرفية COGNITIVE NEEDS : هي حاجات متعلقة بتعزيز المعلومات

والمعرفة والفهم المتكامل لبيئة الفرد ، هذه الحاجات تكون مبنية على رغبة الفرد لفهم ومحاولة

التحكم في البيئة المحيطة به ، هذا بالإضافة إلى إشباع الفضول ورغبة الاستكشاف<sup>2</sup>.

والمعاق كغيره من الأفراد في المجتمع بحاجة إلى التعليم والإطلاع والاستفادة من مجالات

المعرفة المتعددة<sup>3</sup>.

ت. حاجات شخصية PERSONNEL INTEGRATIVE NEEDS : تتعلق بتعزيز

مصادقية

وثقة وثبات ومكانة الفرد ، وتكون هذه الحاجات مستمدة من رغبة الفرد بالارتقاء

الذاتي<sup>4</sup> ، كذلك المعاق يحتاج إلى إنشاء ذاته وتبيانها أمام غيره ومنه فرض نفسه في

<sup>1</sup> يُنظر، صالح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان .دار مجدلوي للنشر والتوزيع.2004. ص. 214.

<sup>2</sup> يُنظر، صاح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة . ص 214.

<sup>3</sup> يُنظر، عليّة سماح. تكيف المناهج التربوية حسب حاجات المعاقين بصريا: مذكرة دكتوراه في علم الاجتماع.جامعة محمد خيضر بسكرة. 2012-2013.ص 140.

<sup>4</sup> يُنظر، صالح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة. ص 214.

مجتمعه<sup>1</sup>.

ث. حاجات اجتماعية SOCIAL INTEGRATIVE NEEDS: وتتعلق بتقوية العلاقات

الاجتماعية مع الآخرين ، وهذا يتضمن أفراد الاسرة والأصدقاء والمجتمع ، وكل هذه الحاجات مستمدة من الرغبة والانتماء<sup>2</sup> ، لذلك يعتبر الباحثون التواصل\* حاجة من الحاجات الاجتماعية للإنسان وبعده أساسية من أبعاد الشخصية الإنسانية<sup>3</sup> وهو حاجة لا تقل عن الحاجة للأمن والغذاء والكساء والمأوى ، وبما أن الإنسان كائن اجتماعي اتصالي فإنه لا يستطيع العيش في معزل عن المجتمع<sup>4</sup> ، فالاتصال سواء كان مباشرا أو عبر وسيط من

<sup>1</sup> يُنظر، بشير حسام.فعالية النشاط الرياضي الترويحي في تحقيق الصحة النفسية وإدماج المعاقين حركيا: أطروحة دكتوراه..ص ص 77-78.

<sup>2</sup> يُنظر،صالح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة.عمان .دار مجدلوي للنشر والتوزيع.2004,ص 214.

\*\* يميل البعض إلى وضع تمييز بين الاتصال والتواصل COMMUNICATION ET INTERCOMMUNICATION على أساس أن أطراف الاتصال تتنوع بين الإنسان والآلة، في حين أن التواصل يكون بين إنسانين ، غير أننا نميل لاستخدام المصطلحين بشكل مترادف استنادا للتعريف اللغوي المتمثل في المصدر الثلاثي وهو "وصل" ،ومن ضمن المعاني التي يحددها ابن منظور في معجم لسان العرب نذكر مايلي :

وَصَلَ : (منه قولهم ) وَصَلْتُ الشَّيْءَ وَصَلًا وَصِلَّةً ، فالوصل ضد الهجران ويقول ابن سيده :الوصل خلاف الفصل . والوصلة :الاتصال ،والوصلة : ما اتصل بالشيء، كل شيء اتصل بشيء ، فما بينهما وصلة والجمع وُصُلٌ.(د.عبد الرحيم تمحري.تقنيات التواصل والتعبير.منشورات مجلة علوم التربية .العدد08.ص 10.)

<sup>3</sup> يُنظر،عبد الرحيم تمحري.تقنيات التواصل والتعبير.منشورات مجلة علوم التربية .عدد 08.ص12.

<sup>4</sup> يُنظر،صالح محمد أبو جادو . سيكولوجية التنشئة الاجتماعية . عمان.دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.ص 56.

خلال وسائل الاتصال السمعية ، البصرية ، السمعية البصرية<sup>1</sup> ، ويوفر للفرد شبكة علاقات

اجتماعية تشبع حاجاته النفسية وتحقق له العديد من الأهداف<sup>2</sup>.

في هذا الصدد أكدت نظرية التفاعل الرمزي SYMBOLIC INTERACTION THEORY\* أن

الفرد يتعرف على صورة ذاته من خلال تصور الآخرين له ، ومن خلال تصوره لتصور

الآخرين له ، ومن خلال شعور خاص بالفرد مثل الشعور بالكبرياء ، ومن خلال تفاعل الفرد

مع الآخرين ، وما تحمله تصرفاتهم واستجاباتهم لسلوكه كاحترام والتقدير ، وتفسيره لهذه

التصرفات والاستجابات ، فإنه يكون صورة لذاته ، أي أن الآخرين مرآة يرى فيها نفسه<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> يُنظر، رجاء مكي طيارة .دراسة نظرية وعملية لتقنيات وميادين في علم النفس الاجتماعي.بيروت.بيسان للنشر والتوزيع والاعلام.طبعة أولى .2000.ص11.

<sup>2</sup> يُنظر،صالح حسين .ع.العنف الاجتماعي والسياسي والاعلامي.القاهرة .دار الكتاب الحديث .طبعة01.2011.ص28.  
\* تشير التفاعلية الرمزية إلى معنى الرموز على إعتبارها أنها القدرة التي تمتلكها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تعاملاتهم مع بعضهم البعض، وتعد اللغة من أهم مجموعة الرموز اللازمة للتفاعل الاجتماعي، ويعد استخدام الرموز ثورة في قدرة الإنسان على التواصل مع غيره من أفراد المجتمع، ووسيلة لزيادة المقدرة على نقل المشاعر والميول والإتجاهات بين أعضاء المجتمع،تعد هذه النظرية نتاجا أمريكيا وكان موقعها التنظيمي يركز في جامعة شيكاغو، ومن أشهر ممثلي التفاعلية الرمزية والذي أرجع معنى الرمز إلى اللغة هو "جورج هريت ميد" GEORGE H.MEAD في محاضراته التي كان يلقيها في جامعة شيكاغو على طول الفترة (1894-1931) ، وقد جمع له تلاميذه كتابا بعد وفاته، يحتوي على معظم أفكاره تحت عنوان MIND SELF SOCIETY ، ويبدأ بالنسبة لهذا الأخير فإنه يؤكد بوضوح على استخدام الأفكار والمفاهيم وبذلك تكون اللغة ذات أهمية بالنسبة لعملية الاتصال بين الناس في المواقف المختلفة، وعليه فإن النظام الاجتماعي هو نتاج الأفعال التي يصنعها أفراد المجتمع ويشير ذلك إلى أن المعنى ليس مفروضا عليهم وإنما هو موضوع خاضع للتفاوض والتداول بين الأفراد(لطفى كمال، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، القاهرة، دار غريب، 1999، ص (120).

<sup>3</sup> يُنظر، صالح محمد أبو جادو . سيكولوجية التنشئة الاجتماعية. ص 56.

ب. الهروب من الواقع ESCAPIST NEEDS : وهي حاجات متعلقة بالشروود الذهني

وتخفيف حدة التوتر النفسي والرغبة في التسلية والترفيه.<sup>1</sup>

#### 5.4 دور وسائل الإعلام في إشباع حاجات ذوي الاحتياجات الخاصة

إن شعور المعاق بعدم تلبية كثير من حاجاته الضرورية يصيبه بالتوتر والقلق ويدفعه في

كثير من الأحيان إلى التفاعل مع بيئته بشكل سلبي ، مما يستدعي ضرورة التوجيه الواعي

لتمكين المعاق من إشباع حاجاته ويعيد اتزانه النفسي والاجتماعي .

وحتى يتم إشباع حاجات ذوي الاحتياجات الخاصة ينبغي الاهتمام بوضع برامج

وأنشطة مختلفة يمكن أن تقوم بتقليل التوتر العصبي والنفسي والقضاء على الملل والقلق

والاكتئاب والإحباط والصراعات النفسية الناتجة عن شعور المعاق إلى تحقيق حاجته والشعور

بالألفة والسعادة والصدقة .

وعليه فإن عملية إشباع حاجات المعاقين وتوافقهم النفسي تتمثل في التفاعل بينهم وبين

بيئتهم المادية والاجتماعية (...). والمجهود الذي يقومون به لإرضاء رغباتهم ودوافعهم وهي

بذلك عملية ديناميكية مستمرة (...).<sup>2</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، ياسين قرناني. استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الانترنت :دراسة ميدانية على جمهور الطلبة بجامعة سطيح  
وبسكرة، "إضافات: المجلة العربية لعلم الاجتماع.الجمعية العربية لعلم الاجتماع ، مركز دراسات الوحدة العربية.ص ص  
162-163.

<sup>2</sup> يُنظر، هدى حسن محمود محمد ، ماهر حسن محمود محمد.الترويح وأهميته في التوافق النفسي والاجتماعي..ص  
ص125-126.

ومما لا شك فيه أن لوسائل الإعلام والاتصال دورا كبيرا في توجيه السلوك (...)<sup>1</sup> باعتبارها إحدى مؤسسات المجتمع المسؤولة عن تلبية احتياجات المتلقين ، حيث استطاعت وسائل الإعلام المعاصرة أن تتجاوز مهمة تحقيق الاتصال بين الناس ونقل المعلومات ، لتصبح بمثابة عصب الحياة السياسية والاجتماعية والتربوية من خلال الأدوار والوظائف التي تمارسها ، والتي تتنوع بتنوع مجالات الحياة الفكرية والاقتصادية والاجتماعية والإيديولوجية والترفيهية<sup>2</sup> ، وعميلة التأثير والتأثر بوسائل الإعلام والاتصال شيء مركب تتداخل فيه عوامل كثيرة ، مثل شخصية الفرد والبنية الاجتماعية ، والمستوى الثقافي والمكانة المادية والاجتماعية ، غير أن وسائل الإعلام يمكن أن تحدث تغييرا معرفيا لدى الجمهور متى استطاعت أن توظف العوامل السابقة ، وتوجهها (...)<sup>3</sup>.

فوسائل الإعلام تقوم بعدد من الوظائف لإشباع هذه الاحتياجات منها تقديم المعلومات التي تمكنهم من السيطرة على البيئة المحيطة بهم ومن تم إشباع حاجاتهم المعرفية ، كما تقوم وسائل الإعلام بتقديم وسائل الهروب من القيود والروتين المفروضة على الجمهور (...)

و تقديم المعلومات التي تدعم العلاقات الاجتماعية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، محمد خليل الرفاعي. دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية". مجلة جامعة دمشق. المجلد 27. العدد الأول والثاني. 2011. ص 734.

<sup>2</sup> يُنظر، علي أسعد وطفة. دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية. جامعة الكويت. ص 08.

<sup>3</sup> يُنظر، محمد خليل الرفاعي. دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية". مجلة جامعة دمشق. المجلد 27. العدد الأول والثاني. 2011. ص 734.

<sup>4</sup> يُنظر، حمود بن أحمد الخميس ، عبد الحافظ بن عواجي صلوي. احتياجات المعاقين الاعلامية ومدى اشباع وسائل الاعلام لها "دراسة ميدانية على عينة المعاقين في المملكة العربية السعودية ، ص 07.

وحسب لازرسفيلد P.F LAZERSFELD \* وميرتون R.K MERTON \* فإن وسائل الإعلام

تمارس مجموعة من الوظائف منها : تبادل الآراء ، دعم المعايير الاجتماعية ، في حين أن

ويلبر شرام W.SHRAM \* حدد تلك الوظائف بمراقبة البيئة ، الوظيفة السياسية ، والتنشئة

الاجتماعية . ويذهب ماكويل DENIS MCQUAIL إلى النظر إلى وظائف وسائل الإعلام

المجتمعية على أنها تحقق التماسك الاجتماعي ، التواصل الاجتماعي ، الترفيه (... ) ، أما

ليزلي مولر LEISLIE MOELLER حددها في وظيفة الإخبار ، التزود بالمعلومات ومراقبة

البيئة ، والربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات ، والترفيه والتحرر العاطفي من

المشكلات والتنشئة الاجتماعية ، والتسويق وقيادة التغيير الاجتماعي ، وخلق المثل

الاجتماعية ، والرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه والتعليم .<sup>1</sup>

ومن بين وظائف الاتصال الجماهيري التي حددتها منظمة اليونيسكو نذكر: الإعلام ،

خلق الدوافع ، الترفيه ، النهوض الثقافي ، التنشئة الاجتماعية ، الحوار والنقاش ، التربية ،

إشباع حاجات الفرد والجماعة (...).<sup>2</sup>

وعلى العموم يمكن تحديد الوظائف السابقة الذكر في النقاط التالية :

\* لازرسفيلد PAUL FELIX LAZERSFELD (1976-1901): عالم اجتماع .

(DAVID L.SILLS .PAUL F.LAZERSFELD BIOGRAPHICAL MEMOIR .NATIONLACADEMY OF SCIENCES .WASHINGTON .1987)

\* ROBERT KING MERTON 1910-1994: عالم اجتماعي أمريكي .

\* ويلبر شرام WILBUR LANG SCHRAM (1907, 1987) : رائد في الإتصال الجماهيري .

<sup>1</sup> يُنظر، محمد خليل الرفاعي. دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية". مجلة جامعة دمشق. ص. 710.

<sup>2</sup> يُنظر، سعد مطشر عبد الصاحب. مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية: دراسة ميدانية لقناة المنار الفضائية للمدة من 09/01 ولغاية 09/12/2006. مجلة الباحث الاجتماعي. العدد 03. حزيران 2008. ص 183.

1. مراقبة البيئة أو التماس المعلومات : سواء تم البحث عنها بوعي أم دون وعي ، وغالبا ما يكون استخدامنا للمعلومات لتحقيق هدفين الأول توجيه سلوكنا ، وثانيها توجيه فهمنا.
2. تطوير مفاهيمنا عن الذات : لأنها تساعدنا على فهم أنفسنا والعالم المحيط بنا من خلال استكشاف الواقع وعقد مقارنات بين أنفسنا والآخرين (...).
3. تسهيل التفاعل الاجتماعي من خلال تزويدنا بالأشياء التي نتحدث عنها ونمارسها ، وتزودنا بأرضية مشتركة للمحادثات ، وغالبا ما نتلقاها دون وعي كامل منا.
4. بديل للتفاعل الاجتماعي ، حيث أكدت دراسات عدة حاجة الإنسان للصدقة التي تزداد عند الناس الذين يعيشون بمفردهم بعزلة.
5. التحرر العاطفي والاسترخاء والترويح عن النفس والمتعة والاستثارة والتخلص من الملل والعزلة.
6. الهروب من التوتر والاعتراب .
7. خلق طقوس يومية تمنحنا الشعور بالنظام والأمن.<sup>1</sup>

إن التطور السريع لوسائل الاعلام والاتصال والتوسع أدى إلى فتح آفاق جديدة ومضاعفة الروابط بين التعليم والاتصال ، حيث أن هناك زيادة واضحة في الطاقة التربوية للاتصال ، وفي حين يفقد النظام التعليمي احتكاره لعملية التربية ، فإن الاتصال يصبح نفسه

---

<sup>1</sup> . يُنظر، محمد خليل الرفاعي. دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية".مجلة جامعة دمشق..صص710-711.

وسيلة وموضوعا للتعليم ، وتصبح التربية أداة لا غنى عنها لتعليم الناس كيف يتصلون على نحو أفضل ، وكيف يحصلون على منافع أكبر (...).<sup>1</sup>

فالمؤسسة الإعلامية كالمؤسسة التربوية من حيث أثرها في تشكيل بنية المجتمعات ورسم ملامحها (...).<sup>2</sup> ، حيث يرى عالم الاجتماع البريطاني أنطوني جيدنز أن لوسائل الإعلام أهمية تعادل ما للمدارس والجامعات في إقامة مجتمع المعرفة (...).<sup>3</sup>

وفي هذا الصدد طرح كاتز\* الحاجة إلى الفهم (...). لأن استيعاب المعرفة في هذا العصر سريعة ومتغيرة لدرجة أن أساليب التعليم والتعلم التقليدية لم تعد تستطيع استيعابها.

لذلك نجد أن تنمية الميول والمهارات والعادات القرائية مطلب 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 فرصة القراءة الممتعة للموضوعات الأدبية والعلمية والفكرية التي تتوافق مع قدرة الفرد العقلية من جهة ، وتشبع حاجاته النفسية والاجتماعية من جهة أخرى.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، محمد محمود دهبية. الاعلام المعاصر . مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع. طبعة اولى. عمان .2010.ص62.

<sup>2</sup> يُنظر،فاطمة البريكي. دور وسائل الإعلام في تشكيل المجتمع .البيان الإماراتية .معهد الإمام الشيرازي الدولي للدراسات وواشنطن .تمت المعاينة من موقع: [WWW.SHIRONLINE.ORG](http://WWW.SHIRONLINE.ORG) بتاريخ: 2014/10/24.

<sup>3</sup> يُنظر،محمد المستاري.التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري.منبر حر للثقافة والفكر والأدب.معاينة من موقع [WWW.DIWANALARAB.COM](http://WWW.DIWANALARAB.COM) بتاريخ 2014/10/24.

\* DR. JONATHAN KATZ :عالم نفس أمريكي.

<sup>4</sup> يُنظر،عيسى الشماس .وسائل الإعلام والتشنة الإجتماعية .معاينة من موقع [WWW.IBTESAMA.COM](http://WWW.IBTESAMA.COM) بتاريخ :

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

ومن خصائص الإذاعة أنها سريعة الانتشار بين مختلف الشرائح الاجتماعية ، إذ لا تتطلب معرفة القراءة والكتابة بشكل جيد كما هو الحال في الوسائط المطبوعة (...). كما تتميز الإذاعة بقدرتها على استحواد انتباه المستمعين واستهوائهم من خلال المادة المذاعة بعبارات واضحة ومفهومة لدى كل من المثقف وغير المثقف ، إضافة إلى تمتع الإذاعة بالقدرة على خلق أجواء وجدانية نفسية للمستمعين من خلال تنوع البرامج (...). وبذلك نجد أن الإذاعة تحقق وظيفة اجتماعية ، وظائف إخبارية ومزاجية نفسية ، وما تمتلكه من قدرة على إطلاق الخيال والإيحاء والإثارة عند المستمع ، وتزويد الناس بالمعارف والخبرات وتعزيز أنماط السلوك المرغوبة والقيم السائدة في المجتمع (...).<sup>2</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، عيسى الشماس .وسائل الإعلام والتنشئة الاجتماعية .معاينة من موقع [WWW.IBTESAMA.COM](http://WWW.IBTESAMA.COM) . بتاريخ : 2014/10/28.

<sup>2</sup> يُنظر، عيسى الشماس .وسائل الإعلام والتنشئة الاجتماعية .معاينة من موقع [WWW.IBTESAMA.COM](http://WWW.IBTESAMA.COM) . بتاريخ : 2014/10/28.

لذلك نجد أن الإذاعة هي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري الاجتماعية والثقافية ،

ومصدر من المصادر التعليمية والترفيهية والتربوية.<sup>1</sup>

نفس الأمر بالنسبة للتلفزيون الذي يتفق الخبراء والباحثين على أنه أحد أهم الوسائل

الإعلامية الفعالة في عملية صياغة الرأي العام ومحرك أساسي في التكوين الإجتماعي<sup>2</sup> ،

وهندسة السلوك الإنساني (... ) لدرجة أن الباحثين الأمريكيين أطلقوا عليه لقب الأب الروحي

للطفل، نظرا لما يمارسه التلفزيون من دور تربوي بالغ الأهمية ) ، وهو وسيلة ميسورة مشوقة

من أجل الترفيه والتسلية وكمصدر للمعرفة ونشر الثقافة ، فالبرامج العلمية تهدف إلى اشباع

الحاجات المعرفية وتوسيعها .

وقد أكدت بعض الدراسات الحديثة في بلدان متعددة إلى أن متوسط ما يقضيه الطفل

الذي يتراوح سنه من 06 إلى 16 سنة أمام شاشة التلفزيون يتراوح ما بين 12 إلى 24 ساعة

أسبوعيا (... ) وقد أكد غالبية الأطفال أنهم يتعلمون بعض الأشياء من التلفزيون ، فالفتيات

يتعلمن كيفية المشي الصحيح وطريقة الحديث وكيفية اختيار الملابس ، والفتيان يكتسبون

عادات الشباب في ارتداء الأزياء المختلفة وبعض المهارات الرياضية ، وكثير من الأطفال

يذكرون أن التلفاز يمدهم بالمعلومات عن مواضيع تقيدهم في الدراسة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> يُنظر، عيسى الشماس . وسائل الإعلام والتنشئة الإجتماعية . معاينة من موقع [WWW.IBTESAMA.COM](http://WWW.IBTESAMA.COM) . بتاريخ : 2014/10/ 28

<sup>2</sup> . STUART HALL, CULTURE, MEDIA, LANGUAGE, CENTRE CONTEMPORARY CULTURAL STUDIES : ROUTLEDGE , P130.

<sup>3</sup> يُنظر، عيسى الشماس . وسائل الإعلام والتنشئة الإجتماعية . معاينة من موقع [WWW.IBTESAMA.COM](http://WWW.IBTESAMA.COM) . بتاريخ : 2014/10/ 28

ويرى لي ثاير LEE THAYER\* 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 حيويًا 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 (...)<sup>1</sup>.

3. الاستخدام الثالث لوسائل الإعلام استخدام أسطوري ، ويمكن ملاحظة ثلاث

مستويات لاستخدام وسائل الإعلام أسطورياً وهي:

\* لي ثاير LEE THAYER : رائد في ميدان الإعلام والاتصال .

<sup>1</sup> يُنظر، صالح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة..ص ص 216-220.

أ. تقوم وسائل الإعلام بخلق الصفات 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 الصفات الثقافية للحياة جميعها تشبه الأساطير ، وتم الحفاظ عليها بميثاق ضمني ، وعُزرت بالسلوك ، وهي ليست مطلقة وليس هناك اختيار نهائي لصحتها سوى التأكيد الذاتي<sup>1</sup> .

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<sup>2</sup> ، وإن أولئك الذين يصنعون وينتجون مادة وسائل الإعلام لا يمكنهم تجنب صريح ما ينتجوه بالأساطير الثقافية ، وفي المقابل فإن الذين يستهلكون ما تنتجه وسائل الإعلام ليس باستطاعتهم أن

<sup>1</sup> يُنظر، صالح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة..ص ص 216-220.

<sup>2</sup> يُنظر يُنظر، صالح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة..ص ص 216-220.

ج. يتجنبوا بعض التأكيدات أو المخالفات للوصفات التي تقوم عليها أساليب رؤيتهم

ومعرفتهم ووجودهم<sup>1</sup>.

د. 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 فإن هذا يعني بأنه مُجبر على قراءة هذه

الأنماط في ثقافته وتُغرس داخل نفسه ، وهكذا فإنه يتربى على هذه الأساطير والتي توجهه

وتقوده في حياته.

4. يستخدم الناس وسائل الإعلام بهدف إمدادهم بخبرات متنوعة (... ) ، ومن ثم 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 الأذنين كوسيلة لعزلهم عن الناس (... ) ،

كما يستخدم البعض وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات (... ) ، والبعض يستخدمها بغرض

<sup>1</sup> يُنظر، صالح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة..ص ص 216-220.

التسلية البحثية ، 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<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> . يُنظر، صالح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة.. ص ص 216-220.

الإطار الميداني

## 5. الإطار الميداني

يجدر التذكير أن عينة البحث هي العارضة ، وهي من العينات الغير احتمالية ، وقد بلغ عدد مفرداتها 384 مفردة من ذوي الإعاقة البصرية بنوعيتها (إعاقة كلية وإعاقة جزئية ) ، وذوي الإعاقة السمعية بنوعيتها كذلك والإعاقة الحركية، تم توزيع الاستمارات من تاريخ 17 أكتوبر 2014 إلى غاية 06 جويلية 2015، وبعد تفريغ الاستمارات ومعالجتها باستخدام برنامج ميكروسفت إكسل ، تمكنا من الحصول على المعلومات وتحليلها في أربع محاور وهي:

- محور البيانات العامة أين يتم عرض أهم البيانات المتعلقة بأفراد العينة على غرار السن ، الجنس ، المستوى الإجتماعي ..إلخ .
  - محور عادات الإستخدام والتعرض لوسائل الإعلام وفيه يتم عرض العادات الوقتية والتوقيتية لأفراد عينة البحث حسب كل إعاقة وذلك لخصوصية كل فئة (ذوي الإعاقة السمعية تختلف عن ذوي الإعاقة البصرية وكل من الفئتين يختلفان عن الإعاقة الحركية )
  - محور الإشباعات الإعلامية وفيه يتم تحديد الإشباعات المحققة من وراء التعرض لكل وسيلة إعلامية وحسب كل إعاقة .
  - محور التحليل الكيفي والكمي للنتائج وفيه يتم اختبار متغيرات السمات الشخصية في توجيه سلوك الاستخدام والتعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المحققة منها
- وفي الأخير تم عرض النتائج على مرحلتين الأولى النتائج المتعلقة لكل فئة ( معاقين بصريا ن معاقين سمعيا ومعاقين حركيا ) ، والثانية النتائج العامة لذوي الاحتياجات الخاصة .

## 1.5 محور البيانات العامة:

جدول رقم (01) يوضح توزيع العينة حسب الجنس .

النسبة	العدد	التوزيع الجنس
61,98 %	238	الذكور
38,02 %	146	الإناث
100 %	384	المجموع

يلاحظ من الجدول رقم (01) أن نسبة الذكور الذين شملتهم الدراسة بلغت 61,98%، في حين بلغت نسبة الإناث 38,02%، ويمكن إرجاع هذا الفرق لكون فئة الذكور تشارك في النشاطات والتظاهرات الرياضية والثقافية وغيرها ، مما يُضاعف نسبة مشاركتها في دراستنا مقارنة بالإناث .

## جدول رقم (02) يوضح توزيع العينة حسب السن .

النسبة	التكرارات	التوزيع السن
05,73 %	22	أقل من 18 سنة
45,05 %	173	19-29 سنة
30,99 %	119	30-39 سنة
14,06 %	54	40-49 سنة
04,17 %	16	50 سنة فما فوق
100 %	384	المجموع

يتضح من الجدول رقم (02) أن الفئة العمرية التي طغت على عينة الدراسة هي الفئة المتراوحة

من 19 إلى 20 سنة بنسبة 45,05 %، ويمكن إرجاع ذلك إلى طبيعة المجتمع الجزائري الذي تغطي

عليه فئة الشباب، تليها الفئة المتراوحة من 30 إلى 39 سنة بنسبة 30,99 %، ثم فئة 40-49 سنة

بنسبة 14,06 %، لتأتي في مؤخرة الترتيب كل من الفئة العمرية الأقل من 18 سنة والفئة العمرية فوق

الخمسين سنة بنسبة 05,73 % و 04,17 % على التوالي.

## جدول رقم (03) يوضح توزيع العينة حسب الولاية .

الولاية	التوزيع	التكرار	النسبة	الولاية	التكرار	النسبة
1 ولاية أدرار	03	06	0,78%	25 ولاية قسنطينة	06	1,56%
2 ولاية الشلف	12	07	0,52%	26 ولاية المدية	07	1,82%
3 ولاية الأغواط	04	34	1,04%	27 ولاية مستغانم	34	8,85%
4 ولاية أم البواقي	03	04	0,78%	28 ولاية المسيلة	04	1,04%
5 ولاية باتنة	15	09	3,9%	29 ولاية معسكر	09	2,34%
6 ولاية بجاية	12	03	3,12%	30 ولاية ورقلة	03	0,78%
7 ولاية بسكرة	03	67	0,78%	31 ولاية وهران	67	17,45%
8 ولاية بشار	04	02	1,04%	32 ولاية البيض	02	0,52%
9 ولاية البليدة	21	01	5,47%	33 ولاية اليزي	01	0,26%
10 ولاية البويرة	02	07	0,52%	34 ولاية برج بوعريش	07	1,82%
11 ولاية تمنراست	00	03	00%	35 ولاية بومرداس	03	0,78%
12 ولاية تبسة	00	00	00%	36 ولاية الطارف	00	00%
13 ولاية تلمسان	14	00	3,64%	37 ولاية تندوف	00	00%
14 ولاية تيارت	05	00	1,30%	38 ولاية تسميلت	00	00%
15 ولاية تيزي وزو	05	05	1,30%	39 ولاية الوادي	05	1,30%
16 ولاية الجزائر	32	03	8,33%	40 ولاية خنشلة	03	0,78%
17 ولاية الجلفة	11	05	2,86%	41 ولاية سوق أهراس	05	1,30%
18 ولاية جيجل	05	04	1,30%	42 ولاية تيبازة	04	1,04%
19 ولاية سطيف	08	05	2,08%	43 ولاية ميلة	05	1,30%
20 ولاية سعيدة	09	09	2,34%	44 ولاية عين الدفلى	09	2,34%
21 ولاية سكيكدة	02	04	0,52%	45 ولاية النعامة	04	1,04%
22 ولاية سيدي بلعباس	04	05	1,04%	46 ولاية عين تموشنت	05	1,30%

23 · ولاية عنابة	03	0,78%	· ولاية غرداية 47	09	2,34%
24 · ولاية قالمة	05	1,30%	· ولاية غليزان 48	10	2,60%
المجموع الكلي	384				
النسبة الكلية	100%				

من خلال الجدول (03) يتضح أن العينة شملت 43 ولاية جزائرية<sup>1</sup>، أي تقريبا كل القطر الوطني باستثناء 05 ولايات ، كما كانت النسب بين الولايات متوازنة تتراوح تقريبا من الـ 01% إلى حوالي الـ 03% ، غير أن نسبة مشاركة ذوي الاحتياجات من ولاية وهران كانت مرتفعة بشكل واضح مقارنة بالولايات الأخرى حيث بلغت نسبتها 17,45%، تليها مستغانم بنسبة 08,85% ، ويمكن إرجاع ذلك إلى القرب الجغرافي ، إضافة إلى تعاون المختصين بمراكز ذوي الاحتياجات الخاصة في وهران ومستغانم .

<sup>1</sup> حسب التقسيم الإداري إلى غاية سنة 2015 .

## جدول رقم (04) يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي .

النسبة	التكرارات	التوزيع السن
%03,91	15	لا يعرف الكتابة والقراءة
%10,42	40	ابتدائي
%23,96	92	متوسط
%30,73	118	ثانوي
%26,04	100	جامعي
%04,95	19	دراسات عليا
%100	384	المجموع

يلاحظ من الجدول رقم (04) أن ذوي المستوى التعليمي الثانوي هم الفئة الأكثر حضوراً في دراستنا حيث بلغت نسبتها 30,73 % ، تليها كل من فئة الجامعيين وذوي المستوى المتوسط بنسبة 26,04 % ، و 23,96 % ، ونجد كلا من الفئات الثلاث (الثانوي ، متوسط ، جامعي) هي فئات متقاربة في النسب ، في حين أن ذوي المستوى الابتدائي جاءت بنسبة 10,42 % ، كما كان لأصحاب الدراسات العليا حضور في العينة بنسبة 04,95 % .

## جدول رقم (05) يوضح توزيع العينة حسب الحالة الإجتماعية.

النسبة	التكرارات	التوزيع الحالة الإجتماعية
72,92%	280	أعزب (ة)
22,39%	86	متزوج (ة)
03,91%	15	مطلق (ة)
00,78%	03	أرمل (ة)
100%	384	المجموع

من الجدول (05) يتضح أن نسبة العُزاب هي الفئة الغالبة في العينة والتي جاءت بنسبة 72,92% ،  
تليها فئة المتزوجين بنسبة 22,92% ، فالمطلقين بنسبة 03,91% ، ثم في الأخير فئة الأرامل  
بنسبة 0,78% .

نلاحظ وجود فوارق كبيرة في النسب حيث أن الفئة الأولى (العُزاب) تجاوزت النصف ، وهو ما يمكن  
تفسيره بالوضعية الاجتماعية والصحية لذوي الاحتياجات الخاصة، في حين أن فئة المتزوجين قاربت  
الربع ، وتوزعت بقيت الفئات في حوالي 04% .

## جدول رقم (06) يوضح توزيع العينة حسب الوضعية المهنية .

النسبة	التكرارات	التوزيع الوضعية المهنية
%10,16	39	عامل يومي
%34,63	133	موظف
%40,36	155	بطل
%10,94	42	طالب
%03,91	15	متقاعد
%100	384	المجموع

من الجدول (06) نلاحظ أن نسبة البطالين هي الأكثر حضورا بنسبة 40,36% وهو يتناسب

مع ارتفاع ظاهرة البطالة في المجتمع الجزائري بصفة عامة والظروف الصحية لذوي الاحتياجات

الخاصة بصفة خاصة ، تأتي بعدها فئة الموظفين بنسبة 34,63% ، ثم فئة الطلبة والعمال المهنيين

بنسب متقاربة 10,94% ، 10,16% على التوالي ، وجاءت فئة المتقاعدين في آخر الترتيب بنسبة

03,91%.

## جدول رقم (07) يوضح توزيع العينة حسب نوع الإعاقة.

النسبة	العدد	التوزيع نوع الإعاقة
81,25%	312	حركية
13,54%	52	بصرية
05,21%	20	سمعية
100%	384	المجموع

من الجدول (07) يتضح أن فئة المعاقين حركيا هي الفئة الغالبة بنسبة 81,25 % ، تأتي بعد

ذلك فئة ذوي الإعاقة البصرية بنسبة 13,54 % ، ثم فئة المعاقين سمعيا بنسبة 05,21%، وهو ما

يتوافق مع الاحصائيات الوطنية لعدد ذوي الاحتياجات الخاصة في الجزائر ، إذ أن هذه الفئة في

المرتبة الأولى<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> . حسب تصريح وزير التضامن الوطني والأسرة والجالية الوطنية بالخارج جمال ولد عباس .لجنة وزارية لتعديل قانون المعاقين ورفع المنحة إلى ستة آلاف دينار . يومية الفجر . يوم 2014/06/14.

## 2.5 محور عادات الاستخدام والتعرض لوسائل الاعلام:

بحكم أن دراستنا تناولت ثلاث أنواع من الإعاقات المختلفة وهي السمعية ، البصرية و الحركية ،

قمنا بتقسيم البيانات الميدانية حسب كل إعاقة إلى ثلاث اقسام:

أ. الإعاقة البصرية<sup>1</sup>

جدول رقم (08) يبين تعرض المعاقين بصريا لكل وسيلة إعلامية

المجموع ن	الانترنت	التلفزيون	الإذاعة	الجريدة	الوسيلة الاعلامية التعرض
52	18	36	39	09	التكرار
%100	34,61	69,23	%75	%17,33	النسبة

من خلال الجدول رقم (08) يتبين أن الإذاعة تقع في مقدمة الوسائل الإعلامية التي تجذب ذوي الإعاقة البصرية حيث بلغت نسبة المتابعة %75 ، يليها التلفزيون بنسبة 69,23 %، ثم الأنترنت بنسبة معتبرة بلغت 34,61 %، في حين بلغت نسبة متابعة المعاقين بصريا للجريدة 17,33% وهذا ما يمكن تفسيره بسبب الإعاقة ، حيث اقتصرت متابعة الجريدة على ضعاف البصر .

<sup>1</sup> كما سبق الذكر فإن دراستنا شملت ذوي الإعاقة البصرية بمختلف مستوياتها سواء إعاقة بصرية كلية (مكفوفين) أو إعاقة بصرية جزئية (ضعاف البصر).

جدول رقم (09) يبين أسباب عدم تعرض المعاقين بصريا لوسائل الإعلام

الأنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية  أسباب عدم التعرض
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
%25	13	%25	13	%00	00	%76.92	40	بسبب الإعاقة
%23.08	12	%00	00	%00	00	%00	00	لا يعرف القراءة
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	انعدام المصداقية
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	بسبب الانشغالات
%00	00	%00	00	%11.54	06	%00	00	بسبب الإمكانات المادية
%00	00	%00	00	%11.54	06	%00	00	عدم وجود ميول
المجموع ن=52								

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن الإعاقة جاءت كسبب وحيد لعدم متابعة المعاقين بصريا

للجريدة بنسبة 76.92% في حين كان انعدام الإمكانات وعدم وجود ميول السبب في عدم متابعتهم

لمضامين الإذاعة بنسب متساوية 11.54% ، أما التلفزيون فعدم متابعته من طرف هذه الفئة كانت

بسبب الإعاقة 25% ، والتي كانت سببا أيضا في عدم استخدام الأنترنت بنسبة 25% ، في حين 23.05% بسبب عدم معرفة الكتابة والقراءة .

### جدول رقم (10) يبين شدة تعرض المعاقين بصريا لوسائل الإعلام

الأنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الاعلامية	شدة التعرض
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات		
19,23%	10	42,31%	22	36,54%	19	1,92%	01	دائما	
9,62%	05	17,31%	09	32,69%	17	11,54%	06	أحيانا	
5,77%	03	9,62%	05	5,77%	03	3,85%	02	نادرا	
المجموع (ن=52)									

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن 42,31% من ذوي الإعاقة البصرية يتابعون

التلفزيون بصفة دائمة و 17,31% أحيانا وهي عكس ما توصلت إليه دراسة سهير صالح ابراهيم

بعنوان : "الاحتياجات الثقافية والإعلامية للمعاقين من برامج التلفزيون " حيث توصلت إلى أن 63%

يتابعون التلفزيون بصفة أحيانا و 19.8% يتابعونه بصفة دائمة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> يُنظر ، سهير صالح ابراهيم .الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون .مجلة الفن الإذاعي . ص 164.

كما كشفت الأرقام المبينة في الجدول أن نسبة المتابعة الدائمة للإذاعة بلغت 36,54 % ثم

الأنترنت بنسبة 19,23 % ، في حين أن 1,92 % من ذوي الإعاقة البصرية تتابع المضامين

الإعلامية بالجريدة بصفة دائمة وهذا راجع لطبيعة الإعاقة ، على خلاف ذلك نجد أن نسبة المتابعة

بصفة أحيانا بلغت 11,54 % للجريدة ، 32,69 % للإذاعة و 9,62 % للأنترنت .

أما نسبة التعرض بصفة نادرة فقد سُجلت بصفة معتبرة في المرتبة الأولى في متابعة مضامين

الجريدة ، وهذا ما يتم إرجاعه إلى طبيعة الإعاقة ، تليه الأنترنت والتلفزيون بنسبة 5,77 % و 9,62%

بالترتيب ، و الإذاعة بنسبة 5,77 % كذلك .

### جدول رقم (11) يبين العادات الوقتية لاستخدام المعاقين بصريا لوسائل الإعلام

الأنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	فترة التعرض
00%	00	%1,92	01	%19,23	10	%1,92	01	صباحا
%09,62	05	%9,62	05	%3,85	02	%3,85	02	مساء
%7,69	04	%21,15	11	%1,92	08	%1,92	01	وقت السهرة
%17,31	09	%36,54	19	%36,54	19	%9,62	05	ليس لدي وقت مفضل
المجموع ن = 52								

من خلال الجدول رقم (11) يتبين أن فئة المعاقين بصريا ليس لديها وقت مفضل في متابعة مضامين وسائل الإعلام ، حيث بلغت نسبة 36,54% للإذاعة والتلفزيون ، ونسبة 17,31% للإنترنت ونسبة 09,62% للجريدة (ضعاف البصر).

كما بينت الأرقام أن نسبة متابعة ذوي الإعاقة البصرية للإذاعة تتركز في الفترة الصباحية بنسبة 19,23% وتتنخفض في الفترة المسائية ووقت السهرة بين 03,85% و 01,92% ، وخلافا للإذاعة ترتفع نسبة التعرض للتلفزيون من الفترة الصباحية من 01,92% إلى 09,62% مساء لتصل إلى 21,15% وقت السهرة ، في حين سجلت الإنترنت نسبة معتبرة من 09,62% مساء إلى 07,69% وقت السهرة ، و 00% صباحا .

## جدول رقم (12) يبين مدة تعرض المعاقين بصريا لوسائل الإعلام

الأنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية مدة التعرض ض
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
1,92	01	13,46	07	11,54	06	17,31	09	أقل من ساعة
5,77	03	11,54	06	23,08	12	%00	00	ساعة
3,85	02	21,15	11	17,31	09	%00	00	ساعتين
21,15	11	19,23	10	21,15	11	%00	00	ثلاث ساعات
1,92	01	3,85	02	1,92	01	%00	00	أكثر من ثلاث ساعات
المجموع ن=52								

من خلال الجدول رقم (12) يتبين أن مدة متابعة المعاقين بصريا (ضعاف البصر) للجرائد

كانت أقل من ساعة بنسبة 17,31% ، وكما سبق تفسير ذلك فإن نسبة متابعة ذوي الإعاقة البصرية

للجرائد تقتصر على ضعف البصر الأمر الذي يؤثر على كيفية استخدام ومتابعة المضامين

الإعلامية عبر الجريدة وفترة التعرض لها كذلك ، أما مدة متابعة ذوي الإعاقة البصرية للإذاعة فتركزت

بين ساعة و ثلاث ساعات بنسب من حوالي 21% إلى 23% ، و ساعتين بنسبة 17,31% ، في

حين جاءت مدة أقل من ساعة في الترتيب ما قبل الأخير بنسبة 11,54% ، أما التعرض لمدة تتجاوز

الثلاث ساعات فقد كان بنسبة ضعيفة حوالي 01,92%.

أما التلفزيون فمدة التعرض فكانت بين ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة من حوالي 19% إلى 21% ،ومن ساعة فما دونها بنسبة من 11% إلى 13% في حين مدة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة حوالي 3% ،على خلاف ذلك فإن الانترنت حصلت على أكبر نسبة استخدام لمدة ثلاث ساعات بحوالي 21,15% ، ثم من ساعة إلى ساعتين بنسب 01,92% و 05,75% بالترتيب ، أما مدة الاستخدام أقل من ساعة وأكثر من ثلاث ساعات بنسب متقاربة بحوالي 01,92%.

جدول رقم (13) يبين نسبة متابعة المعاقين بصريا للمواد الإعلامية عبر الجريدة حسب طبيعتها

المجموع (ن=52)	المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	المواد الإعلامية
						نسبة المتابعة
	04	02	02	03	03	التكرارات
	7,69	3,85	3,85	5,77	5,77	النسبة

جاءت الأرقام المبينة في الجدول رقم (13) والمتعلقة بنسبة متابعة ذوي الإعاقة البصرية للمواد

الإعلامية عبر الجريدة متواضعة عموما وذلك لطبيعة الإعاقة، حيث اقتضت الأرقام المسجلة على

ضعاف البصر، إذ تراوحت من 03,85% لكل من القصص والتجارب الاجتماعية و الإعلانات

والإشهار إلى 05,77% لكل من الأخبار والرياضة وتصل إلى 07,19% للمواد الدينية كأعلى

نسبة.

جدول رقم (14) يبين نسبة متابعة المعاقين بصريا للمواد الإعلامية عبر الإذاعة حسب طبيعتها

المجموع ن = 52	المواد الغنائية والموسيقى	المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	المواد الإعلامية
	13	00	07	12	18	22	نسبة المتابعة
	%25	%00	%13,46	%23,08	%34,62	%42,31	التكرارات
							النسبة

من خلال الجدول رقم (14) يتضح أن المواد الإخبارية والرياضية تحصلت على هامش من الأفضلية من حيث المتابعة من طرف المعاقين بصريا بنسب 42,31% ، 34,62% بالترتيب ، ويمكن تفسير ذلك إلى أن ذوي الإعاقة البصرية يعتمدون الحصول على المستجدات من الإذاعة ، ثم المواد الغنائية بنسبة 25% ، تليها القصص والتجارب الاجتماعية بنسبة 23,08% ، ثم الإعلانات والإشهار بنسبة 13,46% ، أما المواد الدينية فلم تلق أي متابعة من طرف ذوي الإعاقة البصرية عبر الإذاعة .

جدول رقم (15) يبين نسبة متابعة المعاقين بصريا للمواد الإعلامية عبر التلفزيون حسب طبيعتها

المجموع ن=52	الأفلام والمسلسلات	المواد الغنائية والموسيقى	المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	المواد الإعلامية
	21	11	00	03	09	13	18	نسبة المتابعة
	%40,38	%21,15	%00	%05,77	%17,31	%25	%34,62	التكرارات النسبة

من الجدول (15) نلاحظ أن الأفلام والمسلسلات جاءت في مقدمة المواد من حيث المتابعة من

طرف ذوي الإعاقة البصرية عبر التلفزيون بنسبة 40,38% تليها المواد الاخبارية بنسبة 34,62% ، ثم

المواد الرياضية بنسبة 25% ، بعدها المواد الغنائية والموسيقى والمواد الاجتماعية بنسب متقاربة

21,15% ، 17,31% بالترتيب ، أما المواد الدينية فلم تلق أي متابعة من طرف ذوي الإعاقة

البصرية.

جدول رقم (16) يبين نسبة استخدام المعاقين بصريا لمواقع الأنترنت حسب طبيعتها

المجموع ن=52	مواقع التواصل الاجتماعي	مواقع الدرشة والتعارف	مواقع ترفيهية	مواقع تعليمية تثقيفية	مواقع رياضية	مواقع اخبارية	طبيعة المواقع نسبة المتابعة
		09	06	03	05	08	04
	%17,31	%11,54	%05,77	%09,62	%15,38	07,69	النسبة

من خلال الجدول رقم (16) يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأولى من حيث التفضيل

لمستخدمي الانترنت من المعاقين بصريا بنسبة 17,31%، تليها المواقع الرياضية بنسبة 15,38% ،

ثم مواقع الدردشة والتعارف بنسبة 11,54% ،والمواقع التعليمية والتثقيفية بنسبة 9,62% ، أما

المواقع الإخبارية بنسبة 15,38% ،وفي آخر الترتيب المواقع الترفيهية 5,77%.

جدول رقم (17) يبين نسبة متابعة المعاقين بصريا للقنوات الإذاعية حسب طبيعتها

المجموع ن=52	قنوات دولية	قنوات وطنية	قنوات جهوية	طبيعة القنوات نسبة المتابعة
	01	07	07	التكرارات
	01,92%	13,46%	13,46%	النسبة

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن ذوي الإعاقة البصرية الذين يُشكلون جمهور للإذاعة ،

يُتابعون القنوات الإذاعية الجهوية والقنوات الإذاعية الوطنية بنسبة متساوية ومرتفعة بـ 13,46% ،

عكس القنوات الدولية التي لم تتعد نسبة متابعتها الـ 01,92% ، ويمكن تفسير ذلك أن هذه الفئة تبحث

عن المستجدات التي تمسها بصفة مباشرة عن طريق القنوات الجهوية والوطنية.

جدول رقم (18) يبين نسبة متابعة المعاقين بصريا للقنوات التلفزيونية حسب طبيعتها

المجموع ن=52	قنوات أجنبية	قنوات عربية	قنوات جزائرية	طبيعة القنوات نسبة المتابعة
	01	09	08	التكرارات
	01,92%	17,31%	15,38%	النسبة

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن القنوات العربية تحظى بأكبر نسبة متابعة من قبل المعاقين بصريا بنسبة 17,31% ، تليها القنوات الجزائرية بنسبة 15,38% ، ثم القنوات الأجنبية بنسبة ضعيفة بـ 01,92% .

### ب. الإعاقة السمعية \*

جدول رقم (19) يبين نسبة تعرض المعاقين سمعيا لكل وسيلة إعلامية

المجموع	الأنترنت	التلفزيون	الإذاعة	الجريدة	الوسيلة الاعلامية الإعاقة
ن=20	16	19	03	14	التكرار
	80%	95%	15%	70%	النسبة

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن التلفزيون يحتل أكبر نسبة متابعة من طرف المعاقين سمعيا بنسبة 95% ، تليه الأنترنت بنسبة 80% ، ثم الجريدة بنسبة 70% ، في حين نسبة متابعة الإذاعة 15% وهذا بسبب الإعاقة حيث تقتصر تلك النسبة على ضعاف السمع.

\* شملت دراستنا ذوي الإعاقة السمعية بمختلف مستوياتها سواء إعاقه سمعية كلية أو إعاقه سمعية جزئية (ضعاف السمع) .

## جدول رقم (20) يبين أسباب عدم تعرض المعاقين سمعياً لوسائل الإعلام

الإنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية أسباب عدم التعرض
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
%00	00	%00	00	%70	14	%00	00	بسبب الإعاقة
%00	00	%00	00	%00	00	%25	05	لا يعرف القراءة
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	انعدام المصداقية
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	بسبب الانشغالات
%10	02	%00	00	%00	00	%00	00	بسبب الإمكانات المادية
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	عدم وجود ميول
المجموع ن = 20								

يبين الجدول رقم (20) أسباب عزوف المعاقين سمعياً عن التعرض للمضامين الإعلامية حسب

كل وسيلة ، حيث جاء السبب الوحيد عن عدم متابعة هذه الفئة للمواد المنشورة عبر الجريدة هو عدم

معرفة القراءة بنسبة 25% ، وكان السبب الوحيد أيضاً لعدم متابعة مضامين الإذاعة هو الإعاقة بنسبة

70% ، أما التلفزيون فقد انعدمت أسباب عدم التعرض له وهذا ما يمكن تفسيره من خلال الجدول

السابق الذي يبين ارتفاع نسبة متابعة المعاقين سمعياً للتلفزيون ، أما الأنترنت فالسبب الوحيد لعدم استخدامها هو الإمكانيات المادية بنسبة 10% .

**جدول رقم (21) يبين شدة تعرض المعاقين سمعياً لوسائل الإعلام**

الأنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية شدة التعرض
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
25%	05	35%	07	05%	01	10%	02	دائماً
40%	08	45%	09	10%	02	60%	12	أحياناً
15%	03	15%	03	00%	00	00%	00	نادراً
المجموع ن=20								

من الجدول رقم (21) يتبين أن المعاقين سمعياً يتعرضون لمضامين ووسائل الإعلام بصفة غير

دائمة "أحياناً" بنسب مرتفعة حيث أن 60% بالنسبة للجريدة ، 45% التلفزيون ، 40% للأنترنت ،

10% الإذاعة ، يليه الاستخدام بصفة دائماً بنسبة 10% للجريدة ، 05% للإذاعة ، 35% للتلفزيون ،

25% للأنترنت ، أما استخدام المعاقين سمعياً لوسائل الإعلام بصفة نادرة فكان بنسب ضعيفة وصلت

إلى 00% للجريدة ، والإذاعة ، و15% للأنترنت و15% للتلفزيون .

وبمقارنة النسب المسجلة في الجدول خاصة المتعلقة بشدة التعرض للتلفزيون نجد إختلافا مع

نتائج دراسة محمد معوض ابراهيم حيث احتلت صفة المتابعة الدائمة أعلى نسبة بـ 72% في حين أن

نسبة المتابعة أحيانا جاءت بـ 28 %<sup>1</sup>.

### جدول رقم (22) يبين العادات الوقتية لاستخدام المعاقين سمعيا لهوائيل الإعلام

الانترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الاعلامية شدة التعرض
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
05%	01	05%	01	00%	00	20%	04	صباحا
20%	04	15%	03	05%	01	15%	03	مساء
20%	04	50%	10	00%	00	00%	00	وقت السهرة
35%	07	25%	05	10%	02	35%	07	ليس لدي وقت
المجموع ن = 20								

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ المعاقين أن 35% من جمهور المعاقين سمعيا ليس لديهم

وقت مفضل لمتابعة المضامين الإعلامية بالجريدة ، و 10% ليس لديهم وقت لمتابعة المواد الإذاعية ،

<sup>1</sup> يُنظر ، محمد معوض ابراهيم ، اعتماد خلف معبد وآخرون .الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الإحتياجات الخاصة . ص ص

و25% للتلفزيون ، أما الانترنت فبنسبة 35% ، في حين تعتبر فترة الصباح والمساء أفضل فترة للتعرض لمضامين الجريدة بنسبة 20% ، 153% بالترتيب ، أما الإذاعة فسجلت نسبة ضعيفة مقدرة بـ 05% مساء ، على خلاف ذلك فإن وقت السهرة هو أفضل فترة لمتابعة التلفزيون بالنسبة للمعاقين سمعياً بنسبة 50% ، يليه فترة المساء بنسبة حوالي الـ 15% ، في حين أن فترة الصباح احتلت نسبة ضعيفة بـ 05% ، أما الانترنت فقد كانت أفضل فترة تمتد من المساء إلى وقت السهرة بنسبة 20% ، في حين أن فترة الصباح لقيت نسبة ضعيفة بـ 05% .

## جدول رقم (23) يبين مدة تعرض المعاقين سمعياً لوسائل الإعلام

الإنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية مدة التعرض
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
%05	01	%15	03	%10	02	%60	12	أقل من ساعة
%15	03	%20	04	%05	01	%10	02	ساعة
%35	07	%45	09	%00	00	%00	00	ساعتين
%15	03	%10	02	%00	00	%00	00	ثلاث ساعات
%10	02	%05	01	%00	00	%00	00	أكثر من ثلاث ساعات
المجموع ن = 20								

من خلال الجدول رقم (23) يتبين أن نسبة كبيرة من جمهور المعاقين سمعياً يتعرض لمضامين الجريدة لمدة لا تتجاوز الساعة ، حيث بلغت النسبة 60% ، في حين أن الأقلية المتبقية التي تتعرض للجريدة لمدة الساعة بلغت نسبة 10% ، وهذا ما يمكن تفسيره بعدم اعتماد فئة المعاقين سمعياً على مضامين الجريدة ، في حين أن مدة التعرض للتلفزيون بلغت أعلى درجاتها في المجال المحصور بين الساعة إلى الساعتين بنسبة من 20% إلى 45% بالترتيب ، و بلغت النسب في مدة اقل من ساعة 15% وأكثر من ثلاث ساعات 05% .

أما الانترنت فكانت مدة الاستخدام تتراوح من الساعة إلى أكثر من ثلاث ساعات ، غير أن النسبة الأكبر كانت لمدة الساعتين بنسبة 35% ، في حين كانت نسبة 15% لمدة ساعة و 05% لمدة الثلاث ساعات ، و12,5% لأكثر من ثلاث ساعات ، أما مدة الأقل من ساعة فكانت أقل نسبة حيث لم تتجاوز 05%، وعن الإذاعة فكانت نسبة 10% للمدة الأقل من ساعة في حين كانت نسبة 05% لمدة الساعة .

جدول رقم (24) يبين نسبة متابعة المعاقين سمعياً للمواد الإعلامية عبر الجريدة حسب طبيعتها

المجموع ن = 20	المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	المواد الإعلامية
	05	05	04	08	10	نسبة المتابعة
	%25	%25	%20	%40	%50	التكرارات
						النسبة

من خلال الجدول رقم (24) يتبين أن جمهور الجريدة من ذوي الإعاقة السمعية يتابعون المواد الإخبارية بالدرجة الأولى حيث بلغت بنسبة 50% ، تليها المواد الرياضية بنسبة 40% ، ثم الإعلانات والإشهار والمواد الدينية بنسب متساوية بـ 25% ، وفي آخر الترتيب القصص والتجارب الاجتماعية بنسبة 20% .

جدول رقم (25) يبين نسبة متابعة المعاقين سمعياً للمواد الإعلامية عبر الإذاعة حسب طبيعتها

المجموع ن = 20	المواد الغنائية والموسيقى	المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	المواد الإعلامية
	01	00	01	02	01	02	نسبة المتابعة
	%05	%00	%05	%10	%05	%10	التكرارات
							النسبة

من خلال الجدول رقم (25) يتبين أن جمهور الإذاعة من ذوي الإعاقة السمعية يهتم بالمواد الإخبارية والمواد الاجتماعية بالدرجة الأولى حيث بلغت نسبة المتابعة 10% وهي أعلى نسبة ، في حين أن بقية المواد لقيت نسبة متابعة متساوية لم تتجاوز 05% .

جدول رقم (26) يبين نسبة متابعة المعاقين سمعياً للمواد الإعلامية عبر التلفزيون حسب طبيعتها

المجموع ن=20	الأفلام والمسلسلات	المواد الغنائية والموسيقى	المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	المواد الإعلامية نسبة المتابعة
		11	01	00	05	03	08	10
	55%	05%	00%	25%	15%	40%	50%	النسبة

من خلال الجدول رقم (26) يتبين أن جمهور التلفزيون من ذوي الإعاقة السمعية ، يهتم بالأفلام والمسلسلات بالدرجة الأولى بنسبة 55% تليه المواد الإخبارية بنسبة 50% ، ثم المواد الرياضية بنسبة 40% ، تليها الإعلانات والإشهار بنسبة 25% ، ثم القصص والتجارب الاجتماعية بنسبة 15% ونسبة 05% للمواد الغنائية والموسيقى في حين أن المواد الدينية لم تسجل أي نسبة متابعة 00% .

## جدول رقم (27) يبين نسبة استخدام المعاقين سمعياً لمواقع الأنترنت حسب طبيعتها

المجموع ن = 20	التواصل الاجتماعي	الردشة والتعارف	ترفيهية	تعليمية تثقيفية	رياضية	إخبارية	طبيعة المواقع
							نسبة المتابعة
	12	06	09	04	07	04	التكرارات
	%60	%30	%45	%20	%35	%20	النسبة

من خلال الجدول رقم (27) يتبين أن مستخدمي الأنترنت من ذوي الإعاقة السمعية ، يتصفحون مختلف المواقع ، ورغم أن مواقع التواصل الإجتماعي كان لها هامش من الأفضلية حيث وصلت نسبة الإستخدام بـ 60% ، في حين أن المواقع الترفيهية بلغت 45% ، تليها المواقع الرياضية بنسبة 35% ، ثم مواقع الدردشة والتعارف بنسبة 30% ، أما المواقع الإخبارية والتعليمية فحظيت بنسبة استخدام متساوية بلغت 20% .

## جدول رقم (28) يبين نسبة متابعة المعاقين سمعيا للقنوات الإذاعية حسب طبيعتها

المجموع ن = 20	قنوات دولية	قنوات وطنية	قنوات جهوية	طبيعة القنوات
	00	01	02	نسبة المتابعة
	%00	%05	%10	التكرارات
				النسبة

كما سبق الذكر سابقا فإن لجوء ذوي الإعاقة السمعية يقتصر على ضعاف السمع، ورغم ذلك

فإن النسب الخاصة بهاته الفئة والإذاعة ضعيفة في مجملها ، إلا أنه ومن خلال الجدول رقم (28)

نلاحظ أن تفضيل للقنوات الجهوية بنسبة 10% ، ، في حين أن نسبة متابعة الإذاعات الوطنية بلغت

05% ، وانعدمت نسبة متابعة الإذاعات الدولية ، ويمكن تفسير ذلك باهتمام هاته الفئة بالمستجدات

التي تمسهم بصفة مباشرة جهويا ومن تم وطنيا.

## جدول رقم (29) يبين نسبة متابعة المعاقين سمعيا للقنوات التلفزيونية حسب طبيعتها

المجموع ن = 20	قنوات أجنبية	قنوات عربية	قنوات جزائرية	طبيعة القنوات
	12	15	09	نسبة المتابعة
	%60	%75	%45	التكرارات
				النسبة

من خلال الجدول رقم (29) يتبين أن القنوات العربية جاءت في مقدمة اهتمام ومتابعة من قبل جمهور المعاقين سمعيا بنسبة 75% ، تليها القنوات الأجنبية بنسبة 60% ، وفي آخر الترتيب القنوات الجزائرية بنسبة 45% ، وهو ما يبين لجوء فئة المعاقين سمعيا للإعلام العربي والأجنبي .

### ت. الإعاقة الحركية

جدول رقم (30) يبين نسبة تعرض المعاقين حركيا لكل وسيلة إعلامية

المجموع	الإنترنت	التلفزيون	الإذاعة	الجريدة	الوسيلة الاعلامية
					الإعاقة
ن = 312	257	301	209	248	التكرار
	%82,37	%96,47	%66,99	%79,48	النسبة

من خلال الجدول رقم (30) يتبين أن نسبة متابعة ذوي الإعاقة الحركية لوسائل الإعلام متوازنة

بين مختلف وسائل الإعلام ، إلا أن التلفزيون لقي نسبة مرتفعة مقارنة مع بقية الوسائل بنسبة

96,47% ، تليه الإنترنت بنسبة 82,37% ، ثم الجريدة بنسبة 79,48% ، وفي الأخير الإذاعة

بنسبة 66,99% .

## جدول رقم (31) يبين أسباب عدم تعرض المعاقين حركيا لوسائل الإعلام

الإنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية أسباب عدم التعرض
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
%00	00	%00	00	%00	00	%1.28	04	بسبب الإعاقة
%07.05	22	%00	00	%00	00	%00	00	لا يعرف القراءة
%00	00	%00	00	%03.53	11	%08.33	26	انعدام المصداقية
%01.28	04	%0.32	01	%05.13	16	%02.24	07	بسبب الانشغالات (لا يوجد وقت)
%09.29	29	%0.32	01	%00	00	%00	00	بسبب الإمكانات المادية
%00	00	%0.64	02	%23.72	74	%08.33	26	عدم وجود ميول
المجموع ن = 312								

من خلال الجدول رقم (31) يتبين أن انعدام المصداقية اتجاه ما تعرضه الجريدة من مواد

إعلامية جاء في مقدمة أسباب العزوف عن متابعتها بنسبة 08.33% ، وجاءت نسبة عدم وجود ميول

بنسبة مساوية لها ، في حين أن الإعاقة لم تكن السبب المهم لعزوف هذه الفئة عن متابعة الجريدة

حيث جاءت نسبتها ضعيفة بـ 01.28% ، أما الإذاعة فانعدام الميول كان أهم سبب لعزوف المعاقين

حركيا عن متابعة موادها ، ثم جاء انعدام الوقت بسبب الانشغالات وانعدام المصداقية بنسبة

05.13% ، 03.53% بالترتيب، أما التلفزيون فكانت النسب ضعيفة لم تتجاوز 01% لكل من نعدام الميول و انعدام الوقت بسبب الانشغالات ، وانعدام الإمكانيات المادية ، في حين توزعت أسباب عدم استخدام المعاقين حركيا للإنترنت بين نقص الإمكانيات المادية بنسبة 09.29%، وعدم التحكم في استخدامها بنسبة 07.05%، ثم انعدم الوقت بسبب الانشغالات بنسبة 01.28%.

جدول رقم (32) يبين شدة تعرض المعاقين حركيا لوسائل الإعلام

الإنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	شدة التعرض
56,73%	177	58,97%	184	13,78%	43	23,72%	74	دائما
19,55%	61	27,56%	86	41,03%	128	44,55%	139	أحيانا
06,09%	19	09,94%	31	12,18%	38	11,22%	35	نادرا
المجموع ن=312								

من خلال الجدول رقم (32) يتبين أن جمهور وسائل الإعلام من ذوي الإعاقة الحركية يتابع مضامين الجريدة بصفة غير دائمة "أحيانا" بنسبة 44,55% ، بينما 23,72% تتابع بصفة دائمة ،

أما 11,22% تتابع الجريدة بصفة نادرة ، نفس الأمر بالنسبة للإذاعة حيث يتابع ذوي الإعاقة الحركية بصفة غير دائمة بنسبة 41,03% ، في حين 13,78% بصفة دائمة ، و 12,18% بصفة نادرة ، على خلاف ذلك فإن متابعة التلفزيون واستخدام الانترنت من ذوي الإعاقة الحركية احتلت أعلى النسب حيث بلغت متابعة التلفزيون بصفة دائمة نسبة 58,97% ، تليها 27,56% بصفة أحيانا ، ثم 09,94% نادرا ، أما الانترنت فقد بلغت نسبة المتابعة الدائمة 56,73%، ثم 19,55% أحيانا ، ثم 06,09% نادرا .

جدول رقم (33) يبين العادات الوقتية لاستخدام المعاقين حركيا لوسائل الإعلام

الانترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الاعلامية شدة التعرض
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
03,85%	12	01,60%	05	20,83%	65	30,45%	95	صباحا
10,90%	34	10,90%	34	05,45%	17	08,33%	26	مساء
18,27%	57	43,59%	136	14,74%	46	03,21%	10	وقت السهرة
49,36%	154	40,38%	126	25,96%	81	37,50%	117	ليس لدي وقت
المجموع ن=312								

يظهر من خلال الجدول رقم (33) أن أكبر نسبة من جمهور وسائل الإعلام من ذوي الإعاقة

الحركية ليس لها وقت محدد في التعرض لمضامين مختلف وسائل الإعلام باستثناء التلفزيون حيث

يظهر مجال المتابعة في ارتفاع من الصباح بنسبة 01,60%، إلى المساء بنسبة 10,90%، ليصل إلى أعلى نسبة التي هي وقت السهرة بنسبة 43,59% ، وهذا ما يمكن إرجاعه لوقت الذروة الذي يلقي أكبر نسبة مشاهدة ، نفس الأمر بالنسبة للإنترنت حيث يبدأ مجال الاستخدام من الصباح بنسبة 03,85% ، ليصل في المساء إلى 10,90% ، و 18,27% في وقت السهرة .

خلافًا للتلفزيون والإنترنت فإن المجال الزمني لتتبع مضمون الجريدة يبدأ من الصباح بنسبة 30,45%، ثم ينخفض إلى 08,33% مساءً، ليصل إلى 03,21% وقت السهرة .

أما الإذاعة فتعتبر فترة الصباح والسهرة أفضل فترة للمتابعة ، حيث بلغت النسب 20,83% و 14,74% بالترتيب ، في حين أن فترة المساء لقيت نسبة 05,45%.

ورغم أن النسب المذكورة إلا أن الأرقام تُشير إلى فئة المعاقين حركيا ليس لديها وقت مفضل لمتابعة واستخدام مختلف وسائل الإعلام حيث أن الجريدة بلغت 37,50% ، والإذاعة 25,96% ، والتلفزيون 40,38% ، و 49,36% للإنترنت .

## جدول رقم (34) يبين مدة تعرض المعاقين حركيا لوسائل الإعلام

الأنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية مدة التعرض
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
%02,88	<b>09</b>	%07,69	<b>24</b>	%17,63	<b>55</b>	%44,87	<b>140</b>	أقل من ساعة
%09,29	<b>29</b>	%20,73	<b>65</b>	%25,96	<b>81</b>	%31,41	<b>98</b>	ساعة
%19,23	<b>60</b>	%30,13	<b>94</b>	%12,50	<b>39</b>	%03,21	<b>10</b>	ساعتين
%37,18	<b>116</b>	%27,24	<b>85</b>	%07,69	<b>24</b>	%00	<b>00</b>	ثلاث ساعات
%13,78	<b>43</b>	%10,58	<b>33</b>	%03,21	<b>10</b>	%00	<b>00</b>	أكثر من ثلاث ساعات
المجموع ن = 312								

من الجدول رقم (34) نلاحظ أن أكبر نسبة من جمهور الجريدة من ذوي الإعاقة الحركية لا تتجاوز مدة تعرضهم لها (الجريدة) الساعة حيث بلغت النسبة 44,87%، تليها في الترتيب مدة ساعة بنسبة 31,41% في حين تنخفض المدة إلى الساعتين بنسبة مرتفعة إلى 03,21% وتتعدم في مدة الثلاث ساعات وأكثر، أما الإذاعة فأكبر نسبة تم تسجيلها هي مدة الساعة حيث بلغت 25,96%، تليها مدة أقل من ساعة بنسبة 17,63%، ثم تبدأ النسبة بالانخفاض إلى 12,50% لمدة ساعتين إلى 07,69% لمدة ثلاث ساعات، و مدة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة 03,21%، أما التلفزيون فيبدأ في الارتفاع لمدة أقل بساعة بنسبة 07,69%، إلى 20,83% لمدة الساعة، و 30,13% لمدة

ساعتين ، ثم يبدأ في الانخفاض من ثلاث ساعات بنسبة 27,24% ، إلى 10,58% أكثر من ثلاث ساعات ، نفس الأمر بالنسبة للانترنت حيث تبدأ النسبة بالارتفاع من أقل من ساعة بنسبة 02,88% لتصل إلى ساعة بنسبة 09,29% ، وساعتين بنسبة 19,23% ، و إلى 37,18% لمدة ثلاث ساعات ، في حين بلغت النسبة للمدة التي تتجاوز الثلاث ساعات 13,78%.

جدول رقم (35) يبين نسبة متابعة المعاقين حركيا للمواد الإعلامية عبر الجريدة حسب طبيعتها

المجموع ن=312	المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	المواد الإعلامية نسبة المتابعة
	109	73	111	121	172	التكرارات
	%34,94	%23,40	%35,58	%38,78	%55,13	النسبة

من خلال الجدول رقم (35) نلاحظ أن المواد الإخبارية تقع في أول الترتيب لجمهور الجريدة من ذوي الإعاقة الحركية حيث بلغت النسبة 55,13% ، تليها المواد الرياضية بنسبة 38,78% ، في حين أن القصص والتجارب الاجتماعية والمواد الدينية جاءت بنسب شبه متساوية من حوالي 34% إلى 35% ، تليها الإعلانات والإشهار بنسبة 23,40% .

جدول رقم (36) يبين نسبة متابعة المعاقين حركيا للمواد الإعلامية عبر الإذاعة حسب طبيعتها

المجموع ن=312	المواد	المواد	الإعلانات	القصص	الرياضة	الأخبار	المواد الإعلامية
	الغنائية	الدينية	والإشهار	والتجارب			نسبة المتابعة
	والموسيقى			الاجتماعية			
	93	00	32	79	88	130	التكرارات
	%29,81	%00	%10,26	%25,32	%28,21	%41,67	النسبة

من الجدول رقم (36) نلاحظ أن المواد الإخبارية في مقدمة اهتمامات جمهور الإذاعة من ذوي

الإعاقة الحركية ، حيث بلغت %41,67 ، تليها المواد الغنائية والموسيقى بنسبة %29,81 ، ثم المواد

الرياضية بنسبة %28,21 ، والقصص والتجارب الاجتماعية بنسبة %25,32 ، أما الإعلانات

والإشهار %10,26 ، في حين انعدم الاهتمام بالمواد الدينية .

جدول رقم (37) يبين نسبة متابعة المعاقين حركيا للمواد الإعلامية عبر التلفزيون حسب طبيعتها

المجموع ن=312	الأفلام والمسلسلات	المواد الغنائية والموسيقى	المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	المواد الإعلامية  نسبة المتابعة
	172	76	00	28	73	140	167	التكرارات
	%55,13	%24,36	%00	%08,97	%23,40	%44,87	%53,53	النسبة

من خلال الجدول رقم (37) يتبين أن الأفلام والمسلسلات تأتي في مقدمة اهتمامات المعاقين

حركيا من برامج التلفزيون حيث بلغت نسبة متابعة المسلسلات والأفلام من جمهور ذوي الإعاقة

الحركية نسبة 55,13% ، في حين بلغت نسبة المواد الأخبارية 53,53% ، تليها المواد الرياضية

44,87% ، وقد جاءت نسب متابعة القصص والتجارب الاجتماعية والمواد الغنائية منخفضة مقارنة

بالمواد السابقة الذكر حيث تراوحت بين 23% إلى 24% ، لتتخفص إلى 08,97% في الإعلانات

والإشهار، وتندعم في المواد الدينية .

## جدول رقم (38) يبين نسبة استخدام المعاقين حركيا لمواقع الأنترنت حسب طبيعتها

المجموع ن=312	التواصل الاجتماعي	الدرشة والتعارف	ترفيهية	تعليمية تثقيفية	رياضية	اخبارية	طبيعة المواقع
	201	83	79	104	81	111	نسبة المتابعة
	%64,42	%26,60	%25,32	%33,33	%25,96	%35,58	التكرارات
							النسبة

نلاحظ من الجدول (38) أن مواقع التواصل الإجتماعي جاءت في مقدمة المواقع التي

يستخدمها المعاقون حركيا حيث بلغت النسبة 64,42% ، وهي نسبة مرتفعة مقارنة ببقية المواقع التي

كانت النسب شبه متوازنة تتراوح بين 25% إلى 26% للمواقع الترفيهية والرياضية ومواقع الدردشة والتعارف ،

وبين 33% إلى حوالي 35% للمواقع التعليمية والمواقع الإخبارية حسب ما هو مبين في الجدول .

## جدول رقم (39) يبين نسبة متابعة المعاقين حركيا للقنوات الإذاعية حسب طبيعتها

المجموع ن=312	قنوات دولية	قنوات وطنية	قنوات جهوية	طبيعة القنوات
	02	37	77	نسبة المتابعة
	%0,64	%11,86	%24,68	التكرارات
				النسبة

من خلال الجدول رقم (39) يتبين أن نسبة متابعة الإذاعات الجهوية تحتل المرتبة الأولى من حيث التتبع من طرف جمهور ذوي الإعاقة الحركية بنسبة 24,68% ، تليها القنوات الوطنية بنسبة 11,86% ، في حين أن نسبة متابعة القنوات الإذاعية الأجنبية لقيت نسبة متابعة ضعيفة جدا بنسبة 0,64% .

جدول رقم (40) يبين نسبة متابعة المعاقين حركيا للقنوات التلفزيونية حسب طبيعتها

المجموع ن = 312	قنوات أجنبية	قنوات عربية	قنوات جزائرية	طبيعة القنوات نسبة المتابعة
	128	185	203	التكرارات
	%41,03	%59,29	%65,06	النسبة

من خلال الجدول رقم (40) نلاحظ أن نسبة متابعة القنوات التلفزيونية الجزائرية في المرتبة

الأولى بنسبة 65,06%، تليها القنوات العربية بنسبة 59,29%، أما القنوات الأجنبية فبلغت نسبة

41,03%.

### 3.5 محور الإشباعات الإعلامية

من خلال هذا المحور نسعى في الأساس إلى التعرف على أثر تلقي مادة إعلامية حول ذوي الاحتياجات الخاصة لدى أفراد العينة من جهة ومن جهة أخرى تحديد الإشباعات المُحققة من وراء تعرض واستخدام ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام ، أو بمعنى آخر التعرف على ماذا يحصل ذو الحاجة الخاصة من وراء تعرضه أو استخدامه لوسيلة إعلامية معينة ، وكما سبق الذكر فإن فئات ذوي الاحتياجات الخاصة تختلف في استخدامها لوسائل الإعلام (المعاق بصريا يختلف عن المعاق سمعيا ويختلف كذلك عن المعاق حركيا ) لذلك قمنا بمعالجة هذا المحور وفق الفئات الثلاث ، وتمت المعالجة الإحصائية بالاستناد إلى حجم كل فئة (عدد مفردات المعاقين بصريا ، وعدد مفردات المعاقين سمعيا ، وعدد مفردات المعاقين حركيا ) فيما يخص أثر تلقي مادة إعلامية حول ذوي الاحتياجات الخاصة ، ووفق حجم جمهور كل وسيلة إعلامية في ما يخص الإشباعات المحققة .

## 1. الإعاقة البصرية

جدول رقم (41) حول أثر تلقي ذوي الإعاقة البصرية لمادة إعلامية حول ذوي الإحتياجات

الخاصة

هل تسعد لتلقي مادة إعلامية حول ذوي الإحتياجات الخاصة عبر ....؟				
	النسبة	التكرارات	الأثر	الوسيلة الإعلامية
ن = 52	69.23 %	36	إيجابي	الجريدة
	11.54 %	06	سلبي	
	76.92 %	40	إيجابي	الإذاعة
	11.54 %	06	سلبي	
	76.92	40	إيجابي	التلفزيون
	15.38 %	08	سلبي	

من خلال الجدول رقم (41) نلاحظ أن تلقي مواد إعلامية حول ذوي الإحتياجات

الخاصة يترك أثر إيجابي لدي المعاقين بصريا ، من مختلف وسائل الإعلام (جريدة ، إذاعة ،

تلفزيون ) ، حيث بلغت نسبة الأثر الإيجابي لتلقي مادة إعلامية حول ذوي الإحتياجات

الخاصة عبر الجريدة نسبة الـ 69.23 % ، و 76.92 % في الإذاعة وفي التلفزيون كذلك ،

وهو ما يتوافق مع دراسة سهير صالح إبراهيم بعنوان : " الإحتياجات الإعلامية والثقافية

للمعاقين من برامج التلفزيون " ، حيث توصلت الدراسة في شقها الميداني إلى إعجاب

المعاقون بالبرامج المخصصة لهم (أنظر الإطار المنهجي صفحة 18).<sup>1</sup>

جدول رقم (42) يبين الإشباعات المحققة من استخدام وسائل الإعلام لذوي الإعاقة

البصرية

الإنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية الإشباعات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%55,56	10	%61,11	22	%74.36	29	%11.11	01	الأخبار والمعلومات
%22,22	04	%33,33	12	%46.15	18	%00	00	تمضية الوقت
%38,89	07	%30,56	11	%64.10	25	%11.11	01	توسيع المعارف الثقافية
%22,22	04	%44,44	16	%33.33	13	%00	00	التسلية والترفيه
%22,22	04	%38,89	14	%46.15	18	%00	00	تبني أفكار وآراء
%38,89	07	%38,89	14	%33.33	13	%00	00	اكتساب مهارات جديدة
%50,00	09	%27,78	10	%46.15	18	%00	00	تغيير بعض السلوكات والمواقف
18		36		39		09		المجموع

<sup>1</sup> يُنظر، سهير صالح ابراهيم. الإحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون. مجلة الفن الإذاعي . ص ص

من خلال الجدول رقم (42) نلاحظ أن الإشباعات المحققة من وراء تعرض ذوي الإعاقة البصرية للجريدة جاءت بنسب منعدمة باستثناء الحصول على الأخبار والمعلومات و توسيع المعارف الثقافية بنسبة 11.11%، ويمكن تفسير هذه النسب بأن جمهور الجريدة من ذوي الإعاقة البصرية يقتصر على ضعاف البصر وبالتالي فإن حاجة هذه الفئة للمعلومات الجادة على غرار الأخبار والمعلومات والمعارف الثقافية هي التي تدفعهم للتعرض للجريدة .

بالنسبة للإذاعة فقد جاءت الأخبار والمعلومات في مقدمة الإشباعات المحققة بنسبة 74.36%، تليها توسيع المعارف الثقافية بنسبة 64.10% ، ثم تبني الأفكار وتغيير بعض السلوكات بنسب متساوية وتمضية الوقت بـ 46.15%، ثم اكتساب المهارات بنسبة 33.33%.

بالنسبة للتلفزيون جاءت كذلك الأخبار والمعلومات في مقدمة الإشباعات المحققة لذوي الإعاقة البصرية من وراء التعرض للتلفزيون بنسبة 61.11% ، تليها التسلية والترفيه بنسبة 44.44%، ثم تبني الأفكار واكتساب مهارات جديدة بنسبة 38.89%، ثم تمضية الوقت بنسبة 33.33% ، ثم توسيع المعارف الثقافية بنسبة 30.56% ، وتغيير بعض السلوكات والمواقف بنسبة 27.78%.

أما الأنترنيت فقد جاءت الأخبار والمعلومات كذلك في مقدمة الإشباعات بنسبة 55.56%، تليها تغيير بعض السلوكات بنسبة 50% ، ثم توسيع المعارف واكتساب مهارات جديدة بنسبة 38.89%، في حين أن تمضية الوقت والتسلية والترفيه وتبني الأفكار جاءت في مؤخرة الترتيب بنسبة حوالي الـ 22.22%.

## 2. الإعاقة السمعية

جدول رقم (43) حول أثر تلقي ذوي الإعاقة السمعية لمادة إعلامية حول ذوي الاحتياجات

الخاصة

هل تسعد لتلقي مادة إعلامية حول ذوي الإحتياجات الخاصة عبر ...؟				
	النسبة	التكرارات	الأثر	الوسيلة الإعلامية
ن=20	%25	13	إيجابي	الجريدة
	%03.85	02	سلبي	
	%23.08	12	إيجابي	الإذاعة
	%00	00	سلبي	
	%28.85	15	إيجابي	التلفزيون
	%01.92	01	سلبي	

من خلال الجدول رقم (43) نلاحظ أن تلقي مواد إعلامية حول ذوي الإحتياجات

الخاصة يترك أثر إيجابي لدي المعاقين سمعياً ، حيث بلغت نسبة الأثر الإيجابي لتلقي مادة

إعلامية حول ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الجريدة نسبة الـ 25%، و 23.08% في الإذاعة،

28.75% في التلفزيون في حين أن الأثر السلبي تراوح من 00% إلى 03.85% .

## جدول رقم (44) يبين الإشباع المحققة من استخدام وسائل الإعلام لذوي الإعاقة

## السمعية

الإنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية الإشباع
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%50	08	%47.37	09	%00	00	64.29	09	الأخبار والمعلومات
%25	04	%15.79	03	%00	00	%28.57	04	تمضية الوقت
%50	08	%42.11	08	%00	00	%50	07	توسيع المعارف الثقافية
%50	08	%47.37	09	%00	00	%21.43	03	التسلية والترفيه
%37.5	06	%15.79	03	%00	00	%50	07	تبني أفكار وآراء
%56.25	09	%42.11	08	%00	00	%71.43	10	اكتساب مهارات جديدة
%50	08	%36.84	07	%00	00	%42.86	06	تغيير بعض السلوكات والمواقف
16		19		03		14		المجموع

من خلال الجدول رقم (44) يتبين أن اكتساب مهارات جديدة جاءت في مقدمة

الإشباع المحققة لذوي الإعاقة السمعية من وراء التعرض للجريدة بنسبة 71.43% ، تليها

الأخبار والمعلومات بنسبة 64.29%، ثم توسيع المعارف الثقافية وتبني الأفكار بنسبة 50%،

ثم تغيير السلوكات بنسبة 42.86% ، في حين جاءت التسلية والترفيه في مؤخرة الترتيب بنسبة

21.43%.

بالنسبة للإذاعة جاءت نسب الإشباع المحققة منعدمة ، وخلافا لما سبق جاءت

التسلية والترفيه بالموازاة مع الأخبار والمعلومات في مقدمة الإشباع المحققة من وراء تعرض

ذوي الإعاقة السمعية للتلفزيون بنسبة 47.37%، تليها توسيع المعارف الثقافية واكتساب مهارات جديدة بنسبة 42.11%، ثم تغيير بعض السلوكيات بنسبة 36.84% ، وجاءت تمضية الوقت وتبني الأفكار والآراء في مؤخرة الترتيب بنسبة 15.79%.

بالنسبة للانترنت لم تكن هناك فروق كبيرة في نسبة الإشباعات المحققة من استخدام الانترنت ، حيث جاء اكتساب المهارات في مقدمة الإشباعات بنسبة 56.25% ، ثم كل من الأخبار والمعلومات ، توسيع المعارف الثقافية ، التسلية والترفيه ، تغيير بعض السلوكيات والمواقف بنسبة 50%، و 37.50% لتبني الأفكار والآراء ، أما تمضية الوقت فقد جاءت بنسبة 25% .

## 3. الإعاقة الحركية

جدول رقم (45) حول أثر تلقي ذوي الإعاقة الحركية لمادة إعلامية حول ذوي الإحتياجات

الخاصة

هل تسعد لتلقي مادة إعلامية حول ذوي الإحتياجات الخاصة عبر...؟				
المجموع	النسبة	التكرارات	الأثر	الوسيلة الإعلامية
312	%96.23	294	إيجابي	الجريدة
	%03.84	12	سلبي	
	%91.66	286	إيجابي	الإذاعة
	%03.84	12	سلبي	
	%93.58	292	إيجابي	التلفزيون
	%04.80	15	سلبي	

من خلال الجدول رقم (45) نلاحظ أن تلقي مواد إعلامية حول ذوي الإحتياجات

الخاصة يترك أثر إيجابي لدي المعاقين حركيا ، حيث بلغت نسبة الأثر الإيجابي لتلقي مادة

إعلامية حول ذوي الإحتياجات الخاصة عبر الجريدة نسبة الـ %94.23 ، و %91.66 عبر

الإذاعة ، و %93.58 عبر التلفزيون .

## جدول رقم (46) يبين الإشباعات المحققة من استخدام وسائل الإعلام لذوي الإعاقة الحركية

الإنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		الوسيلة الإعلامية الإشباعات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%72,37	186	%67,11	202	%66,03	138	%68,15	169	الأخبار والمعلومات
%46,69	120	%49,50	149	%32,54	68	%33,47	83	تمضية الوقت
%67,70	174	%45,18	136	%35,89	75	%50,00	124	توسيع المعارف الثقافية
%48,64	125	%35,22	106	%26,79	56	%33,06	82	التسلية والترفيه
%52,53	135	%31,89	96	%30,62	64	%36,69	91	تبني أفكار وآراء
%57,59	148	%31,23	94	%23,92	50	%30,24	75	اكتساب مهارات جديدة
%45,14	116	%23,59	71	%22,01	46	%23,79	59	تغيير بعض السلوكات والمواقف
257		301		209		248		المجموع

من خلال الجدول رقم (46) نلاحظ أن الأخبار والمعلومات جاءت في مقدمة الإشباعات

المحققة لذوي الإعاقة الحركية عبر الجريدة بنسبة 68.15% ، تليها توسيع المعارف الثقافية بنسبة 50% ، ثم تبني الأفكار والآراء بنسبة 36.69% ، و تمضية الوقت بنسبة 33.47% ، و 30.24% لاكتساب المهارات ، و 23.79% لتغيير السلوكات والمواقف .

نفس الأمر بالنسبة للإذاعة جاءت الأخبار والمعلومات في مقدمة الإشباعات المحققة

بنسبة 66.03% ، تليها توسيع المعارف الثقافية بنسبة 35.89% ، ثم تمضية الوقت بنسبة

32.54% ، وتبني الأفكار والآراء بنسبة 30.62%، 26.79% للتسلية والترفيه ، وفي مؤخرة الإشباعات جاءت كل من اكتساب مهارات جديدة ، وتغيير بعض السلوكات والمواقف بنسبة 23.92% ، 22.01% بالترتيب .

أما التلفزيون فقد بلغت نسبة الأخبار والمعلومات الـ 67.11% وهي في مقدمة الإشباعات المحققة ، تليها تفضية الوقت بنسبة 49.50%، ثم توسيع المعارف الثقافية بنسبة 45.18%، و 35.22% للتسلية والترفيه ، وفي مؤخرة الإشباعات جاءت كل من تبني الأفكار واكتساب مهارات جديدة بنسب شبه متساوية حوالي الـ 31% ، و تغيير بعض السلوكات والمواقف بحوالي 23.59% ، أما الأنترنت فقد بلغت نسبة الأخبار والمعلومات 72.37%، تليها توسيع المعارف الثقافية بنسبة 67.70% ، في حين أن كل من تفضية الوقت ، التسلية والترفيه ، تبني الأفكار والآراء ، اكتساب مهارات جديدة ، تغيير بعض السلوكات والمواقف جاءت بنسب متقارب تتراوح من 45% إلى حوالي الـ 57% .

## 4.5 محور التحليل الكيفي والكمي للنتائج

من خلال هذا المحور نهدف إلى قياس أثر المتغيرات والسمات الشخصية في توجيه سلوك الاستخدام والتعرض لوسائل الإعلام وكذا الإشباعات المحققة من وسائل الإعلام وفق كل مُتغير ، لذلك تم إستخدام كل من معامل الارتباط الرتبي سبيرمان عند معالجة البيانات الوصفية ، ومعامل الارتباط بيرسون فيما يخص البيانات الكمية وذلك للكشف عن علاقة كل متغير مع الإستخدام والتعرض لوسائل الإعلام ومضامينها وكذا الإشباعات المحققة ، كما تم استخدام معامل التباين ANOVA للمقارنة بين المجموعات سواء وفق متغير السن أو الحالة الإجتماعية أو الجنس أو غيرها .

## جدول رقم (47) يبين العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير الجنس

نسبة الإستخدام								وسائل الإعلام الجنس
الإنترنت		التلفزيون		الإذاعة		الجريدة		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
80,67	192	93,70	223	62,61	149	74,79	178	ذكر (ن=238)
67,81	99	91,10	133	69,86	102	63,70	93	أنثى (ن=146)
0,40								معامل الارتباط سبيرمان
F المحسوبة : 0.316 F الجدولية : 6.591 درجة الحرية : 4 درجة المعنوية : 0.05								معامل تحليل التباين ANOVA (F)

يُبين لنا الجدول رقم (47) العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام (جريدة ، إذاعة ، تلفزيون ، أنترنت ) ومتغير الجنس ، حيث تُشير النتائج المبينة في الجدول على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية ضعيفة موجبة بين استخدام الذكور لوسائل الإعلام ، واستخدام الإناث لها ، بمعنى أنه كلما ارتفع استخدام فئة ذوي الاحتياجات لوسائل الإعلام ارتفع معه استخدام الإناث لها ، والعكس صحيح ، أي كلما انخفض استخدام الذكور لوسائل الإعلام ، انخفض معه استخدام الإناث ، وهو ما تفسره النسب المتقاربة لكل من الذكور والإناث لوسائل الإعلام .

كما كشف معامل التباين ANOVA عن عدم وجود اختلاف وتباين في استخدام وسائل الإعلام المختلفة (جريدة ، إذاعة ، تلفزيون ، أنترنت ) وفق متغير الجنس ، ؛حيث جاءت F المحسوبة أصغر من F الجدولية (  $0.316 > 6.591$  ) كما هو مُبين في الجدول .

جدول رقم (48) يبين العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير السن .

الأنترنت			التلفزيون			الإذاعة			الجريدة			الوسائل الإعلامية
م.إ	%	ت	م.إ	%	ت	م.إ	%	ت	م.إ	%	ت	السن
0,7	40,91	9	0,8	81,82	18	0,8	54,55	12	0,3	68,18	15	أقل من 18 سنة (ن=22)
	79,19	137		92,49	160		70,52	122		71,68	124	من 19-29 سنة (ن=173)
	85,71	102		94,96	113		63,03	75		69,75	83	من 30-39 سنة (ن=119)
	59,26	32		90,74	49		57,41	31		64,81	35	من 40-49 سنة (ن=54)
	68,75	11		100,00	16		68,75	11		87,50	14	50 سنة فما فوق (ن=16)
معامل تحليل التباين ANOVA (F)											معامل تحليل التباين ANOVA (F)	
درجة المعنوية : 0.05			درجة الحرية : 15			F الجدولية : 3.055			F المحسوبة : 1.299			

الجدول رقم (48) يُبين لنا علاقة متغير السن باستخدام كل وسيلة إعلامية ، حيث بلغ

معامل الارتباط \* لمتغير السن واستخدام الجريدة 0,30 ، وهو ما يؤكد على وجود علاقة

طردية ذات دلالة إحصائية بين السن والتعرض للجريدة ، وهو ما يُعبر على أنه كلما ارتفع

\* معامل ارتباط سبيرمان .

السن ارتفعت نسبة استخدام الجريدة ، لكن لا بد من الإشارة إلى أن العلاقة بين السن واستخدام الجريدة هي علاقة ضعيفة ، وهذا ما يمكن تفسيره من خلال النسب المئوية حيث نلاحظ نسب مرتفعة في استخدام الجريدة ابتداءً من فئة الأقل من 18 سنة وفئة 30-39 سنة ، وفئة 40-49 سنة ، وفئة فوق من 50 سنة ، لكن نسبة استخدام الفئة العمرية من 19-29 سنة هي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسب السابقة .

على خلاف ذلك يكشف لنا الجدول على وجود علاقة طردية قوية بين السن واستخدام الإذاعة والتلفزيون ، والأنترنت ، أي كلما ارتفعت الفئة العمرية ارتفعت معها نسب استخدام الوسائل السابقة الذكر والعكس صحيح .

كما كشف معامل التباين ANOVA عن عدم وجود تباين واختلاف في متوسطات استخدام وسائل الإعلام وفق الفئات العمرية ، إذ أن  $F$  المحسوبة جاءت أصغر من  $F$  الجدولية كما هو موضح في الجدول ( $3.055 > 1.299$ ) عند درجة الحرية 15 ومستوى معنوية 0.05.

جدول رقم (49) يبين العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير المستوى التعليمي .

الأنترنت			التلفزيون			الإذاعة			الجريدة			الوسائل الإعلامية
إ.م	%	ت	إ.م	%	ت	إ.م	%	ت	إ.م	%	ت	المستوى التعليمي
1,00	26,67	4	0,26	60,00	9	0,54	60,00	9	0,94	00	0	لا يعرف الكتابة والقراءة (ن=15)
	37,50	15		95,00	38		62,50	25		57,50	23	ابتدائي (ن=40)
	69,57	64		95,65	88		73,91	68		70,65	65	متوسط (ن=92)
	81,36	96		90,68	107		61,86	73		72,03	85	ثانوي (ن=118)
	93,00	93		98,00	98		63,00	63		80,00	80	جامعي (ن=100)
	100,00	19		84,21	16		68,42	13		78,95	15	دراسات عليا (ن=19)
معامل تحليل التباين ANOVA (F)												F المحسوبة : 03.609      F الجدولية : 02.772      درجة الحرية : 05      مستوى المعنوية : 0.05

يكشف لنا الجدول رقم (49) على وجود علاقة ذات دلالة احصائية موجبة قوية بين

ارتفاع المستوى التعليمي واستخدام كل من الجريدة والأنترنت ، حيث بلغ معامل الارتباط 0,94

بين المستوى التعليمي والجريدة ، في حين بلغ معامل الارتباط 1 بين الأنترنت والمستوى

التعليمي ، وهي علاقة تامة ، أي كلما ارتفع المستوى التعليمي زاد معه استخدام الأنترنت والجريدة ، نفس الأمر بالنسبة للإذاعة غير أن معامل الارتباط كشف عن علاقة طردية موجبة لكن تنحصر في المتوسط حيث قُدر بـ 0,54 ، وخلافا لما سبق كشف الجدول عن وجود علاقة موجبة بين المستوى التعليمي واستخدام التلفزيون لكن ضعيفة جدا لدرجة أنها تكاد تنعدم، وهذا ما يمكن تفسيره بأن استخدام التلفزيون لا يتطلب مستوى تعليمي معين ، ويمكن تفسيره بالنسب المرتفعة لاستخدام التلفزيون من خلال الجداول السابقة في المحور الأول .

كما كشف معامل التباين ANOVA عن وجود اختلاف بين متوسطات نسب الإستخدام لوسائل الإعلام بين فئات المستوى التعليمي ، إذ أن  $F$  المحسوبة جاءت أكبر من  $F$  الجدولية (  $03.609 < 2.772$  ) عند درجة الحرية 05 ومستوى معنوية 0.05 ، ويعود هذا التباين والاختلاف لخصوصية كل وسيلة إعلامية على غرار الجريدة التي ترتفع نسبة استخدامها بارتفاع المستوى التعليمي وهو ما أكده معامل الارتباط سبيرمان ، والأنترنت كذلك ، وهو ما تؤكد ذلك النسب المئوية المسجلة في الجدول إذ نجد أن نسب التعرض للجريدة واستخدام الأنترنت منخفضة مقارنة بنسب التعرض للإذاعة والتلفزيون عند الفئة التي لا تعرف الكتابة والقراءة وذوي المستوى التعليمي الابتدائي ، وخلافا لذلك نجد نسب استخدام الجريدة والأنترنت ترتفع عند ذوي المستوى التعليمي المتوسط والثانوي وذوي الدراسات العليا .

## جدول رقم (50) يبين العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير الحالة الاجتماعية .

الإنترنت			التلفزيون			الإذاعة			الجريدة			المواد الإعلامية
إ.م	%	ت	إ.م	%	ت	إ.م	%	ت	إ.م	%	ت	الحالة الاجتماعية
<b>-1,00</b>	77,86	218	<b>-0,20</b>	92,86	260	<b>-0,4</b>	66,79	186	<b>-0,8</b>	70,71	198	أعزب (ة) (ن=280)
	76,74	66		93,02	80		58,14	50		70,93	61	متزوج (ة) (ن=86)
	40,00	6		93,33	14		93,33	14		66,67	11	مطلق (ة) (ن=15)
	33,33	1		66,67	2		33,33	1		66,67	2	أرمل (ة) (ن=03)
معامل تحليل التباين ANOVA (F) : 0.05 : F المحسوبة : 1.950 F الجدولية : 3.490 درجة الحرية : 12 مستوى المعنوية												

يكشف لنا الجدول رقم (50) عن العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير الحالة

الإجتماعية ، حيث بلغ معامل الارتباط \*\* بين متغير الحالة الإجتماعية واستخدام الجريدة (-)

(0,80)، وهو ما يُعبر عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية سلبية بين المتغيرين السابقين،

\*\* معامل ارتباط الرتب سبيرمان .

أي أن تطور الفرد في مُختلف مراحل الحالة الإجتماعية من العزوبة إلى الزواج ، ثم الطلاق والترمل ، يؤدي إلى انخفاض استخدامه للجريدة ، نفس الأمر بالنسبة للأنترنت حيث بلغ معامل الارتباط (-1) ، وهي علاقة سلبية تامة ، أما الإذاعة فكانت العلاقة سلبية كذلك لكن ضعيفة حيث بلغ معامل الارتباط (-0,40) ، أما التلفزيون فبلغ معامل الارتباط (-0,20) ، وهو ما يعبر عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية سلبية لكن ضعيفة جدا تكاد تنعدم .

في حين كشف معامل التباين ANOVA عن عدم وجود اختلاف بين متوسطات نسب استخدام وسائل الإعلام وفق متغير الحالة الإجتماعية ، إذ جاءت F المحسوبة أصغر من F الجدولية ( $3.490 > 1.950$ ) عند درجة حرية 12 ومستوى معنوية 0.05.

جدول رقم (51) يبين العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير الوضعية المهنية

الأنترنت			التلفزيون			الإذاعة			الجريدة			المواد الإعلامية
إ.م	%	ت	إ.م	%	ت	إ.م	%	ت	إ.م	%	ت	الوضعية المهنية
-	76,13	26	0,5	89,68	36	0,70	66,45	30	0,10	70,97	25	بطل (155=ن)
	90,48	97		95,24	127		64,29	83		80,95	91	طالب (42=ن)
	66,67	118		92,31	139		76,92	103		64,10	110	عامل يومي (39=ن)
	72,93	38		95,49	40		62,41	27		68,42	34	موظف (133=ن)
	80,00	12		93,33	14		53,33	8		73,33	11	متقاعد (15=ن)
F المحسوبة : 0.185 F الجدولية : 2.958 درجة الحرية : 14 مستوى المعنوية : 0.05												معامل تحليل التباين ANOVA (F)

من خلال الجدول رقم (51) نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة احصائية سلبية شبه منعدمة

بين كل من الوضعية المهنية واستخدام الجريدة والأنترنت ، أي أن متغير الوضعية المهنية

ليس له تأثير في استخدام كل من الجريدة والأنترنت ، خلافا للإذاعة التي بلغ معامل

الارتباط\* (-0,70) ، وهو يعبر عن علاقة قوية سلبية بين المتغيرين ، أي أن الفرد كل ما تطور

في مراحل الوضعية المهنية من بطل ، طالب ، عامل يومي ، إلى موظف فمتقاعد تقل نسبة

\* معامل ارتباط الرتب سبيرمان.

استخدامه للإذاعة والعكس صحيح أي كل ما تراجعت وضعية الفرد المهنية كلما زاد استخدامه للإذاعة، أما تأثير الوضعية المهنية في استخدام التلفزيون فهو تأثير متوسط حيث بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0,50).

وعن معامل التباين ANOVA فقد جاءت F المحسوبة أصغر من F الجدولية (0.185 > 2.958) عند درجة الحرية 14 ومستوى معنوية 0.05، وهو ما يكشف عن عدم وجود تباين بين متوسطات نسب التعرض واستخدام وسائل الإعلام وفق متغير الوضعية المهنية .

جدول رقم (52) يبين علاقة متغير الجنس بطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة في الجريدة

نسبة المتابعة					المواد الإعلامية
المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	الجنس
%28,99	%18,9	%23,11	%51,26	%57,98	ذكر
%34,25	%26,03	%43,15	%12,33	%34,93	أنثى
0,36-					م.إ (سبيرمان)
F المحسوبة: 0.395 F الجدولية: 5.317 درجة الحرية: 8 مستوى المعنوية: 0.05:					معامل تحليل التباين ANOVA (F)

يكشف لنا الجدول (52) عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية سلبية وضعيفة بين كل

من متغير الجنس وطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة في الجريدة حيث بلغ معامل الارتباط

سبيرمان (-0,36) ، وهو ما يؤكد على وجود فوارق في طبيعة المضامين الإعلامية التي

يتعرض لها كل من الذكور والإناث في الجريدة ، وهو ما يُمكن تفسيره كذلك من خلال مقارنة النسب لكل من الجنسين حيث نجد في اتجاه عكسي ، ففي الوقت الذي ترتفع فيه نسبة التعرض للأخبار من قبل الذكور إلى 57,98%، تنخفض عند الإناث إلى 34,93% ، نفس الأمر بالنسبة للرياضة حيث ترتفع عند الذكور إلى 51,26% ، وتنخفض عند الإناث إلى 12,33% ، وخلافا لذلك ترتفع نسب التعرض للقصاص والتجارب الاجتماعية عند الإناث إلى 43,15% لكنها تنخفض عند الذكور إلى 23,11% ، غير أن الفوارق تتقلص نوعا ما في كل من الإعلانات والإشهار والمواد الدينية حسب ما هو مُبين في الجدول .

أما معامل التباين ANOVA كشف عن عدم وجود تباين بين متوسطات نسب التعرض لمضامين الجريدة المختلفة وفق متغير الجنس ، إذ أن  $F$  المحسوبة جاءت أصغر من  $F$  الجدولية (  $0.395 > 5.317$  ) عند درجة الحرية 8 ومستوى معنوية 0.05.

جدول رقم (53) يبين علاقة متغير السن بطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة في الجريدة

المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		المواد الإعلامية
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	السن
0,1	22,73	0,3	4,55	0,20	9,09	01-	45,45	0,90	40,91	أقل من 18 سنة (ن=22)
	31,79		24,86		32,37		45,09		44,51	من 19-29 سنة (ن=173)
	32,77		21,85		34,45		31,09		53,78	من 30-39 سنة (ن=119)
	27,78		20,37		24,07		24,07		46,30	من 40-49 سنة (ن=54)
	25		12,5		31,25		12,50		87,5	50 سنة فما فوق (ن=16)
معامل تحليل التباين ANOVA (F) المحسوبة: 0.349 F الجدولية: 2.866 درجة الحرية: 20 مستوى المعنوية: 0.05										

الجدول رقم (53) يبين العلاقة بين طبيعة المضامين الإعلامية المتابعة في الجريدة ومتغير

السن ، حيث كشف الجدول عن علاقة ذات دلالة إحصائية قوية وموجبة بين السن والمواد

الإخبارية ، وهو ما يُعبر على أنه كلما ارتفع السن زاد التعرض للأخبار وكلما انخفض السن ،

انخفض التعرض لها ، في حين كانت العلاقة عكسية تامة بين السن والمواد الرياضية ، إذ

كلما انخفض السن زاد الإهتمام بالمواد الرياضية عبر الجريدة والعكس صحيح أي كلما ارتفع السن قل الإهتمام بالمواد الرياضية .

وخلافا لذلك لم يكن لمتغير السن الأثر البالغ في التعرض لكل من القصص والتجارب الإجتماعية ، الإعلانات والإشهار ، والمواد الدينية ، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين 0,1 للمواد الدينية ، و0,2 للقصص والتجارب الاجتماعية ، و0,3 للإعلانات والإشهار ، وهي ضعيفة تكاد تنعدم لكنها لا تُلغى أثر السن في التعرض لها .

في حين أكد معامل التباين ANOVA عن عدم وجود تباين بين متوسطات نسب التعرض للمواد الإعلامية عبر الجريدة وفق متغير السن إذ جاءت  $F$  المحسوبة أصغر من  $F$  الجدولية ( $2.866 > 0.349$ ) عند درجة حرية 20 ومستوى معنوية 0.05.

## جدول رقم (54) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي بطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة

## في الجريدة

المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		المواد الإعلامية
م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	المستوى التعليمي
0,83	00	1	00	0,83	00	0,43	00	0,94	00	لا يعرف الكتابة والقراءة (ن=15)
	25,00 %		12,50 %		25,00 %		22,50 %		27,50	ابتدائي (ن=40)
	31,52 %		16,30 %		25,00 %		42,39 %		47,83	متوسط (ن=92)
	33,05 %		25,42 %		27,97 %		40,68 %		48,31	ثانوي (ن=118)
	31,00 %		27,00 %		46,00 %		38,00 %		64,00	جامعي (ن=100)
	47,37 %		31,58 %		31,58 %		26,32 %		52,63	دراسات عليا (ن=19)
معامل تحليل التباين ANOVA (F)										
F المحسوبة : 7.038 F الجدولية : 2.620 درجة الحرية : 24 مستوى المعنوية : 0.05										

يكشف لنا الجدول (54) عن العلاقة بين متغير المستوى التعليمي وطبيعة المضامين

الإعلامية المتابعة في الجريدة، ومن خلال الجدول تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية

قوية وموجبة بين متغير المستوى التعليمي والتعرض للمضامين الإخبارية في الجريدة، أي

كلما ارتفع المستوى التعليمي ارتفعت معه نسبة التعرض للمواد الإخبارية ، نفس الأمر بالنسبة لكل من المواد الدينية والقصص والتجارب الإجتماعية ، أما الإعلانات والإشهار فبلغ معامل الارتباط (1) ، وهو ما يعبر عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية تامة وموجبة بين المستوى التعليمي والتعرض للإعلانات والإشهار ، أي كلما ارتفع المستوى التعليمي ،ارتفعت معه بالضرورة نسبة التعرض للمواد الإشهارية عبر الجريدة ، في حين أن العلاقة بين المستوى التعليمي والمواد الرياضية كانت موجبة ضعيفة ، حيث بلغ معامل الارتباط 0,43 ، ورغم أن الأرقام تكشف عن تأثير المستوى التعليمي في التعرض للمواد الرياضية إلا أن ذلك التأثير ضعيف.

وخلافا للمتغيرات السابقة فقد كشف معامل التباين ANOVA على وجود تباين واختلاف في متوسطات نسب التعرض للمواد الإعلامية عبر الجريدة وفق متغير المستوى التعليمي إذ أن F المحسوبة جاءت أكبر من F الجدولية (2.620 < 7.038) عند درجة حرية 24 ومستوى معنوية 0.05 .

## جدول رقم (55) يبين علاقة متغير الحالة الاجتماعية بطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة

## في الجريدة

المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		نسبة متابعة المواد الإعلامية
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	الحالة الاجتماعية
0,8	30,36 %	0,4-	22,14 %	1-	34,29 %	1 -	37,86 %	0,50-	46,79 %	أعزب (ة) (ن=280)
	31,40 %		18,60 %		22,09 %		34,88 %		60,47 %	متزوج (ة) (ن=86)
	40,00 %		33,33 %		20,00 %		26,67 %		33,33 %	مطلق (ة) (ن=15)
	33,33 %		0,00 %		0,00 %		%0,00		33,33 %	أرمل (ة) (ن=03)
معامل تحليل التباين ANOVA (F)										
F المحسوبة: 2.610 F الجدولية: 3.238 درجة الحرية: 16 مستوى المعنوية: 0.05										

من خلال الجدول رقم (55) يتبين عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية متوسطة وسلبية

بين متغير الحالة الاجتماعية والتعرض للمواد الإخبارية ، في حين أن العلاقة بين متغير الحالة

الإجتماعية والمواد الرياضية والقصص والتجارب الإجتماعية جاءت سلبية تامة ، حيث بلغ

معامل الارتباط (-1) ، وهو ما يؤكد على تأثير الحالة الإجتماعية في التعرض للمواد

الرياضية والقصص والتجارب الإجتماعية عبر الجريدة ، نفس الأمر بالنسبة للمواد الدينية حيث بلغ معامل الارتباط 0,8 وهو ما يُعبر عن علاقة قوية بين الحالة الإجتماعية للفرد والتعرض للمواد الدينية ، إلا أن تأثير الحالة الإجتماعية في التعرض للإعلانات والإشهار جاءت ضعيفة حيث بلغ معامل الارتباط (-0,4).

أما معامل التباين ANOVA فقد كشف عن عدم وجود تباين بين متوسطات نسب التعرض للمواد الإعلامية المختلفة عبر الجريدة وفقا لمتغير الحالة الإجتماعية إذ جاءت F المحسوبة أصغر من الجدولية (  $3.238 > 2.610$  ) عند درجة حرية 16 ومستوى معنوية 0.05 .

## جدول رقم (56) يبين علاقة متغير الوضعية المهنية بطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة

## في الجريدة

المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		المواد الإعلامية
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	الوضعية المهنية
0,1-	35,48	0,5-	21,29	0,6-	34,19	0,4-	34,19	0,1	50,32	بطل (ن=155)
	33,33		26,19		42,86		47,62		50,00	طالب (ن=42)
	25,64		12,82		25,64		41,03		43,59	عامل يومي (ن=39)
	26,32		24,81		24,06		36,84		47,37	موظف (ن=133)
	33,33		6,67		33,33		13,33		66,67	متقاعد (ن=15)
معامل تحليل التباين ANOVA (F)										معامل تحليل التباين ANOVA (F)
F المحسوبة: 0.428 F الجدولية: 2.866 درجة الحرية: 20 مستوى المعنوية: 0.05										

يكشف لنا الجدول رقم (56) على وجود علاقة ضعيفة وشبه منعدمة بين متغير الوضعية

المهنية وطبيعة المواد المتابعة في الجريدة حيث تراوح معامل الارتباط بين (0,1-) للمواد

الدينية ، و (0,1) للأخبار و (-0,4) للمواد الرياضية ، وهي نسب ضعيفة، أما الإعلانات والإشهار فبلغ معامل الارتباط (-0,5) وهي علاقة متوسطة ، إلا أنه وخلافا لما سبق جاءت علاقة الوضعية المهنية بالتعرض للقصص والتجارب الاجتماعية عبر الجريدة قوية عكسية حيث بلغ معامل الارتباط (-0,6)، وهو ما يُعبر على أنه كلما ارتفعت الوضعية المهنية للفرد انخفض اهتمامه بالقصص والتجارب الاجتماعية والعكس صحيح .

وعن معامل التباين ANOVA فقد كشف عن عدم وجود تباين بين متوسطات النسب وفق

متغير الحالة الإجتماعية إذ أن F المحسوبة جاءت أصغر من F الجدولية (0.428)

>2.866) عند درجة حرية 20 ومستوى معنوية 0.05.

جدول رقم (57) يُبين علاقة متغير الجنس بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في الإذاعة

نسبة المُتابعة						المواد الإعلامية الجنس
المواد الغنائية والموسيقى	المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	
%23,11	%00	%8,40	%24,79	%38,24	%45,38	ذكر
%41,10	%00	%17,81	%38,36	%13,01	%33,56	أنثى
<b>0,31</b>						معامل الارتباط سبيرمان
F المحسوبة : 0.004 F الجدولية : 4.964 درجة الحرية : 10 مستوى المعنوية : 0.05						معامل تحليل التباين ANOVA (F)

من خلال الجدول رقم (57) يتبين وجود تأثير نسبي لمتغير الجنس على طبيعة المضامين الإعلامية المتابعة عبر الإذاعة ، أي وجود فوارق في طبيعة المضامين التي يتعرض لها ذوي الإحتياجات الخاصة بين كل من الذكور والإناث ، وهو ما تؤكد النسب المئوية ، ففي الوقت الذي نجد ارتفاع في التعرض للمواد الإخبارية والرياضية لفئة الذكور وانخفاضها عند فئة الإناث ، نجد ارتفاع في القصص والتجارب الإجتماعية ، والمواد الغنائية والموسيقى ، والإعلانات والإشهار عند الإناث ، وانخفاضها عند الذكور .

وكشف معامل التباين عن عدم وجود اختلاف بين متوسطات نسب التعرض لمضامين الإذاعة وفقا لمتغير الجنس إذ بلغت  $F$  المحسوبة 0.004 وهي اصغر من الجدولية 4.964 عند درجة حرية 10 ومستوى معنوية 0.05.

جدول رقم (58) يُبين علاقة متغير السن بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة في الإذاعة

المواد الغنائية والموسيقى		المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		المواد الإعلامية
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	السن
-0,10	36,36	/	00	0,20	4,55	-0,20	22,73	-0,60	31,82	0,80	27,27	أقل من 18 سنة (ن=22)
	18,30		00		7,57		17,35		17,98		20,82	من 19-29 سنة (ن=173)
	27,73		00		13,45		33,61		24,37		45,38	من 30-39 سنة (ن=119)
	18,52		00		5,56		22,22		27,78		38,89	من 40 - 49 سنة (ن=54)
	31,25		00		12,50		18,75		12,50		62,50	50 سنة فما فوق (ن=16)
معامل تحليل التباين ANOVA (F)												
F المحسوبة: 1.011 F الجدولية: 2.866 درجة الحرية: 20 مستوى المعنوية: 0.05												

يكشف لنا الجدول (58) عن وجود علاقة ذات دلالة احصائية قوية موجبة بين متغير

السن ومتابعة المواد الإخبارية عبر الإذاعة ، وهو ما يعني وجود علاقة طردية بين السن

والمواد الإخبارية ، أي كلما ارتفع السن ارتفعت معه نسبة التعرض للأخبار عبر الإذاعة

والعكس ، أي كلما انخفض السن قل التعرض للأخبار ، وخلافا لذلك يكشف لنا الجدول عن

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية سلبية بين السن والمواد الرياضية ، أي علاقة عكسية ،

فكلما قل السن زادت متابعة المواد الرياضية عبر الإذاعة ، في حين أن الجدول يكشف لنا عن

وجود علاقة ضعيفة جدا تكاد تنعدم بين السن وكل من القصص والتجارب الإجتماعية ، والإعلانات الإشهارية ، والمواد الغنائية ، وهو ما يعني ضعف تأثير السن في متابعة هذه المواد الإعلامية ، في حين أكد الجدول عن انعدام اهتمام أفراد العينة بالمواد الدينية عبر الإذاعة .

في حين كشف معامل ANOVA عن عدم وجود تباين بين متوسطات نسب التعرض لمضامين الإذاعة وفقا لمتغير السن حيث بلغت F المحسوبة 1.011 وهي أصغر من الجدولية 2.866 عند درجة حرية 20 ومستوى معنوية 0.05.

## جدول رقم (59) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي بطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة

## في الإذاعة

المواد الغنائية والموسيقى		المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		نسبة متابعة المواد الإعلامية
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	المستوى التعليمي
-0,54	40,00	/	00	0,71	0,00	0,77	0,00	0,37	20,00	0,94	6,67	لا يعرف الكتابة والقراءة (ن=15)
	32,50		00		12,50		30,00		15,00		32,50	ابتدائي (ن=40)
	36,96		00		9,78		31,52		35,87		39,13	متوسط (ن=92)
	29,66		00		12,71		25,42		33,90		47,46	ثانوي (ن=118)
	20,00		00		12,00		37,00		24,00		41,00	جامعي (ن=100)
	36,84		00		26,32		36,84		21,05		52,63	دراسات عليا (ن=19)
معامل تحليل التباين ANOVA (F) المحسوبة: 0.887 F الجدولية : 2.533 دجة الحرية: 30 مستوى المعوية : 0.05												معامل تحليل التباين ANOVA (F)

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (59) عن وجود علاقة قوية موجبة بين متغير السن وكل

من المواد الإخبارية والقصص والتجارب الاجتماعية ، والإعلانات والإشهار ، وهو ما يُعبر

عن علاقة طردية بين مُتغير المستوى التعليمي والمواد الإعلامية السابقة الذكر عبر الإذاعة ،

أي أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي زادت معه نسبة متابعة تلك المواد ، وكلما انخفض المستوى التعليمي انخفضت معه نسبة المتابعة ، في حين كشف الجدول عن علاقة موجبة لكن ضعيفة بين المستوى التعليمي ومتابعة المواد الرياضية مما يكشف عن ضعف تأثير المستوى التعليمي في متابعة المواد الرياضية ، أما المواد الغنائية فكانت علاقتها بالمستوى التعليمي فوق المتوسط بصفة سلبية مما يُعبر عن علاقة عكسية بين المستوى التعليمي ومتابعة البرامج الغنائية ، أي كلما ارتفع المستوى التعليمي انخفضت نسبة متابعة المواد الغنائية ، وكلما قل المستوى التعليمي زادت نسبة متابعة البرامج الغنائية عبر الإذاعة ، كما كشف الجدول عن انعدام اهتمام أفراد العينة بالمواد الدينية عبر الإذاعة .

أما معامل ANOVA فكشف عن عدم وجود تباين واختلاف كذلك بين متوسطات نسب استخدام المواد الإذاعية وفقا لمتغير المستوى التعليمي إذ أن  $F$  المحسوبة جاءت تساوي 0.887 وهي أصغر من الجدولية 2.533 عند درجة حرية 30 ومستوى معنوية 0.05 .

## جدول رقم (60) يبين علاقة متغير الحالة الإجتماعية بطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة

## في الإذاعة

المواد الغنائية والموسيقى		المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		نسبة متابعة المواد الإعلامية
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	الحالة الاجتماعية
<b>-1,00</b>	32,14	00	11,43	<b>0,80</b>	31,43	<b>-1,00</b>	28,93	<b>0,80</b>	<b>-0,20</b>	40,36	أعزب (ة) (ن=280)	
	22,09	00	10,47		26,74		30,23			41,86	متزوج (ة) (ن=86)	
	40,00	00	26,67		26,67		20,00			53,33	مطلق (ة) (ن=15)	
	0,00	00	33,33		0,00		0,00			0,00	أرمل (ة) (ن=03)	
معامل تحليل التباين ANOVA (F)												
F المحسوبة: 2.402 F الجدولية: 3.098 درجة الحرية: 20 مستوى المعنوية: 0.05												

يكشف لنا الجدول (60) عن وجود علاقة قوية موجبة بين متغير الحالة الاجتماعية

ومتابعة المواد الرياضية والإعلانات والإشهار ، أي وجود علاقة طردية بين متغير الحالة

الإجتماعية والمواد السابقة الذكر ، مما يعني أن الفرد كلما تقدم في مراحل الحالة الإجتماعية

من العزوبة ، للزواج ، ثم الطلاق أو الترمُّل ، زادت نسبة متابعته لتلك المواد والعكس ، في حين كشفت الأرقام عن وجود علاقة سلبية تامة بين متغير الحالة الإجتماعية ومتابعة القصص والتجارب الإجتماعية ، والبرامج الغنائية ، مما يعني أن الفرد كلما تقدم في مراحل الحالة الإجتماعية قل وجوبا تعرضه لتلك المواد أو العكس ، أي أن فئة العزاب هي الأكثر متابعة للقصص والتجارب الإجتماعية والبرامج الغنائية عبر الإذاعة تليها فئة المتزوجين ثم تأتي فئة المطلقين والمترملين ، كما كشف الجدول عن علاقة سلبية ضعيفة تكاد تنعدم بين متغير الحالة الإجتماعية والمواد الإخبارية ، مما يعني ضعف تأثير الحالة الإجتماعية في متابعة المواد الإخبارية ، أو بمعنى آخر ضعف الفوارق في متابعة المواد الإخبارية بين مختلف مراحل الحالة الإجتماعية ، أما المواد الدينية عبر الإذاعة فهي ليست محل متابعة واهتمام من طرف أفراد العينة مُطلقاً.

كذلك كشف معامل ANOVA عن عدم وجود تباين بين متوسطات نسب التعرض للمواد الإذاعة المختلفة عبر الإذاعة وفق متغير الحالة الاجتماعية إذ جاءت  $F$  المحسوبة أصغر من  $F$  الجدولية ( $3.098 > 2.402$ ) عند درجة حرية 20 ومستوى معنوية 0.05 .

## جدول رقم (61) يُبين علاقة مُتغير الوضعية المهنية بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة

## في الإذاعة

المواد الغنائية والموسيقى		المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		المواد الإعلامية
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	الوضعية المهنية
<b>-0,9</b>	34,19	00	12,26	<b>-0,80</b>	35,48	<b>-0,60</b>	23,23	<b>0,10</b>	39,35	<b>0,50</b>	بطل (ن=155)	
	30,95	00	16,67		35,71		38,10		طالب (ن=42)			
	23,08	00	10,26		25,64		48,72		عامل يومي (ن=39)			
	27,82	00	11,28		23,31		41,35		موظف (ن=133)			
	20,00	00	6,67		26,67		26,67		40,00		متقاعد (ن=15)	
F المحسوبة: 0.131 F الجدولية: 2.758 درجة الحرية: 25 مستوى المعنوية: 0.05											معامل تحليل التباين ANOVA (F)	

يُبين لنا الجدول رقم (61) عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة متوسطة بين

متغير الوضعية المهنية ومتابعة المواد الإخبارية ، مما يدل على وجود اختلاف نسبي في

التعرض للمواد الإخبارية باختلاف الوضعية المهنية، حيث كشفت الأرقام عن وجود علاقة ضعيفة بين متغير الوضعية المهنية ومتابعة المواد الرياضية لدرجة أنها تكاد تنعدم، حيث أن معامل الارتباط بلغ 0,1، وهو ما يُلغي الفوارق في متابعة المواد الرياضية بين مختلف الوضعيات المهنية، أما علاقة مُتغير الوضعية المهنية و القصص والتجارب الإجتماعية، والمواد الغنائية، والإعلانات والإشهار فجاءت قوية عكسية، أي أنه كلما تطورت وضعية الفرد المهنية انخفضت نسبة متابعته لتلك المواد والعكس، في حين أن اهتما أفراد العينة بالمواد الدينية كان منعدم كما سبق الذكر في الجداول السابقة.

أما معامل ANOVA كشف عن عدم وجود تباين بين متوسطات نسب التعرض لمضامين الإذاعة وفق متغير الوضعية المهنية إذ جاءت F المحسوبة أصغر من الجدولية (2.758 > 0.131) عند درجة الحرية 25 ومستوى معنوية 0.05.

## جدول رقم (62) يبين علاقة متغير الجنس بطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة في

## التلفزيون

نسبة المتابعة							المواد الإعلامية
الأفلام والمسلسلات	البرامج الغنائية والموسيقى	المواد الدينية	الإعلانات والإشهار	القصص والتجارب الاجتماعية	الرياضة	الأخبار	الجنس
43,70 %	18,91 %	0,00 %	10,50 %	26,05 %	58,82 %	57,56%	ذكر (ن=238)
68,49 %	34,93 %	0,00 %	14,38 %	41,10 %	17,12 %	41,78 %	أنثى (ن=146)
<b>0,61</b>							معامل الارتباط
F المحسوبة : 0.0007 F الجدولية : 4.747 درجة الحرية : 12 مستوى المعنوية : 0.05							معامل تحليل التباين ANOVA (F)

يكشف لنا الجدول رقم (62) عن وجود علاقة طردية بين متغير الجنس ومتابعة المواد

الإعلامية التلفزيونية أي وجود تشابه نسبي في الاهتمامات بين فئة الذكور والإناث في متابعة

المواد التلفزيونية ، وهو ما يمكن قراءته من خلال النسب المئوية حيث نجد فوارق ضئيلة في

النسب في متابعة المواد الإخبارية والإعلانات والإشهار والأفلام والمسلسلات ، وتشارك كل

من الجنسين في انعدام الإهتمام بالمواد الدينية ، لكن هذا لا يلغي الفوارق في متابعة المواد

الرياضية ، والقصص والتجارب الاجتماعية والبرامج الغنائية ، وهو ما أكد عليه معامل

ANOVA حيث جاءت F المحسوبة أصغر من F الجدولية (  $4.747 > 0.0007$  ) عند درجة

حرية 12 ومستوى معنوية 0.05 وهو ما يؤكد عدم وجود تباين بين متوسطات نسب التعرض

للمضامين الإعلامية المختلفة للتلفزيون وفق متغير الجنس .

جدول رقم (63) يبين علاقة متغير السن بطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة في التلفزيون

معامل الارتباط (م.إ.)														المواد الإعلامية
الأفلام والمسلسلات		البرامج الغنائية والموسيقى		المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	السن
-0,8	63,64	0,30	36,36	/	00	-0,80	18,18	-0,60	18,18	-0,60	54,55	0,80	40,91	أقل من 18 سنة (ن=22)
	29,34		16,40		00		7,57		16,72		26,50		24,29	من 19-29 سنة (ن=173)
	57,14		17,65		00		12,61		33,61		36,13		58,82	من 30-39 سنة (ن=119)
	42,59		16,67		00		3,70		37,04		40,74		57,41	من 40-49 سنة (ن=54)
	31,25		37,50		00		6,25		31,25		25,00		68,75	50 سنة فما فوق (ن=16)
معامل تحليل التباين ANOVA (F)														معامل
F المحسوبة : 0.962 F الجدولية : 2.758 درجة الحرية : 25 مستوى المعنوية : 0.05														تحليل التباين ANOVA (F)

من خلال الجدول رقم (63) يتبين لنا عن وجود علاقة قوية موجبة بين متغير السن ومتابعة المواد الإخبارية مما يعني أنه كلما ارتفع السن ارتفعت نسبة متابعة المواد الإخبارية والعكس صحيح، أي كلما انخفض السن انخفضت نسبة متابعة المواد الإخبارية ، خلافا لذلك جاءت علاقة السن بالمواد الرياضية قوية وعكسية ، أي كلما ارتفع السن قل الاهتمام بالمواد الرياضية وكلما انخفض السن زاد الاهتمام ، وهو نفس الأمر بالنسبة لكل من القصص والتجارب الإجتماعية ، الإعلانات والإشهار ، والأفلام والمسلسلات ، في حين جاءت علاقة السن بالبرامج الغنائية عبر التلفزيون ضعيفة ، تؤكد عن تأثير السن في متابعة المواد الغنائية والموسيقية عبر التلفزيون ، وجاءت نسبة الاهتمام بالمواد الدينية منعدمة عند كل الفئات العمرية .

أما معامل ANOVA فأكد مجددا عن عدم وجود تباين بين متوسطات نسب التعرض للمواد الإعلامية عبر التلفزيون وفق متغير السن ، إذ جاءت F المحسوبة أصغر من الجدولية (  $2.758 > 0.962$  ) عند درجة الحرية 25 ومستوى معنوية 0.05.

## جدول رقم (64) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي بطبيعة المضامين الإعلامية المتابعة

## في التلفزيون

معامل الارتباط (م.إ.)														المواد الإعلامية
الأفلام والمسلسلات		البرامج الغنائية والموسيقى		المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		
م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	
0,54	40,00	0,14	26,67	/	00	0,37	13,33	0,77	6,67	-0,09	33,33	0,83	13,33	لايعرف الكتابة والقراءة
	52,50		27,50		00		7,50		27,50		32,50		35,00	ابتدائي
	59,78		31,52		00		10,87		26,09		52,17		47,83	متوسط
	49,15		18,64		00		12,71		23,73		42,37		53,39	ثانوي
	52,00		22,00		00		11,00		48,00		45,00		65,00	جامعي
	63,16		42,11		00		26,32		52,63		21,05		52,63	دراسات عليا
معامل تحليل التباين ANOVA (F)														
F المحسوبة: 0.721 F الجدولية: 2.477 درجة الحرية: 36 مستوى المعنوية 0.05														

من خلال الجدول رقم (64) يتبين وجود علاقة قوية موجبة بين متغير المستوى التعليمي ومتابعة كل من المواد الإخبارية والقصص والتجارب الاجتماعية ، وهو ما يُعبر على أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي ارتفعت معه نسب متابعة هذه المواد ، كما يُعبر عن تدخل المستوى التعليمي في نسبة متابعة هذه المواد عبر التلفزيون ، على خلاف ذلك نجد ضعف في العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ونسب متابعة كل من المواد الرياضية والإعلانات والإشهار و البرامج الغنائية ، مما يُلغي تدخل متغير المستوى التعليمي في التعرض لهذه المواد ، أما بالنسبة للأفلام والمسلسلات فجاءت العلاقة متوسطة ، تُعبر عن التأثير المتوسط في التعرض لهذه المضامين .

وخلافاً للوسائل الأخرى السابقة فإن متغير المستوى التعليمي لم يُشكل تباين بين متوسطات نسب التعرض للمواد الإعلامية عبر التلفزيون وهذا ما كشفه معامل ANOVA ، إذ جاءت F المحسوبة أصغر من الجدولية ( $2.477 > 0.721$ ) عند درجة الحرية 36 ومستوى معنوية 0.05 .

## جدول رقم (65) يبين علاقة متغير الحالة الإجتماعية بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة

## في التلفزيون

معامل الارتباط (م.إ.)														المواد الإعلامية الحالة الاجتماعية
الأفلام والمسلسلات		البرامج الغنائية والموسيقى		المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		
م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	
0,40	55,00	0,20	27,86	/	00	0,4	12,50	- 0,4	33,57	- 0,8	43,93	- 0,6	50,00	أعزب (ة) (ن=280)
	46,51		16,28		00		9,30		30,23		45,35		61,63	متزوج (ة) (ن=86)
	53,33		13,33		00		20,00		6,67		20,00		26,67	مطلق (ة) (ن=15)
	66,67		66,67		00		0,00		33,33		0,00		33,33	أرمل (ة) (ن=03)
معامل تحليل التباين ANOVA (F)														معامل تحليل التباين ANOVA (F)
F المحسوبة: 0.363 F الجدولية: 3.008 درجة الحرية: 24 مستوى المعنوية: 0.05														

من خلال الجدول رقم (65) نلاحظ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية سلبية بين متغير الحالة الإجتماعية ومتابعة المواد الإخبارية التلفزيونية ، حيث بلغ معامل الارتباط (-0,6) وهو ما يدل على أن الحالة الإجتماعية تلعب دور مُعتبر في متابعة المواد الإخبارية ، كما جاءت كذلك العلاقة بين متغير الحالة الإجتماعية ومتابعة المواد الرياضية التلفزيونية سلبية وقوية مما يدل كذلك على دور الحالة الإجتماعية في تعرض أفراد العينة للمواد الرياضية التلفزيونية ، وخلافا لذلك جاءت قيمة معامل الارتباط بين متغير الحالة الاجتماعية وكل من الأفلام والمسلسلات ، البرامج الغنائية ، القصص والتجارب الإجتماعية ، الإعلانات والإشهار ضعيفة لا تتجاوز (0,4) ، وهو ما يدل على ضعف تأثير الحالة الإجتماعية في التعرض لهذه المواد ، أما المواد الدينية فانعدم الاهتمام بها بصفة مطلقة .

أما معامل ANOVA فأكد عن عدم وجود تباين بين نسب التعرض لمضامين التلفزيون وفق متغير الحالة الإجتماعية ، حيث جاءت F المحسوبة أصغر من فاجداولية ( $3.008 > 0.363$ )

عند درجة حرية 24 ومستوى معنوية 0.05.

## جدول رقم (66) يُبين علاقة متغير الوضعية المهنية بطبيعة المضامين الإعلامية المُتابعة

## في التلفزيون

معامل الارتباط (م.إ.)														المواد الإعلامية
الأفلام والمسلسلات		البرامج الغنائية والموسيقى		المواد الدينية		الإعلانات والإشهار		القصص والتجارب الاجتماعية		الرياضة		الأخبار		
م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	
	56,13		26,45		00		11,61		35,48		38,06		50,97	بطل (ن=155)
-0,9	66,67	0,1	23,81	/	00	-0,5	16,67	-0,1	16,67	-0,4	52,38	-0,5	54,76	طالب (ن=42)
	53,85		23,08		00		7,69		20,51		46,15		43,59	عامل يومي (ن=39)
	46,62		23,31		00		13,53		28,57		45,86		54,14	موظف (ن=133)
	40,00		33,33		00		0,00		26,67		33,33		46,67	متقاعد (ن=15)
F المحسوبة : 0.132 F الجدولية : 2.689 درجة الحرية : 30 مستوى المعنوية : 0.05														معامل تحليل التباين ANOVA (F)

يُبين لنا الجدول رقم (66) وجود علاقة متوسطة بين كل من متغير الوضعية المهنية ومتابعة المواد الإخبارية عبر التلفزيون ، حيث بلغ معامل الارتباط (-0,5) ، نفس الأمر بالنسبة للإعلانات والإشهار ، وهو ما يُعبر عن الأثر النسبي للوضعية المهنية في متابعة كل من الأخبار والإعلانات والإشهار عبر التلفزيون ، وخلافاً لذلك جاء معامل الارتباط بين الوضعية المهنية وكل من القصص والتجارب الإجتماعية ، والبرامج الغنائية بين (-0,1) و (0,1) وهو ما يكشف عن علاقة ضعيفة تكاد تنعدم ، بمعنى أن الوضعية المهنية لا تؤثر في شدة متابعة هذه المواد ، على العكس من ذلك جاءت العلاقة بين متغير الوضعية المهنية ومتابعة الأفلام والمسلسلات قوية وسلبية ، وهو ما يكشف عن علاقة عكسية بين الوضعية المهنية ومتابعة الأفلام ، أي كلما تطور الفرد من الناحية المهنية كلما قلت نسبة متابعته للأفلام ، والعكس صحيح ، أما المواد الدينية فانعدم الإهتمام بها بشكل مطلق .

نفس الأمر بالنسبة لمتغير الوضعية المهنية لم يشكل تباين في متوسطات نسب الإستخدم للمواد الإعلامية التلفزيونية إذ جاءت F المحسوبة لمعامل ANOVA أصغر من F الجدولية (  $2.689 > 0.132$  ) عند درجة حرية 30 ومستوى معنوية 0.05.

## جدول رقم (67) يبين علاقة متغير الجنس بطبيعة المواقع المتابعة في الأنترنت

نسبة المتابعة						مواقع الأنترنت الجنس
مواقع إخبارية	مواقع رياضية	مواقع تعليمية تثقيفية	مواقع ترفيهية	الدراسة والتعارف	مواقع التواصل الاجتماعي	
37,82 %	41,18 %	32,77 %	24,79 %	24,79 %	64,71 %	ذكر (ن=238)
20,55 %	6,85 %	37,67 %	30,82 %	28,77 %	50,00 %	أنثى (ن=146)
<b>0,31</b>						معامل الارتباط
F المحسوبة: 1.009 F الجدولية: 4.964 درجة الحرية: 10 مستوى المعنوية: 0.05						معامل تحليل التباين ANOVA (F)

من خلال الجدول (67) يتبين ضعف الفروق بين كل من الذكور والإناث في استخدام

مواقع الأنترنت ، وهذا ما تعبر عنه العلاقة الضعيفة بين متغير الجنس ، وطبيعة مواقع

الأنترنت من خلال معامل الارتباط الذي بلغ 0,31 ، وهو ما تؤكد عنه كذلك النسب المتقاربة

في استخدام مواقع الأنترنت ، باستثناء المواقع الرياضية والإخبارية التي تلقى نسبة متابعة

مرتفعة عند الذكور عكس الإناث .

وكشف معامل ANOVA عن عدم وجود تباين بين متوسطات نسب الإستخدام لمواقع الأنترنت وفقا لمتغير الجنس جاءت F المحسوبة أصغر من الجدولية (  $4.964 > 1.009$  ) عند درجة حرية 10 و مستوى معنوية 0.05.

جدول رقم (68) يبين علاقة متغير السن بطبيعة المواقع المتابعة في الأنترنت

معامل الارتباط (م.إ)												مواقع الأنترنت  السن
مواقع إخبارية		مواقع رياضية		مواقع تعليمية تثقيفية		مواقع ترفيهية		الدراسة والتعارف		مواقع التواصل الاجتماعي		
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	
<b>0,9</b>	9,09	<b>-0,10</b>	18,18	<b>0,90</b>	18,18	<b>-0,50</b>	31,82	<b>-0,60</b>	18,18	<b>0,60</b>	27,27	أقل من 18 سنة (ن=22)
	16,72		19,24		18,61		15,77		19,24		33,44	من 19- 29سنة (ن=173)
	36,97		25,21		41,18		31,09		24,37		69,75	من 30- 39سنة (ن=119)
	24,07		22,22		25,93		11,11		11,11		48,15	من 40- 49سنة (ن=54)
	50,00		6,25		43,75		25,00		0,00		37,50	50سنة فما فوق (ن=16)
معامل تحليل التباين ANOVA (F)												
F المحسوبة: 1.615 F الجدولية: 2.758 درجة الحرية: 25 مستوى المعنوية 0.05												

يكشف لنا الجدول رقم (68) عن العلاقة التي تربط بين متغير السن ونسبة التعرض لمواقع الانترنت حسب طبيعتها ، إذ كشف لنا الجدول عن وجود علاقة شبه قوية بين متغير السن ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي ، إذ جاء معامل الارتباط بـ (0,6) ، وهذا ما يعني أنه كلما ارتفع السن زاد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ، عكس مواقع الدردشة والتعارف أين جاء معامل الارتباط بـ (-0,6) وهو يدل على وجود علاقة سلبية بين متغير السن واستخدام هذه المواقع ، أي كل ما قل السن ارتفعت نسبة استخدام هذه المواقع ، أما المواقع الترفيهية فقد جاء معامل الارتباط بـ (-0,5) وهو يعبر عن علاقة متوسطة بين متغير السن ونسبة استخدام هذه المواقع ، وخلافا لما سبق جاءت العلاقة بين السن والمواقع التعليمية والمواقع الإخبارية ، قوية موجبة ، حيث بلغ معامل الارتباط 0,9 ، أي أنه كلما ارتفع السن زادت نسبة متابعة المواقع الإخبارية والتعليمية ، في حين أن الجدول بين ضعف تأثير السن في متابعة المواقع الرياضية لدرجة تقارب الإنعدام ، حيث جاء معامل الارتباط (-0,1) ، بمعنى أن متابعة المواد الرياضية عبر الأنترنت لا يرتبط بسن معين .

كذلك كشف معامل ANOVA عن عدم وجود تباين بين متوسطات نسب استخدام مواقع الأنترنت وفق متغير السن إذ بلغت F المحسوبة 1.615 وهي أصغر من الجدولية 2.758 عند درجة الحرية 25 ومستوى المعنوية 0.05.

جدول رقم (69) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي بطبيعة المواقع المُتابعة في الأنترنت

معامل الارتباط (م.إ.)												مواقع الأنترنت
مواقع إخبارية		مواقع رياضية		مواقع تعليمية تثقيفية		مواقع ترفيهية		الدرشة والتعارف		مواقع التواصل الاجتماعي		
م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	م.إ.	%	المستوى التعليمي
0,83	0,00	0,60	6,67	1,00	0,00	0,94	13,33	0,77	6,67	0,94	33,33	لايعرف الكتابة والقراءة
	5,00		10,00		7,50		10,00		10,00		25,00	ابتدائي
	18,48		29,35		20,65		26,09		30,43		44,57	متوسط
	37,29		36,44		34,75		29,66		28,81		66,10	ثانوي
	50		30,00		58,00		32,00		26,00		76,00	جامعي
	36,84		15,79		63,16		36,84		42,11		89,47	دراسات عليا
F المحسوبة: 6.498 F الجدولية: 2.533 درجة الحرية: 30 مستوى المعنوية: 0.05												معامل تحليل التباين ANOVA (F)

كشفت لنا الجدول رقم (69) عن قوة العلاقة بين متغير المستوى التعليمي واستخدام مواقع

الأنترنت حسب طبيعتها ، إذ نجد أن معامل الارتباط بين متغير المستوى التعليمي وكل من

مواقع التواصل الاجتماعي ، الدردشة والتعارف ، المواقع الترفيهية ، المواقع الإخبارية ، قوي

موجب يتراوح من 0,77 إلى 0,94 وهو ما يدل على علاقة طردية بين متغير المستوى

التعليمي واستخدام هذه المواقع ، أي كلما ارتفع المستوى التعليمي زادت نسبة استخدام هذه المواقع ، في حين أن المواقع الرياضية جاءت علاقتها بمتغير المستوى التعليمي أقل قوة ، حيث جاء معامل الارتباط 0,6 ، وهي فوق المتوسط لكنها أقل قوة من المواقع السابقة ، أما فيما يخص المواقع التعليمية فجاءت قيمة معامل الارتباط (1)، وهو يعبر عن العلاقة الموجبة المطلقة بين المستوى التعليمي وهذه المواقع ، أي كلما ارتفع المستوى التعليمي ارتفعت معه نسبة استخدام المواقع التعليمية التثقيفية .

وعن متغير المستوى التعليمي فقد كشف معامل ANOVA عن وجود تباين بين متوسطات نسب الاستخدام لمواقع الأنترنت وفقه وهو ما يؤكد مجددا عن دور المستوى التعليمي في خلف الفروقات في سلوك التعرض والإستخدام .

جدول رقم (70) يبين علاقة متغير الحالة الإجتماعية بطبيعة المواقع المُتَابَعَة في الأنترنت

معامل الارتباط (م.إ.)												مواقع الأنترنت
مواقع إخبارية		مواقع رياضية		مواقع تعليمية تنقيفية		مواقع ترفيهية		الدرشة والتعارف		مواقع التواصل الاجتماعي		الحالة الاجتماعية
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	
00	30,36		30,00		35,71		31,79		31,79		60,00	أعزب (ة) (280=ن)
	37,21		24,42		32,56		13,95		9,30		61,63	متزوج (ة) (86=ن)
	13,33	1,00	20,00	0,80	33,33	0,80	20,00	0,80	26,67	0,50	33,33	مطلق (ة) (15=ن)
	33,33		0,00		0,00		0,00		0,00		33,33	أرمل (ة) (03=ن)
F المحسوبة: 3.290 F الجدولية: 3.098 درجة الحرية: 20 مستوى المعنوية: 0.05												معامل تحليل التباين ANOVA (F)

من خلال الجدول رقم (70) يتبين لنا وجود علاقة قوية سلبية بين متغير الحالة

الإجتماعية ، ونسبة التعرض لمواقع الدردشة والتعارف، المواقع الترفيهية ، المواقع التعليمية

التنقيفية ، أي كلما تطور الفرد في حالته الإجتماعية كلما قل استخدامه لهذه المواقع ، في حين

أن علاقة الحالة الإجتماعية بمواقع التواصل الاجتماعية جاءت سلبية متوسطة تدل على التأثير المتوسط للحالة الإجتماعية في استخدام هذه المواقع، في حين أن العلاقة بين الحالة الإجتماعية والمواقع الرياضية جاءت مطلقة سلبية، أي كلما تطور الفرد في حالته الإجتماعية من العزوبة إلى الزواج فالطلاق والترمل كلما قلت نسبة متابعته للمواقع الرياضية، والعكس الصحيح، أما بالنسبة للمواقع الإخبارية فجاءت العلاقة منعدمة، تعكس عدم تدخل الحالة الإجتماعية في التعرض للمواقع الإخبارية.

في حين أن معامل ANOVA كشف عن وجود تباين بين متوسطات نسب الإستخدام لمواقع الأنترنت وفق متغير الحالة الإجتماعية إذ بلغت F المحسوبة 3.290 وهي أكبر من الجدولية 3.098 عند درجة الحرية عند درجة الحرية 20 ومستوى معنوية 0.05.

جدول رقم (71) يبين علاقة متغير الوضعية المهنية بطبيعة المواقع المتابعة في الأنترنت

معامل الارتباط (م.إ)												مواقع الأنترنت
مواقع إخبارية		مواقع رياضية		مواقع تعليمية تثقيفية		مواقع ترفيهية		الدردشة والتعارف		مواقع التواصل الاجتماعي		
إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	إ.م	%	
	31,61		27,74		35,48		29,68		29,68		62,58	بطل (ن=155)
	38,10		35,71		40,48		40,48		30,95		71,43	طالب (ن=42)
<b>-0,5</b>	20,51	<b>-0,30</b>	20,51	<b>0,20</b>	17,95	<b>-0,80</b>	30,77	<b>-0,60</b>	25,64	<b>-0,60</b>	46,15	عامل يومي (ن=39)
	33,08		28,57		34,59		19,55		21,05		55,64	موظف (ن=133)
	20,00		26,67		53,33		20,00		26,67		53,33	متقاعد (ن=15)
معامل تحليل التباين ANOVA (F)												
F المحسوبة : 1.124 F الجدولية : 2.758 درجة الحرية : 25 مستوى المعنوية : 0.05												

يكشف لنا الجدول رقم (71) عن علاقة ذات دلالة إحصائية سلبية بين متغير الوضعية

المهنية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ومواقع الدردشة والتعارف ، وهي علاقة سلبية

فوق المتوسط ، مقدرة ب(-0,6) لمعامل الارتباط ، مما يدل على تأثير نسبي للوضعية المهنية

في استخدام هذه المواقع ، في حين أن علاقة متغير الوضعية المهنية باستخدام المواقع

الترفيهية جاءت قوية سلبية ، أي كلما تطور الفرد في وضعيته المهنية كلما قل استخدامه لمثل هذه المواقع ، نفس الأمر بالنسبة للمواقع الإخبارية ، إلا أن العلاقة جاءت متوسطة سلبية تدل على الأثر النسبي للوضع المهنية في متابعة مواقع الأنترننت ، في حين كانت العلاقة بين الوضعية المهنية والمواقع الرياضية ضعيفة.

أما معامل ANOVA فكتشف عن عدم وجود فوارق بين متوسطات نسب استخدام موقع الأنترننت وفق متغير الوضعية المهنية إذ بلغت F المحسوبة 1.124 وهي أصغر من الجدولية 2.758 عند درجة حرية 25 ومستوى معنوية 0.05.

## جدول رقم (72) يُبين علاقة السمات الفردية بالإشباعات المُحققة في الجريدة

الوسيلة الإعلامية الإشباعات	الجنس	السن	المستوى التعليمي	الحالة الإجتماعية	الوضعية المهنية
	م.إ.	م.إ.	م.إ.	م.إ.	م.إ.
الأخبار والمعلومات	0,70	0,50	0,89	-1,00	0,20
تمضية الوقت		-0,50	0,09	-0,30	-0,90
توسيع المعارف الثقافية		0,80	0,83	-0,40	0,50
التسلية والترفيه		-0,70	0,94	-0,40	-0,80
تبني أفكار وآراء		1,00	0,83	-1,00	-0,10
اكتساب مهارات جديدة		0,30	0,94	-0,80	0,50
تغيير بعض السلوكيات والمواقف		0,90	0,83	-1,00	-0,10
المتوسط		0,70	0,67	0,76	0,70

يُبين لنا الجدول رقم (72) عن العلاقة بين متغيرات السمات الفردية والإشباعات المحققة

من وراء التعرض للمواد الإعلامية بالجريدة ،حيث أكد لنا الجدول عن العلاقة القوية التي تربط

متغيرات السمات الشخصية والإشباعات المحققة ، باستثناء متغير الوضعية المهنية حيث بلغ

متوسط معاملات الارتباط 0,44 ،مع العلم أنه أثناء عملية حساب معامل الارتباط لم يتم الأخذ

بعين الاعتبار إذا كانت العلاقة سلبية أم موجبة بل انصب اهتمامنا حول ما إذا كانت العلاقة قوية أم ضعيفة لأن ذلك يُمكننا من التعرف على مدى تأثير المتغير في الإشباعات المحققة من التعرض للمضامين الإعلامية عبر الجريدة.

**جدول رقم (73) يبين علاقة السمات الفردية بالإشباعات المحققة في الإذاعة**

الوسيلة الإعلامية الإشباعات	الجنس	السن	المستوى التعليمي	الحالة الإجتماعية	الوضعية المهنية
	م.إ.	م.إ.	م.إ.	م.إ.	م.إ.
الأخبار والمعلومات	0,68	0,80	0,89	-0,40	0,90
تمضية الوقت		-0,90	0,09	-0,40	-0,90
توسيع المعارف الثقافية		0,50	0,77	-0,20	0,30
التسلية والترفيه		-0,70	-0,37	-0,20	-0,50
تبني أفكار وآراء		0,90	0,94	-0,80	-0,30
اكتساب مهارات جديدة		1,00	0,83	-0,20	0,70
تغيير بعض السلوكات والمواقف		0,80	0,71	-1,00	-0,10
المتوسط		0,68	0,80	0,66	0,46

من خلال الجدول رقم (73) يتبين وجود علاقة تربط بين متغيرات السمات الشخصية والإشباعات المحققة من وراء التعرض للمضامين الإعلامية عبر الإذاعة حيث نجد أن متوسط

معاملات الارتباط يتراوح من 0,66 إلى 0,80 لكل من متغير الجنس والمستوى التعليمي و متغير السن ، خلافا لذلك جاء متوسط معاملات الارتباط للإشباعات ومتغير الوضعية المهنية في المتوسط بمقدار 0,53 وهو يعبر عن التأثير المتوسط للمتغير في تحقيق الإشباعات ، في حين جاء متوسط معاملات الارتباط للإشباعات المحققة ومتغير الحالة الاجتماعية ضعيف حيث لم يتجاوز 0,44 وهو يُعبر عن ضعف تأثير المتغير في تحقيق الإشباعات ، أو انعدام الفوارق والإختلافات في الإشباعات باختلاف الحالة الاجتماعية .

## جدول رقم (74) يُبين علاقة السمات الفردية بالإشباعات المُحققة في التلفزيون

الوسيلة الإعلامية الإشباعات	الجنس	السن	المستوى التعليمي	الحالة الإجتماعية	الوضعية المهنية
	م.إ.	م.إ.	م.إ.	م.إ.	م.إ.
الأخبار والمعلومات	0,48	0,80	0,89	0,90	0,60
تمضية الوقت		-0,60	1,00	-0,40	-0,60
توسيع المعارف الثقافية		0,90	0,83	-0,40	0,60
التسلية والترفيه		-0,70	0,77	-0,20	-0,35
تبني أفكار وآراء		0,50	0,94	-0,80	0,30
اكتساب مهارات جديدة		-0,30	0,83	-0,80	0,10
تغيير بعض السلوكيات والمواقف		0,30	0,43	-1,00	0,40
المتوسط		0,48	0,59	0,81	0,64

يُبين الجدول رقم (74) عن العلاقة التي تربط بين متغيرات السمات الفردية والإشباعات

المحققة من التعرض للتلفزيون ، حيث جاء معامل الارتباط بين متغير الجنس والإشباعات

المحققة 0,48 وهو يعبر عن ضعف تأثير متغير الجنس في تحقيق الإشباعات ، أو بمعنى

آخر تقلص الفروق والاختلافات بين الذكور والإناث ، نفس الأمر بالنسبة لمتغير الوضعية

المهنية حيث جاء متوسط معاملات الارتباط 0,42 وهو يُعبر عن ضعف تأثير متغير

الوضعية المهنية في تحقيق الإشباع من وراء التعرض للمضامين التلفزيونية ، على خلاف ذلك كشف الجدول عن قوة تأثير متغيرات السن والمستوى التعليمي والحالة الإجتماعية في الإشباع التلفزيونية ، وهو ما يُعبر من جهة أخرى عن الفروق في الإشباع باختلاف المراحل العمرية ، والمستويات العلمية ، والحالات الإجتماعية .

جدول رقم (75) يُبين علاقة السمات الفردية بالإشباع المُحققة في الأنترنت

الوضعية المهنية	الحالة الإجتماعية	المستوى التعليمي	السن	الجنس	الوسيلة الإعلامية الإشباع
م.إ	م.إ	م.إ	م.إ	م.إ	الأخبار والمعلومات
-0,60	-0,80	0,94	0,70	0,41	تمضية الوقت
-0,50	-0,80	1,00	-0,30		توسيع المعارف الثقافية
-0,50	-1,00	0,94	0,60		التسلية والترفيه
0,00	-1,00	0,94	-0,60		تبنى أفكار وآراء
-0,10	-0,80	0,94	0,70		اكتساب مهارات جديدة
0,20	-1,00	0,94	0,60		تغيير بعض السلوكيات والمواقف
-0,30	-1,00	0,94	0,30		المتوسط
0,31	0,91	0,95	0,54		0,41

يكشف لنا الجدول (75) عن تأثير متغيرات السمات الشخصية في نسبة تحقيق

الإشباع من وراء استخدام الانترنت ، حيث بين لنا الجدول عن ضعف العلاقة بين

الإشباع المحققة من الانترنت ومتغير الجنس ، حيث بلغ معامل الارتباط 0,41، وهو ما

يعبر عن ضعف تأثير متغير الجنس في نسبة الإشباع المحققة من الانترنت أو بمعنى آخر

ضعف الفروق في الإشباع بين الذكور والإناث ، نفس الأمر بالنسبة لمتغير الوضعية

المهنية الذي لم يتجاوز متوسط معاملات الارتباط 0,31 ، في حين أن متوسط معاملات

الارتباط لمتغير السن بلغ 0,54 ، وهو رقم يعبر عن تأثير متوسط لمتغير السن ، وخلافا لذلك

بين لنا الجدول قوة متغير المستوى التعليمي ومتغير الحالة الاجتماعية في تحديد نسبة

الإشباع المُحققة من وراء استخدام الانترنت .

جدول رقم (76) يُبين نسبة اهتمام الإعلام الجزائري بذوي الاحتياجات الخاصة :

هل ترى أن الإعلام الجزائري (جرائد ، إذاعة ، تلفزيون) يهتم بقضايا المعاقين الجزائريين؟		
النسبة المئوية	التكرار	
13,8%	53	نعم
33,07%	127	لا
08,6%	33	أحيانا
44,53%	171	في المناسبات فقط
100	384	المجموع

من خلال الجدول (76) يتبين لنا أن الإعلام الجزائري هو إعلام مناسباتي يهتم بذوي الاحتياجات الخاصة في المناسبات ، حيث بلغت النسبة 44,53% ، تليها 33,07% من أفراد العينة الذين يعتبرون أن الإعلام الجزائري لا يهتم مطلقا بذوي الاحتياجات الخاصة ، في حين أن 13,8% ممن يرون أن الإعلام الجزائري يهتم بذوي الاحتياجات الخاصة ، و 08,6% ممن يرون أن الإعلام الجزائري يهتم أحيانا بذوي الاحتياجات الخاصة.

## 5.5 عرض النتائج حسب نوع الإعاقة

## أ. الإعاقة البصرية :

كما سبق الذكر فإن دراستنا شملت ذوي الإعاقة البصرية بمختلف مستوياتها سواء إعاقة بصرية كلية (مكفوفين) أو ضعف البصر ، وبحكم انعدام جرائد مكتوبة بخط برايل في الجزائر، فإن ذوي الإعاقة البصرية الكلية أي المكفوفين يكون استخدامهم للجرائد مُنعدم، إلا أنه ومن خلال دراستنا تبين احتكاك متواضع لذوي الإعاقة الجزئية أي ضعف البصر بالجرائد، وعليه فإن النتائج والنسب المبيّنة أدناه حول الإعاقة البصرية والجريدة تعني جمهور الجريدة من ذوي الإعاقة البصرية الجزئية (ضعاف البصر) ، على خلاف ذلك فإن تطور برامج الحاسوب سمح لذوي الإعاقة البصرية بمختلف مستوياتها بالتجول بالإنترنت بكل سهولة.

على ضوء ما سبق نعرض النتائج التالية:

- الإذاعة هي أولى الوسائل من حيث نسبة المتابعة من طرف المعاقين بصريا حيث حظيت بنسبة أكثر من 75 % ، يليها التلفزيون بنسبة أكثر من 69% ثم الأنترنت بنسبة أكثر من 34 % ، والجريدة في مؤخرة الترتيب بنسبة ضعيفة لم تتجاوز 17 % .
- إضافة إلى الإعاقة كعامل رئيسي في عدم متابعة المعاقين بصريا للجريدة، بنسبة 76% ، والأنترنت بنسبة 25% ، جاء انعدام المؤهلات كعائق لاستخدام الأنترنت من طرف هذه الفئة بنسبة 23.08% ، و انعدام الميول، وانعدام الإمكانيات المادية بنسبة 11.54% في عزوف المعاقين بصريا عن الإذاعة .

- التلفزيون هو الوسيلة الأولى المستخدمة بصفة دائمة من طرف المعاقين بصريا حيث حظي بنسبة أكثر من 42% ، ثم الأنترنت بأكثر من 19% ، والإذاعة بأكثر 36% ، في حين أن الجريدة تتابع بصفة غير دائمة "أحيانا" ، بنسبة أكثر من 11% .
- بالنسبة للعادات الوقتية فقد كشفت الأرقام على أن المعاقين بصريا ليس لديهم وقت مفضل في استخدام وسائل الإعلام المختلفة ، غير أن متابعة التلفزيون وقت السهرة جاءت بنسبة أكثر من 21.15% ، أما الأنترنت فتتخصص فترة استخدامها من الفترة المسائية إلى وقت السهرة بنسب تتراوح من 09% إلى 07% ، في حين أن الإذاعة تتابع بنسبة مرتفعة صباحا بأكثر من 19% ، والجريدة مساءا بأكثر من 03.85% ، غير أن هذه الأخيرة سجلت نسبة متابعة في الفترة الصباحية ووقت السهرة بـ 01.92% .
- من خلال الأرقام تبين أن استخدام المعاقين بصريا للجرائد لا يتجاوز الساعة بنسبة 17.31% ، في حين أن مدة استخدامهم للتلفزيون تتراوح من ساعتين لثلاث ساعات بنسبة تتراوح من 21% إلى 19% ، والإذاعة من ساعة لثلاث ساعات بنسبة من 17% إلى 23% ، أما الأنترنت فأعلى نسبة تم تسجيلها تتركز في مدة ثلاث ساعات بنسبة 21% .
- جاءت المواد الدينية في مقدمة اهتمامات المعاقين بصريا من مضامين الجريدة بنسبة 07% ، تليها المواد الإخبارية والرياضية بنسبة حوالي 05% ، في حين أن القصص والتجارب الاجتماعية والإعلانات والإشهار بنسبة 03% .
- بالنسبة للمواد الإذاعية جاءت الأخبار والمواد الرياضية في مقدمة الترتيب من

34% إلى 42% تليها المواد الغنائية بنسبة أكثر من 25% ، ثم القصص والتجارب

الإجتماعية بأكثر من 23% ، في حين انعدم الاهتمام بالمواد الدينية .

▪ بالنسبة للتلفزيون حظيت الأفلام والمسلسلات بأعلى نسبة متابعة من قبل المعاقين

بصريا حيث تجاوزت 40% ، تليها المواد الإخبارية 34% ، والرياضية بأكثر من 25% ثم

المواد الغنائية بأكثر من 21% ،والقصص والتجارب الإجتماعية 17% ، في حين حظيت

الإعلانات والإشهار بنسبة ضعيفة لم تتجاوز 5% ، وانعدمت المتابعة للمواد الدينية .

▪ حظيت مواقع التواصل الإجتماعي بأعلى نسب التصفح من طرف المعاقين بصريا

حيث تجاوزت 17% ، تليها المواقع الرياضية بنسبة أكثر من 15% ،ومواقع الدردشة

بنسبة أكثر من 11% ، ثم المواد التعليمية بأكثر من 9% ، و المواد الإخبارية بأكثر من

7% .

▪ حظيت القنوات الإذاعية الجهوية والوطنية بأعلى نسبة متابعة من طرف المعاقين

بصريا حيث تجاوزت 13% ، في حين أن القنوات الإذاعية الدولية لم تتجاوز 1.92% .

▪ حظيت القنوات التلفزيونية العربية بأكثر نسب متابعة من طرف المعاقين بصريا حيث

بلغت 17% ، تليها القنوات الجزائرية بنسبة أكثر من 15% ، أما القنوات الأجنبية فكانت

ضعيفة في حوالي الـ 1.92% .

▪ بينت الأرقام أن أكثر من 69.23% من المعاقين بصريا يسعدها تلقي مادة إعلامية

تتناول ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الجريدة و 76% في التلفزيون والإذاعة ، أو بمعنى آخر

فإن تناول وسائل الإعلام لمواضيع حول ذوي الاحتياجات الخاصة يترك أثرا إيجابيا لدى هذه الفئة.

▪ تعتبر الأخبار والمعلومات أولى الإشباعات المحققة لدى المعاقين بصريا عبر الجريدة بنسبة 11.11% .

▪ بالنسبة للإذاعة جاءت الأخبار والمعلومات في مقدمة الإشباعات المحققة بنسبة تجاوزت 74% ، ثم توسيع المعارف الثقافية بنسبة تجاوزت 64% ، ثم تبني الأفكار وتغيير بعض السلوكيات وتمضية الوقت بنسبة 46% ، واكتساب مهارات جديدة بأكثر من 33% .

▪ بالنسبة للتلفزيون جاءت كذلك الأخبار والمعلومات في مقدمة الإشباعات المحققة لذوي الإعاقة البصرية بنسبة أكثر من 61%، تليها التسلية والترفيه بنسبة 44% ، تبني الأفكار والآراء بنسبة 38%، ثم تمضية الوقت بنسبة 33%، ثم توسيع المعارف الثقافية بنسبة 30% ، وتغيير بعض السلوكيات والمواقف بنسبة أكثر من 27% .

▪ أما الانترنت فجاءت الأخبار والمعلومات في مقدمة الإشباعات المحققة بنسبة أكثر من 55% ،تليها تغيير بعض السلوكيات بنسبة 50% ، ثم توسيع المعارف الثقافية واكتساب مهارات جديدة بنسبة أكثر من 38% ، في حين أن تمضية الوقت وتبني الأفكار جاءت في مؤخرة الترتيب بنسبة أكثر من 22% .

ب. الإعاقة السمعية :

كما سبق الذكر فإن دراستنا شملت كل من الإعاقة السمعية الكلية والإعاقة السمعية الجزئية أي ضعف السمع ، لذلك فإن النتائج المبينة أدناه والمتعلقة بذوي الإعاقة السمعية كجمهور للإذاعة تقتصر على ذوي الإعاقة السمعية الجزئية .

■ يحتل التلفزيون أول مرتبة من حيث الاستخدام من طرف المعاقين سمعياً بنسبة تتجاوز

95% ، تليه الانترنت بنسبة تتجاوز 80% ، و الجريدة احتلت المرتبة الثالثة 70% ، أما

الإذاعة فكانت نسبة متابعتها في حدود الـ 15% وهي تقتصر على ضعف السمع.

■ وعن أسباب عزوف المعاقين سمعياً عن استخدام وسائل الإعلام فكانت الإعاقة السبب

الرئيس في العزوف عن الإذاعة بنسبة 70% ، في حين كان العزوف عن الجريدة بسبب عدم

معرفة الكتابة والقراءة بنسبة 25% ، كما كان ضعف الإمكانيات المادية سبب في العزوف

عن الأنترنت بنسبة 10% .

■ كشفت الأرقام على أن نسبة كبيرة من المعاقين سمعياً تستخدم وسائل الإعلام بصفة

غير دائمة "أحياناً" ، حيث كانت النسب مرتفعة لكل وسائل الإعلام ، وعن الإستخدام الدائم فقد

سجل التلفزيون أعلى نسبة بأكثر من 35% ، و الأنترنت 25% ، ثم الجريدة 10% ، لكن هذا

لم يُلغى الإستخدام النادر للتلفزيون بنسبة 15% .

■ أكدت الأرقام على أن أكثر من 50% من جمهور المعاقين سمعياً يُفضلون استخدامه

وقت السهرة ، و 15% للفترة المسائية ، أما الإذاعة تحصلت على نسبة معتبرة في الفترة

المسائية 05% ، أما الجريدة فأعلى النسب المسجلة كانت خلال الفترة الصباحية إلى المسائية

بـ 20% إلى 15% ، في حين أكثر النسب المسجلة لاستخدام الانترنت تمتد من الفترة المسائية إلى وقت السهرة بنسبة 02%.

- بالنسبة لمدة التعرض فقد كشفت الدراسة على أن نسبة كبيرة من جمهور المعاقين سمعياً تتعرض لمضامين الجريدة والإذاعة لمدة الساعة فما أقل (60% أقل من ساعة ، 10% ساعة للجريدة ، و 10% أقل من ساعة ، و 05% ساعة بالنسبة للإذاعة ) ، في حين بلغت مدة التعرض للتلفزيون أعلى درجاتها في المجال المحصور من ساعة إلى ساعتين بنسبة تتراوح من 20% إلى 45% ، أما الانترنت فتتراوح مدة استخدامها في المجال المحصور بين الساعة بنسبة 15% إلى الساعتين 35% ثم ثلاث ساعات بنسبة 15% .
- تحظى المواد الإخبارية بأعلى نسبة متابعة واهتمام من طرف جمهور الجريدة من ذوي الإعاقة السمعية بنسبة أكثر من 50%، تليها المواد الرياضية بنسبة 40% ، ثم الإعلانات والإشهار والمواد الدينية بأكثر من 25% ، وفي آخر الترتيب القصص والتجارب الإجتماعية بنسبة 20%.

- كذلك بالنسبة للإذاعة حظيت المواد الإخبارية بأعلى نسبة متابعة بأكثر من 10% ، نفس النسبة تحصلت عليها المواد الإجتماعية ، في حين تحصلت بقيت المواد الإعلامية على نسب لم تتعدى الـ 05% ، أما التلفزيون فجاءت الافلام والمسلسلات على رأس الترتيب بنسبة أكثر من 55% ، تليها المواد الإخبارية بنسبة حوالي 50% ، والمواد الرياضية بنسبة 40% ، أما بقية المواد فتراوحت من 00% إلى 40% .

- بالنسبة للإنترنت كان لمواقع التواصل الإجتماعي هامش من الأفضلية بنسبة أكثر من 60%، تليها المواقع الترفيهية بنسبة 45% ، والرياضية 35% ، أما مواقع الدردشة والتعارف فحظيت بنسبة حوالي 30% ، وفي مؤخرة الترتيب المواقع الإخبارية بنسبة 20%.
- حظيت القنوات الجهوية أعلى نسبة متابعة من طرف المعاقين سمعيا بنسبة 10% ، تليها الوطنية بنسبة 05% ، أما الدولية ف 00%.
- تحصلت القنوات التلفزيونية العربية على أعلى نسبة متابعة من طرف المعاقين سمعيا 75% ، تليها القنوات الأجنبية 60% ، ثم القنوات الجزائرية في مؤخرة الترتيب 45%.
- على غرار المعاقين بصريا كشفت الأرقام أن ذوي الإعاقة السمعية يسعدون لتلقي مادة إعلامية حول ذوي الإحتياجات الخاصة عبر وسائل الإعلام (25% جريدة، 23% إذاعة، 28% تلفزيون) ، بمعنى أن تناول وسائل الإعلام لمادة إعلامية حول ذوي الإحتياجات الخاصة يترك أثر إيجابي لهذه الفئة .
- كشفت الأرقام أن اكتساب مهارات جديدة جاءت في مقدمة الإشباعات المحققة لذوي الإعاقة السمعية من وراء التعرض للجريدة بنسبة أكثر من 71% تليها الأخبار والمعلومات بنسبة أكثر من 64% ، ثم توسيع المعارف الثقافية وتبني الأفكار بنسبة 50% ، ثم تغيير السلوكات بنسبة أكثر من 42%، أما التسلية والترفيه جاءت في مؤخرة الترتيب بنسبة أكثر من 21%.
- أما الإذاعة فنسبة الإشباعات المحققة منها كانت مُنعمة .

▪ أما التلفزيون فجاءت التسلية والترفيه بالموازاة مع الأخبار والمعلومات في مقدمة الإشباعات المحققة بنسبة 45% ، تليها توسيع المعارف الثقافية و اكتساب مهارات جديدة بنسبة 42 % ، ثم تغيير السلوكات بنسبة أكثر من 36% ، في حين تمضية الوقت وتبني الأفكار والآراء بالموازاة بنسبة 15.79%.

▪ أما الانترنت فلم تكن هناك فروق كبيرة في نسبة الإشباعات المحققة حيث جاء اكتساب المهارات في مقدمة الإشباعات بنسبة أكثر من 56% ، ثم الأخبار والمعلومات بنسبة 50% ، و 37% لتبني الأفكار والآراء ، أما تمضية الوقت فقد جاءت بنسبة 25%.

### ج. الإعاقة الحركية

▪ بينت الأرقام أن استخدام وسائل الإعلام من قبل ذوي الإعاقة الحركية ، هو استخدام متوازن ، غير أن التلفزيون حظي بهامش من الأفضلية حيث بلغت نسبة استخدامه 96.47% ، تليه الأنترنت بـ 82.37% ، ثم الجريدة بنسبة 79.48%، وفي ذيل الترتيب الإذاعة بنسبة 66.99%.

▪ من بين أهم الأسباب لعزوف ذوي الإعاقة الحركية عن متابعة الجريدة هو انعدام المصداقية بنسبة 08.33%، وعلى خلاف الإعاقة البصرية والسمعية لم تكن الإعاقة سبب رئيسي في العزوف عن وسائل الإعلام حيث لم تتعدى 01.28% بالنسبة للعزوف عن الجريدة و 00% لبقية الوسائل .

- أما الإذاعة فكان أهم سبب لعزوف ذوي الإعاقة الحركية هو عدم وجود ميول بنسبة 23.72%، يليه انعدام الوقت بنسبة 05.03%، وانعدام المصداقية بنسبة 03.53% ، كذلك بالنسبة للتلفزيون كان أهم سبب للعزوف عنه هو انعدام الميول بنسبة 0.64 % ، يليه الإنشغالات وانعدام الإمكانيات بنسبة 0.33% ، أما الأنترنت فأهم سبب للعزوف عنها هو نقص الإمكانيات المادية بنسبة 09.29% ، يليه عدم التحكم في استخدامها بنسبة 07.05%.
- يُعتبر التلفزيون والأنترنت من أكثر الوسائل استخداما بصفة دائمة من قبل ذوي الإعاقة الحركية حيث حظي التلفزيون بنسبة 58.97%، والأنترنت 56.73% ، في حين أن الجريدة والإذاعة تُستخدم بصفة غير دائمة "أحيانا" ، حيث تجاوزت الجريدة 44% ، والإذاعة تجاوزت 41%.
  - يُفضل ذوي الإعاقة الحركية متابعة مضامين الجريدة والإذاعة صباحا بنسبة تتراوح من 45% إلى 30% ، في حين أن التلفزيون في وقت السهرة 43.59%، والأنترنت من الفترة المسائية إلى وقت السهرة من 10% إلى 18% ، لكن أكبر النسب المسجلة تشير إلى عدم وجود وقت مفضل لمتابعة واستخدام وسائل الإعلام .
  - كشفت الأرقام على أن مدة استخدام الجريدة لا تتجاوز الساعة بنسبة 44.87% ، كذلك الإذاعة 17% ، في حين أن أعلى النسب كانت تشير أن متابعة التلفزيون تمتد من ساعة إلى ثلاث ساعات (من 20% إلى 30%)، والأنترنت من ساعتين إلى ثلاث ساعات (19% إلى 37%).

- يُتابع المعاقون حركيا المواد الإعلامية عبر الجريدة بصفة متوازنة نوعا ما باستثناء الإعلانات والإشهار ،حيث حظيت هذه الأخيرة بنسبة متابعة منخفضة 23.40% ، على العكس حظيت المواد الإخبارية بهامش من الأفضلية بنسبة 55.13%، ثم المواد الرياضية بنسبة 38.78% ، تليها القصص والتجارب الإجتماعية والمواد الدينية في حدود الـ 35%.
- حظيت المواد الإخبارية عبر الإذاعة بأعلى نسب متابعة من طرف ذوي الإعاقة الحركية حيث بلغت 41.67%، تليها المواد الغنائية والموسيقى بنسبة 29.81% ، ثم المواد الرياضية بـ 28.21% ، ثم القصص والتجارب الإجتماعية بنسبة 25.32% ، وفي مؤخرة الترتيب الإعلانات والإشهار بنسبة تجاوزت 10% ، أما المواد الدينية فلم تحظى بأي اهتمام .
- حظيت الأفلام والمسلسلات عبر التلفزيون بأعلى نسبة متابعة من طرف ذوي الإعاقة الحركية حيث تجاوزت 55% ، تليها المواد الإخبارية بنسبة تجاوزت 53% ، ثم المواد الرياضية التي فاقت الـ 44% ، وفي مؤخرة الترتيب جاءت المواد الإجتماعية والغنائية في حدود 24% ،أما الإعلانات والإشهار فلم تتجاوز 08.97% ، وانعدمت نسبة متابعة المواد الدينية .
- حظيت مواقع التواصل الإجتماعي بأعلى نسبة متابعة من طرف ذوي الإعاقة الحركية والتي بلغت 64.42%، وهي نسبة مرتفعة مقارنة ببقية المواقع التي تراوحت من 26% إلى ما يُقارب 36%.

- تحصلت القنوات الإذاعية الجهوية على أعلى نسبة متابعة بأكثر من 24% ،تليها القنوات الوطنية بأكثر من 11% ، في حين جاءت نسبة متابعة القنوات الإذاعية الدولية ضعيفة جدا لم تتجاوز 01% .
- حظيت القنوات الجزائرية بأكثر نسبة متابعة من طرف المعاقين حركيا بنسبة تجاوزت 65% ، ثم القنوات العربية التي تجاوزت 59% ، ثم الأجنبية التي تجاوزت 41% .
- على غرار كل من الإعاقة البصرية والسمعية ،فإن تلقي مادة إعلامية حول ذوي الاحتياجات الخاصة عبر كل وسائل الإعلام المكتوبة ، السمعية والسمعية البصرية يترك أثر إيجابي لدى فئة ذوي الاحتياجات الخاصة ، إذ أن أكثر من 90% من ذوي الإعاقة الحركية صرحت أنه يسعدها تلقي مادة حول المعاقين .
- كشفت الأرقام أن الأخبار والمعلومات جاءت في مقدمة الإشباعات المحققة لذوي الإعاقة الحركية عبر الجريدة بنسبة 68.15% ،تليها توسيع المعارف الثقافية بنسبة 50%، ثم تبني الأفكار والآراء بنسبة 36.69% ، وتمضية الوقت بنسبة 33.47% ، و30.24% لاكتساب المهارات ، و23.79% لتغيير السلوكات والمواقف .
- كذلك الإذاعة جاءت الأخبار والمعلومات في مقدمة الاشباعات بنسبة 66% ، تليها توسيع المعارف الثقافية بنسبة أكثر من 35% ،ثم تمضية الوقت بنسبة 38% ، وتبني أفكار والآراء بنسبة 30% ،و26.79% للتسلية والترفيه ، وفي مؤخرة الإشباعات جاءت كل من اكتساب مهارات ، وتغيير السلوكات والمواقف بنسبة 23.92% و 22.01% على التوالي.

- أما التلفزيون فبلغت نسبة إشباعات الحصول على الأخبار والمعلومات 67.11% ، ثم توسيع المعارف بنسبة 45.18% ، و35.22% للتسلية والترفيه ، وفي مؤخرة الإشباعات جاءت كل من تبني الأفكار واكتساب مهارات جديدة بنسب متساوية بحوالي 30% ، وتغيير السلوكات والمواقف بحوالي 23.59% ، أما الأنترنت فقد بلغت نسبة الأخبار والمعلومات 72.37% ، تليها توسيع المعارف الثقافية بنسبة 67.70% ، في حين جاءت كل من تمضية الوقت ، التسلية والترفيه ، تبني الأفكار والآراء ، اكتساب مهارات جديدة ، تغيير السلوكات بنسب متقاربة تتراوح من 46% إلى حوالي 57%.

## 6.5 عرض النتائج العامة

- من خلال مقارنة النسب المسجلة في الجداول ، تبين أن التلفزيون هو الوسيلة المفضلة لكل فئات ذوي الاحتياجات الخاصة ، حيث سجل التلفزيون أعلى نسب المتابعة لكل الإعاقات ، تليه الانترنت ، في حين أن الجريدة والإذاعة تختلف نسب متابعتها حسب طبيعة الإعاقة .
- وعن عزوف ذوي الاحتياجات الخاصة عن استخدام وسائل الإعلام ، فقد كشفت الأرقام أنه إضافة إلى الإعاقة التي حصلت على نسب مرتفعة بالنسبة للمعاقين بصريا وسمعيًا أمام استخدام الجريدة والإذاعة ، جاء انعدام الإمكانيات المادية كسبب مهم في عدم استخدام الأنترنت ، والإذاعة ، كذلك شكل انعدام المستوى والكفاءة العلمية عامل مهم في العزوف عن

كل من الجريدة والانترنت ، وتجدر الإشارة إلى أن الإعاقة حصدت نسب ضعيفة لدى المعاقين حركيا، في حين لقي انعدام المصداقية في مضامين الجريدة لدى هذه الفئة نسب معتبرة.

▪ بالنسبة للعادات الوقتية لاستخدام وسائل الإعلام من طرف ذوي الاحتياجات الخاصة ،

فقد صرحت النسبة الكبرى من العينة بعدم وجود وقت مفضل لاستخدام مختلف وسائل

الإعلام ، غير أن استخدام التلفزيون وقت السهرة تحصل على نسب مرتفعة نسبيا لمختلف

الإعاقات ، كذلك امتد استخدام الانترنت من الفترة المسائية إلى وقت السهرة ، أما الجريدة

والإذاعة فقد بينت الأرقام عن وجود اختلافات في فترات استخدامها حسب نوع الإعاقة ، إذ

كانت الفترة الصباحية هي المفضلة لقراءة الجريدة من طرف المعاقين سمعيا وحركيا ، كما

جاءت الفترة الصباحية هي المفضلة لمتابعة الإذاعة لكل من المعاقين بصريا وحركيا .

▪ بالنسبة لشدة التعرض فقد كشفت الأرقام أن التلفزيون هو أكثر الوسائل شدة في

التعرض لكل فئات المعاقين ، بالموازاة معه حصلت الانترنت على نسب تكشف عن شدة

معتبرة في استخدامها ، على خلاف ذلك كانت شدة استخدام الجريدة والإذاعة تختلف حسب

نوع الإعاقة.

▪ بالنسبة لمدة التعرض فاحتل كل من التلفزيون والانترنت أعلى مدة استخدام ، حيث

تراوحت مدة التعرض للتلفزيون من الساعة إلى الثلاث ساعات لمختلف الإعاقات ، كذلك

الانترنت تراوحت مدة استخدامها في المجال المحصور من الساعة إلى ثلاث ساعات ، وخلافا

لذلك بينت الأرقام أن مدة التعرض للجريدة والإذاعة لا تتجاوز الساعة .

- احتلت المواد الإخبارية أعلى نسب المتابعة من طرف مختلف الإعاقات لكل من الجريدة والإذاعة والتلفزيون ، كذلك بالنسبة للمواد الرياضية سجلت نسب معتبرة للمتابعة، والأفلام والمسلسلات في التلفزيون ، أما بالنسبة للإنترنت فقد احتلت مواقع التواصل الإجتماعي أعلى نسب متابعة .
- حظيت القنوات الإذاعية الجهوية بأعلى نسب المتابعة لكل الإعاقات ، تليها القنوات الوطنية ، في حين حظيت القنوات الإذاعية الدولية بنسب ضعيفة جدا لدرجة الانعدام .
- من خلال متوسط النسب ، تبين أن القنوات التلفزيونية الجزائرية تحظى بالمرتبة الأولى من حيث المتابعة ، تليها القنوات العربية ، ثم الأجنبية .
- من خلال متوسط النسب للإشباعات المحققة من وراء التعرض لوسائل الإعلام ، تبين أن الحصول على الأخبار والمعلومات جاءت في مقدمة الإشباعات المحققة ، تليها توسيع المعارف الثقافية والعلمية ، ثم اكتساب مهارات جديدة ، ثم تبني أفكار وآراء ، تغيير السلوكات والمواقف ، تفضية الوقت ، التسلية والترفيه .
- كشفت الأرقام وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين استخدام وسائل الإعلام ومتغير الجنس ، مما يدل على وجود علاقة طردية في استخدام وسائل الإعلام بين الذكور والإناث .
- كشفت الأرقام عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة قوية بين متغير السن واستخدام الإذاعة ، التلفزيون ، الإنترنت ، مما يدل على وجود علاقة طردية بين السن

واستخدام هذه الوسائل ، في حين أن العلاقة بين متغير السن واستخدام الجريدة ضعيفة لم تتجاوز 0,30 لمعامل الارتباط ، مما يعكس ضعف الفوارق في الإستخدام بين الفئات العمرية سواء كان في الاتجاه السلبي أو الإيجابي (استخدام قوي /استخدام ضعيف).

▪ كشفت الأرقام عن وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المستوى التعليمي واستخدام

الجريدة بصفة قوية موجبة ، في حين بينت الأرقام عن علاقة موجبة كاملة بين المستوى التعليمي واستخدام الأنترنت ، وهو ما يعني أن استخدام هذه الوسائل يرتبط بالمستوى التعليمي،

أما العلاقة بين المستوى التعليمي واستخدام الإذاعة جاءت متوسطة (0,54 لمعامل

الارتباط)، والتلفزيون ضعيفة جدا (0,26 لمعامل الارتباط ) ، وهذا ما يفسر ضعف تأثير

متغير المستوى التعليمي في استخدام هذه الوسائل ، وهو ما يمكن تفسيره بإقبال مختلف

الشرائح نحوها بغض النظر عن مستواها التعليمي .

▪ كشفت النتائج على تأثير متغير الحالة الاجتماعية في استخدام الجريدة والأنترنت بصفة

قوية ، على العكس من ذلك جاء تأثير متغير الحالة الاجتماعية ضعيف بالنسبة في استخدام

الإذاعة ، وضعيف جدا بالنسبة للتلفزيون وهو ما يؤكد على احتواء هذه الوسائل مختلف

الشرائح الاجتماعية بغض النظر عن حالتها الاجتماعية .

▪ على خلاف ذلك كانت علاقة متغير الوضعية المهنية بوسائل الإعلام من المتوسط إلى

مادونه في ما يخص كل من الجريدة ، التلفزيون ، والأنترنت ، باستثناء الإذاعة .

▪ من خلال الأرقام يتبين وجود فوارق في طبيعة المضامين الإعلامية (إخبارية ،

رياضية ، ترفيهية ، قصص وتجارب اجتماعية ... ) التي يتعرض لها كل من الذكور والإناث في الجريدة ، حيث جاء معامل الارتباط (-0,36) ، وهو ما يُمكن تفسيره كذلك من خلال مقارنة النسب لكل من الجنسين حيث نجدها في اتجاه عكسي ، ففي الوقت الذي ترتفع فيه نسبة التعرض للأخبار من قبل الذكور إلى 57,98% ، تنخفض عند الإناث إلى 34,93% ، نفس الأمر بالنسبة للرياضة حيث ترتفع عند الذكور إلى 51,26% ، وتنخفض عند الإناث إلى 12,33% ، وخلافا لذلك ترتفع نسب التعرض للقصص والتجارب الاجتماعية عند الإناث إلى 43,15% لكنها تنخفض عند الذكور إلى 23,11% ، غير أن الفوارق تتقلص نوعا ما في كل من الإعلانات والإشهار والمواد الدينية .

■ أما بالنسبة لتأثير متغير السن في التعرض للمضامين الإعلامية عبر الجريدة فكشفت الدراسة عن علاقة قوية موجبة (0,9 لمعامل الارتباط) بين السن والتعرض للأخبار ، وخلافا لذلك لا يؤثر السن في التعرض لبقية المواد الإعلامية عبر الجريدة إذ تراوح معامل الارتباط من (-1) إلى (03) .

■ أما متغير المستوى التعليمي والمواد الإعلامية عبر الجريدة ، فكشفت الأرقام عن علاقة قوية بينهما ، باستثناء المواد الرياضية فجاءت العلاقة ضعيفة (0,43 لمعامل الارتباط) ، وهوما يكشف عن ضعف الفوارق في التعرض للمواد الرياضية وفقا للمستوى التعليمي سواء كان الإيجاب أو السلب (تعرض قوي/ تعرض سلبي).

- بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية فقد كان له تأثير قوي في نمط التعرض للمواد الإعلامية عبر الجريدة ، حيث تراوح معامل الارتباط من المتوسط إلى العلاقة الكاملة (-1) ، باستثناء الإعلانات والإشهار فجاء معامل الارتباط ضعيف (-0,4).
- جاءت العلاقة بين متغير الوضعية المهنية والتعرض للمضامين الإعلامية عبر الجريدة ضعيفة ، حيث تراوح معامل الارتباط من -0,1 ، 0,1 ، -0,4 لكل من المواد الدينية ، الأخبار ، المواد الرياضية ، وهو ما يُعبر عن ضعف تأثير الوضعية المهنية في توجيه سلوك التعرض نحو مضامين معينة ، باستثناء الإعانات والإشهار جاءت العلاقة متوسطة -0,5 و القصص والتجارب الاجتماعية جاءت العلاقة عكسية بنسبة فوق المتوسط (-0,6).
- وجود فوارق معتبرة في التعرض للمضامين الإعلامية عبر الإذاعة بين الذكور والإناث ، وهي فوارق ضعيفة كشف عنها معامل الارتباط 0,30 ، وهو ما أكدته النسب حيث نجد أن متابعة الذكور للمواد الإخبارية بلغت 45,38% والمواد الرياضية أكثر من 38% ، على الخلف الإناث بلغت نسبة متابعتهن للأخبار 33,56% و 13% للمواد الرياضية ، في حين أن نسبة متابعة الذكور للقصص والتجارب الاجتماعية 24,79% ، والإعلانات والاشهار 8,40% ، والمواد الغنائية 23,11% أما الإناث فكانت النسب على الترتيب 38,36% ، 17,81% ، 41,10% ، أما المواد الدينية فاندتمت نسبة المتابعة لكل من الذكور والإناث.
- وجود علاقة قوية موجبة بين السن والتعرض للمواد الإخبارية عبر الإذاعة ( 0,8 لمعامل الارتباط) ، وعلاقة قوية سلبية بين السن والتعرض للمواد الرياضية عبر الإذاعة (-

0,6 للمواد الرياضية )، في حين كانت العلاقة ضعيفة فيما يخص كل من القصص والتجارب الاجتماعية ، الإعلانات والإشهار ، المواد الغنائية والموسيقى تتراوح من -0,1 إلى 0,2 لمعامل الارتباط.

▪ بالنسبة للمواد الإعلامية عبر الإذاعية ، فقد جاءت الأرقام تؤكد على أهمية المستوى التعليمي وتأثيره القوي في توجيه سلوك التعرض نحو المواد الإخبارية ، القصص والتجارب الاجتماعية ، الإعلانات والإشهار حيث تراوحت قيمة معامل الارتباط من 0,7 إلى 0,9 ، وعلى الخلف جاءت العلاقة مع التعرض للمواد الرياضية ضعيفة (0,3) ، كذلك بالنسبة للمواد الغنائية فقد كانت في حوالي المتوسط (-0,5) .

▪ بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية وعلاقته بمتابعة المواد الإعلامية عبر الإذاعة ، فكانت العلاقة قوية مع المواد الرياضية (0,8) ، القصص والتجارب الاجتماعية (-1) ، الإعلانات والإشهار (0,8) و المواد الغنائية والموسيقى (-1) ، بمعنى أن وضعية الفرد الاجتماعية توجه نسبة التعرض نحو المواد السابقة الذكر ، وخلافا لذلك كانت العلاقة ضعيفة جدا مع التعرض للمواد الإخبارية عبر الإذاعة (-0,2) .

▪ بالنسبة لمتغير الوضعية المهنية فقد كان له علاقة قوية مع طبيعة المواد المتابعة عبر الإذاعة باستثناء المواد الرياضية ، حيث جاءت العلاقة ضعيفة جدا (0,1 لمعامل الارتباط) .

▪ كشفت الأرقام عن وجود علاقة طردية قوية بين الذكور والإناث في التعرض للمضامين التلفزيونية (0,6) ، أي وجود تشابه نسبي في الاهتمامات بين فئة الذكور والإناث في متابعة

المواد التلفزيونية ، وهو ما يمكن قراءته من خلال النسب المئوية حيث نجد فوارق ضئيلة في النسب في متابعة المواد الإخبارية والإعلانات والإشهار والأفلام والمسلسلات ، وتشارك كل من الجنسين في انعدام الاهتمام بالمواد الدينية.

▪ كشفت الأرقام عن قوة تأثير مُتغير السن في توجيه نسبة التعرض للمضامين التلفزيونية ، حيث جاء معامل الارتباط قوي يتراوح من (-0.6 إلى 0,8) ، مما يكشف عن علاقة قوية بين السن ونسبة استخدام المواد التلفزيونية باستثناء البرامج الغنائية والموسيقى (0,3) .

▪ يلعب متغير المستوى التعليمي دور هام في توجيه سلوك التعرض للمواد الإخبارية ، ز القصص والتجارب الإجتماعية حيث تراوح معامل الارتباط من 0,77 إلى 0,83 ، في حين أن المواد الرياضية ، الإعلانات والإشهار ، البرامج الغنائية والموسيقى جاءت العلاقة ضعيفة تتراوح من 0,09 إلى 0,37، أما الأفلام والمسلسلات فجاءت متوسطة 0,54 .

▪ بالنسبة للحالة الإجتماعية فلم يكن لها تأثير قوي في توجيه نسبة التعرض للمضامين التلفزيونية باستثناء المواد الإخبارية ، والمواد الرياضية ، التي كشف معامل الارتباط عن وجود علاقة قوية سلبية بين الحالة الإجتماعية ونسبة التعرض لهاته للمضامين تتراوح من -0,6 إلى (-0,8) في حين أن معامل الارتباط لبقية المواد لم يتجاوز 0,4 .

▪ بالنسبة لمتغير الوضعية المهنية فالأرقام كشفت عن تأثيره الضعيف في توجيه نسبة التعرض للمضامين التلفزيونية باستثناء الأفلام والمسلسلات ،حيث جاءت العلاقة قوية عكسية

(-0.9)، تدل على أنه كلما تقدم الفرد في وضعيته المهنية قلت نسبة تعرضه للأفلام

والمسلسلات .

▪ بالنسبة للإنترنت ومتغير الجنس ، فالأرقام كشفت عن ضعف تأثير هذا الأخير في

توجيه سلوك التصفح لمواقع الإنترنت ، إذ أن قيمة معامل الارتباط لم تتجاوز 0,31 ، مما

يُعبّر عن ضعف العلاقة بين متغير الجنس وتصفح مواقع الإنترنت ، وهو يُفسر ضعف الفروق

بين الذكور والإناث في استخدام مواقع الإنترنت .

▪ على خلاف متغير الجنس ، فقد كشفت الأرقام عن قوة تأثير متغير السن في توجيه

سلوك التصفح لمواقع الإنترنت ، إذ جاءت قيم معامل الارتباط واستخدام مواقع الإنترنت

الإخبارية ، الدردشة والتعارف ، مواقع التواصل الاجتماعي ، المواقع التعليمية ، قوية (من -

0,6 إلى 0,9) تكشف عن فوارق في استخدام هذه المواقع وفق فوارق السن ، باستثناء المواقع

الرياضية فلم يتجاوز معامل الارتباط (-0,1) وهو ما يكشف عن عدم تأثير السن في التعرض

لهذه المواقع والمواقع الترفيهية جاءت العلاقة متوسطة -0,5.

▪ على خلاف ذلك كان لمتغير المستوى التعليمي الأثر القوي في توجيه سلوك التصفح

نحو مواقع الإنترنت المختلفة، إذ تراوح معامل الارتباط من 0,60 إلى 1 .

▪ بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية فقد كشفت الدراسة ، عن تأثير هذا الأخير على نسبة

التصفح لمواقع الإنترنت باستثناء المواقع الإخبارية ، حيث انعدم معامل الارتباط عندها ، مما

يؤكد على عدم التأثير المطلق للحالة الاجتماعية بنسبة متابعة المواقع الإخبارية .

▪ أما علاقة استخدام مواقع الانترنت مع مُتغير الوضعية المهنية، فبيّنت الأرقام عن تأثير متغير الوضعية المهنية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، مواقع الدردشة والتعارف ، المواقع الترفيهية إذ تراوح معامل الارتباط من -0,6 إلى -0,8 ، في حين جاءت العلاقة ضعيفة جدا مع استخدام المواقع الرياضية والتعليمية التثقيفية من -0,3 إلى 0,2، ومتوسطة مع استخدام المواقع الإخبارية .

▪ بالنسبة لعلاقة متغيرات السمات الشخصية والإشباعات المُحققة ، فقد كشفت الأرقام عن وجود علاقة قوية بين متغير السن ، الجنس ، المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية ونسبة الإشباعات المُحققة في الجريدة ، على خلاف ذلك بيّنت الأرقام ضعف متغير الوضعية المهنية .

▪ أما الإشباعات المُحققة عبر الإذاعة فقد تبين التأثير القوي لمتغير المستوى التعليمي ، الجنس ، السن ، في حين جاء تأثير متغير الوضعية المهنية متوسط (0,53 لمعامل الارتباط)، وجاء متغير الحالة الاجتماعية ضعيف لا يتعدى 0,4 لمعامل الارتباط .

▪ بالنسبة للتلفزيون فكان تأثير متغير الجنس والوضعية المهنية في الإشباعات المُحققة ضعيف ، وهو ما يعني عدم وجود فروق في الإشباعات وفق متغير الجنس والوضعية المهنية ، على خلاف متغير السن والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية، وهو ما يعبر أيضا عن وجود فروق في نسب الإشباعات حسب كل مرحلة عمرية ، وحسب كل مستوى تعليمي ، وحسب الحالات الاجتماعية .

- بالنسبة للانترنت ، فقد كشفت الأرقام عن قوة تأثير متغير المستوى التعليمي الحالة الاجتماعية في نسبة الإشباع المحققة عبر الانترنت ، خلافا لمتغير السن والوضعية المهنية والجنس وهو ما يؤكد عن عدم وجود فروق في نسب الإشباع وفقا للمتغيرات الأخيرة الذكر .
- الإعلام الجزائري هو إعلام مناسباتي يهتم بذوي الاحتياجات الخاصة في المناسبات ، حيث بلغت النسبة 44,53% ، تليها 33,07% من أفراد العينة الذين يعتبرون أن الإعلام الجزائري لا يهتم مطلقا بذوي الاحتياجات الخاصة ، في حين أن 13,8% ممن يرون أن الإعلام الجزائري يهتم بذوي الاحتياجات الخاصة ، و 08,6% ممن يرون أن الإعلام الجزائري يهتم أحيانا بذوي الاحتياجات الخاصة.

## خاتمة :

يُعتبر موضوع الاستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة الجزائرية موضوعا هاما للبحث كون سلوك الأفراد بصفة عامة نحو وسائل الإعلام مُعقد تتحكم فيه عوامل عديدة على غرار الحاجات والدوافع ، السمات الشخصية للأفراد ، بالإضافة إلى الإعاقة بالنسبة لذوي الاحتياجات الخاصة والتي تفرض خصائص نفسية واجتماعية واقتصادية مختلفة، وفي المقابل متطلبات وحاجات خاصة .

وكما سبق الذكر فإن أهمية موضوعنا تتجلى في جانبين : الأول أكاديمي من خلال فهم العلاقة التي تربط ذوي الاحتياجات الخاصة بوسائل الإعلام تدعيما للرصيد العلمي ، والجانب العملي التطبيقي من خلال توفير قاعدة معلومات تتعلق بعادات التعرض والاستخدام لوسائل الإعلام من طرف ذوي الاحتياجات الخاصة ، الأمر الذي يُمكن استغلاله في تسطير حملات إعلامية خاصة بهذه الفئة أو في خضم الحملات الإعلامية ذات البُعد الاجتماعي والاقتصادي العام .

وقد سمحت لنا هذه الدراسة بقياس جملة من الفرضيات المتعلقة باستخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة الجزائرية لوسائل الإعلام ، إذ أكدت صحة فرضية تدخُل متغيرات السمات الشخصية في سلوك التعرض والمتابعة للمضامين الإعلامية ، و تدخل تلك المتغيرات في الإشباعات المُحققة ، بمعنى أنه إضافة إلى الإعاقة كعامل رئيسي في توجيه سلوك ذوي الاحتياجات الخاصة نحو وسائل الإعلام إلا أن هناك عوامل أخرى تتدخل كذلك على غرار

السن ، الجنس المكانة الاجتماعية ، وهي تتدخل كذلك في نسبة الاشباكات المحققة من وراء هذا الاستخدام ، غير أن هناك جملة من النقاط المشتركة بين ذوي الاحتياجات الخاصة بمختلف مستوياتها (إعاقة سمعية ، إعاقة بصرية ، إعاقة حركية ) من حيث استخدام وسائل الإعلام والإشباكات المحققة منها ، إذ احتل التلفزيون أعلى نسب متابعة واستخدام لكل الإعاقات ، كما جاءت المواد الرياضية والإخبارية في مقدمة اهتمامات ذوي الاحتياجات الخاصة ، وبالنسبة للإنترنت حظيت مواقع التواصل الاجتماعي بأعلى نسب استخدام ومتابعة.

كما كشفت الدراسة على أن الإعاقة ليست السبب الرئيسي والوحيد في عزوف ذوي الاحتياجات الخاصة عن التعرض لوسائل الإعلام فحسب، بل هناك عوامل أخرى تتلخص في الإمكانيات المادية في ظل الظروف الإقتصادية والاجتماعية لهاته الفئة والتي تحول بينها وبين امتلاك وسائل الإعلام (راديو ، تلفزيون ) وأجهزة كمبيوتر بغرض الاستفادة من هاته الوسائل من جهة ، ومن جهة أخرى عدم تكييف المواد الإعلامية حسب خصائص وقدرات ذوي الاحتياجات الخاصة مثلا جرائد مكتوبة بخط برايل ، أو مواد إعلامية خاصة بالصم البكم عبر التلفزيون ، فقد كشفت الدراسة أن الإذاعات الجهوية والقنوات الجزائرية تحظى بأعلى نسب متابعة من طرف المعاقين الجزائريين .

و أيدت نتائج الدراسة الموقف الذي يرى أن الإعلام يتناول ذوي الاحتياجات الخاصة بصفة مناسبة (من زاوية ذوي الاحتياجات الخاصة الجزائرية ) ، وعن الإشباكات المحققة

من وراء التعرض لوسائل الإعلام فقد جاء الحصول على الأخبار والمعلومات في مقدمة الإشباعات وهذا تلبية لحاجة هذه الفئة كما سبق الذكر .  
والله أعلم .

## قائمة المراجع

قائمة المراجع :

مراجع باللغة العربية

1. أحمد بن مرسلې .مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال .طبعة 2.ديوان المطبوعات الجامعية.2005.
2. أحمد عزت راجح.أصول علم النفس.دار الكتاب العربي للطباعة والنشر .القاهرة . الطبعة السابعة مزيدة ومنقحة.1968.
3. أرمان وميشال ماتلار.ترجمة نصر الدين العياضي ،الصادق راجح.تاريخ نظرية الإتصال.طبعة 3.بيروت.المنظمة العربية للترجمة.دون تاريخ.
4. أمال سعد متولي .مبادئ الإتصال بالجماهير.دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع.دون طبعة .دون تاريخ.
5. بسام عبد الرحمن المشاقبة.نظريات الاتصال .دار أسامة للنشر والتوزيع.عمان .دون تاريخ.
6. بشير العلاق .نظريات الاتصال.دار اليازوري العلمية للنشر .عمان .دون طبعة .دون تاريخ.
7. تيسير أبو عرجة .دراسات في الصحافة والإعلام.دار مجدلاوي للنشر والتوزيع . عمان . دون طبعة .دون تاريخ.

8. ثائر احمد غباري .الدافعية : "النظرية والتطبيق" .دار المسيرة للنشر والتوزيع .طبعة 01 .2008 .
9. جبارة عطية جبارة .علم الاجتماع الإعلام .دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر .الإسكندرية .
10. جمال شحاتة حبيب . السلوك الانساني والبيئة الاجتماعية .المكتب الجامعي الحديث .2010 .
11. جمال محمد سعيد الخطيب .الاعاقة السمعية .الجامعة الاردنية : قسم الارشاد والتربية الخاصة .طبعة أولى .1997 .
12. حنان شعبان .تطور دراسات جمهور وسائل الإعلام"من دراسات التأثير إلى دراسات التلقي" .مجلة الإذاعات العربية .اتحاد الإذاعات العربية .العدد 02 .2012 .
13. خليل عبد الرحمن المعاينة ، مصطفى القمش ، وآخرون .الإعاقاة البصرية .عمان .دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع .2000 .
14. خولة أحمد يحي .الإضطرابات السلوكية والانفعالية .درا الفكر للطباعة والنشر والتوزيع .عمان .الطبعة الأولى 2000 .
15. رجاء مكي طبارة .دراسة نظرية وعملية لتقنيات وميادين في علم النفس الاجتماعي .بيروت .بيسان للنشر والتوزيع والاعلام .طبعة أولى .
16. رضا عكاشة .تأثير الإعلام .المكتبة العالمية للنشر والتوزيع .طبعة 1 .

17. رواب عمار . نظرة الإسلام لذوي الاحتياجات الخاصة .مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية .جامعة محمد خيضر : بسكرة .العدد 03،02.جانفي / جوان 2008.
18. زينب أحمد الجمري.الإعاقة العقلية والمتطلبات التعليمية.مجلة جامعة شندي. العدد السابع . 2009 .
19. سناء الجبور .الإعلام الاجتماعي.دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان.دون تاريخ.
20. السيد على فهمي .سيكولوجية ذوي الاحتياجات الخاصة : "رعاية المتخلفين عقليا وتأهيلهم".دار الجامعة الجديدة.2009.
21. صالح حسين.ع.العنف الاجتماعي والسياسي والاعلامي.القاهرة .دار الكتاب الحديث .طبعة01. 2011.
22. صالح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة.عمان .دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.2004.
23. صالح خليل أبو إصبع.الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة.عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع .2004.
24. صالح محمد أبو جادو . سيكولوجية التنشئة الاجتماعية .عمان.دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.دون تاريخ.
25. طارق الخلفي . سياسيات الاعلام والمجتمع .دار النهضة العربية .طبعة أولى .بيروت. 2010.

26. عاطف عدلي العبد ، زكي أحمد عزمي .الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام.القاهرة:دار الفكر العربي .طبعة أولى 1993.
27. عامر مصباح.منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام.ديوان المطبوعات الجامعية .طبعة2.
28. عبد الرحمن سيد سليمان .سيكولوجية ذوي الحاجات الخاصة . القاهرة. مكتبة زهراء الشرق .طبعة أولى.2001 .
29. عبد الرحيم تمحري.تقنيات التواصل والتعبير.منشورات مجلة علوم التربية .عدد 08. دون تاريخ.
30. عبد الرحيم درويش.مقدمة إلى علم الاتصال.مكتبة نانسي.2005.
31. عبد الرزاق محمد الدليمي .المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال .دار الثقافة للنشر والتوزيع .2011 م.
32. عبد الفتاح محمد دويدار .سيكولوجية الاتصال والاعلام .دار المعرفة الجامعية . الاسكندرية.2005.
33. عبد الله محمد عبد الرحمن.سوسيولوجيا الاتصال والإعلام"النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية " .دار المعرفة الجامعية.دون تاريخ.
34. عبد المحسن عبد المقصود سلطان. دور المجتمع نحو أبنائه من ذوي الاحتياجات الخاصة .دار العلم والثقافة .2005.ط01.

35. عبد المنعم الميلادي. المتفوقون، الموهوبون، المبدعون. الاسكندرية. مؤسسة شباب الجامعة. 2003.
36. عصام سليمان موسى. المدخل في الاتصال الجماهيري. جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا. عمان. طبعة سادسة مزيدة ومنقحة. 2009.
37. علي أسعد وطفة. دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية. جامعة الكويت.
38. فاروق الروسان. سيكولوجية الأطفال غير العاديين: "مقدمة في التربية الخاصة". عمان. دار الفكر للنشر. 1998. ط 03.
39. فاطمة القليني، محمد شومان. الاتصال الجماهيري: "اتجاهات نظرية ومنهجية". دار الكتاب للنشر والتوزيع. القاهرة.
40. فضيل دليو. مقدمة في وسائل الإتصال الجماهيرية. ديوان المطبوعات الجامعية.
41. فضيل دليو. الإتصال مفاهيمه نظرياته، وسائله. دار الفجر للنشر والتوزيع. 2003.
42. فواز منصور الحكيم. سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان. 2011.
43. لطفي كمال، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، القاهرة، دار غريب، 1999.
44. ليلي كرم الدين. الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة الأصناف والاتجاهات الحديثة لرعايتهم. مجلة الإذاعات العربية. العدد 03. 2002.

45. محمد محمود النحاس . سيكولوجية التخاطب لذوي الاحتياجات الخاصة . القاهرة . مكتبة الأنجلو المصرية .دون تاريخ.
46. محمد محمود دهية. الاعلام المعاصر .مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع. طبعة أولى. عمان .2010.
47. محمد معوض إبراهيم ، فتن عبد الرحمن الطنباري ، وآخرون .الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة .القاهرة . دار الكتاب الحديث.2006.
48. مدحت فؤاد فتوح حسين .تنظيم مجتمع المعاقين . دار النهضة العربية ,القاهرة.
49. مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد. نظريات الاتصال .دار النهضة العربية .القاهرة.
50. مروان عبد المجيد إبراهيم.أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية. طبعة أولى.مؤسسة الوراق.2000.
51. مصطفى نوري القمش .الإعاقة السمعية واضطرابات النطق واللغة .عمان : دار الفكر. طبعة أولى .1999.
52. ملفين ل .ديظير ، ساندر بول روكيتش .ترجمة كمال عبد الرؤوف.نظريات وسائل الإعلام .الدار الدولية للنشر والتوزيع .القاهرة .
53. منصور هيبة .قراءات مختارة في علوم الإعلام والاتصال .مركز الإسكندرية للكتاب .2004.

54. منى سعيد الحديدي ،سلوى إمام على .الإعلام والمجتمع .الدار المصرية اللبنانية .طبعة  
01 .2004.

55. منى صبحي الحديدي .مقدمة في الإعاقة البصرية .عمان .دار الفكر للطباعة والنشر  
والتوزيع .طبعة اولى .1998.

56. موريس أنجرس .ترجمة بوزيد صحراوي ، كمال بشرف وآخرون .منهجية البحث في  
العلوم الإنسانية .الجزائر: دار القصة للنشر .

57. موسى علي الشهاب .علم اجتماع الإعلام .دار أسامة للنشر والتوزيع .عمان . 2011.

58. هدى حسن محمود محمد ، ماهر حسن محمود محمد .الترويج وأهميته في التوافق  
النفسي والاجتماعي .دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر .طبعة أولى .2008.

59. وفاء فضة . الأطفال ذوي الحاجات الخاصة : "الطفل المعاق" . عمان .مكتبة المجتمع  
العربي للنشر . 2004 . ط 01.

### المعاجم والقواميس

1. محمد منير حجاب .المعجم الإعلامي .دار الفجر للنشر والتوزيع .2004.
2. أحمد زكي بدوي .معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية .مكتبة لبنان .بيروت .دون تاريخ .
3. آرثر ريبير .إيميلي ريبير .ترجمة الدكتور عبد العلي الجسماني ،الدكتور عمار الجسماني .  
المعجم النفسي الطبي إنجليزي -عربي .الدار العربية للعلوم ناشرون .دون تاريخ .
4. محمد عاطف غيث .قاموس علم الاجتماع .دار المعرفة الجامعية .الإسكندرية .2006.

الدراسات والأطروحات

1. بشير حسام.فعالية النشاط الرياضي الترويحي في تحقيق الصحة النفسية وإدماج المعاقين حركيا: أطروحة دكتوراه.جامعة الجزائر 3.معهد التربية البدنية والرياضية سيدي عبد الله.2010-2011.
2. تسعديت قدار. رسالة ماجيستر: "أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها". كلية العلوم السياسية والإعلام .جامعة الجزائر 3 .2010-2011.
3. خديجة بريك.رسالة ماجيستر:"جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية ". جامعة الحاج لخضر باتنة .2009-2010.
4. رامي أسعد ابراهيم نتيل ، محمد وفائي .السمات المميزة لشخصيات المعاقين سمعيا وبصريا وحركيا في ضوء بعض المتغيرات. مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية).غزة ،فلسطين.2007.
5. سرور محمد صالحة .المشكلات السلوكية والإنفعالية للأفراد المعاقين بصريا وعلاقتها بمتغيرات سبب الإعاقة البصرية ومستواها ،والعمر والجنس : مذكرة ماجيستر.كلية التربية : جامعة دمشق .2007.
6. سعد مطشر عبد الصاحب .مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية :دراسة ميدانية لفتاة المنار الفضائية للمدة من 09/01 ولغاية 2006/12/31.مجلة الباحث الاجتماعي .العدد03.حزيران 2008.

7. السعيد بومعيزة. "«أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب» ، أطروحة دكتوراه.جامعة الجزائر.2005-2006.
8. سميرة بلغيثية. الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت:مذكرة ماجيستر.جامعة الجزائر.2010-2011 .
9. سهير صالح إبراهيم.الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمعاقين من برامج التلفزيون.مجلة الفن الإذاعي . عدد 01 .
10. عبد الرحمن سيد سليمان.الحاجات الإرشادية للأطفال المعاقين:بحوث ودراسات في سيكولوجية الإعاقة.القاهرة.مكتبة زهراء الشرق .2001.طبعة 01.
11. عبد الرزاق أمقران .في سوسيولوجيا المجتمع :صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الخطاب الإعلامي الجزائري ".المكتبة المصرية.2008.
12. علي بن شويل القرني .اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة. دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية: بحث مقدم للملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة عن "الإعلام والإعاقة ".المكتبة الإلكترونية .مملكة البحرين.2007.
13. علي قسايسية .أطروحة دكتوراه:المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي.جامعة الجزائر . 2006-2007.

14. محمد خليل الرفاعي. دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية". مجلة جامعة دمشق. المجلد 27. العدد الأول والثاني. 2011.
15. محمود عبد الرؤوف كامل. هل يقرأ المصريون؟ "دراسة ميدانية". كلية الإقتصاد والعلوم السياسية. القاهرة. دون سنة .
16. معمر ريوح. مذكرة لنيل شهادة ماجيستر : "اتجاهات المستهلك الجزائري نحو الإعلان". قسم الإعلام والاتصال. جامعة قسنطينة. سنة 2008-2009.
17. نجاه ساسي هدف. مذكرة دكتوراه : دور التكوين المهني في تأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة من وجهة نظر الإداريين والأساتذة. جامعة محمد خيضر بسكرة. 2013-2014.
18. ياسين قرناني. استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الانترنت : "دراسة ميدانية على جمهور الطلبة بجامعة سطيف ويسكرة", إضافات: المجلة العربية لعلم الاجتماع. الجمعية العربية لعلم الاجتماع ، مركز دراسات الوحدة العربية.
19. ياسين قرناني. استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكة الانترنت : "دراسة ميدانية على جمهور الطلبة بجامعة سطيف ويسكرة", إضافات: المجلة العربية لعلم الاجتماع. الجمعية العربية لعلم الاجتماع ، مركز دراسات الوحدة العربية.

### الملتقيات:

1. خالد القحص. الإعلام والإعاقة : علاقة تفاعلية ومسؤولية متبادلة : الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة في مارس 2008 ، ورقة عمل مقدمة في الملتقى السابع للجمعية

الخليجية للإعاقة "الإعلام والإعاقة علاقة تفاعلية ومسئولية متبادلة". الجمعية الخليجية للإعاقة

بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين .مملكة البحرين.06- 08مارس 2007.

2. عبد الناصر فتاح الله .الإعاقة والإعلام :محددات العلاقة وأساليب التصحيح. ورقة عمل

مقدمة في الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة "الاعلام والاعاقة علاقة تفاعلية ومسئولية

متبادلة ".الجمعية الخليجة للإعاقة بالتعاون مع المؤسسة الوطنية لخدمات المعاقين .مملكة

البحرين.06- 08مارس 2007.

3. محمد أحمد الزعبي."الإطار المفهومي للحاجة ":الملتقى الدولي حول الحاجات

الإجتماعية .جامعة وهران .معهد العلوم الإجتماعية .16،15،14 ديسمبر 1981.

#### وثائق رسمية:

1. قانون رقم قانون رقم 09/02 مؤرخ في 25 صفر عام 1423 الموافق لـ 08 مايو

سنة 2002 ، يتعلق بحماية الأشخاص المعوقين وترقيتهم .الجريدة الرسمية للجمهورية

الجزائرية .العدد 34 .14ماي 2002.ص.06.

#### مواقع إلكترونية :

1. الإدارة.الحاجات والدوافع .[WWW.ISLAMIC-PSYCHOLOGY.COM](http://WWW.ISLAMIC-PSYCHOLOGY.COM).تاريخ

المعاينة.2014/10/10.

2. إيمان حسين الطائي.كيف نحدد حجم العينة .كلية التربية الرياضية :جامعة بغداد.

2012. ص 06.من موقع :[WWW.COPE.UOBAGHDAD.EDU.IQ](http://WWW.COPE.UOBAGHDAD.EDU.IQ) \_ بتاريخ:20/12/2014.

3. حسن السوداني .محاضرة 5: « الإعلام والإعاقة » ، قسم الإعلام والاتصال .
- الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك .من موقع : [HTTP://WWW.AO-ACADEMY.ORG](http://www.ao-academy.org) .  
تاريخ المعاينة: 2013/10/11.
4. سميرة حسن أبكر .أهمية الحاجات النفسية في مرحلة الطفولة .معاينة من موقع:  
[WWW.ALMURABBI.COM](http://www.almurabbi.com) . تاريخ الزيارة 2014/10/13.
5. صلاح الدين السرسري .مقال بعنوان : "الدوافع والحاجات" . 2013/12/21 .  
[WWW.ALNAFSY.COM](http://www.alnafsy.com) .تاريخ المعاينة : 2014/10/09.
6. عمروني ترزولت حورية،فاطمة غالم.مداخلة بعنوان : " الحاجات النفسية لدى عينة  
من المرشدين النفسانيين و التربويين ما قبل الخدمة .من موقع : [HTTP://MANIFEST.UNIV-](http://manifest.univ-ouargla.dz)  
[OUARGLA.DZ](http://manifest.univ-ouargla.dz) بتاريخ : 2015/02/07.
7. عيسى الشماس .وسائل الإعلام والتنشئة الإجتماعية .معاينة من موقع :  
[WWW.IBTESAMA .COM](http://www.ibtesama.com) . بتاريخ : 2014/10/ 28.
8. فاطمة البريكي .دور وسائل الإعلام في تشكيل المجتمع .البيان الإماراتية .معهد الإمام  
الشيرازي الدولي للدراسات .واشنطن .معاينة من موقع : [WWW.SIIRONLINE.ORG](http://www.siironline.org) بتاريخ:  
2014/10/24.
9. محمد المستاري .التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري .منبر حر للثقافة والفكر  
والأدب .معاينة من موقع [WWW.DIWANALARAB.COM](http://www.diwanalarab.com) بتاريخ 2014/10/24.

10. محمد جاسم فلحي الموسوي. نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري. الأكاديمية

العربية المفتوحة في الدنمارك :كلية الآداب والتربية قسم الإعلام والاتصال . من موقع :

[HTTP://WWW.AO-ACADEMY.ORG](http://www.ao-academy.org) . تاريخ المعاينة :2014/09/12.

11. نادية كريم عامر. الحاجات النفسية والإجتماعية للمعاقين :مجلة عالمي "مجلة علمية

متخصصة في عالم الإعاقة " ،أطفال الخليج ذوي الاحتياجات الخاصة .تحميل من موقع:

[WWW.GULFKIDS.COM](http://www.gulfkids.com) ، بتاريخ: 2014/09/12.

### مراجع باللغة الأجنبية:

1. Aline mandrilly-john ,traduction:Roland Baghnyan,**Handicap Et Média Ouest-Africain**.Cesiph.

2. ARMAND ,MICHEL MATTELART. **HSITORE DES THEORIES DE LA COMMUNICATION**.EDITION LA DECOUVERTE .PARIS.

3. ARMAND ,MICHELE MATTENART.**HISTOIRE DES THEORIES DE LA COMMUNICATION**. CASBAH EDITIONS.

4. ARNAUD MERCIER . **LE JOURNALISME** :COLLECTION « LES ESSENTIELS D'HERMES » .CNRS EDITIONS.PARIS.2009.

5. BRUNO JOLY.**LA COMMUNICATION**.DE BOECK.

6. ELIHU KATZ ,PAUL F.LAZERSFELD . **INFLUENCE PERSONNELLE « CE QUE LES GENS FONT DES MEDIAS »** .TRADUCTION PAR DANIEL CEFAL. ARMAND COLIN.

7. ERIC DACHEUX.**LA COMMUNICATION** :COLLECTION « LES ESSENTIELS D'HERMES » .CNRS EDITIONS.PARIS .2011.

8. ERIC MAIGRET.**SOIOLOGIE DE LA COMMUNICATION ET DES MEDIAS**.2<sup>EME</sup> EDITION. ARMAND COLIN.

9. FRANCIS BALLE.LES MEDIAS. **PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE** (PUF). 3<sup>EME</sup> EDITION .2004.

10. JEAN LOHISSE. **LA COMMUNICATION DE LA TRANSMISSION A LA RELATION** .EDITION DE BOECK UNIVERSITE .3<sup>EME</sup> EDITION.2007.
11. JUDITH LAZAR.**SOCIOLOGIE DE LA COMMUNICATIO DE MASSE** .ARMAND COLIN .
12. KREJCIE & MORGAN IN THEIR 1970 ARTICLE “**DETERMINING SAMPLE SIZE FOR RESEARCH ACTIVITIES**” (*EDUCATIONAL AND PSYCHOLOGICAL MEASUREMENT*).
13. Larry M. Bartels. **The Study of Electoral Behavior**. The Oxford Handbook of American Elections and Political ehavior. August 2008.
14. NICK STEVENSON. **UNDERSTANDING MEDIA CULTURES SOCIAL THEORY AND MASS COMMUNICATION**. SECOND EDITION. SAGE PUBLICATIONS. LONDON.
15. OMAR AKTOUF. **METHODOLOGIE DES SCIENCES SOCIALES ET APPROCHE QUALITATIVE DES ORGANISATIONS : UNE INTRODUCTION A LA DEMARCHE CLASSIQUE ET UNE CRITIQUE**. PRESSE DE L’UNIVERSITE QUEBEC.
16. PAMELA J.SHOEMAKER,STEPHEN D.**REESE.MEDIATING THE MESSAGE : « THEORIES OF INFLUENCES ON MASS MEDIA CONTENT »** .LONGMAN USA.SECOND EDITION .
17. PAUL F.LAZERSFELD ,FRANK N.STANTON :**COMMUNICATION RESESEARCH 1948-1949**,HERPER & BROTHERS, NEW YORK.
18. PHILIFE BRETON ,SERGE PROULX.**L’EXPLOSION DE LA COMMUNICATION.LA DECOUVERTE**.PARIS.
19. SHAHINAZ M TALAAT .**THE EFFECT OF MASS MEDIA ON SOCIETY** .CAIRO UNIVERSITY.2001.
20. STUART HALL, **CULTURE,MEDIA,LANGUAGE**, CENTRE CONTEMPORARY CULTURAL STUDIES : ROUTLEDGE .
21. YVES F.LE COADIC :**USAGES ET USAGERS DE L’INFORMATION**. EDITION NATHAN,PARIS.1997.

**THESES :**

1. **DANY THERRIEN . LE PHENOMENE FACEBOOK USAGES ET GRATIFICATION :**  
MEMOIRES DE MAITRISE. FACULTE DES ARTS ,UNIVERSITE  
OTTAWA.CANADA.2012 .

الملاحق

الملاحق:

الاستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر

-دراسة وصفية تحليلية -

في إطار انجاز دراسة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة مستغانم، نرجو من سيادتكم ملاء هذه الاستمارة بعناية لتزويدنا بمعلومات دقيقة في بحثنا هذا والموجه لأغراض علمية بحثية لا غير. وشكرا مسبقا على مساعدتكم.

تحت إشراف: أ.د. عزوز أحمد .

الطالب: بن سولة نورالدين.

I. بيانات عامة:

الجنس

أنثى

ذكر

السن

أقل من 18 سنة  19-29 سنة  30-39 سنة  40-49 سنة

50 سنة فما فوق

## المستوى التعليمي

لا يعرف الكتابة والقراءة  ابتدائي  متوسط  ثانوي   
جامعي  دراسات عليا

## الحالة الاجتماعية

أعزب (ة)  متزوج (ة)  مطلق (ة)  أرمل (ة)

## الوضعية المهنية

موظف  عامل يومي  طالب  بطال   
متقاعد

## نوع الإعاقة

حركية  بصرية  صم بكم

## II. أسئلة حول عادات استخدام وسائل الإعلام

1. هل تقرأ الجريدة؟ نعم  لا
2. إذا كان الجواب بـ لا، لماذا؟

3. إذا كان الجواب بـ نعم؟ دائماً  أحياناً  نادراً

4. ماهي الجرائد المفضلة لديك؟

اذكرها.....

5. ماهي الفترة المفضلة لديك لقراءة الجريدة؟

صباحاً  مساءً  وقت السهرة  ليس لدي وقت مفضل

6. هل تتابع برامج الإذاعة؟ نعم  لا

7. إذا كان الجواب بـ لا، لماذا؟

8. إذا كان الجواب بـ نعم؟ دائماً  أحياناً  نادراً

9. ما هو الوقت المفضل لديك لمتابعة الإذاعة؟

صباحاً  مساءً  وقت السهرة  ليس لدي وقت مفضل

10. ما هي طبيعة القناة الإذاعية التي تتابعها؟

جهوية  وطنية  دولية

11. حدد المدة التي تستمع فيها إلى الإذاعة في اليوم الواحد؟

أقل من ساعة  ساعة  ساعتين  ثلاث ساعات

أكثر من ثلاث ساعات

12. هل تتابع التلفزيون؟ نعم  لا

13. إذا كان الجواب بـ لا، لماذا؟

14. إذا كان الجواب بـ نعم؟

دائماً  أحياناً  نادراً

15. ماهي القنوات التي تتابعها؟

جزائرية  قنوات عربية  أجنبية

أذكر القنوات التي تتابعها: .....

16. ما هو الوقت المفضل لديك لمشاهدة التلفزيون؟

صباحاً  مساءً  وقت السهرة  ليس لدي وقت مفضل

17. حدد المدة التي تشاهد فيها التلفزيون؟

أقل من ساعة  ساعة  ساعتين  ثلاث ساعات

أكثر من ثلاث ساعات

هل تستخدم الانترنت؟ نعم  لا

18. إذا كان الجواب بـ لا، لماذا؟

19. إذا كان الجواب بـ نعم؟ هل يكون ذلك؟ دائماً  أحياناً  نادراً

20. ماهي طبيعة المواقع التي تتصفحها من خلال الانترنت؟

مواقع إخبارية  مواقع رياضية  مواقع تعليمية تثقيفية  مواقع ترفيهية

مواقع الدردشة والتعارف  مواقع التواصل الاجتماعي

أذكر المواقع التي تتصفحها باستمرار: .....

21. ما هو الوقت المفضل لديك لتصفح مواقع الانترنت؟

صباحاً  مساءً  وقت السهرة  ليس لدي وقت مفضل

22. حدد المدة الزمنية التي تقضيها أمام الانترنت؟

أقل من ساعة  ساعة  ساعتين  ثلاث ساعات

أكثر من ثلاث ساعات

23. ما هي المواد الإعلامية التي تتابعها في الجريدة:

الأخبار،

الرياضة،

القصص والتجارب الاجتماعية،

الإعلان والإشهار،

المواد الدينية،

أخرى.....

24. ما هي المواد الإعلامية التي تتابعها في الإذاعة:

الأخبار،

الرياضة،

القصص والتجارب الإجتماعية،

الإعلان والإشهار،

البرامج الغنائية و الموسيقى،

أخرى.....

25. ما هي المواد التلفزيونية التي تتابعها في التلفزيون ؟

الأخبار،

الرياضة،

القصص والتجارب والإجتماعية،

الإعلان والإشهار،

البرامج الغنائية والموسيقى،

الأفلام والمسلسلات،

أخرى:.....

## III. أسئلة حول الإشباع

26. هل ترى أن الإعلام الجزائري (جرائد، إذاعة، تلفزيون) يهتم بقضايا المعاقين الجزائريين؟

نعم  لا  أحيانا  في المناسبات فقط

27. هل يسعدك قراءة خبر عن المعاقين؟

نعم  لا

28. هل تحب الاستماع لحصة عبر الإذاعة حول المعاقين؟

نعم  لا

29. هل تسعد لمشاهدة حصة تلفزيونية جزائرية عن المعاقين؟

نعم  لا

30. هل استخدامك للجريدة ساعدك في الحصول على :

- الأخبار والمعلومات،

- تمضية الوقت،

- ملاً الفراغ،

-توسيع المعارف الثقافية والعلمية،

- التسلية والترفيه،

-تبني آراء وأفكار،

-اكتساب مهارات جديدة،

-تغيير بعض السلوكيات والمواقف،

أخرى أذكرها .....

31. هل استخدامك للإذاعة ساعدك في الحصول على :

- الأخبار والمعلومات،
  - تمضية الوقت،
  - ملأ الفراغ،
  - توسيع المعارف الثقافية والعلمية،
  - التسلية والترفيه،
  - تبني آراء وأفكار،
  - اكتساب مهارات جديدة،
  - تغيير بعض السلوكيات والمواقف،
- أخرى أذكرها .....

32. هل استخدامك للتلفزيون ساعدك في الحصول على :

- الأخبار و المعلومات،
- تمضية الوقت،
- ملأ الفراغ،
- توسيع المعارف الثقافية والعلمية،
- التسلية و الترفيه،
- تبني آراء وأفكار،

-اكتساب مهارات جديدة،

-تغيير بعض السلوكيات والمواقف،

أخرى أذكرها .....

33. هل استخدامك للانترنت ساعدك على ؟

- الحصول على الأخبار و المعلومات،

- تضيية الوقت،

- ملأ الفراغ،

-توسيع المعارف الثقافية والعلمية،

- التسلية و الترفيه،

-تبني آراء وأفكار،

-اكتساب مهارات جديدة،

-تغيير بعض السلوكيات والمواقف،

أخرى أذكرها:.....

شكرا على تعاونكم.

## ملحق المصطلحات

PEOPLE WITH SPECIAL NEEDS ذوي الاحتياجات الخاصة

VISUAL DISABILITY الإعاقة البصرية

TOTALLY BLIND إعاقة بصرية حادة (كلية)

PARTIALLY SIGHTED إعاقة بصرية جزئية

HEARING IMPAIRMENT الإعاقة السمعية

DEAF الشخص الأصم

HARD OF HEARING الشخص ضعيف السمع

PHYSICAL DISABILITY الإعاقة الحركية

ARTICULATION DISORDERS اضطرابات النطق

SPEECH DISORDERS اضطرابات الكلام

OLGOPHRENIA صغير العقل

MENTAL DEFENCY النقص العقلي

AUDIENCE الجمهور

USES AND GRATIFICATIONS الإستخدامات والإشباعات

MEDIA CONTENT المواد الإعلامية

NEEDS AND MOTIVES الحاجات والدوافع

COGNITIVE NEEDS حاجات معرفية

PERSONNEL INTEGRATIVE NEEDS حاجات شخصية

AFFECTIVE NEEDS حاجات وجدانية عاطفية

SOCIAL INTEGRATIVE NEEDS حاجات اجتماعية

ESCAPIST NEEDS حاجات الهروب من الواقع