

التلفزيون والمعاق سمعيا

دراسة ميدانية من منظور نظرية الاستخدامات
والإشباع

تأليف

د. محمد كمال عرفه الرخاوي

الباحث والمستشار والخبير والفقير والمؤلف القانوني
والمحاضر الدولي في القانون

الإهداء

اهدي هذا العمل لروح امي وابي الطاهره داعيا الله
لهم بالرحمه والمغفره والفردوس الاعلي يارب العالمين

والي ابنتي الحبيبه قره عيني صبرينال المصريه
الجزائريه جميله الجميلات التي تجمع جمال وسحر
نهر النيل الخالد وجمال شط المتوسط وجبال الاوراس
الشامخه وعظمه الجسور المعلقه داعيا الله لها
بالحفظ والبركه والخير والصحه والعافيه

تقديم

إن الإعلام في عصرنا الحالي لم يعد مجرد وسيلة
لنقل الخبر أو الترفيه عن النفس، بل تحول إلى قوة
ناعمة فاعلة في تشكيل الوعي الجمعي والفرادي،
وأصبح أحد أبرز وكلاء التنشئة الاجتماعية الذين
ينافسون المؤسسات التقليدية العريقة كالأسرة
والمدرسة والمسجد. وفي سياق حقوق الأشخاص
ذوي الإعاقة، تبرز إشكالية الوصول إلى المحتوى
الإعلامي كأحد أهم التحديات التي تواجه فئة ذوي
الإعاقة السمعية، حيث باتت الشاشات بمختلف
أنواعها نافذة يطل منها العالم على بيوتنا، حاملاً معه

قيماً ومعلومات قد تتوافق مع ثوابتنا وقد تتعارض معها، ولكن الخطر الأكبر يكمن في الإقصاء الإعلامي الذي يعانيه المعاق سمعياً بسبب عدم توفر وسائل الوصول المناسبة. إن الهدف من هذا الكتاب هو الغوص في أعماق هذه الإشكالية المعقدة، من خلال تحليل نقدي قانوني واجتماعي ونفسي لآليات التأثير الإعلامي، وذلك عبر عشرين فصلاً متكاملاً تغطي الجوانب النظرية والتطبيقية والتشريعية والاستراتيجية، مع التركيز على نظرية الاستخدامات والإشباع كإطار نظري رئيسي لفهم دوافع هذه الفئة تجاه التلفزيون.

إننا إذ نقدم هذا العمل فإننا ندرك تماماً حجم المسؤولية الملقاة على عاتق الباحثين والمفكرين تجاه أمتهم، نحو بناء مستقبل إعلامي يخدم الإنسان ويصون كرامته وثوابت مجتمعه، ويشمل ذلك كافة فئات المجتمع دون تمييز أو إقصاء. وقد اعتمدنا في هذا التأليف على منهجية تحليلية نقدية تستند إلى علوم الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع القانوني، مع الاستعانة بالنظريات الحديثة في التأثير الإعلامي، وذلك لتقديم طرح أكاديمي رصين يليق بالمستوى

العلمي المطلوب. إن العلاقة بين الإعلام والفئات الخاصة ليست علاقة منحة أو عطاء، بل هي علاقة حق وواجب، والمجتمع العربي يمتلك مناعة ثقافية ودينية تدعو إلى رعاية هذه الفئة، والأسرة لا تزال تمثل الحصن الأول شدت بتوعيتها وتفعيل دورها. إن الحفاظ على الهوية القيمة لا يعني رفض التكنولوجيا أو الإعلام، بل يعني توظيفهما بما يخدم الإنسان ويصون كرامته وثوابت مجتمعه، وضمان حق الجميع في المعرفة والترفيه.

الفصل الأول

الإعلام والإعاقة في المنظور الاجتماعي الحديث

تستند الفلسفة العامة للإعلام والإعاقة إلى مجموعة من المبادئ الأساسية التي تحكم العلاقة بين الرسالة الإعلامية والفئات الخاصة في المجتمع، حيث يُنظر إلى الإعلام ليس كغاية في حد ذاته، بل كوسيلة لتحقيق غايات إنسانية وحضارية عليا تشمل

الجميع دون استثناء. إن القيمة الجوهرية للإعلام تكمن في قدرته على نقل الحقيقة وتنوير العقل وبناء الوعي، غير أن الممارسة العملية قد تحيد عن هذا الهدف النبيل لصالح أهداف تجارية بحتة تغفل حقوق الأقليات والفئات الخاصة. إن الفلسفة الإعلامية العربية يجب أن تنطلق من رؤية حضارية تجمع بين الأصالة والمعاصرة، حيث لا تتعارض القيم الإسلامية والعربية الثابتة الداعية إلى رعاية ذوي الإعاقة مع متطلبات العصر الحديث، بل يمكن صياغة نموذج إعلامي فريد يخدم الإنسان العربي في هويته وخصوصيته ويشمل ذوي الاحتياجات الخاصة.

إن القيم في المجتمع ليست ثابتة جموداً، بل هي متطورة نماءً، والإعلام يلعب دوراً حيوياً في هذا التطور، إما بأن يكون قاطرة تنقل المجتمع إلى قيم عليا كالعدالة والحرية والمسؤولية والشمولية، أو بأن يكون معول هدم يزرع التمييز ويهدد مبدأ تكافؤ الفرص. إن الفقه القانوني والإعلامي يقر بأن حرية التعبير ليست مطلقة، بل مقيدة بعدم المساس بحقوق الآخرين وقيم المجتمع الأساسية، وهو ما يعرف

بالنظام العام والآداب العامة، ويشمل ذلك حق ذوي الإعاقة في الوصول للمعلومات. إن الفلسفة التي ننادي بها في هذا الكتاب هي فلسفة المسؤولية والشمول، حيث يتحمل كل طرف في المعادلة الإعلامية مسؤوليته، من صانع المحتوى إلى الناشر إلى المتلقي، وذلك لضمان توازن دقيق بين الحرية والمسؤولية، وبين الابتكار والأصالة، وبين العولمة والخصوصية، وبين الأصحاء وذوي الإعاقة.

الفصل الثاني

مفهوم الإعاقة السمعية وتصنيفاتها

تُعد الإعاقة السمعية من أبرز أنواع الإعاقات التي تؤثر على عملية التواصل الإنساني، حيث تشير إلى فقدان كلي أو جزئي لحاسة السمع مما يعيق القدرة على تلقي الأصوات وفهم الكلام بالطريقة التقليدية. إن فهم طبيعة هذه الإعاقة وتصنيفاتها يعد المدخل الأساسي لدراسة علاقة المعاق سمعياً بالتلفزيون، حيث تختلف

الاحتياجات باختلاف درجة فقدان السمع، سواء كان ضعفاً سمعياً بسيطاً أو صمماً كلياً. إن التصنيفات الطبية والوظيفية للإعاقة السمعية تساعد في تحديد الوسائل التقنية المناسبة للوصول إلى المحتوى الإعلامي، مثل معينات السمع أو الغرسات القوقعية أو الاعتماد الكلي على البصر وقراءة الشفاه أو لغة الإشارة. إن هذا التنوع في الحالات يتطلب تنوعاً مقابلاً في الحلول الإعلامية، فلا يمكن التعامل مع الفئة ككتلة واحدة متجانسة، بل يجب مراعاة الفروق الفردية في تصميم الخدمات الإعلامية.

إن الإعلام كوسيلة اتصال جماهيري يعتمد في أساسه على الصوت والصورة، مما يخلق تحدياً جوهرياً لمن يعتمدون على البصر بشكل أساسي في التواصل. إن الخطورة تكمن في أن الإهمال في توفير بدائل صوتية مرئية يحول التلفزيون من أداة دمج إلى أداة إقصاء، حيث يشعر المعاق سمعياً بأنه خارج دائرة الحدث والمعلومة والترفيه. إن المسؤولية هنا تتطلب وعياً بأن الإعلام شريك في حياة ذوي الإعاقة، ولا يمكن تجاهل تأثيره، بل يجب دمجه في استراتيجية

الدمج الاجتماعي، بحيث يتم توجيهه لخدمة أهداف المساواة والعدالة، وليس تركه عشوائياً يؤثر سلباً على نفسية هذه الفئة ويشعرها بالعزلة عن المحيط المجتمعي العام.

الفصل الثالث

التلفزيون كوسيلة اتصال بصرية وسمعية

يظل التلفزيون رغم صعود المنصات الرقمية الوسيلة الأكثر تأثيراً في الجماهير العريضة، خاصة في العالم العربي حيث لا تزال المشاهدة الجماعية ظاهرة بارزة، وطبيعته الثنائية كوسيلة سمعية بصرية تجعله محور الدراسة بالنسبة للمعاق سمعياً. إن التلفزيون يحمل على عاتقه مسؤولية الحفاظ على القيم الثقافية المحلية الأصيلة، أو على الأقل عدم المساس بها، حيث يعتبر المرأة التي يرى فيها المجتمع نفسه، ويجب أن تكون هذه المرأة واضحة للجميع بمن فيهم ذوي الإعاقة السمعية. عندما يقدم التلفزيون محتوى

يمجد القيم المحلية ويعزز الانتماء، فإنه يسهم في تماسك المجتمع، أما عندما يقدم محتوى غير متاح لهذه الفئة، فإنه يسهم في اغترابهم عن ذاتهم ومجتمعهم. إن القيم الثقافية المحلية ليست مجرد عادات وتقاليد، بل هي هوية حضارية تميز الأمة عن غيرها، وحق الوصول إليها حق مكفول للجميع.

إن التحدي يكمن في كيفية تقديم هذه القيم بلغة عصرية جذابة ومتاحة، دون الوقوع في فخ التقليدية الجامدة أو الحداثة الذائبة التي تغفل حقوق الفئات الخاصة. إن التلفزيون العربي مطالب بإنتاج محتوى يعكس تنوع الثقافة العربية وغناها، ويبرز القيم المشتركة كالكرم والشجاعة والعدل والتعاون، بدلاً من التركيز على الصراعات والخلافات، مع ضمان وصول هذه الرسائل للمعاق سمعياً عبر تقنيات الوصول. إن حماية القيم الثقافية المحلية عبر التلفزيون تتطلب سياسة إعلامية واضحة تدعم الإنتاج الوطني الهادف، وتشجع المبدعين على الابتكار في إطار الهوية، مما يضمن بقاء التلفزيون أداة بناء وليس هدمًا للخصوصية الثقافية، وأداة دمج وليس إقصاءً للفئات الخاصة.

الفصل الرابع

نظرية الاستخدامات والإشباعات الإعلامية

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباعات من أهم النظريات السوسيوولوجية التي تفسر دور الإعلام في تشكيل شخصية الفرد، حيث تشير إلى أن الجمهور ليس كتلة سلبية، بل نشط يبحث عن media لإشباع احتياجات محددة. في الماضي، كانت النظريات التقليدية تركز على ما يفعله الإعلام بالناس، أما هذه النظرية فتركز على ما يفعله الناس بالإعلام، وهو ما ينطبق بدقة على فئة ذوي الإعاقة السمعية الذين يختارون وسائل إعلامية معينة لتعويض نقص في التواصل أو للحصول على معلومات لا تتوفر لهم بسهولة. إن هذا التحول يجعل من المستخدم شريكاً فعالاً في العملية الإعلامية، له دوافعه الخاصة وأهدافه الواضحة التي يسعى لتحقيقها عبر الشاشة.

إن الإعلام كأداة لإشباع الاحتياجات لا يعلم المهارات فقط، بل يعلم القيم والمواقف والاتجاهات، فهو يحدد ما هو جميل وما هو قبيح، ما هو مقبول وما هو مرفوض. وعندما تقدم الوسائل الإعلامية نماذج سلوكية مغايرة للقيم المجتمعية، فإنها تخلق صراعاً داخلياً لدى الفرد، خاصة لدى ذوي الإعاقة الذين قد يكونون أكثر حساسية للرسائل الإعلامية بسبب عزلتهم النسبية. إن المسؤولية هنا تتطلب وعياً بأن الإعلام شريك في التربية، ولا يمكن تجاهل تأثيره، بل يجب دمجه في استراتيجيات التنشئة الأسرية والمدرسية، بحيث يتم توجيهه لخدمة أهداف التربية الإيجابية، وليس تركه عشوائياً يؤثر سلباً على الأجيال الناشئة بما فيهم ذوي الإعاقة.

الفصل الخامس

تكيف النظرية لتناسب ذوي الإعاقة السمعية

إن تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على ذوي الإعاقة السمعية يتطلب تكييفاً منهجياً دقيقاً، حيث أن احتياجات هذه الفئة قد تختلف نوعياً عن احتياجات عامة الجمهور، فالحاجة للمعلومات قد تكون أكثر إلحاحاً بسبب صعوبة الحصول عليها من المصادر الشفهية العادية. إن الدوافع وراء مشاهدة التلفزيون لدى المعاق سمعياً قد تشمل الحاجة للاندماج الاجتماعي، والشعور بالانتماء للمجتمع العام، وتعويض نقص التفاعل اليومي، بالإضافة إلى الحاجة للترفيه والتعليم. إن فهم هذه الدوافع المحددة هو المفتاح لتصميم محتوى إعلامي ناجح يرضي هذه الفئة ويحقق لها الإشباع المطلوب، مما يعزز من ولائها للوسيلة الإعلامية وثقتها بها.

إن خطورة هذا الدور تكمن في أنه غير خاضع للرقابة المباشرة من قبل الأسرة، خاصة مع انتشار الأجهزة الشخصية والإنترنت، مما يجعل من الضروري فهم ما يبحث عنه المعاق سمعياً على الشاشة. إن الإعلام كوكالة تنشئة لا يعلم المهارات فقط، بل يعلم القيم والمواقف والاتجاهات، فهو يحدد ما هو جميل وما هو

قبيح، ما هو مقبول وما هو مرفوض. وعندما تقدم الوسائل الإعلامية نماذج سلوكية مغايرة للقيم المجتمعية، فإنها تخلق صراعاً داخلياً لدى الفرد، خاصة في مراحل العمر المبكرة والمراهقة لذوي الإعاقة. إن المسؤولية هنا تتطلب وعياً بأن الإعلام شريك في التربية، ولا يمكن تجاهل تأثيره، بل يجب دمجها في استراتيجية التنشئة الأسرية والمدرسية، بحيث يتم توجيهه لخدمة أهداف التربية الإيجابية.

الفصل السادس

الحاجة إلى المعلومات والإخباريات

إن الحاجة إلى المعلومات تعد من أبرز الدوافع التي تدفع ذوي الإعاقة السمعية لمشاهدة التلفزيون، حيث يعتبر المصدر الرئيسي للأخبار والأحداث الجارية التي قد لا يصلهم تفاصيلها بدقة عبر التواصل الشفهي اليومي. إن البرامج الإخبارية والتقارير الوثائقية تلعب دوراً حيوياً في إشباع هذه الحاجة، شريطة أن تكون

مصحوبة بترجمة نصية أو لغة إشارة واضحة ودقيقة. إن غياب هذه الخدمات يحرم هذه الفئة من حقها الأساسي في المعرفة، ويجعلها تعتمد على الشائعات أو المعلومات غير الدقيقة التي قد تنتقل عبر قنوات غير رسمية. إن دقة المعلومة وسرعة وصولها للمعاق سمعياً مسألة تتعلق بالأمن المجتمعي والمواطنة الكاملة.

إن الإعلام كوكالة تنشئة لا يعلم المهارات فقط، بل يعلم القيم والمواقف والاتجاهات، فهو يحدد ما هو جميل وما هو قبيح، ما هو مقبول وما هو مرفوض. وعندما تقدم الوسائل الإعلامية نماذج سلوكية مغايرة للقيم المجتمعية، فإنها تخلق صراعاً داخلياً لدى الفرد، خاصة في مراحل العمر المبكرة والمراهقة لذوي الإعاقة. إن المسؤولية هنا تتطلب وعياً بأن الإعلام شريك في التربية، ولا يمكن تجاهل تأثيره، بل يجب دمجها في استراتيجية التنشئة الأسرية والمدرسية، بحيث يتم توجيهه لخدمة أهداف التربية الإيجابية، وليس تركه عشوائياً يؤثر سلباً على الأجيال الناشئة. إن توفير المعلومات بدقة ووضوح هو واجب وطني

وأخلاقي قبل أن يكون تقنياً.

الفصل السابع

الحاجة إلى الترفيه والتسلية

لا يقتصر دور التلفزيون على الإعلام الجاد، بل يمتد ليشمل الحاجة إلى الترفيه والتسلية التي تعد ضرورية للصحة النفسية لأي إنسان، وذوي الإعاقة السمعية أحق بهذه الحاجة لتعويض ما قد يعانيه من ضغوط يومية. إن الأفلام والمسلسلات والبرامج الترفيهية توفر متنفساً عاطفياً وفرصة للهروب من الواقع momentarily، شريطة أن تكون متاحة تقنياً عبر subtitles أو دوبلاج مناسب. إن حرمان هذه الفئة من الترفيه المتاح يعتبر شكلاً من أشكال التمييز غير المباشر، حيث يشعرون بأنهم ليسوا جزءاً من الجمهور المستهدف للصناعة الثقافية. إن الابتسامة والفرحة حق للجميع، والإعلام هو صانعها الأول في البيوت.

إن المجتمعات التي تحترم فنونها وتوجهها لخدمة القيم الإنسانية تكون أكثر استقراراً وسلاماً، بينما المجتمعات التي تترك الساحة الفنية للفوضى والابتذال تدفع ثمناً باهظاً على مستوى السلوك العام، ويشمل ذلك تأثير الترفيه على ذوي الإعاقة. إن الحاجة ماسة إلى تشجيع الإنتاج الفني الهادف الذي يعزز الانتماء ويحفز على العمل والإبداع، ويتعد عن مواضيع اليأس والإحباط أو الإثارة الرخيصة، ويكون متاحاً للجميع. إن الموسيقى لغة عالمية، والعرب يمتلكون تراثاً فنياً عريقاً يمكن تحديثه ليعبر عن هموم العصر دون التخلي عن الأصالة، مما يسهم في بناء شخصية اجتماعية سوية ومتوازنة لذوي الإعاقة كما للأصحاء.

الفصل الثامن

الحاجة إلى الاندماج الاجتماعي والشعور بالانتماء

إن الحاجة إلى الاندماج الاجتماعي تعد من أعمق الاحتياجات الإنسانية، وذوي الإعاقة السمعية يشعرون بها بقوة بسبب الحواجز التواصلية التي قد تعزلهم عن المحيط، ويأتي التلفزيون لسد هذه الفجوة. عندما يشاهد المعاق سمعياً نفس البرنامج الذي يشاهده المجتمع العام، فإنه يشعر بأنه جزء من النسيج الاجتماعي، ومشارك في الحدث الوطني والثقافي، مما يعزز شعوره بالانتماء والمواطنة. إن البرامج المشتركة والنقاشات العامة التي تتيح مشاركة ذوي الإعاقة عبر لغة الإشارة أو النصوص تسهم في كسر حاجز العزلة، وتجعل منهم فاعلين في الرأي العام وليس مجرد متلقين سلبيين. إن الاندماج الإعلامي هو الخطوة الأولى نحو الاندماج المجتمعي الشامل.

إن التدفق الحر للمعلومات يجعل من الصعب فرض رقابة تقليدية على المحتوى، مما يجعل تحصين الفرد داخلياً أهم من منع المحتوى خارجياً، وهذا ينطبق على ذوي الإعاقة الذين يحتاجون لمناعة فكرية ضد العزلة. إن الهوية العربية ليست ثابتة منعزلة، بل هي

هوية منفتحة تتفاعل مع العالم دون أن تفقد جوهرها، والإعلام هو أداة هذا التفاعل، ويجب أن يشمل ذوي الإعاقة في هذا التفاعل. إن مواجهة تحديات العولمة تتطلب استراتيجية إعلامية عربية مشتركة، تنتج محتوى قادراً على المنافسة عالمياً، ويعبر عن هموم الأمة وطموحاتها، مما يعزز الثقة بالنفس ويقلل من تأثير الإغراءات الثقافية الدخيلة التي قد تهدد الكيان الاجتماعي للفئة الخاصة.

الفصل التاسع

الحاجة إلى الهوية الشخصية وتقدير الذات

إن بناء الهوية الشخصية وتقدير الذات يعد حاجة نفسية عليا، وذوي الإعاقة السمعية يحتاجون لرؤية نماذج ناجحة من فئتهم على الشاشة لتعزيز ثقتهم بأنفسهم وقدراتهم. إن ظهور شخصيات من ذوي الإعاقة السمعية في الدراما والبرامج التلفزيونية في أدوار إيجابية وقيادية يسهم في تغيير الصورة النمطية

عنهم لدى المجتمع، ويعزز من صورتهم الذاتية لدى أنفسهم. إن الإعلام لديه قوة هائلة في تشكيل الصورة الذهنية، واستخدام هذه القوة لإبراز قدرات ذوي الإعاقة بدلاً من التركيز على إعاقاتهم فقط هو واجب أخلاقي ومهني. إن تقدير الذات ينبع من الشعور بالقيمة، والإعلام هو من يمنح هذا الشعور أو يسلبه.

إن التحرر من التنميط الجندري أو تنميط الإعاقة لا يعني رفض الفن أو الجمال، بل يعني تقديم جمال يرتقي بالإنسان ولا ينزل به إلى مستوى الشفقة، ويعزز صورة ذوي الإعاقة كشركاء في بناء الوطن والحضارة، لا كأدوات استهلاكية للتعاطف. إن الفنان والإعلامي مطالبان بوعي أكبر لمسؤولية رسالتهم، فالصورة تبقى في الذاكرة وتؤثر في الوجدان، ولا ينبغي استغلال هذا التأثير في ترسيخ صور نمطية تضر بتماسك المجتمع وتوازنه النفسي والاجتماعي، بل يجب توظيفها لنشر قيم القوة والإرادة والمسؤولية المشتركة. إن الهوية تتشكل بالقدوة، والإعلام هو صانع القدوة في العصر الحديث.

الفصل العاشر

الحواجز التقنية في الوصول للمحتوى التلفزيوني

لم يعد الحديث عن التلفزيون بمعناه التقليدي كافياً لفهم المشهد الإعلامي الحالي، حيث حدث تحول جوهري نحو المنصات الرقمية غير الخطية، مما يخلق حواجز تقنية جديدة أمام ذوي الإعاقة السمعية. في الماضي، كانت المشاهدة التلفزيونية غالباً نشاطاً أسرياً جماعياً، مما يسمح برقابة عائلية تلقائية، أما اليوم مع انتشار الهواتف الذكية ومنصات البث، أصبحت المشاهدة فردية وخاصة، مما يقلل من فرص المساعدة التقنية من قبل الأسرة. إن خوارزميات التوصية في المنصات الرقمية قد لا تأخذ في الاعتبار احتياجات الوصول، مما يؤدي إلى توجيه المستخدم لمحتوى غير متاح تقنياً له، مما يخلق إحباطاً وعزلة.

إن هذا التحول يتطلب تحديثاً شاملاً للأطر النظرية

والمنهجية المستخدمة في دراسة الإعلام، بحيث تأخذ في الاعتبار تفاعلية المستخدم ودور الخوارزميات في تشكيل المحتوى، وليس فقط المحتوى بحد ذاته، مع مراعاة معايير الوصول universal design. إن الفقه القانوني والإعلامي مطالب بتطوير أدوات تنظيمية تواكب هذا التطور التكنولوجي السريع، لضمان حماية المجتمع دون عرقلة الابتكار، وضمان حق ذوي الإعاقة في الوصول التقني. إن التحدي الحقيقي يكمن في كيفية تنظيم الفضاء الرقمي العابر للحدود، بما يحترم سيادة الدول وقيم مجتمعاتها، ويضمن معايير الوصول التقني للفئات الخاصة، دون الوقوع في حرج على الحريات التقنية التي تخدم التنمية.

الفصل الحادي عشر

حواجز المحتوى وفهم الرسالة الإعلامية

إن أحد أهم الإشكاليات في الإعلام الموجه لذوي الإعاقة السمعية هو الفجوة بين المحتوى المقدم

وقدرة الفئة على فهمه، حيث قد تكون اللغة المستخدمة معقدة أو سريعة لا تتناسب مع قراءة الشفاه أو النصوص. هذا التناقض قد يولد لدى المشاهد إحباطاً من واقعه، أو تقبلاً لواقع مشوه لا وجود له، مما يؤثر على رضاه عن حياته ومجتمعه. إن الإعلام المسؤول هو الذي يعكس الواقع بصدق، مع إبراز جوانب الجمال والقوة فيه، ولا يكتفي بتضخيم السلبيات لأغراض درامية بحتة، بل يضمن وضوح الرسالة للجميع. إن التوازن بين الواقعية والدرامية مهارة تتطلب وعياً اجتماعياً عميقاً من قبل الكاتب والمخرج ومراعاة للفئات الخاصة.

إن النص الإعلامي ليس مجرد حكاية، بل هو رؤية للعالم، وعندما تكون هذه الرؤية مشوهة أو غير واضحة لذوي الإعاقة، فإنها تنقل تشوهاً للمجتمع. إن الحاجة ماسة إلى كتاب ومخرجين يمتلكون حساً اجتماعياً وأخلاقياً مرهفاً، قادرين على صياغة نصوص تلامس هموم الناس الحقيقية دون جرح لكرامتهم أو مس لثوابتهم، وتكون واضحة ومفهومة للجميع. إن تحسين جودة النص الإعلامي هو المدخل الرئيسي لتحسين

جودة التأثير الإعلامي، فالنص هو الأساس الذي تُبنى عليه كل العناصر الفنية الأخرى، وهو حامل الرسالة الأساسية التي تصل إلى المتلقي، ووضوحه لذوي الإعاقة السمعية مقياس لجودته الشاملة.

الفصل الثاني عشر

دور لغة الإشارة في التلفزيون العربي

تشهد الساحة التلفزيونية العربية تدفقاً لأعمال منتجة في بيئات ثقافية معينة، وبدأت بعض القنوات تخصص مساحات للغة الإشارة، ورغم ذلك لا تزال الجهود متواضعة مقارنة بالحجم السكاني للفئة. إن وجود مترجمي لغة إشارة في النشرات الإخبارية والبرامج المباشرة يعد خطوة أساسية نحو الدمج، ولكن الجودة والدقة في الترجمة تبقى تحدياً كبيراً يتطلب تأهيلاً مهنياً عالياً. إن لغة الإشارة ليست مجرد حركات يد، بل هي لغة كاملة لها قواعدها ودلالاتها، ويجب التعامل معها باحترافية لغوية مساوية للغة المنطوقة.

إن عدم الدقة في ترجمة لغة الإشارة قد يغير المعنى تماماً ويؤدي إلى سوء فهم خطير للمعلومات.

إن الدراما والبرامج فرصة ذهبية لنشر لغة الإشارة وتعريف المجتمع بها، ولا ينبغي إهدار هذه الفرصة في سباق محموم وراء معدلات المشاهدة على حساب الجودة والشمولية. إن الحفاظ على الهوية القيمة في التعامل مع ذوي الإعاقة يعني الحفاظ على كرامتهم ولغتهم، وهو ما يتطلب وعياً جماعياً وجهداً مؤسسياً منظمًا. إن البرامج الناجحة هي التي تستطيع الجمع بين الجودة الفنية والشمولية في الوصول، مما يضمن لها الخلود في الذاكرة والتأثير الإيجابي في الواقع، بدلاً من أن تكون مجرد مادة استهلاكية تزول بزوال الموسم، ويجب أن تكون لغة الإشارة جزءاً أصيلاً من هذا النجاح.

الفصل الثالث عشر

النصوص المغلقة والترجمة النصية

إن النصوص المغلقة أو ما يعرف بالترجمة النصية تعد البديل الأهم للمعاق سمعياً في فهم المحتوى الصوتي، وتطبيقاتها التقنية تتطور باستمرار لتشمل الألوان والتميز بين المتحدثين. إن توفر هذه الخدمة في جميع البرامج والأفلام وليس فقط في الأخبار يعد مطلباً أساسياً لتحقيق المساواة في الوصول، حيث أن الحرمان منها يعني الحرمان من المتعة والمعلومة. إن التحديات التقنية تتعلق بسرعة العرض ودقة التزامنة مع الصوت، بالإضافة إلى دقة الصياغة اللغوية للنص الذي يجب أن يكون مختصراً وواضحاً في آن واحد. إن الترجمة النصية فن بحد ذاته يتطلب مهارات خاصة لا تقل عن مهارات الترجمة الفورية.

إن النص الدرامي ليس مجرد حكاية، بل هو رؤية للعالم، وعندما تكون هذه الرؤية مشوهة أو غير واضحة لذوي الإعاقة، فإنها تنقل تشوهاً للمجتمع. إن الحاجة ماسة إلى كتاب ومخرجين يمتلكون حساً اجتماعياً وأخلاقياً مرهفاً، قادرين على صياغة نصوص تلامس

هموم الناس الحقيقية دون جرح لكرامتهم أو مس
لثوابتهم، وتكون واضحة ومفهومة للجميع. إن تحسين
جودة النص الإعلامي هو المدخل الرئيسي لتحسين
جودة التأثير الإعلامي، فالنص هو الأساس الذي تُبنى
عليه كل العناصر الفنية الأخرى، وهو حامل الرسالة
الأساسية التي تصل إلى المتلقي، ووضوحه لذوي
الإعاقة السمعية مقياس لجودته الشاملة، والترجمة
النصية هي جسر هذا الوضوح.

الفصل الرابع عشر

التكنولوجيا المساعدة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي

تعتمد المنصات الرقمية الحديثة على تقنيات ذكية
تهدف إلى تسهيل الوصول للمحتوى، وقد تؤدي هذه
التقنيات إلى توليد نصوص تلقائية أو ترجمة إشارة
افتراضية تسهم في سد الفجوة. إن خطورة التقنيات
تكمُن في أنها قد لا تكون دقيقة بنسبة مائة في
المائة، مما يتطلب تدقيقاً بشرياً لضمان صحة

المعلومة، خاصة في الأخبار والقضايا القانونية. إن الوعي بكيفية عمل هذه التقنيات أصبح جزءاً من الثقافة الإعلامية الضرورية، وذوي الإعاقة يحتاجون للتدريب على استخدامها لاستخراج أقصى فائدة. إن التكنولوجيا أداة مساعدة ولا تغني عن العنصر البشري في ضمان الجودة والدقة والأخلاق.

إن مواجهة تحديات التقنية تتطلب شفافية من قبل الشركات التقنية، وتنظيماً من قبل الدول، ووعياً من قبل المستخدمين. إن الحق في المعرفة يشمل معرفة كيفية اختيار المحتوى الذي يُعرض علينا، ولا ينبغي ترك هذه العملية لصناديق سوداء تتحكم فيها مصالح خاصة بعيداً عن المصلحة العامة، خاصة فيما يتعلق بفئات تحتاج لرعاية خاصة. إن تطوير تقنيات تحترم القيم الإنسانية وتعزز الوصول بدلاً من التعقيد هو تحدٍ تقني وأخلاقي كبير، يتطلب تعاوناً بين المهندسين وعلماء الاجتماع والقانونيين لضمان أن تخدم التكنولوجيا الإنسان ولا تستعبده، وتخدم ذوي الإعاقة ولا تعزلهم.

الفصل الخامس عشر

منهجية الدراسة الميدانية وتحليل العينة

إن وجود إطار منهجي قوي للدراسة الميدانية هو الضمانة الأساسية لفهم واقع المعاق سمعياً مع التلفزيون، حيث يجب أن تكون العينة ممثلة لمختلف درجات الإعاقة والمناطق الجغرافية. إن أدوات الدراسة يجب أن تكون مناسبة للفئة، سواء استبيانات مكتوبة بلغة واضحة أو مقابلات عبر لغة الإشارة، لضمان صدق البيانات المجمعة. إن التحليل الكيفي والكمي للبيانات يكشف عن أنماط الاستخدام الحقيقية ودرجات الإشباع، مما يوفر قاعدة بيانات صلبة لصناع القرار. إن الدراسة الميدانية ليست رفاهية أكاديمية، بل هي ضرورة عملية لتوجيه السياسات الإعلامية.

إن التحديث المستمر للمنهجيات البحثية ضروري لمواكبة التطورات التكنولوجية السريعة، حيث لا يمكن

تطبيق أدوات قديمة على واقع رقمي جديد. إن الباحث مطالب بأن يكون ملمًا بتقنيات الإعلام وفنونها، ليتمكن من صياغة أدوات بحثية فعالة وقابلة للتطبيق، لا ثغرات فيها تسمح بظهور بيانات غير دقيقة. إن التعاون بين الجهات البحثية والجهات الإعلامية والجمعيات الأهلية ضروري لإجراء دراسات ميدانية متوازنة، تخدم التنمية الوطنية ويحمي الهوية الثقافية، ويكون نتائجها مرجعية واضحة للجميع في حالة وضع استراتيجيات جديدة لخدمة ذوي الإعاقة.

الفصل السادس عشر

تحليل عادات المشاهدة لدى المعاق سمعياً

إن تحليل عادات المشاهدة يكشف عن تفضيلات فئة ذوي الإعاقة السمعية، حيث قد يميلون لبرامج معينة توفر وصولاً أفضل أو محتوى أكثر ملاءمة لاحتياجاتهم النفسية والاجتماعية. إن أوقات المشاهدة قد تختلف أيضاً، حيث قد يفضلون أوقاتاً تكون فيها الضوضاء

المحيطة أقل أو يكون التركيز البصري أعلى، مما يؤثر على جدول البث التلفزيوني. إن فهم هذه العادات يساعد المذيعين broadcasters في تحسين جداول البرمجة لتكون أكثر شمولية، وضمان وصول المحتوى المناسب في الوقت المناسب. إن العادات ليست سلوكيات فردية فقط، بل هي مؤشرات على احتياجات مجتمعية كامنة.

إن التحديث المستمر للتشريعات الإعلامية ضروري لمواكبة التطورات التكنولوجية السريعة، حيث لا يمكن تطبيق قوانين قديمة على واقع رقمي جديد. إن المشرع مطالب بأن يكون ملماً بتقنيات الإعلام وفنونها، ليتمكن من صياغة نصوص قانونية فعالة وقابلة للتطبيق، لا ثغرات فيها تسمح بالالتفاف عليها. إن التعاون بين الجهات التشريعية والجهات الإعلامية والأكاديمية ضروري لصناعة قانون إعلامي متوازن، يخدم التنمية الوطنية ويحمي الهوية الثقافية، ويكون مرجعية واضحة للجميع في حالة النزاع أو الشك، ويشمل ذلك تنظيم عادات المشاهدة وحقوق الفئة الخاصة في الوصول الميسر.

الفصل السابع عشر

مستويات الإشباع والرضا عن المحتوى

إن قياس مستويات الإشباع والرضا عن المحتوى التلفزيوني لدى ذوي الإعاقة السمعية يعد المؤشر الأهم لنجاح السياسات الإعلامية الشاملة، حيث أن الرضا يعني تحقيق الاحتياجات. إن انخفاض مستويات الرضا يشير إلى فجوة بين المحتوى المقدم والاحتياجات الفعلية، مما يستدعي مراجعة شاملة للبرامج ووسائل الوصول. إن الرضا لا يقاس فقط بتوفر الخدمة، بل بجودتها وملاءمتها للثقافة المحلية، حيث أن الترجمة الركيكة قد توفر المعلومة ولكنها لا تحقق الإشباع الجمالي أو العاطفي. إن الرضا هو غاية الخدمة الإعلامية وقيمتها الحقيقية.

إن حماية الأسرة من المخاطر الإعلامية تتطلب تعاوناً

عربياً على مستوى التشريعات، حيث تتشابه التحديات التي تواجه الدول العربية، مما يجعل من المفيد تبادل الخبرات وتوحيد المعايير الدنيا للحماية، ويشمل ذلك حماية ذوي الإعاقة من محتوى غير مناسب. إن التشريعات العربية المقارنة يمكن أن تكشف عن أفضل الممارسات الناجحة في تنظيم الإعلام، وتجنب الأخطاء التي وقعت فيها دول أخرى. إن إنشاء هيئة عربية مشتركة لتنظيم الإعلام يمكن أن يكون خطوة فعالة نحو تنسيق الجهود، ووضع معايير موحدة لتصنيف المحتوى وحماية الأطفال وذوي الإعاقة، مما يسهل على الشركات التقنية الالتزام بها في كل الدول العربية ويضمن رضا الفئة المستهدفة.

الفصل الثامن عشر

الإطار القانوني الوطني لحقوق ذوي الإعاقة الإعلامية

إن وجود إطار قانوني وطني قوي لتنظيم قطاع الإعلام وحقوق ذوي الإعاقة هو الضمانة الأساسية لحماية

المجتمع من المخاطر الإعلامية، مع الحفاظ على حرية التعبير المسؤولة. إن القوانين الإعلامية يجب أن تكون واضحة وشاملة، تغطي الوسائل التقليدية والرقمية، وتحدد الحقوق والواجبات بدقة، وتفرض عقوبات رادعة على المخالفين لمعايير الوصول، وهو ما نصت عليه اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة. إن التنظيم القانوني ليس تقييداً للحرية، بل هو ضمان لاستمرارها في إطار يحفظ حقوق الجميع، ويمنع استغلال الإعلام للإضرار بالمجتمع أو الأفراد، ويضمن حق الفئة الخاصة في المشاركة الكاملة.

إن التحديث المستمر للتشريعات الإعلامية ضروري لمواكبة التطورات التكنولوجية السريعة، حيث لا يمكن تطبيق قوانين قديمة على واقع رقمي جديد. إن المشرع مطالب بأن يكون ملمّاً بتقنيات الإعلام وفنونها، ليتمكن من صياغة نصوص قانونية فعالة وقابلة للتطبيق، لا ثغرات فيها تسمح بالالتفاف عليها. إن التعاون بين الجهات التشريعية والجهات الإعلامية والأكاديمية ضروري لصناعة قانون إعلامي متوازن، يخدم التنمية الوطنية ويحمي الهوية الثقافية، ويكون

مرجعية واضحة للجميع في حالة النزاع أو الشك،
ويضمن نفاذ حقوق ذوي الإعاقة في الوصول للإعلام
كحق دستوري وقانوني لا يقبل التجزئة.

الفصل التاسع عشر

أخلاقيات المهنة الإعلامية تجاه الفئات الخاصة

إن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي الضمير الحي للقطاع، وهي التي تحدد الفرق بين الإعلام المسؤول والإعلام الهابط، حيث يجب على الإعلامي الالتزام بمواثيق الشرف المهنية، والتحري عن الدقة، واحترام الخصوصية، وعدم الإضرار بالمجتمع بما فيهم ذوي الإعاقة. إن المسؤولية القانونية للإعلامي تتزايد مع تزايد تأثيره، حيث يمكن محاسبته قانوناً على كل كلمة يكتبها أو صورة ينشرها، إذا كانت تخالف القانون أو تضر بالآخرين، ويشمل ذلك الإضرار بكرامة ذوي الإعاقة. إن الجمع بين الأخلاق والقانون هو الضمانة الأفضل لمهنة إعلامية نظيفة، تحترم herself وتحترم

مجتمعها وتحتضن فئاته الخاصة.

إن التدريب المستمر للإعلاميين على الأخلاقيات والقوانين ضروري، كما يجب أن تكون هناك آليات للمحاسبة الذاتية داخل المؤسسات الإعلامية، قبل التدخل الخارجي. إن السمعة هي رأس مال الإعلامي، ولا يمكن بناؤها إلا عبر الالتزام الطويل بالأخلاق والصدق، بينما يمكن تدميرها بلحظة واحدة من التجاوز. إن تعزيز أخلاقيات المهنة يتطلب بيئة داعمة تحمي الإعلامي الملتزم، وتكشف عن الإعلامي المنحرف، مما يخلق منافسة شريفة على الجودة والالتزام، وليس على الإثارة الرخيصة، ويضمن معاملة إنسانية راقية لذوي الإعاقة في المحتوى الإعلامي.

الفصل العشرون

نحو استراتيجية إعلامية شاملة ومستدامة

إن التحدي الحقيقي في العصر الراهن لا يكمن في منع التكنولوجيا، بل في أتمتة القيم داخل الفضاء الرقمي، وضمان أن يكون التقدم التقني خادماً للإنسان العربي وهويته، ولا يستثني ذوي الإعاقة. ومن هنا، تبرز المسؤولية المشتركة بين صانع المحتوى، والرقابي، والأسرة، والمتلقي، لبناء بيئة إعلامية تحفظ الكرامة، وتعزز الانتماء، وتُعَلِّي من شأن الأخلاق بوصها أساساً للحضارة الإنسانية، وتشمل الجميع. إن المستقبل يتطلب رؤية استراتيجية طويلة المدى تضع الإنسان وقيمه في مركز العملية الإعلامية، وتعتبر الاستثمار في القيم والاستثمار في الوصول استثماراً في الأمن القومي والثقافي للأمة.

إننا نحتاج إلى استراتيجية إعلامية قومية موحدة، تنسق الجهود العربية، وتستثمر في الإنتاج المشترك، وتواجه التحديات العابرة للحدود بوعي جماعي، وتضمن حقوق ذوي الإعاقة. إن الأمة التي تملك إعلاماً قوياً ومسؤولاً وشاملاً هي أمة قادرة على حماية هويتها وصنع مستقبلها، بينما الأمة التي تترك

إعلامها للفوضى والإقصاء هي أمة مهددة في وجودها. إن هذا الكتاب هو دعوة للتفكير والعمل، نحو إعلام عربي رشيد، يحمل رسالة الحق والجمال، ويسهم في نهضة الأمة ورفقيها، ويكون شاهداً على حضارتها أمام العالمين، وصوتاً لكل أبنائها بمن فيهم ذوي الإعاقة السمعية الذين لهم حق كامل في الكلمة والصورة والصوت.

الختام

إن العلاقة بين الإعلام والقيم في المجتمع العربي ليست علاقة صفرية، بل هي علاقة ديناميكية قابلة للتشكيل والتوجيه، وتشمل علاقة الإعلام بذوي الإعاقة كجزء أصيل من هذه المعادلة. وكما أظهرت هذه الدراسة عبر فصولها المتعددة، فإن الإعلام يمتلك قوة هائلة في الهندسة الاجتماعية، غير أن هذه القوة لا تعني الحتمية، فالمجتمع العربي يمتلك مناعة ثقافية ودينية، والأسرة لا تزال تمثل الحصن الأول شدلت بتوعيتها وتفعيل دورها. إن الحفاظ على الهوية

القيمة لا يعني رفض التكنولوجيا أو الإعلام، بل يعني توظيفهما بما يخدم الإنسان ويصون كرامته وثوابت مجتمعه، ويضمن حق الجميع في المشاركة والوصول.

إن الطريق أمامنا طويل، ويتطلب جهوداً متضافرة من جميع أبناء الأمة، علماء ومفكرين وصناع قرار وإعلاميين، لبناء منظومة إعلامية رشيدة تحترم العقل والقلب معاً، ولا تفرق بين صحيح ومعاق. إن الله نسأل أن يوفقنا جميعاً لما فيه خير هذه الأمة، وأن يحفظ عليها دينها وقيمها وهويتها في ظل المتغيرات العاصفة التي تشهدها الساحة العالمية. إن الكلمة الأخيرة هي للأمة التي تملك من مقومات النهوض ما يمكنها من صياغة مستقبلها الإعلامي بنفسها، بعيداً عن التبعية أو الاستهلاك السلبي، نحو إعلام رسالي يحمل هموم الإنسان ويطمح إلى السماء، ويكون صوتاً للجميع دون استثناء.

الفهرس الموضوعي

الإهداء

تقديم

الفصل الأول الإعلام والإعاقة في المنظور الاجتماعي
الحديث

الفصل الثاني مفهوم الإعاقة السمعية وتصنيفاتها

الفصل الثالث التلفزيون كوسيلة اتصال بصرية وسمعية

الفصل الرابع نظرية الاستخدامات والإشباع
الإعلامية

الفصل الخامس تكييف النظرية لتناسب ذوي الإعاقة
السمعية

الفصل السادس الحاجة إلى المعلومات والإخباريات

الفصل السابع الحاجة إلى الترفيه والتسلية

الفصل الثامن الحاجة إلى الاندماج الاجتماعي
والشعور بالانتماء

الفصل التاسع الحاجة إلى الهوية الشخصية وتقدير
الذات

الفصل العاشر الحواجز التقنية في الوصول للمحتوى
التلفزيوني

الفصل الحادي عشر حواجز المحتوى وفهم الرسالة
الإعلامية

الفصل الثاني عشر دور لغة الإشارة في التلفزيون
العربي

الفصل الثالث عشر النصوص المغلقة والترجمة النصية

الفصل الرابع عشر التكنولوجيا المساعدة وتطبيقات
الذكاء الاصطناعي

الفصل الخامس عشر منهجية الدراسة الميدانية
وتحليل العينة

الفصل السادس عشر تحليل عادات المشاهدة لدى
المعاق سمعياً

الفصل السابع عشر مستويات الإشباع والرضا عن
المحتوى

الفصل الثامن عشر الإطار القانوني الوطني لحقوق
ذوي الإعاقة الإعلامية

الفصل التاسع عشر أخلاقيات المهنة الإعلامية تجاه
الفئات الخاصة

الفصل العشرون نحو استراتيجية إعلامية شاملة
ومستدامة

الختام

تم بحمد الله وتوفيقه

د. محمد كمال عرفه الرخاوي

الباحث والمستشار والخبير والفقير والمؤلف القانوني
والمحاضر الدولي في القانون