

دور وسائل التواصل الاجتماعي في رفع الوعي المجتمعي وتعزيز التفاعل مع قضايا فئة الصم وضعاف السمع

عبد السلام سالم مسعود البوسيفي - قسم السمع والنطق - كلية التقنية الطبية صرمان - جامعة صبراتة

Email: Z5973481@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.36602/famj.2025.20.3>

تاريخ النشر: 2025/8/23

تاريخ التقييم: 2025/7/30

تاريخ الارسال: 2025/7/3

الملخص:

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، مع التركيز على ذوي الإعاقة السمعية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وجمعت البيانات عبر استبانة من (60) اختصاصياً من مركزي الأمل للصم وضعاف السمع في طرابلس والزاوية، وأظهرت النتائج توافقاً عالياً حول فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في مناقشة قضايا الإعاقة السمعية، والتعريف بها وتعزيز الدمج المجتمعي، والتواصل بين الفئة ومحيطها، كما سجلت الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الجنسين لصالح الإناث، وكذلك فروقاً بين المركزين التعليميين لصالح مركز الزاوية.

الكلمات الرئيسية: وسائل التواصل الاجتماعي - الوعي المجتمعي - الصم - ضعاف السمع.

The Role of Social Media in Promoting Societal Awareness and Fostering Engagement with Issues Faced by the Deaf and Hard of Hearing Community

Abd Al-Salam Salem Masoud Al-Busaiifi Department of Hearing and Speech, Sorman College of Medical Technology, Sabratha University

Abstract:

This study investigates the role of social media in enhancing societal

awareness of disability-related issues, with a particular focus on individuals who are deaf or hard of hearing. A descriptive-analytical approach was employed, and data were collected through a questionnaire administered to 60 specialists from Al-Amal Centers for the Deaf and Hard of Hearing in Tripoli and Zawiya. The findings indicate a high level of consensus regarding the effectiveness of social media in raising awareness, encouraging social inclusion, and facilitating communication between individuals with hearing impairments and their surrounding environment. The study also revealed statistically significant differences based on gender, with results favoring females, as well as significant differences between the two centers, with findings favoring the Zawiya Center.

Keywords: Social Media – Community Awareness – Deaf – Hard of Hearing.

المقدمة:

تؤدي وسائل الإعلام دورًا جوهريًا في تشكيل الوعي المجتمعي، حيث يمكن أن تسهم في ترسيخ القيم الإيجابية أو نشر السلوكيات السلبية، ما يجعلها أداة تأثير مزدوجة، وتعد مسؤولية القائمين على الإعلام في العالمين العربي والإسلامي محورية في اختيار ما يُعرض، لضمان تقديم محتوى يعكس قيم المجتمع ويعززها.

وفي ظل تنامي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، تشير الإحصاءات إلى أن الأفراد يقضون نحو ساعتين يوميًا على هذه المنصات؛ منخرطين في تفاعلات رقمية متعددة (Abbott, 2017)، وبما أن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه؛ فإن تفاعله مع محيطه يشكل مؤشرًا على صحته النفسية (أبو شندي، 2015) كما تلعب وسائل الاتصال الحديثة دورًا مؤثرًا في تشكيل اتجاهات الأفراد تجاه مختلف القضايا وخاصة اتجاه قضايا التربية الخاصة، خاصة من خلال المقالات والبرامج التي تعزز الوعي أو تعدله (الهيبي، 2002)، إلا أن التناول الإعلامي لقضايا الإعاقة بشكل عام وقضايا ذوي الإعاقة السمعية بشكل خاص لا يزال محدودًا ويقتصر غالبًا على مناسبات معينة، مما يقلل من فعاليته في خلق ثقافة مجتمعية مستدامة حول هذه الفئات (الفحص، 2007)، وهذا

ما نصت عليه المادة (17) من اتفاقية حقوق الطفل والتي نصت على ضرورة تمكين الطفل من الوصول إلى محتوى إعلامي يعزز نموه المتكامل، ويخدم مصلحته الفضلى دون تمييز (المزاهرة، 2014) واستنادا لكل ما سبق وانطلاقاً من ذلك، يدعو العديد من الباحثين إلى تسخير وسائل التواصل الاجتماعي لخدمة قضايا ذوي الإعاقة وتحديداً الإعاقة السمعية، لما لهذه المنصات من قدرة على التأثير والتثقيف، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى استكشافه.

مشكلة الدراسة:

رغم الجهود الدولية المتزايدة لضمان حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة وتحقيق مبدأي المساواة وتكافؤ الفرص؛ لا تزال قضايا هذه الفئة وخاصة ذوي الإعاقة السمعية تعاني من ضعف التغطية والتفاعل المجتمعي الكافي، سواء على مستوى التوعية أو الإدماج، وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام التقليدية ساهمت في بعض مراحلها في تسليط الضوء على هذه القضايا؛ إلا أن تأثيرها ظل محدوداً وغير مستدام، وغالبا ما ارتبط بالمناسبات أو الأحداث الموسمية، وفي المقابل أظهرت وسائل التواصل الاجتماعي، بما تمتلكه من قدرات تفاعلية وانتشار واسع وسرعة في تداول المعلومات دوراً متنامياً في التأثير على الوعي المجتمعي وتشكيل الرأي العام، وهو ما يجعلها أداة فعالة يمكن توظيفها في خدمة قضايا ذوي الإعاقة، وقد أكدت العديد من الدراسات الحديثة مثل دراسة (العجمي 2021) ودراسة (الأنسي، 2020) أن لهذه الوسائل تأثيراً ملموساً في نشر التوعية، وتغيير الاتجاهات، وتصحيح الصور النمطية تجاه ذوي الإعاقة، من خلال ما تتيحه من فرص للتعليم، والتثقيف، والتواصل، والتأهيل، إلا أن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الإعاقة السمعية لا يزال بحاجة إلى مزيد من الدراسة والتحليل، خصوصاً في ظل الاستخدام الواسع لها من مختلف شرائح المجتمع، وما توفره من فرص لا يصال الرسائل التوعوية بطريقة مباشرة وشاملة، وعليه تنطلق هذه الدراسة من مشكلة رئيسية مفادها: ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الإعاقة السمعية؟ وذلك من خلال الوقوف على مدى توظيف هذه الوسائل في نشر المعرفة، وتغيير الاتجاهات، وتعزيز الفهم المجتمعي لاحتياجات هذه الفئة، في إطار سعي شامل نحو دمجهم وتمكينهم داخل المجتمع.

تساؤلات الدراسة:

وتتمثل تساؤلات الدراسة في التساؤلات الآتية:

1. ما الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي تجاه قضايا الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة من فئة الصم وضعاف السمع؟
2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي، تعزى لمتغير الجنس (ذكور / إناث)؟
3. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي، تعزى لمتغير نوع المؤسسة التعليمية؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

1. استقصاء دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بقضايا الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة من فئة الصم وضعاف السمع.
2. التعرف على مستوى الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الإعاقة السمعية.
3. رصد وتحليل مدى دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية بالإعاقة السمعية وبأسبابها وماهياتها.
4. تحديد مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي المجتمع تجاه ذوي الإعاقة السمعية.
5. تقديم توصيات تساعد في تفعيل دور وسائل الإعلام الحديثة في دعم قضايا ذوي الإعاقة السمعية وتعزيز إدماجهم المجتمعي.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة أبعاد نظرية وتطبيقية يمكن توضيحها على النحو الآتي:

1. الأهمية النظرية:

تسهم الدراسة في إثراء المعرفة العلمية المتعلقة بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، لا سيما فئة الصم وضعاف السمع، وهي فئة غالبًا ما تهمل في تناول الإعلام والبحثي، كما تسد فجوة معرفية في الأدبيات التربوية والاجتماعية ذات الصلة باستخدام الإعلام الرقمي في دعم الفئات المهمشة.

2. الأهمية التطبيقية:

توفر الدراسة بيانات ومؤشرات يمكن أن تستفيد منها المؤسسات التعليمية، والجهات المعنية بذوي الإعاقة، وصناع السياسات الإعلامية والتربوية في توظيف منصات التواصل الاجتماعي بشكل فعال لخدمة قضايا الصم وضعاف السمع، كما تمكن نتائجها من تطوير برامج توعوية وتثقيفية رقمية تساهم في تصحيح الصورة النمطية على هذه الفئة، وتعزيز إدماجها في المجتمع بما يتماشى مع التوجهات الوطنية والدولية في مجال حقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية.

مصطلحات الدراسة:

وتتمثل مصطلحات الدراسة في المصطلحات الآتية:

مواقع التواصل الاجتماعي:

التعريف النظري: "تشير إلى منصات إلكترونية تفاعلية تتيح للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية وتبادل المحتوى من معلومات، صور، وأفكار، إضافة إلى التفاعل عبر المحادثات بهدف بناء وتوسيع العلاقات الاجتماعية والمهنية". (الدبيسي وآخرون، 2013)

التعريف الإجرائي: قصد بها الباحث في هذه الدراسة: "المواقع الإلكترونية التي تستخدم لأغراض التواصل، وتبادل المعرفة والخبرات، وقد برز دورها بوضوح في مجالات التعليم عن بعد، لا سيما خلال جائحة كوفيد - 19، لما توفره من سهولة في الوصول والاتصال".

ضعاف السمع:

التعريف النظري: "هم الأفراد الذين يعانون من ضعف جزئي أو كلي في القدرة على السمع أو في تفسير الأصوات المنطوقة بدرجات متفاوتة تؤثر على تواصلهم مع الآخرين". (حامد، 2021)

التعريف الإجرائي: "تشير إلى مجموعة من التلاميذ ممن يعانون من درجات متفاوتة من ضعف السمع، دون الوصول إلى درجة الصمم التام، ويؤثر هذا الضعف على مهاراتهم في الاستماع والتفاعل اللغوي".

الصمم:

التعريف النظري: "هو فقدان القدرة السمعية بدرجة تبلغ 90 ديسبل أو أكثر، ما يجعل الاعتماد على حاسة السمع في فهم اللغة المنطوقة غير ممكن، سواء باستخدام الأجهزة السمعية أو بدونها". (موسى، 2012)

التعريف الإجرائي: قصد به الباحث فقدان تام للقدرة على السمع، سواء كان خلقياً أو مكتسباً، ويترتب عليه صعوبات واضحة في اكتساب اللغة والتواصل اللفظي.

الوعي:

التعريف النظري: لغة: "يعني حفظ القلب والشيء، ووعي الشيء يعيه وعيا وأوعاه أي حفظه وفهمه وقبله فهو واع، والوعي أي الفهم وسلامة الإدراك، وفي علم النفس يعني شعور الكائن الحي بما في نفسه وما يحيط به". (مجمع اللغة العربية، 2006، ص: 675) ويقصد بالوعي: "إدراك المرء لذاته، وأحواله، وأفعاله، وما يحيط به من أحداث، أما الوعي الحقوقي فهو الثراء المعرفي عن الحقوق وكيفية حمايتها وممارستها والقيام بها". (عرب، 2019).

التعريف الإجرائي: "هو مستوى الإدراك المعرفي والاتجاهي والسلوكي لدى أفراد المجتمع تجاه قضايا الأشخاص ذوي الإعاقة من فئة الصم وضعاف السمع، كما يتجلى في درجة معرفتهم بحقوق هذه الفئة واحتياجاتها، ومواقفهم منها، وسلوكياتهم تجاهها ويتم قياسه من خلال استجابات المشاركين على أداة الدراسة المتمثلة في استبيان أعد لهذا الغرض".

حدود الدراسة: وتتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

1. **الحد الموضوعي:** يتمثل في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة من فئة ذوي الإعاقة السمعية.
2. **الحد المكاني:** أجريت هذه الدراسة على عدد من الاختصاصيين بمركزي الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس والزاوية.
3. **الحد الزمني:** أجريت هذه الدراسة خلال العام 2025 م.
4. **الحد البشري:** أجريت هذه الدراسة على عدد (60) أخصائي وأخصائية من العاملين بمركزي الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس والزاوية.

الإطار المعرفي:

مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي بالظهور مع محاولات بعض الشركات تطوير منصات قائمة على تقنيات الويب، لكنها لم تكن توفر خصائص كافية لتصنف كمواقع تواصل اجتماعي حقيقية (المقدادي، 2012) وفي عام (1997) ظهر أول موقع فعال يتيح إنشاء ملفات شخصية، وتكوين قوائم أصدقاء، وإرسال الرسائل، مما شكل الأساس لمفهوم التواصل الاجتماعي الرقمي، ومع مطلع الألفية الثالثة، وتحديداً عام (2003) أطلق موقع أتاح مشاركة الصور ومقاطع الفيديو، تلاه صعود موقع My Space ، الذي وفر ميزات مثل الألعاب التفاعلية، إلا أن شعبيته تراجعت مع بروز Facebook (الدليمي، 2019) وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها

منصات إلكترونية ظهرت مع الجيل الثاني للويب، تتيح التفاعل بين الأفراد ضمن مجتمعات افتراضية وفق اهتماماتهم، عبر الرسائل والملفات الشخصية، وتحديثات الحالة (الجزار، 2014) وتعددت أدوات التواصل الرقمي مثل المدونات والمنتديات التي جمعت مستخدمين من ذوي الاهتمامات المشتركة في مجالات الأدب، والسياسة، والفنون وغيرها (النوي، 2010) كما عرفها خليفة (2016) بأنها مواقع إلكترونية تتيح للمستخدمين تقديم لمحات عن حياتهم، وبناء شبكات تواصل، والتعبير عن آرائهم ضمن بيئة تفاعلية.

ومن تلك المواقع:

1. واتس اب (WhatsApp): يعد من المواقع المجانية التي أنشئت عام (2009) حيث يتم تحميله على الهاتف النقال، ويُعد من التطبيقات الأكثر شهرة والأسرع انتشارا إذ يساعد المستخدمين من التواصل فيما بينهم من خلال تبادل الوسائط المتعددة على اختلاف أنواعها (صوت، صورة، فيديو، ونصوص) (أبو زيد، 2019)

2. الانستغرام (Instagram): هو شبكة اجتماعية تم إطلاقها عام (2010) يتيح هذا الموقع للمستخدمين التقاط الصور وإضافة بعض الفلاتر إليها وتحميلها على الموقع ليتم مشاهدتها من قبل مستخدميه (عبد الله وآخرون، 2018)

3. سناب شات (Snapchat): يعد من مواقع التواصل الاجتماعي المجانية الذي أصدر عام (2011) ويقوم هذا الموقع على التواصل بين الناس والردشة القائمة على مشاركة اللحظات والأحداث اليومية فيما بينهم. (الحازمي، 2021)

4. لينكد إن (LinkedIn): هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الموجه نحو الأعمال والمهنيين، تأسس في عام (2002) وهو عبارة عن شبكة من الأفراد الذين يبحثون عن عمل والتواصل مع أرباب العمل، و"لينكد إن" معروف كوسيلة تسوق لعمل أو وظيفة لأن أرباب العمل يتفاعلون مع المهتمين بخدماتهم عن طريق الإجابة عن أسئلتهم والمشاركة في نقاشاتهم وغيرها، وبإمكان

أصحاب الأعمال الإعلان عن وظيفة ما من خلال " لينكد إن " والوصول إلى أكبر عدد من الباحثين. (الدليمي، 2019)

5. سكايب (Skype): هو برنامج تجاري يساعد مستخدميه على الاتصال هاتفياً بشكل مجاني من خلال الإنترنت. (شقرة، 2014)

6. فايبر (Viber): هو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية تم إطلاقه ليعمل على جهاز آيفون في (2010) وفيما بعد عمل على جميع الأجهزة، وهو من تطوير شركة فايبر ميديا حيث يتيح للمستخدمين إجراء الاتصالات (نصار، 2016)

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

وأشار هتيمي (2015) أن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:

1. التلقائية.

2. قلة التكلفة: التواصل من خلال الإنترنت يكون مجاني ولا يحتاج إلى دفع مبالغ مالية لاستخدامه مما يساعد على التواصل بشكل أكبر من خلاله.

3. إذابة الفواصل الطبعية.

أوضح كل من الزازان (2014) والدليمي (2019) جملة من الخصائص الجوهرية التي تميز منصات التواصل الاجتماعي والتي يمكن عرضها على النحو الآتي:

1. الاعتماد على المحتوى المنتج من قبل المستخدم: تستند منصات التواصل الاجتماعي (User-Generated Content) إلى مبدأ المشاركة النشطة للمستخدمين، حيث تتيح لهم إنشاء المحتوى ونشره بما يعكس اهتماماتهم الفردية، مما يُعزز الطابع التشاركي لهذه الوسائط.

2. تعزيز التفاعل الاجتماعي الرقمي: توفر هذه المنصات بيئة تفاعلية متقدمة تُمكن المستخدمين من التواصل المستمر عبر أدوات متعددة مثل الرسائل الفورية، الدردشات الجماعية، والألعاب التشاركية الأمر الذي يساهم في تكوين مجتمعات رقمية ديناميكية.

3. تنمية القواسم والاهتمامات المشتركة: تمكن مواقع التواصل من تشكيل مجموعات افتراضية تجمع أفراداً يشتركون في ميول أو توجهات فكرية أو سلوكية محددة، مما يعزز الإحساس بالانتماء ويسهل تبادل المعرفة والتجارب.

4. بناء شبكات العلاقات الاجتماعية: تعتمد فعالية هذه المنصات إلى حد كبير على قدرتها في تسهيل تكوين العلاقات بين المستخدمين.

مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

يرى إسماعيل وآخرون (2019) أنها تتمثل في:

1. التواصل المستمر بين المجموعات المختلفة: أي يبقى الجميع على دراية بكل ما يفعله الأصدقاء من خلال الالتحام الإلكتروني بين المشاركين.

2. إزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي: أي التخلص من القيود المفروضة مثل الاختلافات الاجتماعية، والموقع الجغرافي، واللغة، والثقافة، وقيود المكان والزمان.

3. توفير مخزون معرفي للمجتمع.

4. التوفير والاقتصاد: أي اقتصاد في المال، الجهد، والوقت.

5. تمكن الأفراد من اكتشاف اهتماماتهم.

6. العالمية.

إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

لخصها السرحان وآخرون (2016) في:

1. فتح المجال للتعبير عن الآراء الشخصية.
2. التحفيز على التفكير الإبداعي.
3. سهولة التواصل مع العلماء والمتقنين وفتح باب الحوار بينهم.
4. تزايد من مفهوم المشاركة والدعم من الآخرين.
5. سهولة الوصول للمعلومة والتعلم.

سلبات مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي بعض السلبيات لخصها (هتيمي، 2015) في النقاط الآتية:

1. الإدمان.
2. التواصل مع العالم الاجتماعي أكثر من التواصل الفعلي مع العالم المحيط.
3. مراقبة أحوال الآخرين والنظر إلى مظاهر الترف والذي يتسبب في الإحباط واليأس وذلك بسبب إظهار الجانب الإيجابي فقط من حياتهم دون التطرق إلى السلبيات فيها.
4. إضاعة الوقت: يمكن لمرئادي مواقع التواصل الاجتماعي فقدان الإحساس بالوقت وضياعه.
5. عرض المواقع الإباحية.

الدراسات السابقة:

ومن بين تلك الدراسات الدراسات الآتية:

1- أجرى الخميس وآخرون (2007) دراسة بعنوان "احتياجات المعاقين الإعلامية ومدى إشباع وسائل الإعلام لها"، هدفت إلى تمكين وسائل الإعلام من إعداد محتوى يلبي احتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة، ويكشف عن الصعوبات التي يواجهونها أثناء التعرض للرسائل الإعلامية التقليدية والحديثة، شملت الدراسة عينة من 100 شخص من ذوي الإعاقة بالمملكة العربية السعودية باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأظهرت النتائج أن دوافع التعرض الإعلامي لا تختلف عن غير المعاقين مع تفضيل واضح للتلفزيون خصوصاً القنوات الفضائية العربية، كما بينت الدراسة محدودية تناول وسائل الإعلام لقضايا الإعاقة بشكل مباشر وشامل، واقتصارها غالباً على الجوانب التوعوية العامة.

2- أجرى القرني (2007) دراسة مسحية بعنوان "اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة"، هدفت إلى استكشاف علاقة وسائل الإعلام السعودية بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، وتحليل اتجاهات الإعلاميين نحو هذه الفئة وأثرها في تشكيل الصورة الإعلامية عنها، استخدمت الدراسة المنهج المسحي على عينة من (141) إعلامياً، وتوصلت إلى أن الاهتمام الإعلامي بهذه الفئة لا يزال محدوداً، مع تصدر التلفزيون كأكثر الوسائل اهتماماً، تليه الصحافة فالإنترنت، كما أظهرت النتائج أن الإعاقة الحركية تحظى بالأولوية في التغطية، وأن موضوعات الوقاية من الإعاقة تتصدر الاهتمامات الإعلامية.

3- أجرى العوض (2013) دراسة بعنوان "الصورة الذهنية المدركة من وسائل الإعلام المرئية للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لدى الشباب البحريني"، خلصت إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين الصورة الذهنية الفعلية لدى الشباب والصورة التي تقدمها وسائل الإعلام المرئية عن ذوي الاحتياجات الخاصة.

4- أجرى الصادق (2014) دراسة بعنوان "رؤية أصحاب الاحتياجات الخاصة لدور الصحافة وتأثيراتها عليهم في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية" هدفت إلى تحليل رؤية ذوي الاحتياجات الخاصة لدور الصحافة وتأثيرها ضمن إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، وبينت النتائج أن (55.4%) من العينة يرون أن الصحافة تعكس صورة حقيقية عنهم، وإن كانت هذه الصورة

تظهر أحياناً فقط لدى (46.1%) منهم، كما تبين أن معدلات قراءة الصحف تتفاوت وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

5- أجرى بن سبولة (2015) دراسة بعنوان "الاستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة بالجزائر، وهدفت إلى فهم تباين استخدام الإعلام بين الأفراد ذوي الاحتياجات، وأكدت النتائج أن تأثير الإعلام غير مباشر وبطيء، بسبب وجود معوقات اجتماعية تعيق فعاليته.

6- أجرى الأنسي (2020) دراسة بعنوان "بعض دور الإعلام في مجال التربية الخاصة"، بحث دور الإعلام في مجال التربية الخاصة، وأكدت أهمية الإعلام الحديث في التوعية وتغيير الاتجاهات والسلوكيات المرتبطة بقضايا الإعاقة، كالتوعية، والدمج، والحقوق، والتعليم مشيرة إلى أهمية دمج الإعلام ضمن الدراسات المتخصصة في مجال الإعاقة.

7- أجرى أبو شنب وآخرون (2018) دراسة بعنوان "استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام والاتصال في فلسطين والإشباعات المحققة لها"، هدفت إلى التعرف على استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام في فلسطين، من خلال عينة قوامها (150) فرداً من غزة، وأظهرت النتائج أن الإنترنت كان الوسيلة الأكثر استخداماً لتحقيق الإشباع، يليه التلفزيون، بينما تراجعت الصحف والمجلات، وجاء الراديو في المرتبة الأخيرة.

8- أجرى العجمي (2021) دراسة بعنوان "دور الإعلام الحديث في نشر الوعي في قضايا ذوي الإعاقة" ناقشت دور الإعلام الحديث في نشر الوعي بقضايا الإعاقة مشيرة إلى أهمية الإعلام الرقمي في تسليط الضوء على حقوق ذوي الإعاقة، ودعم قضاياهم مثل التشخيص المبكر، الدمج المجتمعي، والتأهيل المهني، وأكدت الدراسة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر، إنستغرام سناب شات، فيسبوك) في التوعية والتأثير.

التعليق على الدراسات السابقة ومقارنتها بالدراسة الحالية:

تشير مراجعة الدراسات السابقة إلى تنوع الاهتمام البحثي بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة في الإعلام، من حيث الأهداف والعينات، ووسائل الإعلام محل الدراسة، فقد انضبت بعض الدراسات على الصورة الذهنية كما في دراسة عوض (2013)، بينما ركزت أخرى على دور الصحافة وتأثيرها من منظور المسؤولية الاجتماعية كما في دراسة الصادق (2014)، أما دراسات نور الدين (2015)، وأبو شنب وآخرون (2018) فقد تناولت استخدامات وسائل الإعلام والإشباع المتحققة لذوي الإعاقة، في حين ركزت دراسات الأنسي (2020)، والعجمي (2021) على الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية المجتمعية بقضايا الإعاقة، وتأتي الدراسة الحالية لتضيف بعداً نوعياً إلى هذا الحقل من خلال تركيزها على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الإعاقة السمعية تحديدًا، وهو تخصيص لم يتناول بعمق في الدراسات السابقة، وقد تميزت هذه الدراسة عن سابقتها بعدة جوانب

1. تخصيصية الموضوع: انفردت الدراسة الحالية بتناول الإعاقة السمعية كموضوع رئيس، في حين اتسمت معظم الدراسات السابقة بالشمولية تجاه فئات ذوي الاحتياجات الخاصة دون تخصيص.

2. تركيزها على الإعلام التفاعلي الرقمي: على الرغم من أن بعض الدراسات مثل العجمي 2021؛ الأنسي 2020 تناولت الإعلام الحديث، فإن الدراسة الحالية ركزت بشكل مباشر وميداني على وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها أداة لنشر الوعي وتعزيز الدمج الاجتماعي لفئة الصم وضعاف السمع وقدمت مؤشرات كمية دقيقة حول مستوى التفاعل والإدراك المجتمعي.

3. المنهجية والعينة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي مستخدمة أداة الاستبانة على عينة مهنية من الأخصائيين العاملين في مراكز الإعاقة السمعية، ما أتاح لها تقديم رؤية من داخل المؤسسات التخصصية، على خلاف بعض الدراسات التي اعتمدت على آراء الجمهور العام أو الإعلاميين.

4. التحليل الإحصائي المتقدم: تضمنت الدراسة تطبيق مجموعة من الأساليب الإحصائية الدقيقة مثل اختبار (ت)، ومعامل الارتباط والثبات بأكثر من طريقة، وهو ما يعزز الصدقية العلمية للنتائج، ويمثل تطوراً نوعياً مقارنة ببعض الدراسات السابقة التي اكتفت بالتحليل الوصفي.

5. نتائج مركزة ذات دلالة: أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم بفاعلية في رفع مستوى الوعي المجتمعي بقضايا الإعاقة السمعية، والتعريف بطبيعتها، وأسبابها وسبل الوقاية منها، وأهمية دمج هذه الفئة، كما كشفت عن فروق دالة إحصائية مرتبطة بمتغيري الجنس والمؤسسة التعليمية، وهي أبعاد لم تتناول تفصيلياً في الدراسات السابقة.

خلاصة المقارنة:

1. تؤكد الدراسة الحالية نتائج بعض الدراسات السابقة فيما يتعلق بأهمية الإعلام الرقمي، لكنها تتجاوزها بمنهجيتها الدقيقة وتركيزها الميداني على فئة محددة من ذوي الإعاقة.

2. تمثل الدراسة الحالية امتداداً تطبيقياً للدراسات النظرية التي تناولت الإعلام وقضايا الإعاقة، وتسد فجوة بحثية في تقييم فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية المتخصصة.

3. كما تبرز أهمية توجيه الجهود الإعلامية نحو مضامين نوعية وموجهة تراعي خصائص الفئة المستهدفة وتساهم في تكوين بيئة داعمة وشاملة.

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي.

مجتمع الدراسة: ويتكون مجتمع الدراسة من جميع الأشخاص العاملين بمركزي الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس والزاوية والبالغ عددهم (100) أخصائي وأخصائية.

عينة الدراسة: حيث تم اختيارها عن طريق تواصل الباحث مع عدد من الأخصائيين بمركزي الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس والزاوية، وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة.

1- العينة الاستطلاعية: وتتمثل في عدد (20) أخصائي وأخصائية من العاملين بمركزي الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس والزاوية.

الجدول رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية

العدد	العينة الاستطلاعية
10	ذكور
10	إناث
20	العدد الإجمالي

2- العينة الفعلية: وتمثل في عدد (60) من الأشخاص العاملين بمركزي الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس والزاوية.

الجدول رقم (2) يوضح توزيع عينة الدراسة الفعلية تبعا لمتغير الجنس

النسبة المئوية	العدد	عينة الدراسة
%33.33	20	ذكور
%66.66	40	إناث
%100	60	العدد الإجمالي

الجدول رقم (3) يوضح توزيع عينة الدراسة الفعلية تبعا لمتغير المؤسسات التعليمية

والجدول التالي يوضح توزيع عينة الدراسة الفعلية تبعا لمتغير المؤسسات التعليمية:

النسبة المئوية	العدد	المؤسسات التعليمية
%50	30	مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس
%50	30	مركز الأمل للصم وضعاف السمع بالزاوية
%100	60	العدد الإجمالي

أداة الدراسة:

وتمثل أداة الدراسة في الاستبانة (إعداد الباحث) حيث اشتملت الاستبانة على عدد (20) فقرة.

صدق وثبات أداة الدراسة:

1- صدق المحكمين: تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة لإبداء الرأي حول دقة صياغة الأسئلة وشموليتها لموضوع البحث بعدد (5) محكمين و تم أخذ آرائهم بعين الاعتبار.

2- صدق الاتساق الداخلي: تم توزيع الاستبانة على عينة استطلاعية قوامها (20) أخصائي وأخصائية من الأخصائيين العاملين بمركزي الأمل للصم وضعاف السمع بكل من طرابلس والزاوية، واستخدم الباحث معامل الارتباط بيرسون في حساب مدى ارتباط كل عبارة بأداة الدراسة، فكانت النتائج كالتالي: الجدول رقم (4) يوضح مدى ارتباط كل عبارة بالاستبانة باستخدام معامل الارتباط بيرسون

رقم العبارة	معامل الارتباط بيرسون	الدلالة الإحصائية
1	0.847	0.01
2	0.784	0.01
3	0.841	0.01
4	0.842	0.01
5	0.751	0.01
6	0.846	0.01
7	0.784	0.01
8	0.776	0.01
9	0.759	0.01
10	0.855	0.01
11	0.744	0.01
12	0.852	0.01
13	0.783	0.01
14	0.833	0.01
15	0.773	0.01
16	0.893	0.01
17	0.752	0.01
18	0.817	0.01
19	0.777	0.01
20	0.772	0.01
معامل الارتباط الكلي	0.804	0.01

من خلال نتائج الجدول السابق تبين للباحث أن معاملات ارتباط العبارات بالاستبانة التي تتبعها كانت جميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01)، مما يؤكد على أن جميع عبارات الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الصدق الداخلي.

ثبات أداة الدراسة:

ولحساب ثبات الاستبانة تم استخدام كلا من:

- 1- **معامل الثبات ألفا كرونباخ:** تم استخدام معامل الثبات (الفأكرونباخ) لحساب ثبات الاستبانة وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) للبيانات التي تم الحصول عليها من العينة الاستطلاعية كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (5) يوضح حساب ثبات الاستبانة باستخدام معامل الثبات الفأكرونباخ

عدد فقرات الاستبانة	معامل الثبات ألفا كرونباخ	الدلالة الإحصائية
20 فقرة	0.864	دال إحصائية

من خلال نتائج الجدول السابق نستطيع القول بأن الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

- 2- **بطريقة التجزئة النصفية:** تمت تجزئة عبارات الاستبانة إلى نصفين العبارات الفردية في مقابل العبارات الزوجية، وتم استخدام معامل ارتباط بيرسون في حساب مدى الارتباط بين النصفين وجرى تعديل الطول بمعامل سبيرمان وبراون وبمعامل حساب جثمان كما هو موضح بالجدول

3- التالي: جدول رقم (6) يوضح حساب ثبات الاستبانة باستخدام طريقة التجزئة النصفية

عدد فقرات الاستبانة	معامل بيرسون	معامل جثمان	معامل سبيرمان وبراون
20 فقرة	0.804	0.853	0.873

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق نستطيع القول بأن الاستبانة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات.

جمع البيانات: تم جمع البيانات عن طريق الاستبانة، حيث تم إرسالها ورقيا لعدد من الأخصائيين بكل من مركز الأمل للصم وضعاف السمع بطرابلس والزاوية، وتم إرجاع عدد (60) استبانة من عدد (100) استبانة موزعة.

نتائج الدراسة:

نتائج السؤال الأول: والذي ينص على: ما الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي تجاه قضايا الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة من فئة الصم وضعاف السمع؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب الأوزان النسبية لكل فقرة من فقرات هذه الاستبانة، فكانت النتائج كالتالي: الجدول رقم (7) يوضح الأوزان النسبية لاستجابات أفراد عينة الدراسة

الرتبة	الوزن النسبي	درجة التوافق	العبارات
5	90%	كبيرة جدا	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة من فئة الصم وضعاف السمع.
12	83%	كبيرة	يزيد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من إمكانية فرص التوعية بمتطلبات فئة الصم وضعاف السمع وتداعيات هذه الإعاقة على الفرد والمجتمع.
10	85%	كبيرة جدا	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيل اللبس الحاصل في تعريف الإعاقة السمعية وقدرات الفرد المعاق سمعياً.
9	86%	كبيرة جدا	يزيد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ان استخدمت بشكل صحيح من فرصة دمج هذه الفئة داخل المجتمع.
7	88%	كبيرة جدا	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي كممر إعلامي لفئة الصم وضعاف السمع للتعبير عن قضاياهم.
16	79%	كبيرة	تعزز مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية نجاح تأهيل هذه الفئة ودمجها داخل المجتمع.
2	93%	كبيرة جدا	تقلص مواقع التواصل الاجتماعي المسافة بين أصحاب الإعاقة السمعية ومجتمعهم.
15	80%	كبيرة	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على مد جسور التواصل بين فئة الصم وضعاف السمع ومجتمعهم.
8	87%	كبيرة جدا	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تسليط الضوء على أسباب الإصابة بالإعاقة السمعية لتفاديها في المستقبل.
18	77%	كبيرة	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على عمل حلقة تواصل لتبادل المعلومات والخبرات في إطار خطة للرفع من الوعي المجتمعي بقضايا هذه الفئة.
6	89%	كبيرة جدا	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي كبيئة خصبة للرفع من ثقافة المجتمع بكيفية التعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة من فئة الصم وضعاف.
11	84%	كبيرة	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من فرصة القضاء على هذه الإعاقة والحد من آثارها وانتشارها عن طريق التعريف بها وبطرق الوقاية منها.

المرتبة	درجة التوافق	الوزن النسبي	المبارات
20	كبيرة	75%	مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة إعلامية هادفة إن تم تقنين استخدامها وتوجيهها بالشكل المطلوب لخدمة ذوي الاحتياجات الخاصة.
4	كبيرة جدا	91%	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الأبحاث والدراسات العلمية التي تهتم بهذه الفئة مما يرفع من ثقافة الفرد والمجتمع.
1	كبيرة جدا	94%	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة لمناقشة القضايا المهمة لدى هذه الفئة.
13	كبيرة	82%	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الأفكار الصحيحة عن هذه الفئة وبذلك الأفكار الخاطئة عنهم.
14	كبيرة	81%	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على التنبيه على بعض الممارسات التي قد تسيء لهذه الفئة.
19	متوسطة	76%	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تقبل دمج هذه الفئة داخل المجتمع عن طريق بث المحاضرات التوعوية والندوات.
3	كبيرة جدا	92%	تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات لصنع بيئة حاضنة لهذه الفئات.
17	كبيرة	78%	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على نجاح فكرة رفع الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة.
	كبيرة	84.5%	الوزن النسبي العام

أظهرت نتائج الدراسة الحالية توافقا مرتفعا لدى أفراد العينة بشأن فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الإعاقة السمعية، حيث بلغ الوزن النسبي العام للاستجابات (84.5)، مما يشير إلى إدراك مهني ملموس لأهمية هذه الوسائل في مناقشة قضايا هذه الفئة، وتعزيز اندماجها في المجتمع، وقد تصدرت ثلاث فقرات قائمة أكثر البنود توافقا:

1. **العبارة (15):** "تعمل مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة لمناقشة القضايا المهمة لدى هذه الفئة"، بوزن نسبي (94%)، ما يؤكد أن هذه الوسائط تُستخدم بوصفها منبرًا للتعبير عن قضايا ذوي الإعاقة السمعية ومناقشتها على نطاق مجتمعي واسع.

2. **العبارة (7):** "تقلص مواقع التواصل الاجتماعي المسافة بين أصحاب الإعاقة السمعية ومجتمعهم"، بوزن نسبي (93%) دلالة على دور هذه المنصات في تسهيل التفاعل الاجتماعي وتعزيز القبول المجتمعي.

3. العبارة (19): "تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات لصنع بيئة حاضنة لهذه الفئات"، بوزن نسبي (92%) ما يعكس القناعة بأهمية هذه الوسائل في تهيئة بيئة داعمة وشاملة لذوي الإعاقة.

كما تتفق نتائج هذه الدراسة مع ما خلصت إليه عدة دراسات سابقة تناولت العلاقة بين الإعلام وذوي الإعاقة، وخاصة في سياق الإعلام الرقمي ومنها:

دراسة العجمي (2021) التي أكدت أن وسائل التواصل الاجتماعي تعد أدوات فعالة في نشر الوعي بقضايا الإعاقة، وهو ما تتسجم معه نتائج الدراسة الحالية، التي أبرزت دور هذه المنصات في مناقشة القضايا الجوهرية وتشكيل بيئة حاضنة.

دراسة الأنسي (2020) والتي بدورها شددت على أهمية الإعلام الحديث في التأثير على الاتجاهات والسلوكيات تجاه ذوي الإعاقة، لا سيما في مجالات التوعية والدمج، وهو ما يتوافق مع العبارة السابعة في الدراسة الحالية التي كشفت عن دور هذه الوسائل في تقليص الفجوة بين ذوي الإعاقة والمجتمع.

دراسة أبو شب وآخرون (2018) والتي توصلت إلى أن الإنترنت، وبشكل خاص وسائل التواصل الاجتماعي، من أكثر الوسائل استخدامًا للحصول على المعلومات وتحقيق الإشباع لدى ذوي الإعاقة، ما ينعكس في إدراك العينة في الدراسة الحالية لدور هذه الوسائل في بناء بيئة تفاعلية ومساندة.

وعلى الرغم من اتفاق النتائج في الجوهر، فإن الدراسة الحالية تنفرد بتركيزها الدقيق على فئة ذوي الإعاقة السمعية، وهو ما يُعد إسهامًا نوعيًا في الأدبيات، حيث تقدم بيانات ميدانية دقيقة من عينة مهنية متخصصة، وتوضح بشكل كمي تأثير الإعلام التفاعلي على هذه الفئة تحديدًا، وليس على ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل عام، عليه تؤكد الدراسة الحالية أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا جوهريًا في رفع مستوى الوعي المجتمعي تجاه ذوي الإعاقة السمعية، ليس فقط من حيث التثقيف، بل أيضًا بوصفها أدوات تواصل وتمكين اجتماعي، ويتسق ذلك مع

التوجهات الحديثة في الدراسات الإعلامية التي تؤكد على ضرورة تفعيل الإعلام الرقمي في خدمة الفئات المهمشة، لا سيما من خلال توفير منابر للتعبير، وتعزيز المشاركة المجتمعية، وتيسير الدمج.

نتائج السؤال الثاني:

والذي ينص على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي، تعزى لمتغير الجنس (ذكور / إناث) ؟ فكانت النتائج كالآتي:

الجدول رقم (8) يوضح استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لتحديد مستوى الفروق في استجابات أفراد

عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكور	20	1.48	0.42	0.47	31	0.02
إناث	40	1.82	0.24			

أظهرت نتائج الدراسة الحالية وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين متوسطات استجابات أفراد العينة تعزى إلى متغير الجنس (ذكور / إناث)، وجاءت الفروق لصالح الإناث، وتشير هذه النتيجة إلى أن الأخصائيات الإناث يبدن وعيًا وتقديرًا أعلى لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي المجتمعي بقضايا ذوي الإعاقة السمعية مقارنة بنظرائهن من الذكور، كما تتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة التي أشارت إلى تأثير المتغيرات الديموغرافية، ومنها الجنس في تشكيل المواقف والاتجاهات نحو قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة وطرق تناولها إعلاميًا، فعلى سبيل المثال: دراسة الصادق (2014) أشارت إلى وجود تباين في توجهات الأفراد نحو أداء الصحافة في تناول قضايا ذوي الإعاقة، وربطت ذلك بمتغيرات ديموغرافية من ضمنها الجنس، حيث لوحظ تمايز في إدراك الصورة الإعلامية لطبيعة هذه الفئة.

من جهة أخرى، تؤكد أدبيات علم النفس الاجتماعي وسوسيولوجيا الإعلام أن الإناث غالبًا ما يتمتعن بحس اجتماعي وإنساني أعلى فيما يتعلق بقضايا الفئات المهمشة، ما قد يفسر ارتفاع درجة توافقهن مع أهمية تناول الإعلامي الإيجابي لقضايا الإعاقة، لا سيما في السياق الرقمي

التفاعلي كدراسي (الأنسي، 2020) (العجمي، 2021)، كما تدعم دراسات الاستخدامات والإشباع الفرضية القائلة بأن الإناث أكثر ميلاً لاستخدام وسائل الإعلام، لا سيما الرقمية منها، لأغراض اجتماعية وتوعوية، مما ينسجم مع نتائج هذه الدراسة التي أظهرت إدراكاً مرتفعاً من قبل الإناث لأدوار منصات التواصل الاجتماعي في مناقشة قضايا الإعاقة السمعية ودمج أصحابها في المجتمع، وتعد الفروق الدالة لصالح الإناث في هذه الدراسة مؤشراً مهماً على تأثير العوامل الجندرية في إدراك الدور التوعوي لوسائل التواصل الاجتماعي، مما يستوجب اهتماماً بحثياً أوسع في المستقبل لبحث أبعاد هذا التأثير في ضوء الممارسات المهنية والاتصالية، كما تعكس هذه النتيجة أهمية مراعاة المتغيرات الديموغرافية في تصميم حملات التوعية الإعلامية المتعلقة بذوي الإعاقة، بما يضمن وصول الرسائل التوعوية بفعالية إلى جميع الفئات المستهدفة، مع الاستفادة من ارتفاع حساسية بعض الفئات كالأناث، تجاه هذه القضايا.

نتائج السؤال الثالث:

والذي ينص على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي تعزى لمتغير نوع المؤسسة التعليمية؟ فكانت النتائج كالآتي:

الجدول رقم (8) يوضح استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لتحديد مستوى الفروق في استجابات أفراد عينة الدراسة والتي تعزى لمتغير الجنس

المؤسسات التعليمية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مركز الأمل بطرابلس	30	1.34	0.32	0.44	27	0.02
مركز الأمل بالزاوية	30	1.69	0.14			

كشفت نتائج الدراسة الحالية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) تعزى إلى متغير المؤسسة التعليمية، وجاءت هذه الفروق لصالح مركز الأمل للصم وضعاف السمع بالزاوية، مما يشير إلى أن أخصائيي هذا المركز أظهروا درجة أعلى من الوعي والتقدير لأهمية وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي المجتمعي بقضايا الإعاقة السمعية مقارنة بنظرائهم في مركز طرابلس، وتنسجم هذه النتيجة مع ما أكدته الأدبيات السابقة حول أثر السياق المؤسسي في

تشكيل الاتجاهات المهنية تجاه قضايا الإعاقة والإعلام، حيث يعد الإطار التنظيمي والثقافي للمؤسسة من العوامل المؤثرة في وعي العاملين ومستوى انخراطهم في توظيف الإعلام لخدمة الفئات الخاصة، ومن أبرز ما يدعم هذا التوجه دراسة الصادق (2014) التي أشارت إلى أن نوع المؤسسة وتفاعلها مع قضايا ذوي الإعاقة يؤثر على اتجاهات الأفراد نحو الإعلام، إذ تختلف استجاباتهم وفقاً لمدى التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية، وتفاعلها مع احتياجات المستفيدين، كما أظهرت دراسة أبو شنب وآخرون (2018) أن البيئة التنظيمية والإشرافية داخل المؤسسات تلعب دوراً حاسماً في توجيه استخدام وسائل الإعلام من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة، وهو ما يمكن تعميمه أيضاً على الكوادر المهنية العاملة معهم، خاصة عندما تتاح لهم فرص التدريب أو التوعية المستمرة، وتدعم دراسة نور الدين (2015) هذا المنحى من خلال تأكيدها أن تأثير وسائل الإعلام ليس مستقلاً بذاته، بل يتوسطه مستوى دعم المؤسسة وتفاعلها مع القضايا الاجتماعية، مما يعزز أهمية البيئة المؤسسية في دعم الخطاب الإعلامي الموجه لقضايا الإعاقة.

وتعكس هذه الفروق المؤسسية أن الاختلاف في إدراك الأخصائيين لدور وسائل التواصل الاجتماعي لا يعود فقط لعوامل فردية، بل يتأثر بدرجة كبيرة بممارسات المؤسسة وسياساتها الاتصالية، ومدى تكاملها مع أهداف التوعية والدمج، ويبدو أن مركز الأمل بالزاوية يوفر بيئة مهنية أكثر تفاعلاً وانخراطاً في استخدام الإعلام الرقمي كأداة لتعزيز الوعي بقضايا الإعاقة السمعية، وهو ما يبرز الحاجة إلى دعم التنسيق بين المؤسسات وتعميم أفضل الممارسات التي تسهم في رفع مستوى التوعية المجتمعية، وتحقيق تكافؤ الفرص في الوصول إلى المعرفة والدمج الاجتماعي.

التوصيات:

من خلال النتائج التي خرج بها البحث فقد أوصى الباحث بالآتي:

1. تنمية الوعي المجتمعي بأهمية الاستخدام المسؤول لمواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تنفيذ حملات توعوية تستند إلى محاضرات، وندوات، وبرامج إعلامية (مرئية، مسموعة، ومقروءة)، تُسلط الضوء على الأدوار الاجتماعية الإيجابية لهذه الوسائط، إلى جانب التوعية بمخاطر الاستخدام الخاطئ وسبل الوقاية من آثاره السلبية.

2. تعزيز دور الأسرة في المتابعة والرقابة، وذلك عبر توجيه أولياء الأمور إلى أهمية متابعة استخدام الأبناء لمواقع التواصل الاجتماعي، وتوعيتهم بالمحتويات الضارة، وضمان تفاعلهم في بيئات رقمية آمنة وملائمة.

3. إطلاق مبادرات تثقيفية مستمرة تهدف إلى التحذير من مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي وسلوكيات الاستخدام السلبي، مع التركيز على بناء مهارات التقييم النقدي للمحتوى الرقمي لدى مختلف فئات المجتمع.

4. توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة دعم تعليمي وتواصلية لذوي الإعاقة السمعية، من خلال تطوير محتوى تفاعلي مناسب يلبي احتياجاتهم، ويعزز فرص اندماجهم ومشاركتهم في المجتمع الرقمي.

5. وضع ضوابط وتوجيهات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بما يحقق التوازن بين الفائدة الفردية والمصلحة المجتمعية، ويضمن استثمار هذه الوسائط لخدمة ذوي الإعاقة السمعية وتمكينهم مع الحفاظ على الاستخدام الواعي لجميع فئات المجتمع

المراجع والمصادر:

أولاً: المراجع العربية:

1. النوبي، علي محمد (2010) إدمان الإنترنت في عصر العولمة، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع.
2. الدييسي، عبد الكريم علي، والطاهات، زهير ياسين (2013) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 40 (1)، 66-81.
3. المقدادي، خالد (2012) ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع.

4. الدليمي، عثمان (2019) مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، الأردن، دار غيداء للنشر والتوزيع.
5. الجزار، هالة حسن (2014) دور المؤسسة التربوية في غرس قيم المواطنة الرقمية تصور مقترح، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، 56 (3)، 385-418.
6. الحازمي، مرام حامد (2021) مستوى الوعي بقيم المواطنة الرقمية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في المدينة المنورة، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، (1015)، 71-123.
7. الزازان، سارة عبد العزيز (2014) العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والعزلة الاجتماعية لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بمدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية.
8. السرحان، هائل، ومشاقبة، عهد، وسلامة، محمد، ودرابكة، محمد (2016) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة تطبيقية على طلبة جامعة آل البيت، 2015-2016، مجلة المنارة للبحوث والدراسات (422)، 193-260.
9. الخميس، حمود بن أحمد، اصولي، عبد الحافظ بن عواجي (2007) احتياجات المعاقين الإعلامية ومدى إشباع وسائل الإعلام لها "دراسة ميدانية على عينة المعاقين في المملكة العربية السعودية، ورقة عمل مقدمة في الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة "الإعلام والإعاقة علاقة تفاعلية ومسؤولية متبادلة " الجمعية الخليجية للإعاقة بالتعاون مع المؤسسة الوطنية للخدمات المعاقين مملكة البحرين.
10. الصادق، سحر فاروق (2014) رؤية أصحاب الاحتياجات الخاصة لدور الصحافة وتأثيراتها عليهم في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية، مجلة البحوث الإعلامية، المملكة العربية السعودية.

11. القرني، على بن شويل (2007) 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.
12. الأنسي، رضوى محمد محمود (2020) دور الإعلام في مجال التربية الخاصة، المجلة العربية لعلوم الإعاقة والموهبة، المجلد الرابع - العدد (١٤) نوفمبر.
13. الهيتي، هادي (2002) الاتصال الجماهيري حول ظاهرة الإعاقة بين الأطفال، بحث منشور بمجلة الطفولة والتنمية، 25(5).
14. الفحص، خالد (2007) استعراض وتقييم واقع وسائل الإعلام ودورها في خدمة قضايا الأشخاص المعاقين، البحرين: الجمعية الخليجية للإعاقة: الملتقى السابع للجمعية الخليجية للإعاقة " الإعلام والإعاقة - علاقة تبادلية، 6-8 آذار، (2007).
15. المزاهرة، منال هلال (2014) مناهج البحث الإعلامي، عمان: المسيرة للنشر والتوزيع.
16. العجمي، عبد الله مسفر (2021) دور الإعلام الحديث في نشر الوعي في قضايا ذوي الإعاقة، مجلة التربية الخاصة والتأهيل، المجلد (12) العدد (40) الجزء الثالث - يناير 2021.
17. أبو شنب، حسين، تريان، ماجد سالم (2016) استخدامات ذوي الاحتياجات الخاصة في فلسطين لوسائل الإعلام والاتصال والإشباع المحققة، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والصحافة، جامعة الأقصى فلسطين.
18. أبو زيد، لمياء شعبان (2019) فاعلية برنامج مقترح في إدارة المنزل واقتصاديات الأسرة قائم على تطبيق الواثس آب لتنمية الوعي الاقتصادي وبعض مهارات إدارة الوقت لدى طلاب جامعة القصيم، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، 35 (4)، 304-344.
19. إسماعيل، سلمى عزت، وتوفيق، فيفي أحمد، ومحمد، إيمان عبد الرحمن (2019) الانعكاسات التعليمية والأخلاقية للهواتف الذكية وأثرها على طلاب التعليم الثانوي العام والصناعي الثقافة والتنمية، 19 (136) 78-39.

20. أبو شندي، يوسف. (2015) الشعور بالوحدة النفسية وعلاقتها بسمات الشخصية لدى عينة من طالبات جامعة أم القرى، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، السعودية.
21. بن سبولة، نور الدين (2015) الاستخدامات والإشباعات الإعلامية لذوي الاحتياجات الخاصة، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع (3).
22. حامد، محمود (2021) مشكلات تطبيق مناهج التعليم العام على طلاب ذوي الاحتياجات الخاصة (الصم وضعاف السمع) من وجهة نظر معلمهم بمنطقة عسير، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، ع (10)، مج (36).
23. خليفة، إيهاب (2016) حروب مواقع التواصل الاجتماعي، الأردن، دار المنهل للنشر والتوزيع.
24. شقرة، علي خليل (2014) الإعلام الجديد، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
25. عبد الله، أفنان محمد، والحبيب، حليلة (2018) اتجاهات المرأة السعودية نحو التسوق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2 (9) 1-39.
26. عوض، هاشم (2013) الصورة الذهنية المدركة من وسائل الإعلام المرئية للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لدى عينة من الشباب البحريني، مجلة التربية الخاصة، جامعة الزقازيق - كلية علوم الإعاقة والتأهيل - مركز المعلومات التربوية والنفسية والبيئية، 100 (5).
27. عرب، خالد عبد الرحمن حسن (2019) مدى الوعي بحقوق المعاقين في الإعلام في المملكة العربية السعودية، مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة القصيم.
28. مجمع اللغة العربية (2006) المعجم الوجيز، القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية.
29. موسى، نعمات عبد المجيد (2012) الإعاقة السمعية، مكتبة المتنبي للطباعة والنشر: عمان.

30. نصار، أنور شحادة (2016) واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة كليات التربية بجامعة غزة ودورها في تعزيز الهوية الثقافية، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، فلسطين، 6 (1)، 161-185.

31. هتيمي، حسين محمود (2015) العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، دار أسامة للنشر.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

32-Abbott, J (2017) Introduction: Assessing the social and political impact of the internet and new social media in Asia, J, Contempt, Asia 43, 579-590, doi: 10.1080/00472336.2013.785698