

العنوان

دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة

(دراسة ميدانية)

The role of digital media in training qualifying media professionals

to deal with people with special needs

(A field study)

اعداد الباحث

عبدالمحسن المنجم

232001267

تحت إشراف

دكتور/ مهيتاب ماهر الرافعي

الفصل الدراسي الأول

2025- 2024

شكر وتقدير

عَنْ أَبِي الدَّرْدَاءِ، قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ، يَقُولُ: مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَبْتَغِي فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الْمَلَائِكَةَ لَتَضَعُ أجنَحَهَا لِطَالِبِ الْعِلْمِ رِضًا بِمَا يَصْنَعُ، وَإِنَّ الْعَالِمَ لَيَسْتَغْفِرُ لَهُ مَنْ فِي السَّمَوَاتِ وَمَنْ فِي الْأَرْضِ حَتَّى الْجِيتَانُ فِي الْمَاءِ، وَفَضْلُ الْعَالِمِ عَلَى الْعَابِدِ كَفَضْلِ الْقَمَرِ عَلَى سَائِرِ الْكَوَاكِبِ، وَإِنَّ الْعُلَمَاءَ وَرَثَةُ الْأَنْبِيَاءِ وَإِنَّ الْأَنْبِيَاءَ لَمْ يُورَثُوا دِينَارًا وَلَا دِرْهَمًا وَإِنَّمَا وَرَثُوا الْعِلْمَ، فَمَنْ أَخَذَهُ أَخَذَ بِحِطِّ وَافِرٍ. رواه أبو داود والترمذي.

الشكر والثناء لله عز وجل أولا على نعمة الصبر والقدرة على إنجاز العمل، أحمد الله تعالى حمدا كثيرا طيبا مباركا على ما أكرمني به من إتمام هذه الدراسة التي أرجو أن تنال رضاها.

وانتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى كل من:

- الدكتورة الفاضلة / مهيتاب ماهر الرافي، حفظها الله وأطال عمرها، لتفضلها الكريم بالإشراف على هذه الدراسة، وتكرمها بنصحي وتوجيهي حتى إتمام هذه الدراسة.
- أعضاء لجنة المناقشة الكرام: حظيها الله لتفضلها بقبول مناقشتي لهذه الدراسة.
- أعضاء لجنة تحكيم الاستبيان الكرام، لما كان لهم من نصح وتوجيه.

وفي النهاية أتوجه بالشكر لأسرتي الصغيرة التي تحملت معي عناء المشاور ، من القلب شكر مشفوعة بالإمتنان والتقدير إلى كل الذين جادت أيادهم الكريمة بالخير وأنفسهم العظيمة بالبذل والعطاء.

الفهرس

1.....	الغلاف
2.....	اهداء
3.....	الفهرس
5.....	مستخلص
6.....	Abstract
7	مقدمة
14-9.....	الدراسات السابقة
14.....	التعليق على الدراسات السابقة
15.....	مشكلة الدراسة
15.....	أهمية الدراسة
16	أهداف الدراسة
17.....	تساؤلات وفرضيات الدراسة
18.....	متغيرات الدراسة
18.....	مفاهيم الدراسة
19.....	الإطار النظري للدراسة
19.....	الإجراءات المنهجية للبحث
20.....	الإطار المنهجي للدراسة
20.....	منهجية الدراسة
20.....	المنهج الوصفي
20.....	مجتمع الدراسة
20.....	عينة الدراسة
21.....	حدود الدراسة

21.....	أدوات جمع البيانات ومقاييس الدراسة
21.....	أولاً: أداة جمع البيانات.....
25.....	إجراءات الصدق والثبات:
28	ثبات المقياس:
29.....	عرض وتحليل البيانات.....
40-30.....	أولاً: وصف عينة الدراس.....
49-41.....	ثانياً: الإجابة على تساؤلات الدراسة.....
54-50.....	ثالثاً: الفروق في محاور الاستبيان وفقاً للمتغيرات الأولية.....
55	ملخص النتائج.....
56	الخاتمة.....
57	التوصيات.....
58.....	قائمة المصادر والمراجع.....
58.....	الدراسات والمراجع العربية.....
59.....	الدراسات والمراجع الأجنبية.....
60.....	الملاحق.....
63.....	الاستبيان.....

الخلاصة:

الهدف: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تدريب و تأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة، لتقبل ذاته للتكيف في المجتمع السعودي، باستخدام منهج وصفي، تم جمع البيانات من عينة من ذوي الاحتياجات الخاصة وذويهم، وتم استطلاع عينة عشوائية تتألف من 200 مشارك باستخدام أدوات الاستبيان المخصصة، تسلط النتائج الضوء على الاتفاق الكبير بين المشاركين بشأن دور الإعلام الرقمي الإيجابي على الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة.

نتائج البحث والتوصيات: كشفت نتائج البحث عن إجماع بالموافقة على أهمية الإعلام الرقمي والدور الذي يقوم به اتجاه الإعلاميين لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة، وكذلك أظهرت النتائج المساهمة الإيجابية للإعلام الرقمي تجاه قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة.

توجه الدراسة توصيات عدة، تشمل تأهيل وتدريب كوادر وطنية إعلاميا لشغل مهام الإدارة التقنية في الإعلام الرقمي وتطويرها في المملكة العربية السعودية ووضع خطط استراتيجية في تأهيل الإعلاميين من ذوي الاحتياجات الخاصة في مؤسسات الإعلام، والعمل، والمشاركة المجتمعية، وتطوير الاقتصاد في المملكة العربية السعودية وفقا لرؤية الدولة وتوفير البنية التحتية المواكبة لتطبيق تلك الوسائل المختلفة وربطها بالمؤسسات الوطنية المختلفة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة وكل الفئات على التطور داخل المجتمع الواحد، وتشجيع وتحفيز الطلاب والطالبات في مؤسسات الإعلام بصفة عامة والتعليم العالي بصفة خاصة لاكتساب وتطوير مهارات إضافية في استخدام وسائل الإعلام الرقمي من أجل مساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام الرقمي، ذوي الاحتياجات الخاصة، الإعلاميين، تقدم

Abstract:

Objective: This study aims to identify the role of digital media in training and qualifying media professionals to deal with people with special needs, so that they can accept themselves and adapt in Saudi society, using a descriptive approach. Data was collected from a sample of people with special needs and their families, and a random sample consisting of 200 participants using custom questionnaire tools, the results highlight the great agreement among participants regarding the positive role of digital media for media professionals in dealing .with people with special needs

Research results and recommendations: The research results revealed a consensus of approval on the importance of digital media and the role played by media professionals in supporting people with special needs. The results also showed the positive contribution of digital media towards issues of people with special .needs

The study directs several recommendations, including qualifying and training national media cadres to fill technical management tasks in digital media and developing them in the Kingdom of Saudi Arabia, developing strategic plans in qualifying media professionals with special needs in media institutions, work, community participation, and developing the economy in the Kingdom of Saudi Arabia in accordance with the state's vision. Providing the infrastructure to accompany the application of these various means and linking them to various national institutions to help people with special needs and all groups develop within one society, and encouraging and motivating male and female students in media institutions in general and higher education in particular to acquire and develop additional skills in using digital media in order to help people with disabilities special needs.

Keywords: digital media, people with special needs, media workers, progress

الفصل الأول

المقدمة:

نحن أمام قضية لم يتم تسليط الضوء عليها بشكل كاف في آخر عشرين عاما، لفئة من الشعب تقترب عددها من مليون نسمة، ويعانون من عدم الاهتمام والازدراء والسخرية والتنمر من المجتمع، بسبب عدم وعي أفراد المجتمع بهذه الفئة وهي فئة ذوي الاحتياجات الخاصة، كما أن الإعلام الرقمي لم يلق الضوء على قضاياها بالشكل المطلوب؛ وقد يكون سبب ذلك أن النظرة إلى هذه الفئة بأنها فئة غير منتجة، وأنها تمثل عبئا على المجتمع. كما أن الذين يتناولون قضايا هذه الفئة إعلامياً من الإعلاميين قد يكونون من الذين ليس لديهم الخبرة الكافية. في تناول قضايا هذه الفئة، ومع التقدم التقني في الاتصال وظهور الإعلام الرقمي الجديد، فتحت نوافذ جديدة لذوي الاحتياجات الخاصة لجرو العالم الخارجي حولهم، وتعد التكنولوجيا الحديثة حدثاً كبيراً في حياة الإنسانية والتي فرضت تغيرات جذرية؛ أثرت على مختلف المجالات ولا سيما المجال الاتصالي والإعلامي، فقد شهد العقد الأخير من القرن العشرين ثورة هائلة في مجال إعداد ونشر الرسالة الإعلامية والتي ظلت لقرون تطبع على الورق وتوزع يدويا، إلا أن التقدم والتطور الهائل في مجال وسائل الاتصال الحديثة، قد أدخلنا إلى العصر الرقمي والإلكتروني، حيث لا يمكن تجاهل هذا الخليط من الأرقام والحروف والأصوات والصور.

وتعد فئة الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة من أهم الفئات في المجتمع كونها تحتاج إلى رعاية خاصة فهي الفئة التي لا تستطيع القيام بعملها بالشكل الطبيعي من دون رعاية شخص ما لتلبية احتياجاتهم الخاصة وفي نفس الوقت تحتاج إلى اهتمام وعناية ورعاية مادية ومعنوية، وعادة ما تكون الإعاقة واضحة لدى هذه الفئة فتتمثل في الإعاقة الذهنية أو الجسدية. والإعلام الرقمي يقوم بدور كبير في تنشئة الإعلاميين خاصة وأن تأثيره يصل إلى قطاعات واسعة وعريضة من شرائح المجتمع؛ وقد ساعد على ذلك سرعة اختصاره للزمان والمكان، وسرعة تجاوبه مع المستجدات العلمية والتكنولوجية، ويلعب الإعلام بوسائله كافة وخاصة الرقمية دوراً مهماً في تسليط الانتباه على القضايا المهمة فيخرجها من دائرة التعتيم إلى دائرة الحوار والمعالجة.

وفي الآونة الأخيرة لاقت قضايا ذوي الهمم اهتماماً إعلامياً بموضوع الإعاقة منوطاً بضرورة تأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وإدماجهم في المجتمع والاهتمام بهم؛ وهذا ليس ترفهاً إعلامياً بل هو واجب ودور أساسي للإعلام تمليه

مصالح الوطن وحاجات ذوي الاحتياجات الخاصة، ويجب ألا ينظر إليهم على أنهم شرائح صغيرة من المجتمع، بل هو على رأس الأولويات التي ينبغي الاهتمام بها، عن طريق تغطية فعاليات توعوية وتخصيص برامج حوارية حولها، فضلا عن إقامة الندوات والمحاضرات والأنشطة التثقيفية والإرشادية للإعلاميين من أجل التعامل ودمج ذوي الاحتياجات الخاصة .

وتمثل فئة ذوي القدرات الخاصة في أي مجتمع ما نسبته (3%) وهذا ما تشير إليه معظم الدراسات والإحصاءات وتختلف هذه النسبة من مجتمع لآخر، وهذا العدد من المعاقين لا يمكن تجاهل متطلباته ويمكن الاستفادة من القدرات المتبقية لديهم إذا ما تم تقبلهم في المجتمع، وتلعب نظرة المجتمع إليهم دورا مهما في دمجهم وتقبلهم فيه؛ وعليه فإنه من المهم أن يتم التعامل مع هذه الفئة بطريقة تتناسب مع طبيعتهم، حيث تباينت نظرة المجتمعات لذوي الاحتياجات الخاصة عبر التاريخ .

وإن ذوي الاحتياجات الخاصة من بين الشرائح التي تجد الإنترنت وسيلة إعلامية متميزة تمكنهم من الاتصال بالعالم الخارجي بسهولة ويسر وتلي كثيرا من احتياجاتهم المعرفية والثقافية وتدعم اعتمادهم على الذات نظرا لتيسيرها لأداء كثير من المهام المنوط بهم أداؤها وعلاجها للعديد من المشكلات التي واجهها ذوي الاحتياجات الخاصة عند استخدامهم لوسائل الإعلام الأخرى .

وكنتيجة للتقدم التكنولوجي في الأدوات المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة وتمكنهم من التعامل معها بإتقان ظهرت إمكانياتهم الحقيقية على التعامل معها دون اللجوء إلى معونة أو إرشاد الآخرين، فظهرت كفاءتهم في أداء الأعمال الموكلة إليهم وبقدرات فاقت - في كثير من الأحيان - كفاءة نظائريهم ، فالتكنولوجيا رفعت مستوى قدرة ذوي القدرات الخاصة في أعمالهم المختلفة ومكنتهم من اقتحام مجالات جديدة لم يكن ليتقنوها بمعزل عن تلك الأدوات والتقنيات، ومن جاءت أهمية التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الرقمي في دمج ذوي الهمم إعلاميا .

وفي هذا السياق، أظهرت بعضا من الدراسات الإعلامية حول تعامل الإعلاميين مع ذوي الاحتياجات الخاصة وأهمية تنوع الرسائل الإعلامية ومضمونها وأسلوبها، حسب الفئة المستهدفة والمستوى التعليمي وأن تتركز الرسائل الأساسية على الأنشطة الداعمة لنجاح ذوي الاحتياجات الخاصة ودعمهم للاندماج داخل المجتمع وتلبية احتياجاتهم ؛ وبالتالي الخطة الإعلامية وأهمها تقديم البيانات والمعلومات الصحيحة عن ذوي الاحتياجات الخاصة من قبل الإعلاميين للجمهور المستهدف وكيفية التعامل معهم بالطرق السليمة وعلى هذا جاءت الدراسة للبحث والتقصي في الدور الفعال للإعلام الرقمي لتأهيل الإعلاميين

للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة ؛ ويسعى الباحث من خلال هذه الدراسة على توضيح الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي في تأهيل الإعلاميين للتعامل مع قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة . (عبد الله أحمد، 2022).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الدراسات السابقة:

ركزت دراسات عديدة عن تأثير الإعلام الرقمي على ذوي الاحتياجات الخاصة، وحددت تلك الدراسات فرص دعم الإعلاميين والإعلام الرقمي لهذه الفئة من زوايا عديدة مع التقدم التكنولوجي الهائل.

وأظهرت دراسة (علي بن شويل القرني، 2008)، الوسائل الأكثر اهتماما دون غيرها من الوسائل الأخرى بشئون الإعاقة في المملكة العربية السعودية، والتوغل في تحديد حجم الاتصال بين الإعلاميين في المملكة العربية السعودية وبين الأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة، والكشف عن طبيعة الصورة الإعلامية عن ذوي الاحتياجات الخاصة كما يراها الإعلاميون السعوديون، والاهتمام بالدراسات حول الإعلام الرقمي بصفة عامة، والاتجاهات التي يحملها الإعلاميون في المملكة العربية السعودية عن ذوي الاحتياجات الخاصة؛ وعلاقة الاتجاهات بالمتغيرات الديموغرافية والإعلامية، واستخدم الباحث المنهج المسحي والذي أظهر نتائج أبرزها، رؤية الإعلاميين في المملكة العربية السعودية أن اهتمام وسائل الإعلام بذوي الاحتياجات الخاصة محدود، ويأتي التلفزيون في مقدمة الوسائل التي تعطي اهتماما بهذا الفئة وتلهمها الصحافة ثم الإنترنت؛ وتقدمت الإعاقة الحركية (الجسدية) على باقي الإعاقات الأخرى في استقطاع اهتمام وسائل الإعلام السعودية، ثم في درجة ثانية متقاربة تأتي صعوبات التعلم، وتشتت الانتباه والنشاط الزائد .

ذكر، (محمد عبدالله، 2022)، العلاقة التي تربط الذكاء الاصطناعي بالنشاط الإعلامي، كما توغل في دراسته لتحديد أهم التطبيقات والتقنيات المهمة في العمل الصحفي، واهتم بالدراسات حول الذكاء الاصطناعي بصفة عامة، بالإضافة إلى ترقية مستقبل النشاط الإعلامي والعمل الصحفي إلى مستويات عالية من الأداء؛ ولكنه استخدم المنهج الوصفي والذي أظهر له نتائج أبرزها، وسائل الإعلام الرقمي الجديد فتحت أبوابا جديدة أمام الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة عما قدمه الإعلام التقليدي، خاصة مع تقديم دور كبير في دمج هذه الفئة مع المجتمع المحلي والإقليمي والعالمي، وعملت على

إخراجهم من عزلتهم؛ و أتاح لهم التعبير عن قضاياهم بأنفسهم التي لم يتمكن الإعلام التقليدي من تناولها، وأن الفقر والجهل وعدم وصول خدمة الإنترنت يحول دون دمج هذه الفئة في المجتمع؛ وعدم قدرتهم للتعامل مع تقنيات الإعلام الرقمي الجديد، وتوعية المجتمع عبر وسائل الإعلام المختلفة تجاه هذه الفئة يعمل على تغيير نظرة هذا المجتمع تجاه هذه الفئة .

حلل (خالد عبد الحميد وعاكف موسى، 2016)، اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، وكذلك التعرف إلى العلاقة بين تلك الاتجاهات والممارسة الإعلامية لموضوعات الاحتياجات الخاصة، والكشف عن الفروق بين تلك الاتجاهات وفقا للمتغيرات الديموغرافية والإعلامية، والتعرف إلى العوامل المؤثرة في اتجاهات الإعلاميين نحو موضوعات الاحتياجات الخاصة، كما استخدم المنهج الوصفي والذي أظهر له نتائج أبرزها، أن كلما زاد مستوى التحصيل الدراسي، وكلما زاد العمر كانت الاتجاهات أكثر إيجابية، وأن اتجاهات الإعلاميين الذي لديهم علاقات اتصال مع الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة أكثر ايجابية ممن ليس لديهم مثل تلك العلاقة . وأيضاً وجود علاقة تبادلية وطردية بين الممارسة الإعلامية والاتجاهات الايجابية نحو ذوي الاحتياجات الخاصة، لكن لا يوجد علاقة بين الممارسة الإعلامية وبعدي التسميات، والدمج .

وكشفت دراسة (خالد عبدالرحمن، 2019)، مدى الوعي بحقوق المعاقين لدى العاملين في الإعلام في المملكة العربية السعودية، وهدفت لتحديد درجة الوعي بحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة لدى الإعلاميين في المملكة العربية السعودية، والكشف عن الاختلافات في التقديرات التقييمية لدرجة الوعي بحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة لدى الإعلاميين في المملكة العربية السعودية تعزي للمتغيرات التالية: الجنس، عدد سنوات الخدمة؛ مكان العمل، الالتزام بالعمل الإعلامي، والكشف عن الدور الذي يلعبه الإعلاميون في تشكيل القيم والاتجاهات، مما يساعد القائمين على وضع السياسات والخطط المستقبلية، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وأظهرت هذه الدراسة أنه من الضروري أن تكون حقوق المعاقين في المؤسسات الإعلامية المحلية على رأس أولوياتنا اليومية وليس حدثاً موسمياً شكلياً، وكذلك لابد من عقد لقاءات متكررة للعاملين في مجال الإعلام والإعلاميين إلى جانب ذوي الاحتياجات الخاصة لتبادل الأفكار حول كل ما هو جديد في مجال ذوي الاحتياجات الخاصة وتأهيل المجتمع لتقبلهم ودمجهم دون أي قيود .

وأكدت دراسة (حمود بن أحمد الخميس وصلوى بن عواحي، 2008)، الاحتياجات الإعلامية للمعاقين ومدى إشباع وسائل الإعلام لها، وهدفها التعرف على دوافع استخدام المعاقين لوسائل الإعلام، والكشف عن الصعوبات التي تواجه المعاقين أثناء التعرض للوسائل والرسائل الإعلامية التقليدية والمعاصرة، ومحاولة الخروج برؤية واضحة وآليات عملية مقننة تمكن

القائمون على الوسائل الإعلامية من إعداد مواد إعلامية تلبي حاجات المعاقين وتشبع تطلعاتهم؛ وتحديد العلاقة بين استخدام الوسائل الإعلامية وطبيعة الإعاقة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، وأظهرت هذه الدراسة أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام تتركز في البحث عن المعرفة والترفيه وجمع المعلومات؛ حيث أظهر أفراد العينة اهتماما كبيرا بالمعرفة والثقافة والاطلاع، وبناء عليه يمكن القول بأن دوافع تعرض المعاقين لوسائل الإعلام لا تختلف عن الأسوياء نظرا لكون دوافع التعرض ذات الصلة بالإعاقة جاءت بالمرتبة الأخيرة .

أما ما يتعلق بالموضوعات التي يتعرض لها ذوي الاحتياجات الخاصة فقط كشفت الدراسة أنهم لا يختلفون كثيرا عن غيرهم إلا أن ما يلفت الانتباه هو تأخر المواضيع المتعلقة بالإعاقة في قائمة ترتيبهم للقضايا التي يهتمون بها .

وأظهرت الدراسة أيضا محدودية قيام وسائل الإعلام المرئية باستخدام لغة الإشارة عند مخاطبة فئة الصم والبكم، كما أن لغة الإشارة المستخدمة في أغلب القنوات التلفزيونية العربية غير موحدة مما يشكل صعوبة في فهم محتوى أو مضمون الرسالة على الرغم من وجود بعض القواميس الإشارية العربية .

وأظهرت دراسة (مسعودة فلوس ونصيرة بويعل، 2021)، دور الإعلام الجديد في عملية التوعية لذوي الاحتياجات الخاصة، وهدفت للتعرف على ماهية الإعلام الجديد وما هي أهم خصائصه ومجالات تأثيره على الفرد والمجتمع، والكشف عن الدور المهم الذي يقوم به الإعلام الرقمي في توعية ذوي الاحتياجات الخاصة وكذلك الإعلاميين لتعامل كلا منهم مع الآخر، والتعرف على مفهوم ذوي الاحتياجات الخاصة وما هي أهم فئاتها وطرق إرشادها وتوعيتها، والكشف عن العلاقة التي تربط كل من الإعلام الجديد والإعلاميين وذوي الاحتياجات الخاصة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي؛ وأظهرت هذه الدراسة أن وسائل الإعلام الرقمي الجديدة تمكن الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة من المشاركات الفاعلة بشكل كامل في الفصول التعليمية العامة، بالإضافة إلى أنها تحفزهم وتشجعهم على التعاون وتزيد الاستقلالية وتدعم التقدير الذاتي والثقة بالنفس، وكذلك مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في تقليل الاعتماد على الآخرين وتسمح للأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة بأن يظلوا مندمجين مع مجتمعاتهم ومتواصلين مع الآخرين بالإضافة إلى أنها تمنح لهم الفرصة في المشاركة في الأنشطة الاجتماعية، فضلا عن منحهم الاستقلالية في مهارات الحياة اليومية بدعم الإعلاميين .

وأكدت دراسة (طلال بن علي مثنى، 2021)، اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بجامعة أم القرى نحو توظيف الإعلام الجديد في التعليم وخدمة المجتمع، وتوضيح اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو مواقع الإعلام الجديد في التعليم والتعلم للأشخاص

ذوي الاحتياجات الخاصة، وتقديم خدمات اجتماعية علمية راقية للمجتمع تتسم بالدقة والموضوعية لدى الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؛ وأظهرت هذه الدراسة إلى أن أعضاء هيئة التدريس يميلون إلى الاستفادة من موقع يوتيوب، وأنهم يحملون اتجاهات إيجابية تجاه الاستفادة من مواقع الإعلام الجديد نحو استخدامها في البحث العلمي وخدمة المجتمع وذوي الاحتياجات الخاصة، وكذلك لابد من عقد دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس لتعلم استخدامات مواقع الإعلام الجديد في التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع وعمل دراسات لقياس اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو مواقع الإعلام الجديد وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة .

حللت دراسة (عبدالكريم الوزان، 2020)، التكنولوجيا وذوي الاحتياجات الخاصة، وهدفت لتفسير كيفية تسخير التكنولوجيا لخدمة ذوي الاحتياجات الخاصة، وهل حققت التكنولوجيا أهدافها وفق إمكانياتها في رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة، ما هو دور وسائل الإعلام والإعلاميين في التغطية وتبسيط الضوء على معاناة ومتطلبات ذوي الاحتياجات الخاصة، وهل حققت المنظمات دورها بشكل واضح وجدي ومثمر تجاه ذوي الاحتياجات الخاصة، وأظهرت هذه الدراسة أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام تتركز في البحث عن المعرفة والترفيه وجمع المعلومات؛ وأنه لا يقتصر دور التكنولوجيا والإعلام الرقمي على تطوير الأجهزة والمعدات الحديثة فقط لخدمة ذوي الاحتياجات الخاصة، بل يتعداها إلى ابتكار طرق تربوية وتعليمية وثنائية تسهل من عمل الإعلاميين لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة وتطويرهم بالشكل الأمثل وبكل سهولة، أما ما يتعلق بالموضوعات التي يتعرض لها ذوي الاحتياجات الخاصة فقط كشفت الدراسة أنهم لا يختلفون كثيرا عن غيرهم إلا أن ما يلفت الانتباه هو تأخر المواضيع المتعلقة بالاحتياجات الخاصة في قائمة ترتيبهم للقضايا التي يهتمون بها.

وأظهرت دراسة (نصر الدين عثمان و محمد عبدالقادر، 2021)، إستراتيجيات الإتصال المؤسسي ودورها في التوعية بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، وهدفها التعرف على أدوار الاتصال المؤسسي في تحقيق التوعية بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة المختلفة، ومعرفة مدى اهتمام مؤسسات الإعاقة باستخدام الاتصال المؤسسي لتوصيل رسالتهم للجمهور، وتوضيح مدى نجاح مؤسسات ذوي الاحتياجات الخاصة في تحقيق أهدافها المرصودة من الناحية الإعلامية، واستكشاف نجاح إدارات الاتصال في تحقيق الوعي بحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة من قبل الإعلاميين والإعلام الرقمي، وأظهرت هذه الدراسة أنه من حق الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة العيش والمشاركة في مجتمعاتهم وتأمين أكبر قدر ممكن من الدعم، بحيث تكون الخدمات المتعلقة بالإعلام والتوظيف الإعلامي يتم توفيرها من خلال أنظمة تتوافق مع الحد الأدنى من معايير الجودة، وأيضا تطوير العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والإعلاميين وجمعيات ذوي الاحتياجات الخاصة؛ ويمكن أن يتم ذلك من خلال

إقامة ورش العمل والدورات التدريبية المشتركة بين الأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة والعاملين في مجال الإعلام وخاصة الإعلاميين، بهدف نشر الوعي المجتمعي حول دعم هذه الفئة؛ وكذلك توعية الإعلاميين بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة ومساندة أسر الأشخاص أنفسهم في التوجيه والدعم، بهدف تحقيق الدمج الاجتماعي.

وتؤكد دراسة (Haller, 1997) أن الصورة الذهنية السلبية عن المعاقين يبرز على أنه أقلية يبحث عن حقوقه. وقد بدأت تظهر بعض الصور الإيجابية مثل نموذج مجموعة الأقلية والذي يصور مجتمع المعاقين على أنهم أقلية بحاجة إلى احترام حقوقهم المدنية، وكذلك نموذج المستهلك والذي ينظر إلى الاستثمار من أجل المعاقين في المجتمع بأن له بعد اقتصادي إيجابي، وأظهرت الدراسة أنه يصور العدالة الاقتصادية للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، ومكلفة لمجتمع الأعمال الأمريكي.

قضية أخرى هي ما إذا كان الناس يُمنح الأشخاص ذوو الإعاقة "صوتًا" في وسائل الإعلام الإخبارية – هل يتحدثون؟ لأنفسهم؟ يجب على الباحثين في مجال الإعلام أن يبحثوا عن مصادر صحيحة في الأخبار؛ يجب عليهم الاستمرار في تقييم من يتحدث عن الاحتياجات الخاصة والمجتمع في وسائل الإعلام. يجب أن تستمر أبحاث الاتصالات في التقييم.

دراسة (Kim, K.M, 2021) تبحث في مدى اختلاف نتائج استخدام الإنترنت ووسائل الإعلام الرقمي بين الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة وغيرهم، والكشف عن الدور المهم الذي يقوم به الإعلام الرقمي في توعية ذوي الاحتياجات الخاصة للتعامل مع بعضهم ومن غير ذوي الاحتياجات الخاصة أيضا، وأظهرت الدراسة أن السعي من أجل المساواة المجتمعية الناجمة عن الفجوة الرقمية بين الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة وغير ذوي الاحتياجات الخاصة وذلك في الحقوق المدنية، وعكست التغطية الإيجابية الأخرى حيث يتم تحقيق العدالة في المجتمع للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، وحددت الفجوات في الوصول إلى الإنترنت ووسائل الإعلام الرقمي، والمهارات، والتحفيز، والنتائج بين الأشخاص ذوي الإعاقة والأشخاص ذوي الإعاقة، وأفاد الأشخاص ذوي الإعاقة بإمكانية الوصول إلى الإنترنت والمهارة والتحفيز بشكل ملحوظ، كما حصلوا على نتائج أكثر فائدة في جميع مجالات النتائج مقارنة بالأشخاص ذوي الإعاقة. علاوة على ذلك، فإن الأشخاص ذوي الإعاقة الحاصلين على درجات التعليم العالي؛ ودخل الأسرة المرتفع، والحافز الأعلى نحو استخدام الإنترنت، والمهارات الرقمية الأكبر حصلوا على نتائج أكثر فائدة لاستخدام الإنترنت.

دراسة (Caton, 2016)، هدفت للتعرف على طبيعي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة بعدة طرق، والكشف عن مدى الخطورة من تعرضهم لالعزلة الاجتماعية وغالبا ما تكون لديهم الشبكات الاجتماعية أو وسائل الإعلام الرقمية كبديل لـ عالم صغير بمساعدة الأسرة، وأظهرت الدراسة، أن دعم الأشخاص من ذوي الاحتياجات

الخاصة لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي في حياتهم اليومية يمكن بالاستعانة بالإعلاميين المدربين والمؤهلين لذلك وتعتبر هذه الخدمات أكثر أماناً ويسهل الوصول إليها من المواقع التي تم تطويرها للمجتمع الأوسع، ومع ذلك هناك وعي متزايد بـ "الفجوة الرقمية" وعدم المساواة في الوصول لـ الإنترنت ووسائل الإعلام بالنسبة لأولئك الذين يفتقرون إلى المهارات أو فرصة الوصول لـ تكنولوجيا الإنترنت لأنهم في مواقف غير متكافئة من حيث استخدامها من قبل الأشخاص غير ذوي الاحتياجات الخاصة .

أظهرت دراسة (Heitplatz, 2020)، معرفة الأسباب وراء عدم تلبية البرامج المقدمة من وسائل الإعلام الرقمي متطلبات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة أو مقدمي الرعاية الرسميين لهم أو المؤسسات القائمة على تلبية احتياجات هذه الفئة، وأظهرت تجسد الدرجة العالية من الجهد الشخصي والتنظيمي؛ ونقص معرفة مقدمي الرعاية وقضاء الوقت كعوائق أمام مقدمي الرعاية في المؤسسات الاجتماعية لدعم عملائهم لتحقيق المعرفة الرقمية، ومع ذلك، فإن رغبات الأشخاص ذوي الإعاقة الذهنية لتحسين مهاراتهم الرقمية ارتفعت بشكل مطرد في السنوات الأخيرة .

دراسة (Hastall, 2022) تهدف إلى التحقيق في مواقف تقديم الدعم لذوي الاحتياجات الخاصة من قبل الإعلاميين ووسائل الإعلام الرقمي في ألمانيا وكذلك المناقشة حول استخدام وسائل الإعلام الرقمي من ذوي الاحتياجات الخاصة، وأظهرت أنه على الرغم من أن المشاركة في العالم الرقمي تعد وسيلة مهمة للمشاركة في مجتمعنا، إلا أن الأشخاص ذوي الإعاقات الذهنية لا يزالون مستبعدين إلى حد كبير من الإمكانيات المتعددة للمشاركة الرقمية، بالإضافة إلى أن وجهات النظر حول استخدام وسائل الإعلام الرقمي تختلف بين الأشخاص ذوي الإعاقات الذهنية ومقدمي الرعاية الرسميين فيما يتعلق بـ الاهتمام بالوصول إلى الإنترنت والوسائط الرقمية، والاهتمام ببرامج التعليم، ومجموعة متنوعة من التطبيقات المستخدمة .

التعليق على الدراسات السابقة:

- 1- سلطت كافة الدراسات السابقة الضوء على الفرص التي تتيحها وسائل الإعلام الرقمية لذوي الاحتياجات الخاص وكيف ينعكس ذلك على تفاعلهم مع الآخرين وفقاً لدعم الإعلاميين
- 2- اجماع الدراسات على تسهيل الإعلام الرقمي حصول ذوي الاحتياجات الخاصة على المعلومات والمعارف التي يحتاجونها في حياتهم.
- 3- على الرغم من ذكر معظم المبحوثين أن هناك عدة صعوبات مشتركة يتم التعرض إليها من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة عند التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي تمثلت في (عدم توافر وسائل مساعدة، وجود روابط صفحات

الإنترنت لا تعمل، صعوبة الحصول على تدريب في مجال استخدام الشبكات الاجتماعية؛ وعدم وجود نص بديل

لوصف الصور، صعوبة التعامل مع التطبيقات والألعاب)

4- يوجد اجماع واضح في كل الدراسات سواء العربية أو الأجنبية على تأثير الإعلام الرقمي على ذوي الاحتياجات الخاصة

5- اتفاق الجميع في الدراسات السابقة أيضا على التأثير الإيجابي من قبل الإعلاميين على دعم ذوي الاحتياجات

الخاصة.

مشكلة الدراسة:

ساهم التقدم التكنولوجي في الأدوات المقدمة لذوي الاحتياجات الخاصة وتمكنهم من التعامل معها بإتقان في ظهور إمكانياتهم الحقيقية على التعامل معها دون اللجوء إلى معونة أو إرشاد الآخرين؛ فظهرت كفاءتهم في أداء الأعمال الموكلة إليهم وبقدرة فاقت - في كثير من الأحيان - كفاءة نظائرهم، ولكن هذا لم يساهم بشكل كامل في حل المعوقات التي تحول دون الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الرقمي من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة. ولعل أبرز تلك المعوقات سرعة تطوير البرامج ما يجعل تلك الفئة بعيدة لوقت طويل عن اللحاق بالاستفادة من آخر هذه التطورات .

كما أن ارتفاع تكاليف تجهيز الأجهزة والأدوات التكنولوجية المكيفة لمتطلبات نوع الهمم قد تبلغ الكثير بالنسبة للبرامج الخاصة ونفقات تكوين الجهاز، وتلك النفقات لا تقوى على تحملها بعض فئات ذوي الاحتياجات الخاصة حتى داخل المجتمعات المتقدمة حيث تحدد من هنا مشكلة هذه الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: "تحليل وتفسير ورصد دور الإعلام الرقمي في تأهيل وتدريب الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة"

أهمية الدراسة:

أ/ أهمية نظرية وتشمل:

تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال مناقشتها لتأهيل الإعلاميين للتعامل مع شريحة مهمة وربما مهمشة وأصبحت الدراسات الإعلامية تسعى إلى البحث في عمق الأهداف العامة لجوهر الرعاية الإعلامية وما تقدمه المنظمات والمؤسسات في المملكة العربية السعودية من اهتمام واضح بهذه الشريحة والسعي لتوفير الأدوات التي تدعم مؤهلاتهم وتنمي خبراتهم وقدراتهم. وتأتي أهمية الدراسة في إلقاء الضوء على أحد الموضوعات التي ظلت تؤرق المهتمين بهذا المجال؛ والمتمثل في تأثير الإعلاميين على

شخصية ذوي الاحتياجات الخاصة جراء نظرتهم لأنفسهم ونظرتهم للمجتمع ومن الآخرين . ويعكس الإعلام الرقمي مفهوم الواقع الافتراضي الذي يسمح لذوي الاحتياجات الخاصة بالتواصل مع غيرهم دون الشعور بالحرج والتوتر والارتباك من الآخرين وغيرها من تلك المشاعر التي تنتابهم عند الاحتكاك بالواقع الفعلي، ومن ثم استوجب علينا دراسة دور الإعلاميين في تقدير ذوي الاحتياجات الخاصة لأنفسهم وتكوين وتكامل شخصيتهم .

ب/ أهمية تطبيقية وتشمل:

توظيف نتائج الدراسة لاتخاذ الإجراءات اللازمة لتطوير المنظومة الإعلامية والإعلاميين لتقبل ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع وإحساسهم بالرضا التام عن أنفسهم ليصبحوا أكثر فاعلية وإيجابية. وإشراك وتقديم ذوي الاحتياجات الخاصة في المرافق الإعلامية وتقديم الخدمات التدريبية لهم. وتشجيع إقامة مرافق إعلامية متخصصة للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة .

الفهم الحقيقي للتعامل مع احتياجات ذوي الاحتياجات الخاصة ومشكلاتهم وإعادة تأهيلهم لابد من أن تتم من خلال سياسة اجتماعية لإعادة استثمار قدراتهم، وتمكينهم وتحويلهم من طاقة إنتاجية معطلة إلى طاقة إنتاجية مساهمة في تنمية وتقديم المجتمع .

تنطلق أهمية الدراسة من الأهمية الحيوية المتزايدة للإعلام الرقمي وتحديد كفاءة الإعلام الرقمي في القيام بدور تثقيفي تجاه ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلاميين .

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو "التعرف على دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة" لتقبل ذاته للتكيف في المجتمع السعودي، وينبثق من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية يمكن إجمالها على النحو التالي:

- 1- التعرف على مدى العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة.
- 2- التعرف على أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.
- 3- التعرف على مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي.

4- التعرف على دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي.

5- التعرف على التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة.

6- التعرف على مدى دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع السعودي.

تساؤلات وفرضيات الدراسة:

أولاً: التساؤلات: ما دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة؟

وينبثق من هذا التساؤل العام الأسئلة الفرعية على النحو التالي:

1- مدى العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة؟

2- أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؟

3- مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي؟

4- دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي؟

5- التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة؟

6- مدى دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع؟

ثانياً: الفرضيات:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين العلاقة

القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين أوجه القوة

والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين مقترحات

الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين فرصة مواجهة التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع السعودي.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: دور الإعلام الرقمي

المتغير التابع: تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة.

كما تم تحليل دور الإعلام الرقمي على المتغير التابع، أي تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة.

مفاهيم الدراسة:

الإعلام الرقمي : مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل؛ ويستخدم الوسائط الجديدة بكفاءة من خلال فحص وتحليل المحتوى بدقة، وأهم ما يميزه كسر منطقة الوصاية التي فرضها ورسخها الإعلام التقليدي، كما انه اهتم بالنظر إلى الجماهير بوصفهم مشاركين، كما أنه يؤثر على المشاركة في الحياة المدنية والسياسية .

ذوي الاحتياجات الخاصة : هم أفراد يعانون نتيجة عوامل وراثية أو بيئية مكتسبة من قصور القدرة على تعلم أو اكتساب

خبرات أو مهارات وأداء أعمال يقوم بها الفرد العادي السليم المماثل لهم في العمر والخلفية الثقافية أو الاقتصادية أو

الاجتماعية" يمكن تعريفهم أيضا أنهم الأشخاص الذين يبعدون عن المتوسط بعدا واضحا، سواء في قدرتهم العقلية أو

التعليمية أو الاجتماعية أو الانفعالية أو الجسمية بحيث يترتب على ذلك حاجاتهم إلى نوع من الخدمات والرعاية لتمكينهم من

تحقيق أقصى ما تسمح به قدرتهم .

الإطار النظري للدراسة:

يتمثل الإطار النظري لهذه الدراسة في مدخل هام مرتبط بدراسات الجمهور ووسائل الإعلام الرقمي وتستند الدراسة على (نظرية الحتمية التكنولوجية) باعتبارها مصدر للمعلومات .

نظرية الحتمية التكنولوجية:

كانت لا تزال المنطلق لجميع المشتغلين في علوم الإعلام والاتصال في الشرق والغرب وان أفكار ماكلوهان لا زالت تتداول على أوسع نطاق في الحقول الأكاديمية لكن تبقى أفكارها محل نظر ونقد لأن علوم الإعلام والاتصال تطور بشكل كبير وأضحت أفكار الحتمية التكنولوجية قديمة لا تسير التطورات السريعة . وتعد اجتهاد فكري إعلامي متميز لم يأخذ النظريات الإعلامية بالتسليم المطلق أو الرفض التام بل اعترف بقوة وتطور هذه الأخيرة لا سيما في الأدوات المنهجية الدقيقة لكنها لا تناسب إلا البيئة الاجتماعية والاتصالية التي ولدت فيها ويرى أن الأدوات لا بد من أن يتم تعديلها وتكييفها وفق البيئة التي نمارس فيها نشاطاتنا الإعلامية مراعين في ذلك التوجه الحضاري . وتعني المنطلقات الفكرية من الإعلام الرقمي وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة؛ وتأتي النظرية بمتغيرين (الرسالة هي الوسيلة بالنسبة للحتمية التكنولوجية والرسالة هي القيمة بالنسبة للحتمية القيمية)، ويفترض من النظرية أن الناس يتكيفون مع بيئتهم في كل عصر من خلال توازن ونسبة محددة لاستخدام الحواس وصلتها بالوسيلة الاتصالية الرئيسية التي يستخدمونها، والتي ينتج عنها نسبة استخدام لحاسة معينة ذات صلة بتنوع الوسيلة المستخدمة .

وتعد قوة التأثير هي الوسيلة ذاتها بمعزل عما تحمله من مضمون؛ ومضمون الاتصال غير ذي علاقة بالتأثير فالذي يجعل هناك فرقا في حياة الناس إنما هي الوسائل السائدة في عصر ما وليس مضمونها . وتعمل تكنولوجيات الاتصال على صرف الناس عن عاداتهم وتقاليدهم ونمط معيشتهم وإبعادهم عن ثقافتهم شيئا فشيئا وهذه من أهم أهداف العولمة الإعلامية وهذا يؤدي إلى أضعاف دور قادة الرأي والعلماء ورجال الإصلاح . (نصير بوعلي، 2005).

الفصل الثالث

الإجراءات المنهجية للبحث

الإطار المنهجي للدراسة:

اتبعت هذه الدراسة نظرية الحتمية التكنولوجية

منهجية الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي والمسح الميداني في موضوع الدراسة دور الإعلام الرقمي في تأهيل وتدريب الإعلاميين لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة. ويسهم هذا النوع الوصفي في الحصول على معلومات وتصور واقعي داخل المجتمع، ووضع التوصيات التي يمكن أن تساهم في صنع القرار وتحقيق النتائج وإثراء المعرفة. وذلك عبر جمع البيانات بنشر الاستبيان الإلكتروني لعينة الدراسة عبر الإنترنت بالمملكة العربية السعودية.

المنهج الوصفي:

هو المنهج الذي يتناول الأبحاث والدراسات التي تبحث فيما هو كائن الآن في حياة الإنسان أو المجتمع من ظواهر وأحداث وقضايا معينة، ويستخدم هذا المنهج طرقاً وأدوات لجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات. ويتعبر هذا المنهج الأكثر شيوعاً وانتشاراً، ولا يمكن الاستغناء عنه في دراسة أي ظاهرة لا بد من أن تتوفر لدى الباحث أوصاف دقيقة للظاهرة التي يحاول دراستها. (داؤود، 2006، ص 6).

مجتمع الدراسة:

تم اختيار مجتمع الدراسة من ذوي الاحتياجات الخاصة أو ذويهم في المملكة العربية السعودية، من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية.

عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في عينة عشوائية مكونة من (200 مفردة) من الجمهور السعودي الذين يستخدمون أو يتابعون وسائل الإعلام الرقمي من كل فئات المجتمع وذوي الاحتياجات الخاصة. وتعد العينة هي مجموعة جزئية من المجتمع وتحمل صفاته وتتوفر بيانات محددة لكل مفردة في العينة.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية للدراسة: تم إجراء هذه الدراسة بشكل عام على مستوى المملكة العربية السعودية ويتم التركيز على المناطق ذات الكثافة السكانية العالية.

الحدود الزمانية للدراسة: تم إجراء هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2024م خلال الفترة 3 فبراير حتى 24 أبريل 2024م.

الحدود البشرية للدراسة: تشمل الدراسة عينة من ذوي الاحتياجات الخاصة أو ذويهم والإعلاميين في المملكة العربية السعودية للإجابة على تساؤلات وفرضيات الدراسة عن أثر الإعلام الرقمي في تأهيل وتدريب الإعلاميين للتعامل ذوي الاحتياجات الخاصة.

أدوات جمع البيانات ومقاييس الدراسة:

أولاً: أداة جمع البيانات:

استخدم الباحث استمارة الاستبيان الإلكتروني (الاستبيان عبر الانترنت) أحد أدوات جمع البيانات التي تستند عليها الدراسة أيضاً في الحصول على معلومات من عينة البحث في إطار الموضوع الأساسي للدراسة وذلك من خلال الاستقصاء الإلكتروني لجمع البيانات من الجمهور المتابع لوسائل الإعلام الرقمي؛ وهي استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة أو العبارات المكتوبة ومزودة بإجابتها، أو الآراء المحتملة، أو الفراغات للإجابة، وطلب من المجيب عليها الإشارة إلى ما يراه مهماً أو ينطبق عليه منها، أو ما يعتقد أنه هو الإجابة الصحيحة، وعمد الباحث على تصميم الاستبيان وعرضه على مجموعة من المحكمين، لتوزيعها على عينة مختارة مهتمة في مجال الإعلام وذوي الاحتياجات الخاصة؛ كونهم الفئة الأكثر قدرة على تقييم الوضع الراهن ومعرفة أبعاده.

تم تحويل الاستبيان إلى استمارة إلكترونية تم تصميمها على موقع (Google drive) ومن ثم إرسال الرابط إلى العينة المستهدفة عن طريق تطبيقات الهاتف الجوال والبريد الإلكتروني وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي.

يتكون الاستبيان في صورته النهائية من جزئين رئيسيين:

الجزء الأول:

البيانات الديموغرافية لعينة البحث وتحتوي على البيانات الأساسية وبعض الأسئلة التي تضع وصف لعينة ومجتمع البحث وفئاته فيما يختص بأهداف البحث.

جدول (1) البيانات الديموغرافية

المتغير	المستويات	التكرار	%
النوع	ذكر	120	60.0
	أنثى	80	40.0
	المجموع	200	100.0
العمر	أقل من 20 عام	12	6.0
	من 21 إلى 30 عام	76	38.0
	من 31 إلى 40 عام	46	23.0
	من 41 إلى 50 عام	34	17.0
	من 51 إلى 60 عام	23	11.5
	من 60 سنة فأكثر	9	4.5
	المجموع	200	100.0
ما هو أعلى مؤهل علمي حصلت عليه	المرحلة الابتدائية	1	0.5
	المرحلة المتوسطة	5	2.5
	دبلوم	21	10.5
	الثانوية أو ما يعادلها	43	21.5
	بكالوريوس	107	53.5
	ماجستير	18	9.0
	دكتوراة	5	2.5
	المجموع	200	100.0
المنطقة	المنطقة الشرقية	9	4.5
	المنطقة الشمالية	28	14.0
	المنطقة الغربية	35	17.5
	المنطقة الوسطى	128	64.0
	المجموع	200	100.0
هل لديك أي إعاقة	نعم	180	90.0
	لا	20	10.0
	المجموع	200	100.0

55.0	110	نعم	هل لديك أقارب أو أصدقاء
45.0	90	لا	من ذوي الاحتياجات
100.0	200	المجموع	الخاصة
15.0	30	أعرض لها بنسبة كبيرة	ما مدى تعرضك لوسائل الإعلام الرقمي التي تغطي قضايا تعامل الإعلاميين مع ذوي الاحتياجات الخاصة
37.5	75	أعرض لها أحيانا	
30.0	60	أعرض لها نادرا	
17.5	35	لا أعرض لها	
100.0	200	المجموع	
10.0	20	واتساب	أي من وسائل الإعلام الرقمي التالية يستخدم ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل أكثر؟
22.0	44	تيك توك	
19.5	39	يوتيوب	
8.0	16	إنستغرام	
11.0	22	إكس	
10.5	21	سناب شات	
15.0	30	فيسبوك	
4.0	8	اخرى	
100.0	200	المجموع	
25.5	51	أقل من ساعة يوميا	المعدل الزمني المخصص يوميا لمتابعة وسائل الإعلام الرقمي من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة؟
49.0	98	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات يوميا	
20.5	41	من 3 إلى أقل من 6 ساعات يوميا	
4.5	9	من 6 إلى 12 ساعة يوميا	
0.5	1	12 ساعة فأكثر يوميا	
100.0	200	المجموع	الموضوعات التي يبحث عنها ذوي الاحتياجات الخاصة؟
16.0	32	الاجتماعية	
1.5	3	الاقتصادية	
35.0	70	التعليمية والتربوية	
15.5	31	الدينية والثقافية	
4.0	8	الرياضية	
9.5	19	الصحية	
16.0	32	الطريقة والمسلية	
0.5	1	العلمية	
1.5	3	الفنية	
0.5	1	المحلية	
100.0	200	المجموع	

22.5	45	أخبار	الشكل الفني الأكثر استخداما في عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة في وسائل الإعلام الرقمي؟
16.5	33	تقارير	
51.0	102	فيديو	
4.5	9	فيتشر	
5.5	11	أخرى	
100.0	200	المجموع	ما أكثر وسائل الإعلام الرقمي اهتماما بمعالجة قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة؟
71.0	142	مواقع التواصل الاجتماعي	
6.0	12	الصحافة الالكترونية	
19.5	39	التلفزيون	
0.5	1	الراديو الالكتروني	
3.0	6	اخرى	طرق الدعم والمساندة التي يقدمها الإعلاميون عبر الإعلام الرقمي لذوي الاحتياجات الخاصة؟
100.0	200	المجموع	
24.5	49	أفلام وثائقية عن الجهود التي تقوم بها الدولة لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة	
17.5	35	عرض إنجازات ذوي الاحتياجات الخاصة مثلما حدث في المجالات الرياضية المحلية والدولية وتكريم المسؤولين لهم	
12.0	24	عرض تجارب الدول الاخرى في مجال الإعلام الجديد وكيفية تناوله قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة	
16.5	33	مد الجمهور بالمعلومات الكافية عن مراكز التأهيل لذوي الاحتياجات الخاصة	مدى استفادة ذوي الاحتياجات الخاصة من الإعلاميين والإعلام الرقمي؟
29.5	59	مساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في كل المشاركة بكل مجالات الحياة واظهار قدراتهم في المجال الفني والرياضي	
100.0	200	المجموع	
20.0	40	الحصول على الاستفادة كاملة	
29.5	59	الحصول على 75 % من الاستفادة	
30.0	60	الحصول على 50 % من الاستفادة	مدى استفادة ذوي الاحتياجات الخاصة من الإعلاميين والإعلام الرقمي؟
18.5	37	الحصول على أقل من 50 % من الاستفادة	
2.0	4	عدم الحصول على استفادة نهائيا	
100.0	200	المجموع	

1) المحكمون لاستمارة الاستبيان طبقا للترتيب المهني والأبجدي:

- 1- أ.د/ شيرين كدواني عميدة كلية اعلام رقمي جامعة ميدأوشن
- 2- أ.د/ محمد عويس استاذ الإعلام الرقمي بكلية الإعلام والتسويق جامعة ميدأوشن
- 3- د/ دعاء رضاء مدرس بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة

الجزء الثاني:

ويحتوي علي ستة محاور:-

- المحور الأول: "العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة"، ويحتوي علي (5) عبارة.
- المحور الثاني: "أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة"، ويحتوي علي (8) عبارة.
- المحور الثالث: "مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي"، ويحتوي علي (6) عبارة.
- المحور الرابع: "دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي"، ويحتوي علي (7) عبارة.
- المحور الخامس: "التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة"، ويحتوي علي (5) عبارة.
- المحور السادس: "دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع"، ويحتوي علي (7) عبارة.

وقد روعي عند تصميم العبارات ما يلي :

- أن تكون الأسئلة واضحة لا تحتاج لكثير من الشرح.
- أن تكون الأسئلة مغلقة.
- ألا تستغرق وقتاً طويلاً في الإجابة عليها.

المعاملات العلمية للاستبيان :

صدق الاتساق الداخلي Internal Consistency :

يُعرف الاتساق الداخلي بأنه مدي مقدرة الاستبيان علي قياس ما صُمم من أجله (Hair, et al., 2006)، وقد تم التأكد من صدق الاتساق الداخلي لأداة البحث من خلال حساب معامل الارتباط البسيط لبيرسون، حيث قام الباحث بحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة علي حدة والدرجة الكلية للاستبيان، وحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة علي حدة والدرجة الكلية للمحور التابعة له، وحساب قيمة معاملات الارتباط بين درجة كل محور علي حدة والدرجة الكلية للاستبيان علي عينة الدراسة والجداول (2،3،4) توضح ذلك.

جدول (2) مُعاملات الارتباط ما بين كل عبارة والدرجة الكلية لاستبيان "دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة"

العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة			أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة			مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي		
م	الارتباط بالاستبيان	مستوي الدلالة	م	الارتباط بالاستبيان	مستوي الدلالة	م	الارتباط بالاستبيان	مستوي الدلالة
1	**0.340	0.000	6	**0.688	0.000	14	**0.678	0.000
2	**0.561	0.000	7	**0.673	0.000	15	**0.595	0.000

0.000	**0.586	16	0.000	**0.633	8	0.000	**0.549	3
0.000	**0.658	17	0.000	**0.646	9	0.000	**0.585	4
0.000	**0.630	18	0.000	**0.597	10	0.000	**0.572	5
0.000	**0.603	19	0.000	**0.670	11			
			0.000	**0.554	12			
			0.000	**0.653	13			
دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع			التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة			دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي		
مستوي الدلالة	الارتباط بالاستبيان	م	مستوي الدلالة	الارتباط بالاستبيان	م	مستوي الدلالة	الارتباط بالاستبيان	م
0.000	**0.493	32	0.000	**0.296	27	0.000	**0.693	20
0.000	**0.597	33	0.000	**0.318	28	0.000	**0.684	21
0.000	**0.430	34	0.000	**0.466	29	0.000	**0.665	22
0.000	**0.515	35	0.000	**0.348	30	0.000	**0.659	23
0.024	*0.160	36	0.000	**0.384	31	0.000	**0.613	24
0.000	**0.547	37				0.000	**0.634	25
0.004	**0.205	38				0.000	**0.597	26

(**) دالة عند مستوى دلالة إحصائي (0.01)

(*) دالة عند مستوى دلالة إحصائي (0.05)

الجدول السابق عبارة عن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان وذلك من أجل التحقق من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة ، نلاحظ أن جميع قيم معاملات الارتباط جاءت في المدي بين (0.160) و (0.693) وهي قيم موجبة وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) فيما عدا العبارة رقم (36) دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) مما يعني أن الاستبيان يتصف بالاتساق الداخلي وأن العبارات في الاستبيان ككل تقيس ما صُمم من أجله. جدول (3) معاملات الارتباط ما بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور التابع له لاستبيان "دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة"

العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة			أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة			مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي		
م	الارتباط بالمحور	مستوي الدلالة	م	الارتباط بالمحور	مستوي الدلالة	م	الارتباط بالمحور	مستوي الدلالة
1	**0.444	0.000	6	**0.783	0.000	14	**0.839	0.000

0.000	**0.821	15	0.000	**0.864	7	0.000	**0.788	2
0.000	**0.808	16	0.000	**0.741	8	0.000	**0.741	3
0.000	**0.783	17	0.000	**0.834	9	0.000	**0.780	4
0.000	**0.823	18	0.000	**0.751	10	0.000	**0.795	5
0.000	**0.869	19	0.000	**0.887	11			
			0.000	**0.848	12			
			0.000	**0.893	13			
دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع			التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة			دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي		
مستوي الدلالة	الارتباط بالمحور	م	مستوي الدلالة	الارتباط بالمحور	م	مستوي الدلالة	الارتباط بالمحور	م
0.000	**0.536	32	0.000	**0.737	27	0.000	**0.811	20
0.000	**0.562	33	0.000	**0.794	28	0.000	**0.802	21
0.000	**0.550	34	0.000	**0.796	29	0.000	**0.795	22
0.000	**0.580	35	0.000	**0.751	30	0.000	**0.796	23
0.000	**0.586	36	0.000	**0.737	31	0.000	**0.766	24
0.000	**0.638	37				0.000	**0.787	25
0.000	**0.624	38				0.000	**0.748	26

(**) دالة عند مستوى دلالة إحصائي (0.01)

(*) دالة عند مستوى دلالة إحصائي (0.05)

الجدول السابق عبارة عن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور الذي تتبع له وذلك من أجل التحقق من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة ، نلاحظ أن جميع قيم معاملات الارتباط جاءت في المدي بين (0.444) و (0.893) وهي قيم موجبة وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) مما يعني أن الاستبيان يتصف بالاتساق الداخلي وأن العبارات في كل محور تقيس ما صُممت من أجله.

جدول (4) مُعاملات الارتباط ما بين كل محور والدرجة الكلية لاستبيان "دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة"

المحور	الارتباط بالاستبيان	مستوي الدلالة
العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة	**0.736	0.000
أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة	**0.775	0.000

0.000	**0.760	مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي
0.000	**0.826	دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي
0.000	**0.475	التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة
0.000	**0.682	دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع

(**) دالة عند مستوى دلالة إحصائي (0.01)

(*) دالة عند مستوى دلالة إحصائي (0.05)

الجدول السابق عبارة عن معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان وذلك من أجل التحقق من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة ، نلاحظ أن جميع قيم معاملات الارتباط جاءت في المدي بين (0.475) و (0.826) وهي قيم موجبة وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) مما يعني أن الاستبيان يتصف بالاتساق الداخلي وأن المحاور في الاستبيان ككل تقيس ما صُممت من أجله.

ثبات الاستبيان:

تم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام معامل ثبات كرونباخ – ألفا (Cronboch,L.J.1951,Pp 297-334) لكل محور ، وذلك كما بالجدول التالي:

جدول (5) مُعاملات الثبات للاستبانة بطريقة "كرونباخ – ألفا" حسب المحاور

المحور	عدد العبارات	كرونباخ – ألفا
العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة	5	0.755
أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة	8	0.724
مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي	6	0.740
دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي	7	0.726
التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة	5	0.776
دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع	7	0.755
الاستبيان ككل	38	0.798

الجدول السابق عبارة عن معاملات الثبات بطريقة "كرونباخ – ألفا" لمحاور الاستبانة ، فنجد أن معامل "كرونباخ – ألفا" للمحاور تراوح فيما بين (0.724 ، 0.776) ، كما أن معامل "كرونباخ – ألفا" للاستبيان ككل بلغ (0.798) ، ونلاحظ أن جميع معاملات الثبات تقترب من 0.80 مما يعني أن هناك ثبات عالي (Nikou Kavadia et .al,2013,p689) للاستبيان المستخدم في

الدراسة ، وأنه إذا تم إعادة توزيعه علي نفس العينة بعد فترة زمنية ، فإنه سيتم الحصول علي إجابات تشابه النتائج الحالية بنسبة كلية تقترب من 79%.

لكل ما سبق، فإنه يمكن الحكم علي الاستبيان بأنه يمتاز بصدق الاتساق الداخلي (البناء) وبالثبات ، وأن جميع عبارات المحاور تمتاز بالترابط فيما بينها وتقيد المحور الذي تنتمي له ، وأن هناك ثبات في الاجابات ، وبالتالي فإن هذا الاستبيان يعتبر صالحاً للتطبيق ويمكن الاعتماد علي النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال البيانات التي تم جمعها بواسطته.

جدول (6) أوزان الاجابات حسب مقياس ليكرت الثلاثي

المستوي	الوزن	الدرجات
لا	1	من 1 إلي 1.66
إلى حدا ما	2	من 1.67 إلي 2.33
نعم	3	من 2.34 إلي 3

الجدول السابق يوضح قيم المتوسطات المرجحة وفقاً لمقياس ليكرت للتدرج الثلاثي (Uebersax, 2007) ، وقد تم حساب المتوسطات الحسابية المرجحة لكل عبارة من عبارات أداة الدراسة ومقارنتها مع المدي الموجود في الجدول وتغطي الإجابة المقابلة للمدي الذي يقع بداخله متوسط العبارة

الفصل الرابع

عرض وتحليل البيانات

عرض وتحليل البيانات

تمهيد:

من خلال هذا الفصل سيتم عرض النتائج التي خرجت بها الدراسة ، بناءً علي التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة ، ابتداءً بتحليل البيانات الديموغرافية ، ومن ثم تحليل محاور أداة الدراسة واستخدام المعالجات الإحصائية المناسبة للتحقق من الأهداف والإجابة علي التساؤلات ، وذلك كما يلي :

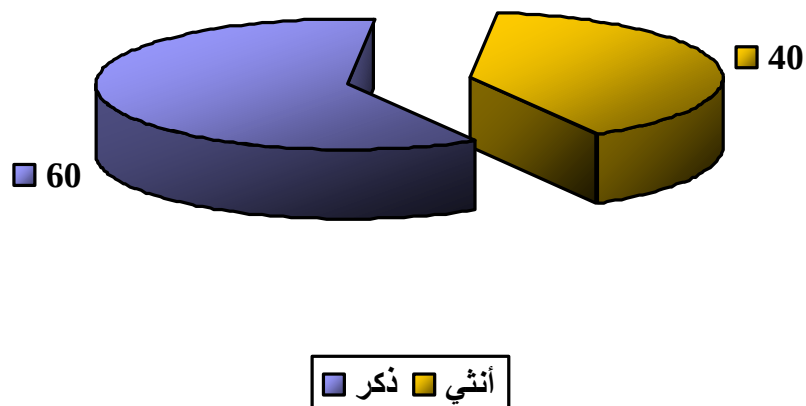
أولاً: وصف عينة الدراسة:

تم استخدام الجداول التكرارية لوصف العينة وفقاً للبيانات الديموغرافية ، وذلك كما يلي :

جدول (7) وصف العينة وفقاً لمتغير النوع

النوع	العدد	النسبة
ذكر	120	60.0
أنثي	80	40.0
المجموع	200	100.0

بالاطلاع علي الجدول (7) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير النوع ، فيتضح أن نسبة (60.0%) من أفراد العينة من الذكور ، وأن نسبة (40.0%) من أفراد العينة من الأنثى ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

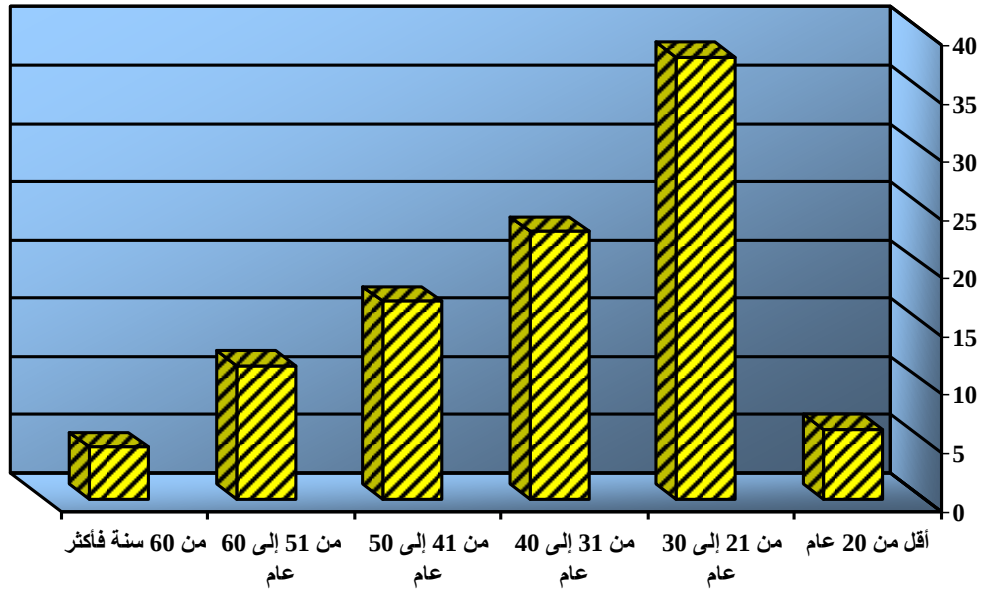


شكل (1) يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير النوع

جدول (8) وصف العينة وفقاً لمتغير العمر

النسبة	العدد	العمر
6.0	12	أقل من 20 عام
38.0	76	من 21 إلى 30 عام
23.0	46	من 31 إلى 40 عام
17.0	34	من 41 إلى 50 عام
11.5	23	من 51 إلى 60 عام
4.5	9	من 60 سنة فأكثر
100.0	200	المجموع

بالاطلاع علي الجدول (8) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير العمر ، فينتضح أن نسبة (38.0%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 21 إلى 30 عام) ، وأن نسبة (23.0%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 31 إلى 40 عام) ، وأن نسبة (17.0%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 41 إلى 50 عام) ، وأن نسبة (11.5%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 51 إلى 60 عام) ، وأن نسبة (6.0%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (أقل من 20 عام) ، وأن نسبة (4.5%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 60 سنة فأكثر) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

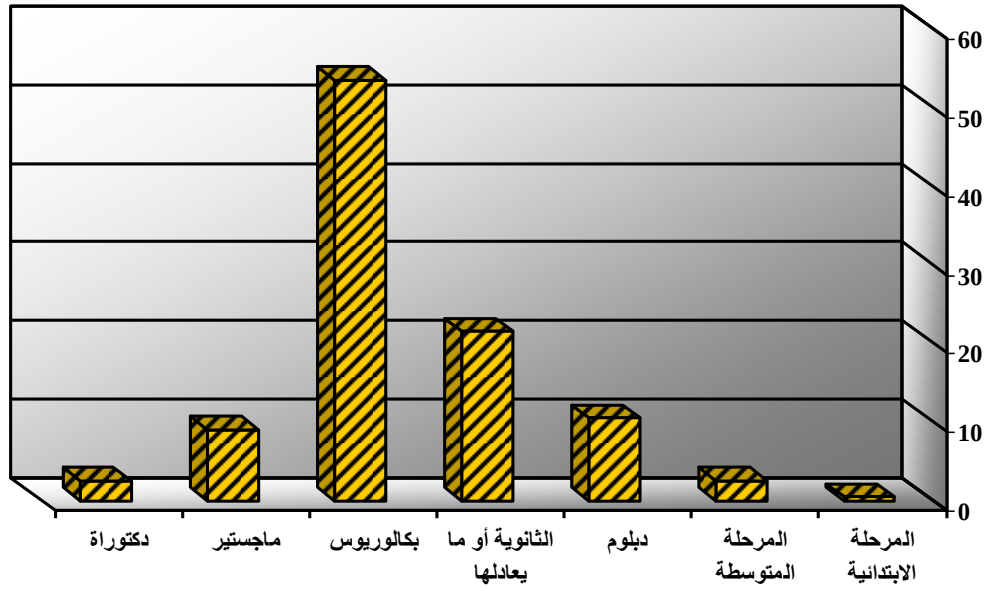


شكل (2) يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير العمر

جدول (9) وصف العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

النسبة	العدد	المؤهل العلمي
0.5	1	المرحلة الابتدائية
2.5	5	المرحلة المتوسطة
10.5	21	دبلوم
21.5	43	الثانوية أو ما يعادلها
53.5	107	بكالوريوس
9.0	18	ماجستير
2.5	5	دكتورة
100.0	200	المجموع

بالاطلاع علي الجدول (9) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي ، فيتضح أن نسبة (53.5%) من أفراد العينة بالمستوي العلمي (بكالوريوس) ، وأن نسبة (21.5%) من أفراد العينة بالمستوي العلمي (الثانوية أو ما يعادلها) ، وأن نسبة (10.5%) من أفراد العينة بالمستوي العلمي (دبلوم) ، وأن نسبة (9.0%) من أفراد العينة بالمستوي العلمي (ماجستير) ، وأن نسبة (2.5%) من أفراد العينة بالمستوي العلمي (دكتورة) ، وأن نسبة (2.5%) من أفراد العينة بالمستوي العلمي (المرحلة المتوسطة) ، وأن نسبة (0.5%) من أفراد العينة بالمستوي العلمي (المرحلة الابتدائية) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

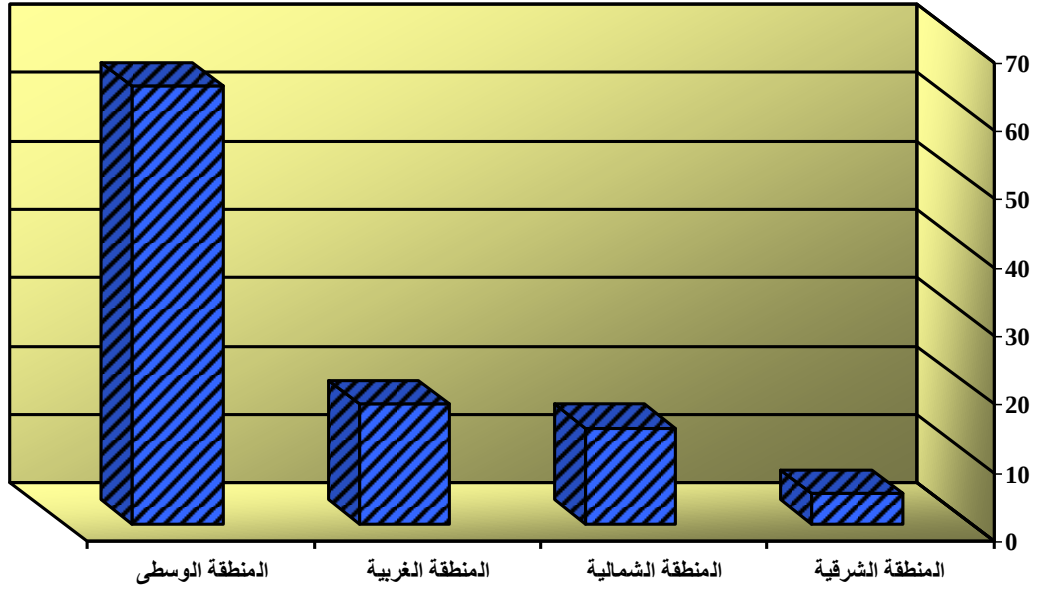


شكل (3) يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

جدول (10) وصف العينة وفقاً لمتغير المنطقة

المنطقة	العدد	النسبة
المنطقة الشرقية	9	4.5
المنطقة الشمالية	28	14.0
المنطقة الغربية	35	17.5
المنطقة الوسطى	128	64.0
المجموع	200	100.0

بالإطلاع علي الجدول (10) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المنطقة ، فيتضح أن نسبة (64.0%) من أفراد العينة في (المنطقة الوسطى) ، وأن نسبة (17.5%) من أفراد العينة في (المنطقة الغربية) ، وأن نسبة (14.0%) من أفراد العينة في (المنطقة الشمالية) ، وأن نسبة (4.5%) من أفراد العينة في (المنطقة الشرقية) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

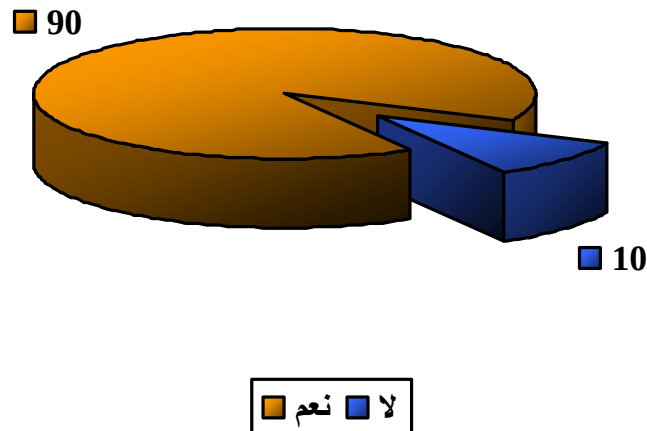


شكل (4) يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير المنطقة

جدول (11) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (هل لديك أي إعاقة؟)

النسبة	العدد	بدائل الاستجابة
90.0	180	نعم
10.0	20	لا
100.0	200	المجموع

بالاطلاع علي الجدول (11) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (هل لديك أي إعاقة؟) ، فيتضح أن نسبة (90.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (نعم) ، وأن نسبة (10.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (لا) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

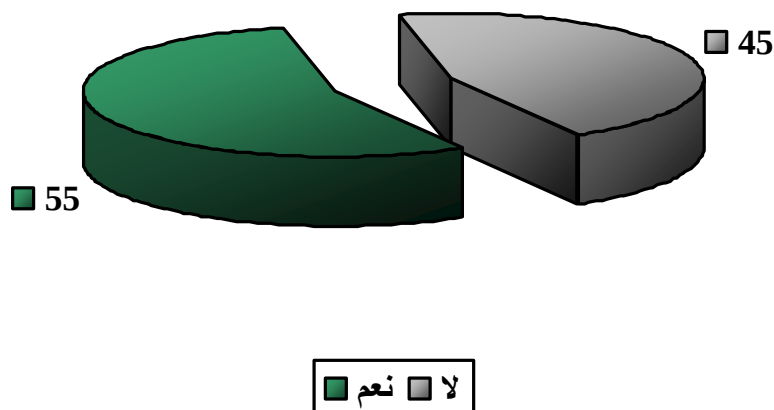


شكل (5) يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (هل لديك أي إعاقة؟)

جدول (12) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (هل لديك أقارب أو أصدقاء من ذوي الاحتياجات الخاصة ؟)

بدائل الاستجابة	العدد	النسبة
نعم	110	55.0
لا	90	45.0
المجموع	200	100.0

بالاطلاع علي الجدول (12) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (هل لديك أقارب أو أصدقاء من ذوي الاحتياجات الخاصة ؟) ، فيتضح أن نسبة (55.0%) من أفراد العينة كانت استجابتهم بـ (نعم) ، وأن نسبة (45.0%) من أفراد العينة كانت استجابتهم بـ (لا) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:



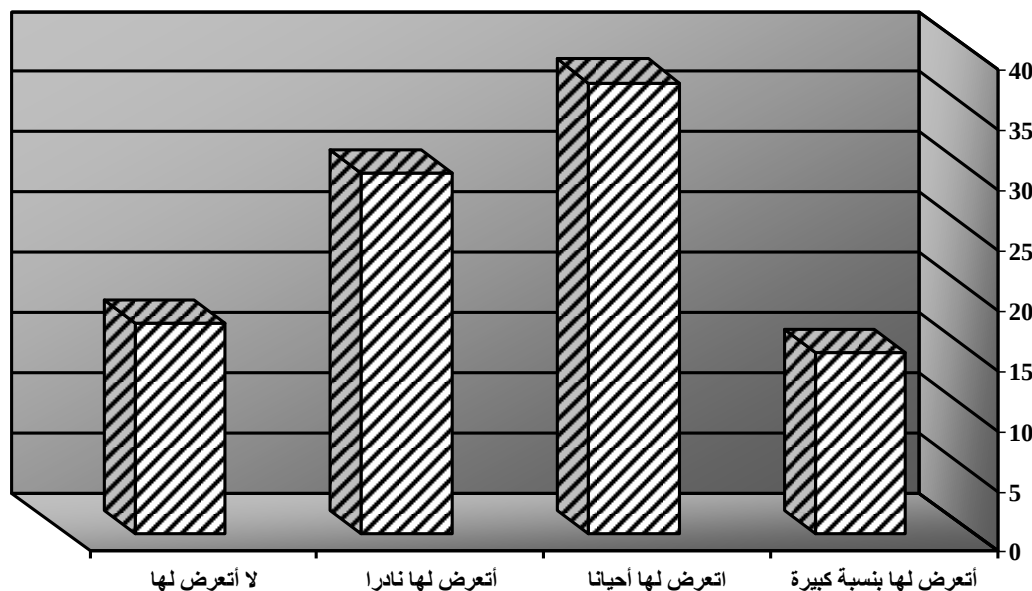
شكل (6) يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (هل لديك أقارب أو أصدقاء من ذوي الاحتياجات الخاصة ؟)

جدول (13) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما مدى تعرضك لوسائل الإعلام الرقمي التي تغطي قضايا تعامل الإعلاميين مع ذوي الاحتياجات الخاصة ؟)

بدائل الاستجابة	العدد	النسبة
أعرض لها بنسبة كبيرة	30	15.0
أعرض لها أحيانا	75	37.5
أعرض لها نادرا	60	30.0
لا أعرض لها	35	17.5
المجموع	200	100.0

بالاطلاع علي الجدول (13) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما مدى تعرضك لوسائل الإعلام الرقمي التي تغطي قضايا تعامل الإعلاميين مع ذوي الاحتياجات الخاصة ؟) ، فيتضح أن نسبة (37.5%) من أفراد

العينة كانت استجاباتهم بـ (أعرض لها أحيانا) ، وأن نسبة (30.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (أعرض لها نادرا) ، وأن نسبة (17.5%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (لا أعرض لها) ، وأن نسبة (15.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (أعرض لها بنسبة كبيرة) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:



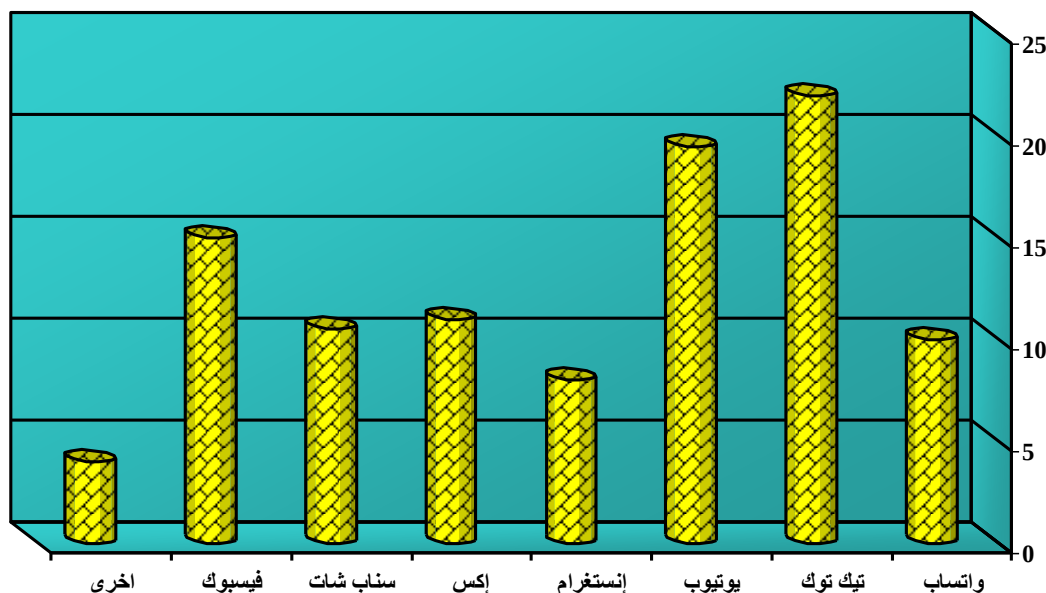
شكل (7) يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما مدى تعرضك لوسائل الإعلام الرقمي التي تغطي قضايا تعامل الإعلاميين مع ذوي الاحتياجات الخاصة؟)

جدول (14) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (أي من وسائل الإعلام الرقمي التالية يستخدم ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل أكثر؟)

النسبة	العدد	بدائل الاستجابة
10.0	20	واتساب
22.0	44	تيك توك
19.5	39	يوتيوب
8.0	16	إنستغرام
11.0	22	إكس
10.5	21	سناب شات
15.0	30	فيسبوك
4.0	8	اخرى
100.0	200	المجموع

بالاطلاع علي الجدول (14) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (أي من وسائل الإعلام الرقمي التالية يستخدم ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل أكثر) ، فيتضح أن نسبة (22.0%) من أفراد العينة يستخدم (تيك توك) ، وأن نسبة (19.5%) من أفراد العينة يستخدم (يوتيوب) ، وأن نسبة (15.0%) من أفراد العينة يستخدم (فيسبوك) ،

وأن نسبة (11.0%) من أفراد العينة يستخدم (إكس) ، وأن نسبة (10.5%) من أفراد العينة يستخدم (سناب شات) ، وأن نسبة (10.0%) من أفراد العينة يستخدم (واتساب) ، وأن نسبة (8.0%) من أفراد العينة يستخدم (إنستغرام) ، وأن نسبة (4.0%) من أفراد العينة يستخدم (اخرى) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

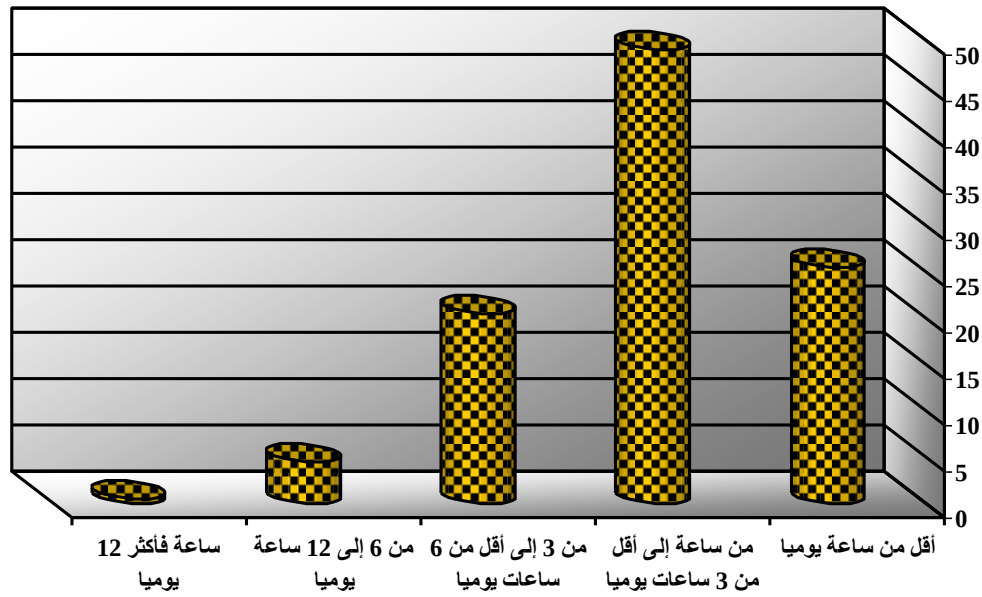


شكل (8) يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (أي من وسائل الإعلام الرقمي التالية يستخدم ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل أكثر؟)

جدول (15) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (المعدل الزمني المخصص يوميا لمتابعة وسائل الإعلام الرقمي من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة؟)

النسبة	العدد	بدائل الاستجابة
25.5	51	أقل من ساعة يوميا
49.0	98	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات يوميا
20.5	41	من 3 إلى أقل من 6 ساعات يوميا
4.5	9	من 6 إلى 12 ساعة يوميا
0.5	1	12 ساعة فأكثر يوميا
100.0	200	المجموع

بالاطلاع علي الجدول (15) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (المعدل الزمني المخصص يوميا لمتابعة وسائل الإعلام الرقمي من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة؟) ، فيتضح أن نسبة (49.0%) من أفراد العينة كانت استجابتهم بـ (من ساعة إلى أقل من 3 ساعات يوميا) ، وأن نسبة (25.5%) من أفراد العينة كانت استجابتهم بـ (أقل من ساعة يوميا) ، وأن نسبة (20.5%) من أفراد العينة كانت استجابتهم بـ (من 3 إلى أقل من 6 ساعات يوميا) ، وأن نسبة (4.5%) من أفراد العينة كانت استجابتهم بـ (من 6 إلى 12 ساعة يوميا) ، وأن نسبة (0.5%) من أفراد العينة كانت استجابتهم بـ (12 ساعة فأكثر يوميا) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:



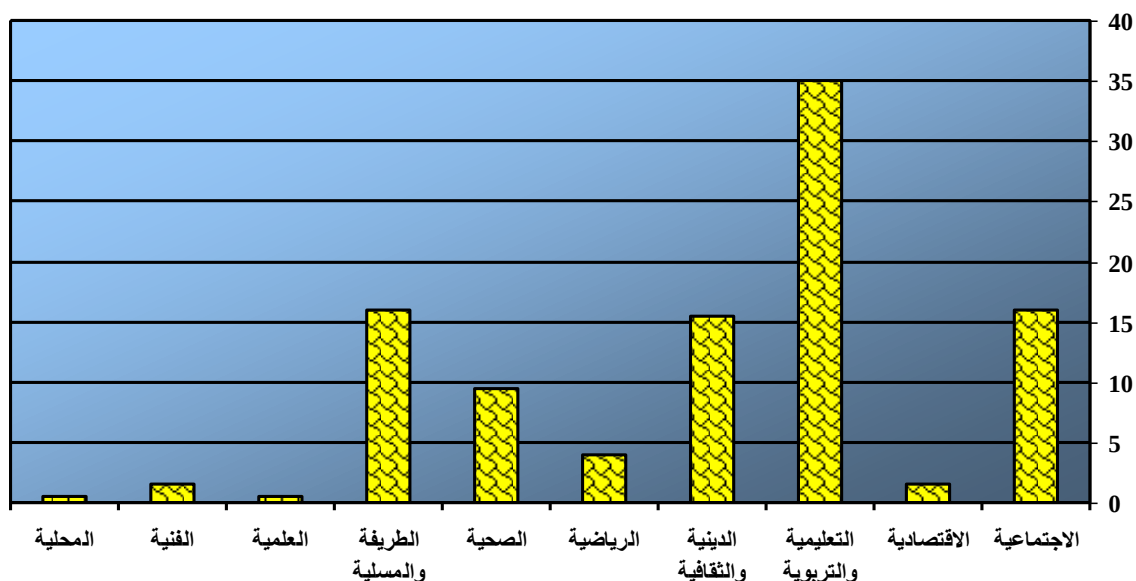
شكل (9) يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (المعدل الزمني المخصص يوميا لمتابعة وسائل الإعلام الرقمي من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة؟)

جدول (16) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (الموضوعات التي يبحث عنها ذوي الاحتياجات الخاصة؟)

النسبة	العدد	بدائل الاستجابة
16.0	32	الاجتماعية
1.5	3	الاقتصادية
35.0	70	التعليمية والتربوية
15.5	31	الدينية والثقافية
4.0	8	الرياضية
9.5	19	الصحية
16.0	32	الطريقة والمسلية
0.5	1	العلمية
1.5	3	الفنية
0.5	1	المحلية
100.0	200	المجموع

بالاطلاع علي الجدول (16) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (الموضوعات التي يبحث عنها ذوي الاحتياجات الخاصة؟) ، فيتضح أن نسبة (35.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (التعليمية والتربوية) ، وأن نسبة (16.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الطريقة والمسلية) ، وأن نسبة (16.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الاجتماعية) ، وأن نسبة (15.5%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الدينية والثقافية) ، وأن نسبة (9.5%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الصحية) ، وأن نسبة (4.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الرياضية) ، وأن نسبة (1.5%) من أفراد

العينة كانت استجابهم بـ (الاقتصادية) ، وأن نسبة (1.5%) من أفراد العينة كانت استجابهم بـ (الفنية) ، وأن نسبة (0.5%) من أفراد العينة كانت استجابهم بـ (العلمية) ، وأن نسبة (0.5%) من أفراد العينة كانت استجابهم بـ (المحلية) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

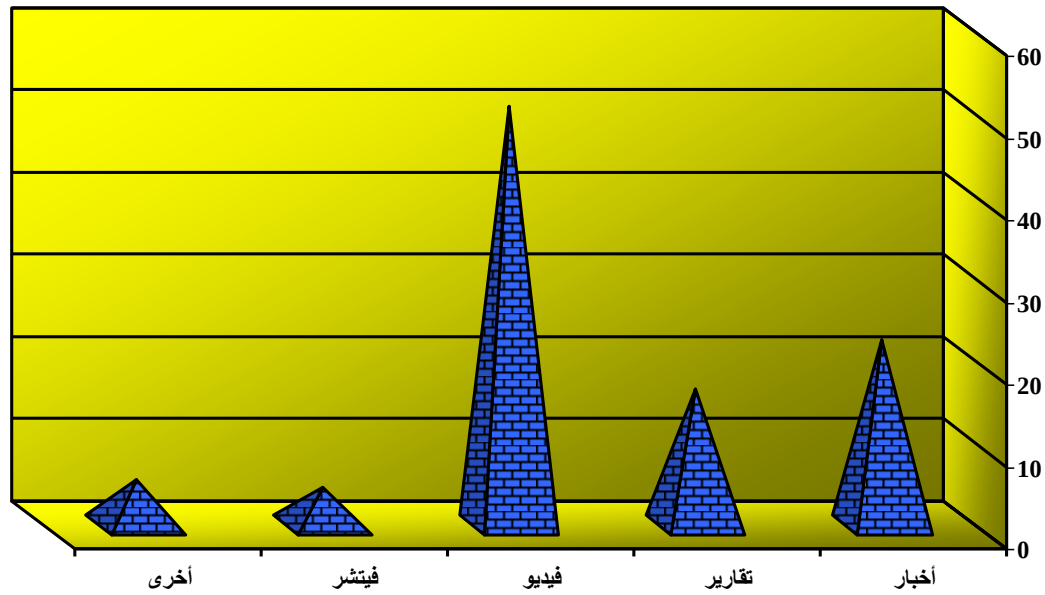


شكل (10) يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (الموضوعات التي يبحث عنها ذوي الاحتياجات الخاصة؟)

جدول (17) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (الشكل الفني الأكثر استخداماً في عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة في وسائل الإعلام الرقمي؟)

النسبة	العدد	بدائل الاستجابة
22.5	45	أخبار
16.5	33	تقارير
51.0	102	فيديو
4.5	9	فيتشر
5.5	11	أخرى
100.0	200	المجموع

بالاطلاع علي الجدول (17) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (الشكل الفني الأكثر استخداماً في عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة في وسائل الإعلام الرقمي؟) ، فيتضح أن نسبة (51.0%) من أفراد العينة كانت استجابهم بـ (فيديو) ، وأن نسبة (22.5%) من أفراد العينة كانت استجابهم بـ (أخبار) ، وأن نسبة (16.5%) من أفراد العينة كانت استجابهم بـ (تقارير) ، وأن نسبة (5.5%) من أفراد العينة كانت استجابهم بـ (أخرى) ، وأن نسبة (4.5%) من أفراد العينة كانت استجابهم بـ (فيتشر) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:

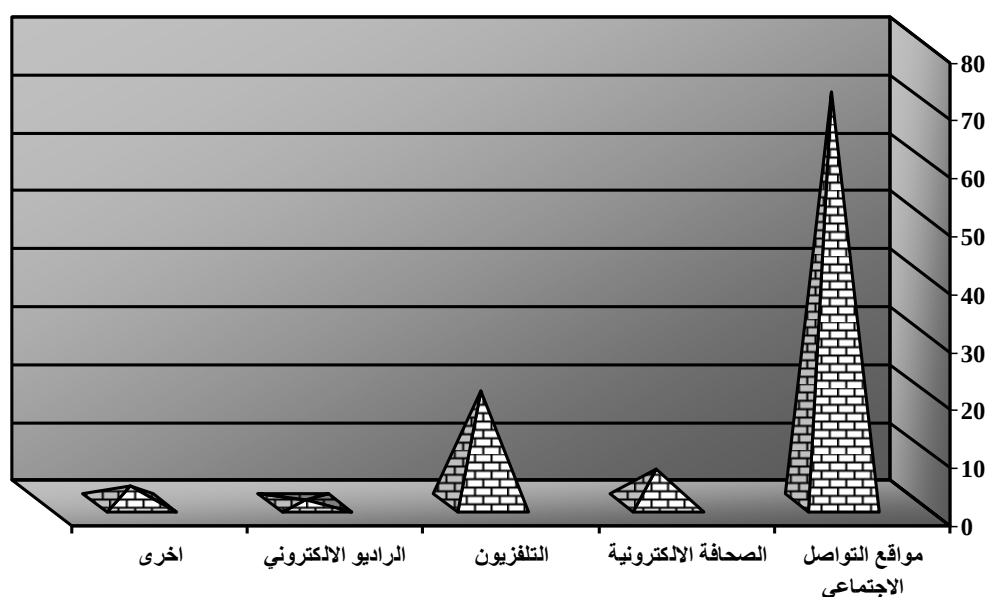


شكل (11) يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (الشكل الفني الأكثر استخداماً في عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة في وسائل الإعلام الرقمي؟)

جدول (18) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما أكثر وسائل الإعلام الرقمي اهتماماً بمعالجة قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة؟)

النسبة	العدد	بدائل الاستجابة
71.0	142	مواقع التواصل الاجتماعي
6.0	12	الصحافة الالكترونية
19.5	39	التلفزيون
0.5	1	الراديو الالكتروني
3.0	6	أخرى
100.0	200	المجموع

بالإطلاع علي الجدول (18) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما أكثر وسائل الإعلام الرقمي اهتماماً بمعالجة قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة؟)، فيتضح أن نسبة (71.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (مواقع التواصل الاجتماعي)، وأن نسبة (19.5%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (التلفزيون)، وأن نسبة (6.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الصحافة الالكترونية)، وأن نسبة (3.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (أخرى)، وأن نسبة (0.5%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الراديو الالكتروني)، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:



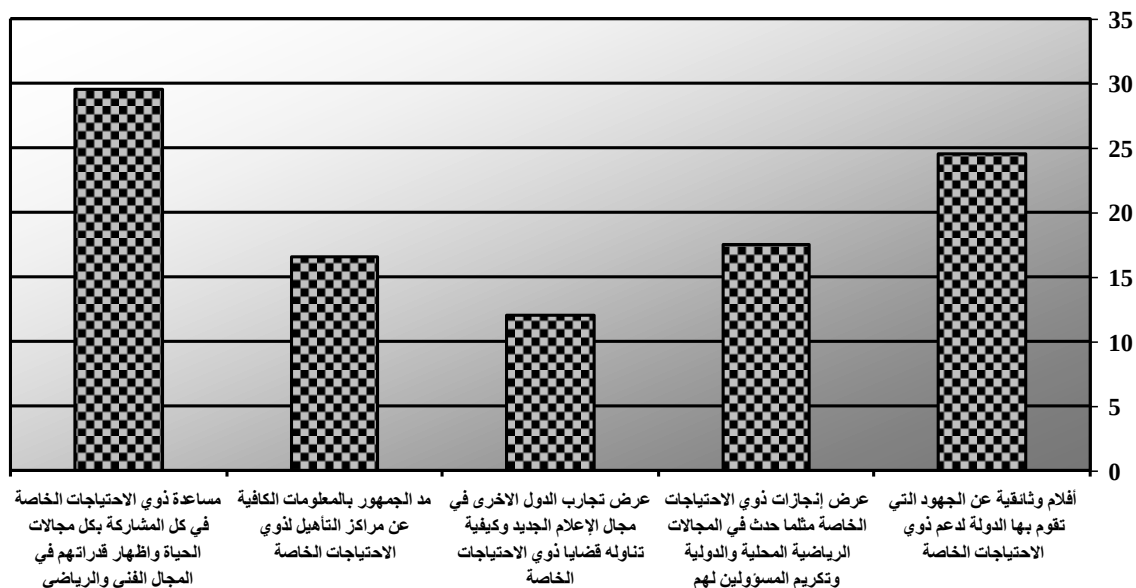
شكل (12) يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما أكثر وسائل الإعلام الرقمي اهتماما بمعالجة قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة؟)

جدول (19) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (طرق الدعم والمساندة التي يقدمها الإعلاميون عبر الإعلام الرقمي لذوي الاحتياجات الخاصة؟)

النسبة	العدد	بدائل الاستجابة
24.5	49	أفلام وثائقية عن الجهود التي تقوم بها الدولة لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة
17.5	35	عرض إنجازات ذوي الاحتياجات الخاصة مثلما حدث في المجالات الرياضية المحلية والدولية وتكريم المسؤولين لهم
12.0	24	عرض تجارب الدول الأخرى في مجال الإعلام الجديد وكيفية تناوله قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة
16.5	33	مد الجمهور بالمعلومات الكافية عن مراكز التأهيل لذوي الاحتياجات الخاصة
29.5	59	مساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في كل المشاركة بكل مجالات الحياة وازدهار قدراتهم في المجال الفني والرياضي
100.0	200	المجموع

بالاطلاع علي الجدول (19) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (طرق الدعم والمساندة التي يقدمها الإعلاميون عبر الإعلام الرقمي لذوي الاحتياجات الخاصة؟) ، فيتضح أن نسبة (29.5%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (مساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في كل المشاركة بكل مجالات الحياة وازدهار قدراتهم في المجال الفني والرياضي) ، وأن نسبة (24.5%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (أفلام وثائقية عن الجهود التي تقوم بها الدولة لدعم ذوي الاحتياجات

الخاصة) ، وأن نسبة (17.5%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (عرض إنجازات ذوي الاحتياجات الخاصة مثلما حدث في المجالات الرياضية المحلية والدولية وتكريم المسؤولين لهم) ، وأن نسبة (16.5%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (مد الجمهور بالمعلومات الكافية عن مراكز التأهيل لذوي الاحتياجات الخاصة) ، وأن نسبة (12.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (عرض تجارب الدول الأخرى في مجال الإعلام الجديد وكيفية تناوله قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:



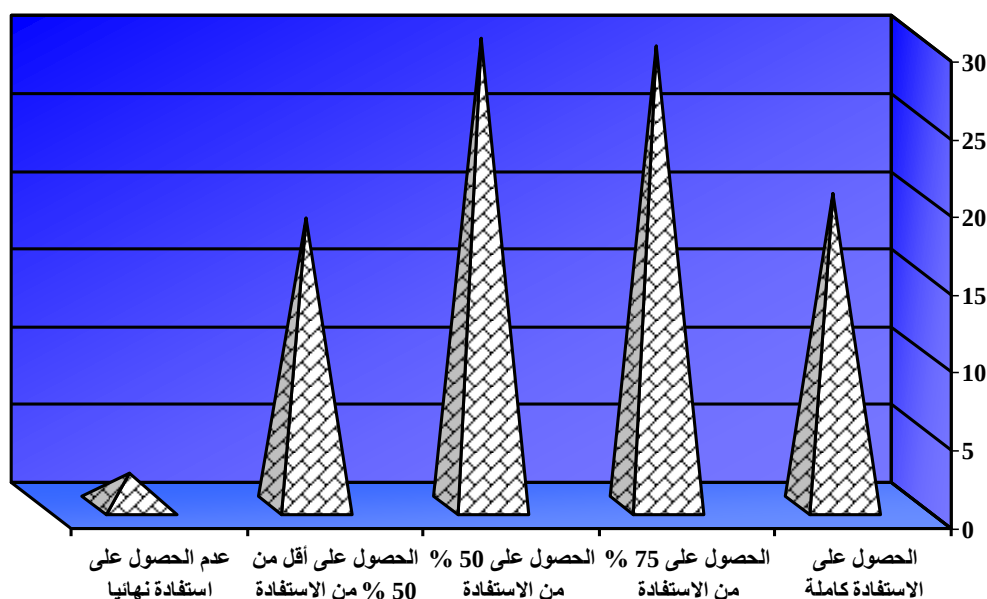
شكل (13) يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (طرق الدعم والمساندة التي يقدمها الإعلاميون عبر الإعلام الرقمي لذوي الاحتياجات الخاصة؟)

جدول (20) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (مدى استفادة ذوي الاحتياجات الخاصة من الإعلاميين والإعلام الرقمي؟)

النسبة	العدد	بدائل الاستجابة
20.0	40	الحصول على الاستفادة كاملة
29.5	59	الحصول على 75 % من الاستفادة
30.0	60	الحصول على 50 % من الاستفادة
18.5	37	الحصول على أقل من 50 % من الاستفادة
2.0	4	عدم الحصول على استفادة نهائيا
100.0	200	المجموع

بالاطلاع علي الجدول (20) والذي يوضح نتائج توزيع أفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (مدى استفادة ذوي الاحتياجات الخاصة من الإعلاميين والإعلام الرقمي ؟) ، فيتضح أن نسبة (30.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الحصول على 50 % من الاستفادة) ، وأن نسبة (29.5%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الحصول على 75 % من الاستفادة) ، وأن نسبة (20.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الحصول على الاستفادة كاملة) ، وأن نسبة (18.5%) من

أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (الحصول على أقل من 50 % من الاستفادة) ، وأن نسبة (2.0%) من أفراد العينة كانت استجاباتهم بـ (عدم الحصول على استفادة نهائياً) ، ورسم الأعمدة البيانية التالي يبين هذه النسب:



شكل (14) يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (مدى استفادة ذوي الاحتياجات الخاصة من الإعلاميين والإعلام الرقمي؟)

ثانياً : الإجابة علي تساؤلات الدراسة واختبار فرضيتها:

1/ ما مدي العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة؟

يقابل هذا السؤال الفرضية التالية:

1/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة

للإجابة علي هذا السؤال واختبار الفرضية المقابلة لها ، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية واختبار كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحور الأول ، وذلك كما يلي:

جدول (21) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما مدي العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة؟)

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	النسبة المئوية	المستوي	الترتيب
5	مساعدة العاملين في وسائل الإعلام الرقمي لتقديم أفضل اداء ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة	2.64	0.635	**138.2	87.8%	نعم	1
4	المساهمة في تطوير وسائل الإعلام الرقمي لتقديم أفضل اداء ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة	2.60	0.666	**121.0	86.5%	نعم	2
3	التعمق داخل وسائل الإعلام الرقمي والتعليق على قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة	2.52	0.723	**92.2	83.8%	نعم	3

2	التعرف على كافة موضوعات وسائل الإعلام الرقمية المتعلقة بذوي الاحتياجات الخاصة	2.45	0.678	**60.8	%81.7	نعم	4
1	رؤية موضوعات محددة عن ذوي الاحتياجات الخاصة دون غيرها من فئات المجتمع	2.13	0.785	*6.3	%71.0	إلى حد ما	5
	كامل المحور	2.47	0.721	-	%82.2	نعم	-

() قيمة اختبار مربع كاي دال عند مستوى (0.01)**

(*) قيمة اختبار مربع كاي دال عند مستوى (0.05)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية لإجابات أفراد العينة علي عبارات المحور الأول: (مدى العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة). تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (2.13 – 2.64) وتقابلها المستويات (نعم – إلى حد ما)، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت أقل من الواحد الصحيح ويشير إلى تجانس إجابات أفراد العينة علي العبارات، وبلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (2.47) ويقع في الفئة الثالثة (نعم) لمقياس ليكرت للتدرج الثلاثي والذي يشير إلى مستوى الاستجابة (2.34 – 3.00) وبانحراف معياري بلغ (0.721) ونسبة مئوية كلية بلغت (%82.2)، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) فيما عدا العبارة رقم (1) دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة لتوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي تتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي، أي أن أفراد العينة يوافقون بإجاباتهم بـ (نعم) بنسبة بلغت (%82.2) علي مدى العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة، ويمكن التوصل إلى قبول الفرضية الأولى للدراسة والتي تنص علي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة.

وبناءً علي المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر، فنجد العبارة (مساعدة العاملين في وسائل الإعلام الرقمي لتقديم أفضل أداء ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة) جاءت في المرتبة الأولى بأعلي متوسط حسابي بلغ (2.64) ومستوي استجابة (نعم)، تلتها في المرتبة الثانية العبارة (المساهمة في تطوير وسائل الإعلام الرقمي لتقديم أفضل أداء ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة) بمتوسط حسابي بلغ (2.60) ومستوي استجابة (نعم)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة العبارة (التعمق داخل وسائل الإعلام الرقمي والتعليق على قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة) بمتوسط حسابي بلغ (2.52) ومستوي استجابة (نعم)، ثم جاءت في المرتبة الرابعة العبارة (التعرف على كافة موضوعات وسائل الإعلام الرقمية المتعلقة بذوي الاحتياجات الخاصة) بمتوسط حسابي بلغ (2.45) ومستوي استجابة (نعم)، ثم جاءت في المرتبة الخامسة العبارة (رؤية موضوعات محددة عن ذوي الاحتياجات الخاصة دون غيرها من فئات المجتمع) بمتوسط حسابي بلغ (2.13) ومستوي استجابة (نعم).

2/ ما هي أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؟
يقابل هذا السؤال الفرضية التالية:

2/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة
للإجابة علي هذا السؤال واختبار الفرضية المقابلة لها، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية واختبار كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحور الثاني، وذلك كما يلي:

جدول (22) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما هي أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؟)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	النسبة المئوية	المستوي	الترتيب
3	الأفكار الجادة التي يقدمها الإعلاميين عبر الإعلام الرقمي من خلال رسائلهم لذوي الاحتياجات الخاصة	2.50	0.650	**73.5	83.2	أفضلها دائماً	1
7	قلة التسويق والترويج للفاعليات الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة	2.47	0.679	**64.9	82.2	أفضلها دائماً	2
5	الاقتصار في عرض الأساليب التي يمكن بها حصول ذوي الاحتياجات الخاصة على الخدمات الحكومية بطريقة إسهل وأسرع من قبل	2.44	0.699	**56.8	81.2	أفضلها دائماً	3
2	الأساليب الفنية المستحدثة في عرض الأفكار الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة من قبل الإعلاميين	2.40	0.695	**48.6	80.0	أفضلها دائماً	4
4	تعزيز الإعلاميين لصورة ذوي الاحتياجات الخاصة عبر عرض القضايا الخاصة بهم	2.40	0.679	**49.2	79.8	أفضلها دائماً	4
8	الافتقار إلى التفاعل مع ذوي الاحتياجات الخاصة عبر وسائل الإعلام الرقمي	2.42	0.711	**51.7	80.5	أفضلها دائماً	6
6	احتكار وقت عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة من قبل الإعلاميين لصالح فئات أخرى	2.39	0.707	**44.9	79.5	أفضلها دائماً	7
1	التعرف على جهود الدولة لتنفيذ إندماج ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي والمدة الزمنية لذلك	2.28	0.770	**22.7	75.8	أفضلها إلي حد ما	8
-	كامل المحور	2.41	0.700	-	80.3	أفضلها دائماً	-

(**) قيمة اختبار مربع كاي دال عند مستوى (0.01)

(*) قيمة اختبار مربع كاي دال عند مستوى (0.05)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية لإجابات أفراد العينة علي عبارات المحور الثاني: (أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة). تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (2.28 – 2.50) وتقابلها المستويات (أفضلها دائماً – أفضلها إلى حد ما) ، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت أقل من الواحد الصحيح ويشير إلي تجانس إجابات أفراد العينة علي العبارات ، وبلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (2.41) ويقع في الفئة الثالثة (أفضلها دائماً) لمقياس ليكرت للتدرج الثلاثي والذي يشير إلي مستوى الاستجابة (2.34 – 3.00) وبانحراف معياري بلغ (0.700) ونسبة مئوية كلية بلغت (80.3%) ، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات

المشاهدة لتوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي تتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي ، أي أن أفراد العينة يوافقون باجابهم بـ (أفضلها دائماً) بنسبة بلغت (80.3%) علي أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة ، ويمكن التوصل إلي قبول الفرضية الثانية للدراسة والتي تنص علي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.

وبناءً علي المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر ، فنجد العبارة (الأفكار الجادة التي يقدمها الإعلاميين عبر الإعلام الرقمي من خلال رسائلهم لذوي الاحتياجات الخاصة) جاءت في المرتبة الأولى بأعلي متوسط حسابي بلغ (2.50) ومستوي استجابة (أفضلها دائماً) ، تلتها في المرتبة الثانية العبارة (قلة التسويق والترويج للفاعليات الخاصة بـ ذوي الاحتياجات الخاصة) بمتوسط حسابي بلغ (2.47) ومستوي استجابة (أفضلها دائماً) ، ثم جاءت في المرتبة الثالثة العبارة (الاقتصار في عرض الأساليب التي يمكن بها حصول ذوي الاحتياجات الخاصة على الخدمات الحكومية بطريقة إسهل وأسرع من قبل) بمتوسط حسابي بلغ (2.44) ومستوي استجابة (أفضلها دائماً) ، ثم جاءت في المرتبة الرابعة العبارتين (الأساليب الفنية المستحدثة في عرض الأفكار الخاصة بـ ذوي الاحتياجات الخاصة من قبل الإعلاميين) ، (تعزيز الإعلاميين لصورة ذوي الاحتياجات الخاصة عبر عرض القضايا الخاصة بهم) بمتوسط حسابي بلغ (2.40) ومستوي استجابة (أفضلها دائماً) ، ثم جاءت في المرتبة السادسة العبارة (الافتقار إلى التفاعل مع ذوي الاحتياجات الخاصة عبر وسائل الإعلام الرقمي) بمتوسط حسابي بلغ (2.42) ومستوي استجابة (أفضلها دائماً)، ثم جاءت في المرتبة السابعة العبارة (احتكار وقت عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة من قبل الإعلاميين لصالح فئات أخرى) بمتوسط حسابي بلغ (2.39) ومستوي استجابة (أفضلها دائماً)، ثم جاءت في المرتبة الثامنة العبارة (التعرف على جهود الدولة لتفيد إدماج ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي والمدة الزمنية لذلك) بمتوسط حسابي بلغ (2.28) ومستوي استجابة (أفضلها إلى حدا ما).

3/ ما هي مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي؟

يقابل هذا السؤال الفرضية التالية:

3/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي
للإجابة علي هذا السؤال واختبار الفرضية المقابلة لها ، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية واختبار كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحور الثالث ، وذلك كما يلي:
جدول (23) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما هي مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي؟)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	النسبة المئوية	المستوي	الترتيب
3	تقديم المعلومات والأخبار التي تفيد ذوي الاحتياجات الخاصة	2.63	0.661	**139.8	87.5	نعم	1
6	تعزيز الثقة بالنفس والمساعدة في تحقيق الذات	2.63	0.660	**143.1	87.7	نعم	1

5	التفاعل الاجتماعي مع كل فئات ذوي الاحتياجات الخاصة	2.58	0.683	**114.0	85.8	نعم	3
4	المساعدة ب المعرفة والثقافة والاطلاع بكل ما هو جديد لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة	2.53	0.736	**105.4	84.3	نعم	4
1	أن تقوم وسائل الإعلام بترجمة الرسائل الإعلامية بما يناسب ذوي الاحتياجات	2.52	0.665	**82.8	84.0	نعم	5
2	أن تخصص وسائل أو برامج الإعلام الرقمي كل ما هو خاص ب فئات ذوي الاحتياجات الخاصة	2.50	0.695	**78.6	83.3	نعم	6
	كامل المحور	2.56	0.684	-	85.4	نعم	-

() قيمة اختبار مربع كاي دال عند مستوى (0.01)**

(*) قيمة اختبار مربع كاي دال عند مستوى (0.05)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية لإجابات أفراد العينة علي عبارات المحور الثالث: (مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي). تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (2.50 – 2.63) وتقابلها المستويات (نعم)، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت أقل من الواحد الصحيح ويشير إلي تجانس إجابات أفراد العينة علي العبارات، وبلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (2.56) ويقع في الفئة الثالثة (نعم) لمقياس ليكرت للتدرج الثلاثي والذي يشير إلي مستوى الاستجابة (2.34 – 3.00) وبانحراف معياري بلغ (0.684) ونسبة مئوية كلية بلغت (85.4%)، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة لتوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي تتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي، أي أن أفراد العينة يوافقون بإجاباتهم ب (نعم) بنسبة بلغت (85.4%) علي مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي، ويمكن التوصل إلي قبول الفرضية الثالثة للدراسة والتي تنص علي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي.

وبناءً علي المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر، فنجد العبارتين (تقديم المعلومات والأخبار التي تفيد ذوي الاحتياجات الخاصة) و (تعزيز الثقة بالنفس والمساعدة في تحقيق الذات) جاءت في المرتبة الأولى بأعلي متوسط حسابي بلغ (2.63) ومستوي استجابة (نعم)، تليهما في المرتبة الثالثة العبارة (التفاعل الاجتماعي مع كل فئات ذوي الاحتياجات الخاصة) بمتوسط حسابي بلغ (2.58) ومستوي استجابة (نعم)، ثم جاءت في المرتبة الرابعة العبارة (المساعدة ب المعرفة والثقافة والاطلاع بكل ما هو جديد لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة) بمتوسط حسابي بلغ (2.53) ومستوي استجابة (نعم)، ثم جاءت في المرتبة الخامسة العبارة (أن تقوم وسائل الإعلام بترجمة الرسائل الإعلامية بما يناسب ذوي الاحتياجات) بمتوسط حسابي بلغ (2.52) ومستوي استجابة (نعم)، ثم جاءت في المرتبة السادسة العبارة (أن تخصص وسائل أو برامج الإعلام الرقمي كل ما هو خاص ب فئات ذوي الاحتياجات الخاصة) بمتوسط حسابي بلغ (2.50) ومستوي استجابة (نعم).

4/ ما هي دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي؟

يقابل هذا السؤال الفرضية التالية:

4/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي

للإجابة على هذا السؤال واختبار الفرضية المقابلة لها ، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية واختبار كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحور الرابع ، وذلك كما يلي:

جدول (24) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم على السؤال (ما هي دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي؟)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	النسبة المئوية	المستوي	الترتيب
5	تعزيز الشراكة مع المؤسسات الرائدة في مجال الإعلام الرقمي والمؤسسات المعنية بذوي الاحتياجات الخاصة.	2.67	0.612	**152.5	88.8	نعم	1
7	الاستعانة بالخبراء في مجال تطوير البرامج والتطبيقات الرقمية.	2.66	0.630	**154.7	88.7	نعم	2
1	تعزيز نشر الثقافة الرقمية بين مختلف فئات المجتمع.	2.65	0.608	**140.4	88.3	نعم	3
6	إعادة بناء الهياكل التنظيمية في كافة المؤسسات الإعلامية بما يتوافق مع متطلبات الإعلام الرقمي وضرورة مشاركة ذوي الاحتياجات الخاصة.	2.63	0.682	**152.7	87.7	نعم	4
4	اقتناع أفراد المجتمع بأهمية ما يقدمه الإعلاميين عن ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي.	2.58	0.712	**124.7	85.8	نعم	5
2	الاستمرار في تنفيذ حملات توعوية تحث أفراد المنظومة الإعلامية على الاتجاه نحو الممارسة الرقمية وقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة.	2.52	0.716	**92.7	84.0	نعم	6
3	عمل استطلاع رأي لقياس رضا ذوي الاحتياجات الخاصة عن خدمات الإعلام الرقمي.	2.51	0.723	**89.6	83.7	نعم	7
	كامل المحور	2.60	0.672	-	86.7	نعم	-

(**) قيمة اختبار مربع كاي دال عند مستوى (0.01)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الرابع: (دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي). تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (2.51 – 2.67) وتقابلها المستويات (نعم) ، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت أقل من الواحد الصحيح ويشير إلى تجانس إجابات أفراد العينة على العبارات ، وبلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (2.60) ويقع في الفئة الثالثة (نعم) لمقياس ليكرت للتدرج الثلاثي والذي يشير إلى مستوى الاستجابة (2.34 – 3.00) وبانحراف معياري بلغ (0.672) ونسبة مئوية كلية بلغت (86.7%) ، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة لتوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي تتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي ، أي أن أفراد العينة يوافقون باجاباتهم بـ (نعم) بنسبة بلغت

(86.7%) علي دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي ، ويمكن التوصل إلى قبول الفرضية الرابعة للدراسة والتي تنص علي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي.

وبناءً علي المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر ، فنجد العبارة (تعزيز الشراكة مع المؤسسات الرائدة في مجال الإعلام الرقمي والمؤسسات المعنية بذوي الاحتياجات الخاصة). جاءت في المرتبة الأولى بأعلي متوسط حسابي بلغ (2.67) ومستوي استجابة (نعم) ، تلتها في المرتبة الثانية العبارة (الاستعانة بالخبراء في مجال تطوير البرامج والتطبيقات الرقمية). بمتوسط حسابي بلغ (2.66) ومستوي استجابة (نعم) ، ثم جاءت في المرتبة الثالثة العبارة (تعزيز نشر الثقافة الرقمية بين مختلف فئات المجتمع). بمتوسط حسابي بلغ (2.65) ومستوي استجابة (نعم) ، ثم جاءت في المرتبة الرابعة العبارة (إعادة بناء الهياكل التنظيمية في كافة المؤسسات الإعلامية بما يتوافق مع متطلبات الإعلام الرقمي وضرورة مشاركة ذوي الاحتياجات الخاصة). بمتوسط حسابي بلغ (2.63) ومستوي استجابة (نعم) ، ثم جاءت في المرتبة الخامسة العبارة (اقتناع أفراد المجتمع بأهمية ما يقدمه الإعلاميين عن ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي). بمتوسط حسابي بلغ (2.58) ومستوي استجابة (نعم)، ثم جاءت في المرتبة السادسة العبارة (الاستمرار في تنفيذ حملات توعوية تحث أفراد المنظومة الإعلامية على الاتجاه نحو الممارسة الرقمية وقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة). بمتوسط حسابي بلغ (2.52) ومستوي استجابة (نعم)، ثم جاءت في المرتبة السابعة العبارة (عمل استطلاع رأي لقياس رضا ذوي الاحتياجات الخاصة عن خدمات الإعلام الرقمي). بمتوسط حسابي بلغ (2.51) ومستوي استجابة (نعم).

5/ ما هي التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة؟

يقابل هذا السؤال الفرضية التالية:

5/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين فرصة مواجهة التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة

للإجابة علي هذا السؤال واختبار الفرضية المقابلة لها ، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية واختبار كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحور الخامس ، وذلك كما يلي:

جدول (25) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما هي التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة؟)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	النسبة المئوية	المستوي	الترتيب
5	الخبرات السيئة لدى ذوي الاحتياجات الخاصة عن سلبيات الإعلام الرقمي	2.32	0.678	**41.0	77.3	محايد	1
3	قلة وعي ذوي الاحتياجات الخاصة بأهمية الإعلام الرقمي في تقديم الخدمات لكل الفئات	2.30	0.722	**29.5	76.5	محايد	2
4	انعدام الثقة في وسائل الإعلام الرقمي لدى فئات المجتمع	2.27	0.691	**34.4	75.5	محايد	3
1	عدم استعداد المجتمع لتقبل فكرة الإعلام الرقمي سريعاً	2.17	0.751	**14.0	72.3	محايد	4

2	عدم رغبة العديد من الفئات للتعامل مع فكرة الرقمنة	2.14	0.692	**32.0	71.2	محايد	5
	كامل المحور	2.24	0.709	-	74.6	محايد	-

(**) قيمة اختبار مربع كاي دال عند مستوى (0.01)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية لإجابات أفراد العينة علي عبارات المحور الخامس: (التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة). تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (2.32 – 2.14) وتقابلها المستويات (محايد)، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت أقل من الواحد الصحيح ويشير إلي تجانس إجابات أفراد العينة علي العبارات، وبلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (2.24) ويقع في الفئة الثالثة (محايد) لمقياس ليكرت للتدرج الثلاثي والذي يشير إلي مستوى الاستجابة (1.67 – 2.33) وبانحراف معياري بلغ (0.709) ونسبة مئوية كلية بلغت (74.6%)، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة لتوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي نتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي، أي أن أفراد العينة يوافقون باجابتهم بـ (محايد) بنسبة بلغت (74.6%) علي التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة، ويمكن التوصل إلي قبول الفرضية الخامسة للدراسة والتي تنص علي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين فرصة مواجهة التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة.

وبناءً علي المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر، فنجد العبارة (الخبرات السيئة لدى ذوي الاحتياجات الخاصة عن سلبيات الإعلام الرقمي) جاءت في المرتبة الأولى بأعلي متوسط حسابي بلغ (2.32) ومستوي استجابة (محايد)، تلتها في المرتبة الثانية العبارة (قلة وعي ذوي الاحتياجات الخاصة بأهمية الإعلام الرقمي في تقديم الخدمات لكل الفئات) بمتوسط حسابي بلغ (2.30) ومستوي استجابة (محايد)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة العبارة (انعدام الثقة في وسائل الإعلام الرقمي لدى فئات المجتمع) بمتوسط حسابي بلغ (2.27) ومستوي استجابة (محايد)، ثم جاءت في المرتبة الرابعة العبارة (عدم استعداد المجتمع لتقبل فكرة الإعلام الرقمي سريعاً) بمتوسط حسابي بلغ (2.17) ومستوي استجابة (محايد)، ثم جاءت في المرتبة الخامسة العبارة (عدم رغبة العديد من الفئات للتعامل مع فكرة الرقمنة) بمتوسط حسابي بلغ (2.14) ومستوي استجابة (محايد).

6/ ما مدي دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع؟

يقابل هذا السؤال الفرضية التالية:

6/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع

للإجابة علي هذا السؤال واختبار الفرضية المقابلة لها، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية واختبار كاي لجودة التوفيق لكل عبارات المحور السادس، وذلك كما يلي:

جدول (26) وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (مدي دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع؟)

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	النسبة المئوية	المستوي	الترتيب
---	---------	-----------------	-------------------	----------	----------------	---------	---------

3	لا أفرق في معاملي بين الأشخاص سواء أكانوا معاقين أم لا	2.73	0.558	**183.2	90.8	أوافق	1
2	لا مانع لدي من التواصل مع أشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي وبناء صداقات معهم.	2.71	0.556	**166.3	90.2	أوافق	2
4	أنفاعل مع الجميع عبر وسائل الإعلام الرقمي بغض النظر عن وجود إعاقة لديهم أم لا.	2.67	0.636	**161.3	88.8	أوافق	3
6	أحاول تقديم نفسي بالطريقة التي من شأنها أن تجعل الآخرين يرغبون في التواصل معي	2.53	0.633	**84.4	84.3	أوافق	4
1	لا أستطيع ملاحظة ما إذا كان الشخص من ذوي الاحتياجات الخاصة فقط من خلال ما ينشره على مواقع التواصل الاجتماعي	2.29	0.754	**25.5	76.3	محايد	5
7	أواجه بعض التحديات في التعامل مع الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، مما يجعلني أميل أحياناً إلى تقليل التواصل معهم	2.22	0.826	**16.9	73.8	محايد	6
5	أميل لتجاهل منشورات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لأنني لا أجدها ذات صلة مباشرة بي.	1.97	0.879	**9.9	65.7	محايد	7
	كامل المحور	2.44	0.750	-	81.4	أوافق	-

(**) قيمة اختبار مربع كاي دال عند مستوى (0.01)

الجدول السابق عبارة عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسبة المئوية لإجابات أفراد العينة علي عبارات المحور السادس: (مدي دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع). تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات بين (2.73 – 1.97) وتقابلها المستويات (أوافق – محايد)، كما نجد أن قيم الانحرافات المعيارية للعبارات جاءت أقل من الواحد الصحيح ويشير إلي تجانس إجابات أفراد العينة علي العبارات، وبلغ المتوسط الحسابي لكامل المحور (2.44) ويقع في الفئة الثالثة (أوافق) لمقياس ليكرت للتدرج الثلاثي والذي يشير إلي مستوى الاستجابة (2.34 – 3.00) وبانحراف معياري بلغ (0.750) ونسبة مئوية كلية بلغت (81.4%)، كما نجد أن جميع قيم اختبار مربع كاي جاءت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة لتوزيع آراء أفراد العينة نحو عبارات المحور والتي تتجه نحو تفسير قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارة وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي، أي أن أفراد العينة يوافقون باجابتهم بـ (أوافق) بنسبة بلغت (81.4%) علي مدي دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع، ويمكن التوصل إلي قبول الفرضية السادسة للدراسة والتي تنص علي أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع.

وبناءً علي المتوسطات الحسابية فقد تم ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارة ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارة ذات المتوسط الأصغر، فنجد العبارة (لا أفرق في معاملي بين الأشخاص سواء أكانوا معاقين أم لا) جاءت في المرتبة الأولى بأعلي متوسط حسابي بلغ (2.73) ومستوي استجابة (أوافق)، تليها في المرتبة الثانية العبارة (لا مانع لدي من التواصل مع أشخاص

من ذوي الاحتياجات الخاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي وبناء صداقات معهم). بمتوسط حسابي بلغ (2.71) ومستوي استجابة (أوافق) ، ثم جاءت في المرتبة الثالثة العبارة (أتفاعل مع الجميع عبر وسائل الإعلام الرقمي بغض النظر عن وجود إعاقة لديهم أم لا). بمتوسط حسابي بلغ (2.67) ومستوي استجابة (أوافق) ، ثم جاءت في المرتبة الرابعة العبارة (أحاول تقديم نفسي بالطريقة التي من شأنها أن تجعل الآخرين يرغبون في التواصل معي) بمتوسط حسابي بلغ (2.53) ومستوي استجابة (أوافق) ، ثم جاءت في المرتبة الخامسة العبارة (لا أستطيع ملاحظة ما إذا كان الشخص من ذوي الاحتياجات الخاصة فقط من خلال ما ينشره على مواقع التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي بلغ (2.29) ومستوي استجابة (محايد)، ثم جاءت في المرتبة السادسة العبارة (أواجه بعض التحديات في التعامل مع الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، مما يجعلني أميل أحياناً إلى تقليل التواصل معهم) بمتوسط حسابي بلغ (2.22) ومستوي استجابة (محايد)، ثم جاءت في المرتبة السابعة العبارة (أميل لتجاهل منشورات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لأنني لا أجدها ذات صلة مباشرة بي). بمتوسط حسابي بلغ (1.97) ومستوي استجابة (محايد).

ثالثاً: الفروق في محاور الاستبيان وفقاً للمتغيرات الأولية:

تم إجراء تحليل التباين الأحادي (ANOVA) ، وذلك كما يلي:

جدول (27) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis Variance) للفروق في المتوسطات لأراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير (العمر):

المحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوي الدلالة
العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة	بين المجموعات	54.46	5	10.89	1.864	0.102
	داخل المجموعات	1133.42	194	5.84		
	الكلي	1187.88	199			
أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة	بين المجموعات	110.47	5	22.09	1.039	0.396
	داخل المجموعات	4124.48	194	21.26		
	الكلي	4234.95	199			
مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي	بين المجموعات	60.34	5	12.07	1.062	0.383
	داخل المجموعات	2204.78	194	11.36		
	الكلي	2265.12	199			
دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقم	بين المجموعات	121.66	5	24.33	1.829	0.109
	داخل المجموعات	2581.52	194	13.31		
	الكلي	2703.18	199			
التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة	بين المجموعات	135.05	5	27.01	**3.997	0.002
	داخل المجموعات	1311.10	194	6.76		
	الكلي	1446.16	199			
	بين المجموعات	64.03	5	12.81	1.628	0.154

		7.87	194	1525.97	داخل المجموعات	دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع
			199	1590.00	الكلية	
0.165	1.587	315.02	5	1575.11	بين المجموعات	المجموع
		198.48	194	38504.64	داخل المجموعات	
			199	40079.76	الكلية	

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis Variance) للفروق في المتوسطات لأراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير (العمر) ، ومن خلال مقارنة قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور مع مستوي المعنوية (0.05) نجد الآتي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أراء أفراد العينة نحو المحاور (العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة) ، (أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة) ، (مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي) ، (دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي) ، (دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع) وفقاً لمتغير (العمر) ، حيث أن قيمة الدلالة الأحصائية لتلك المحاور بلغت (0.102 – 0.396) وهي أكبر من مستوي المعنوية (0.05).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أراء أفراد العينة نحو المحاور (التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة) وفقاً لمتغير (العمر) ، حيث أن قيمة الدلالة الأحصائية المقابلة لها جاءت أقل من مستوي المعنوية (0.05). وبإجراء اختبار أقل فرق معنوي (LSD) للمقارنات الثنائية اللاحقة لاختبار (ANOVA) تبين أن الفروق في المحاور بين الفئات العمرية لعينة البحث جاءت لصالح الفئة (أقل من 20 عام) ، أي أن ذوي الاحتياجات الخاصة في الفئة (أقل من 20 عام) يوافقون بدرجة أكبر نحو (التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة) في (دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة)

جدول (28) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis Variance) للفروق في المتوسطات لأراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير (المؤهل العلمي):

المحاور	مصدر التباين	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوي الدلالة
العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة	بين المجموعات	16.33	6	2.72	0.448	0.845
	داخل المجموعات	1171.54	193	6.07		
	الكلية	1187.88	199			
أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة	بين المجموعات	41.91	6	6.99	0.322	0.925
	داخل المجموعات	4193.04	193	21.73		
	الكلية	4234.96	199			
	بين المجموعات	155.31	6	25.88	*2.368	0.031

		10.93	193	2109.81	داخل المجموعات	مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي
			199	2265.12	الكلية	
0.049	*2.152	28.25	6	169.50	بين المجموعات	دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي
		13.13	193	2533.68	داخل المجموعات	
			199	2703.18	الكلية	
0.471	0.935	6.81	6	40.85	بين المجموعات	التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة
		7.28	193	1405.31	داخل المجموعات	
			199	1446.16	الكلية	
0.950	0.271	2.21	6	13.27	بين المجموعات	دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع
		8.17	193	1576.73	داخل المجموعات	
			199	1590.00	الكلية	
0.264	1.288	257.24	6	1543.45	بين المجموعات	المجموع
		199.67	193	38536.30	داخل المجموعات	
			199	40079.76	الكلية	

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis Variance) للفروق في المتوسطات لأراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير (المؤهل العلمي) ، ومن خلال مقارنة قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور مع مستوي المعنوية (0.05) نجد الآتي:

— لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أراء أفراد العينة نحو المحاور (العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة) ، (أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة) ، (التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة) ، (دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع) وفقاً لمتغير (المؤهل العلمي) ، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية لتلك المحاور بلغت (0.264 – 0.950) وهي أكبر من مستوي المعنوية (0.05).

— توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أراء أفراد العينة نحو محوري (مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي) ، (دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي) وفقاً لمتغير (المؤهل العلمي) ، حيث أن قيمة الدلالة الإحصائية المقابلة لها جاءت أقل من مستوي المعنوية (0.05). وبإجراء اختبار أقل فرق معنوي (LSD) للمقارنات الثنائية اللاحقة لاختبار (ANOVA) تبين أن الفروق في المحاور بين فئات (المؤهل العلمي) لعينة البحث جاءت لصالح الفئة (الثانوية وما يعادلها) ، أي أن ذوي الاحتياجات الخاصة في الفئة (أقل من 20 عام) يوافقون بدرجة أكبر نحو (مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي) ، (دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي) في (دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة)

جدول (29) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis Variance) للفروق في المتوسطات لأراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير (المنطقة):

المحاور	مصدر التباين	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوي الدلالة
العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة	بين المجموعات	21.25	3	7.08	1.190	0.315
	داخل المجموعات	1166.62	196	5.95		
	الكلية	1187.88	199			
أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة	بين المجموعات	176.19	3	58.73	*2.836	0.039
	داخل المجموعات	4058.77	196	20.71		
	الكلية	4234.96	199			
مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي	بين المجموعات	66.87	3	22.29	1.987	0.117
	داخل المجموعات	2198.25	196	11.22		
	الكلية	2265.12	199			
دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي	بين المجموعات	93.97	3	31.32	2.353	0.073
	داخل المجموعات	2609.21	196	13.31		
	الكلية	2703.18	199			
التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة	بين المجموعات	8.32	3	2.77	0.378	0.769
	داخل المجموعات	1437.83	196	7.34		
	الكلية	1446.15	199			
دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع	بين المجموعات	22.75	3	7.58	0.948	0.418
	داخل المجموعات	1567.25	196	8.00		
	الكلية	1590.00	199			
المجموع	بين المجموعات	1194.11	3	398.04	2.006	0.114
	داخل المجموعات	38885.65	196	198.40		
	الكلية	40079.76	199			

الجدول السابق يوضح نتائج اختبار (ف) لتحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis Variance) للفروق في المتوسطات لأفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير (المنطقة) ، ومن خلال مقارنة قيم الدلالة المقابلة لكل قيمة من قيم الاختبار (ف) المقابلة لكل محور مع مستوى المعنوية (0.05) نجد الآتي:

— لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو المحاور (العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة) ، (مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي) ، (دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي) ، (التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات

الخاصة) ، (دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع) وفقاً لمتغير (المنطقة) ، حيث أن قيمة الدلالة الأحصائية لتلك المحاور بلغت (0.264 – 0.950) وهي أكبر من مستوي المعنوية (0.05).

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة نحو محور (أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة) وفقاً لمتغير (المنطقة) ، حيث أن قيمة الدلالة الأحصائية المقابلة لها جاءت أقل من مستوي المعنوية (0.05). وبإجراء اختبار أقل فرق معنوي (LSD) للمقارنات الثنائية اللاحقة لاختبار (ANOVA) تبين أن الفروق في المحور بين فئات (المنطقة) لعينة البحث جاءت لصالح الفئة (المنطقة الشرقية) ، أي أن ذوي الاحتياجات الخاصة في الفئة (المنطقة الشرقية) يوافقون بدرجة أكبر نحو (أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة) في (دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة)

ملخص النتائج

تتكون العينة من (200) من ذوي الاحتياجات الخاصة وذوهم في المجتمع السعودي ، وأظهرت النتائج أن نسبة (38.0%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 21 إلى 30 عام) ، وأن نسبة (23.0%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 31 إلى 40 عام) ، وأن نسبة (17.0%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 41 إلى 50 عام) ، وأن نسبة (11.5%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 51 إلى 60 عام) ، وأن نسبة (6.0%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (أقل من 20 عام) ، وأن نسبة (4.5%) من أفراد العينة في الفئة العمرية (من 60 سنة فأكثر).

توصلت النتائج إلى قبول الفرضية الأولى للدراسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين العلاقة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة وبناءً على ترتيب عبارات المحور تنازلياً ابتداءً بالعبارات ذات المتوسط الأكبر وانتهاءً بالعبارات ذات المتوسط الأصغر ، فنجد العبارة (مساعدة العاملين في وسائل الإعلام الرقمي لتقديم أفضل اداء ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة) جاءت في المرتبة الأولى، تليها في المرتبة الثانية العبارة (المساهمة في تطوير وسائل الإعلام الرقمي لتقديم أفضل اداء ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة العبارة (التعمق داخل وسائل الإعلام الرقمي والتعليق على قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة)، ثم جاءت في المرتبة الرابعة العبارة (التعرف على كافة موضوعات وسائل الإعلام الرقمية المتعلقة بذوي الاحتياجات الخاصة)، ثم جاءت في المرتبة الخامسة العبارة (رؤية موضوعات محددة عن ذوي الاحتياجات الخاصة دون غيرها من فئات المجتمع).

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين أوجه القوة

والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين مقترحات

الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين مقترحات

الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين دوافع

استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين فرصة مواجهة

التحديات التي توجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة وتحسين دمج الأشخاص

ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع.

الفصل الخامس

الخاتمة والتوصيات

الخاتمة:

تعد دراسة دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة من المجالات البحثية التي لم

تتل حقيها في الدراسات السابقة وإظهار ما يقدمه وسائل الإعلام الجديد من تسهيلات ودعم غير محدود وتغيير أليات التواصل

والوعي الكامل بصفة مستمرة. تزويد العاملين بالمؤسسات الإعلامية بالطرق المتطورة بشكل دوري من أجل مساعدة ذوي

الاحتياجات الخاصة على الاندماج داخل المجتمع وكذلك العمل على إيصال المعلومات بشكل واضح وسليم ومثالي أيضا

ليتناسب مع جميع الفئات، وقد كشفت النتائج الأولية للبحث عن رؤية الإعلام الرقمي في تأهيل الإعلاميين وتعزيز دورهم

المعنوي اتجاه ذوي الاحتياجات الخاصة والتي جاءت نتائجها متوافقة مع رؤيتنا المتواضعة. ومن خلال هذه الدراسة تم

التعرف على أوجه القصور والقوة لدى وسائل الإعلام الرقمي في تأهيل الإعلاميين للتعامل مع الفئة المستهدفة من الدراسة

وهم ذوي الاحتياجات الخاصة. وكشفت الدراسة أيضا على أن المنظمات المعنية بذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع تحتاج

للقيام بتطوي استراتيجي فعال لمحو الامية الرقمية لهذه الفئة لمكافحة الاستبعاد الاجتماعي الواسع الانتشار وذلك من قبل تقديم الدعم عن طريق الإعلاميين واستثمار وسائل الإعلام الرقمية في توعية المجتمع لتعديل إدراكه نحو هذه الفئة وتأهيله لتقبلهم ودمجها معه .

التوصيات:

يتعين على الحكومة بالمملكة العربية السعودية الاهتمام بشكل أكبر بوسائل الإعلام الرقمي ووضع تشريعات وتعزيز حمايتها للاستخدام المفيد وتقديم المساعدة الكاملة لذوي الاحتياجات الخاصة.

تأهيل وتدريب كوادر وطنية إعلاميا لشغل مهام الإدارة التقنية في الإعلام الرقمي وتطويرها في المملكة العربية السعودية.

وضع خطط استراتيجية في تأهيل الإعلاميين من ذوي الاحتياجات الخاصة في مؤسسات الإعلام، والعمل، والمشاركة المجتمعية، وتطوير الاقتصاد في المملكة العربية السعودية وفقا لرؤية الدولة.

توفير البنية التحتية المواكبة لتطبيق تلك الوسائل المختلفة وربطها بالمؤسسات الوطنية المختلفة لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة وكل الفئات على التطور داخل المجتمع الواحد.

تشجيع وتحفيز الطلاب والطالبات في مؤسسات الإعلام بصفة عامة والتعليم العالي بصفة خاصة لاكتساب وتطوير مهارات إضافية في استخدام وسائل الإعلام الرقمي من أجل مساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة.

زيادة مؤسسات التدريب على وسائل الإعلام الرقمي وتوعية المجتمع وخاصة ذوي الاحتياجات الخاصة باستخدام تلك الوسائل.

ضرورة توعية الأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الأسرة و المؤسسات التربوية المختلفة وصفحات التوعية عبر وسائل الإعلام الرقمي بالآثار الإيجابية والسلبية لما يقدمه الإعلاميين.

يوصي الباحث بمحاولة الغوص في الحديث عن تأثير وسائل الإعلام الرقمي والإعلاميين على قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة من منطلق مدى الاستفادة التي تقدمها تلك الوسائل لهذه الفئة عبر تطبيقاتها المختلفة.

وضع احتياجات ذوي الاحتياجات الخاصة الإعلامية في أولوية السياسات والخطط والبرامج التي تتبناها وسائل الإعلام الرقمية بحيث يخصص لهم مساحات وبرامج تلي احتياجاتهم وتشبع تطلعاتهم.

ضرورة توظيف أصحاب التخصص في مجال الإعلام الرقمي خاصة إذا كان هؤلاء من ذوي الاحتياجات الخاصة كي يقوم هؤلاء بتوصيل الرسائل الإعلامية الاجتماعية بإيجابية بحتة أو بسط مهمتها واستقبال أكثر من طرف جمهور المتلقى.

قائمة المصادر والمراجع المبدئية:

المراجع العربية:

- (1) محمد، عبد الله أحمد مصطفى، (2022). الإعلام الرقمي الجديد وذوي الاحتياجات الخاصة: التحديات والفرص والرؤى المستقبلية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج 21، ع 2، 293 – 315.
- (2) القرني، علي بن شويل. (2008). اتجاهات الإعلاميين السعوديين نحو ذوي الاحتياجات الخاصة: دراسة مسحية عن الصورة والاهتمامات في وسائل الإعلام السعودية. مجلة الملك سعود – الآداب، مج 20، ع 2، 483 – 539.
- (3) الخميس، حمود بن أحمد، و صلوي، عبد الحافظ بن عواجي. (2008). الاحتياجات الإعلامية للمعاقين ومدى إشباع وسائل الإعلام لها. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 5، 238 - 296.
- (4) أريج إبراهيم عبد الحميد ، ماجدة حمد اسويب: وسائل الإعلام وطرق تناولها لقضية دمج وتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة، المركز العربي للأبحاث والدراسات الإعلامية، فلسطين – رام الله، 2020.
- (5) عمران، أميمة محمد محمد، (2018). دور الإعلام في دمج المعاقين ذهنيا في المجتمع. المجلة الدولية لعلوم وتأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة، ع 5، 52-63.
- (6) محمود، هاني نادي عبد المقصود، (2022). الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدام ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي: رؤية تحليلية نقدية. مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، ع 41، 1511-1562.
- (7) أبو راضي، سلوى محمد سمير فهميم، (2019). اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة نحو قضاياهم المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة بحوث كلية الآداب – جامعة المنوفية، ج 118، 793-822.
- (8) الصبيحي، محمد بن سليمان. (2017). إدراك الإعلاميين السعوديين لأدوارهم الوظيفية والمهنية في بيئة الإعلام الرقمي. المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع 18، 39-114.
- (9) العوض، سيف الدين حسن. (2012). تمكين مهارات التعامل مع الإعلام الجديد من خلال محو الأمية الإعلامية. المجلة السودانية لدراسات الرأي العام، ع 2، 49 - 96.

- (10) الزعنون، إسماعيل موسى محمد و وافي، أمين منصور قاسم، (2021). اتجاهات القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة .
- (11) زغيب، شيماء ذو الفقار (2015) مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة .
- (12) فتحي، مها محمد (2021) تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على إدراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 20 (3)، ص 373 – 443 .
- (13) نصير بوعلي، الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبدالرحمن عزي، دار الهدى، الجزائر، 2005م، ص5.
- (14) نصير بو علي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عند عبدالرحمن عزي، مرجع سابق، ص 87-101.

المراجع الأجنبية:

- 1- Shashank, Kumar Dwivedi. (2023). "Social media memes: a study of its impact on intercultural communications", International Journal of Development Research, 13, <https://www.journalijdr.com>
- 2- Acheaw, M. Owusu. & Larson, Agatha Gifty. (2015) . " Use of Social Media and its Impac on Academic Performance of Tertiary Institution Students" . Journal of Education and Practice, ISSN 2222- 1735 (Paper) ISSN 2222-288X (Online) Vol.6, No.6. <https://www.iiste.org>
- 3- Haller, B, (1997). Images of disability in news media Paper presented at the national communication Association annual meeting, November, Chicago Illinois .
- 4- Haller, B, (1995). Disability Rights on the Public Agenda: Elite News Coverage of the Americans with Disabilities Act, (Ann Arbor, Mich: UMI .
- 5- Hindman, D., (1997) . Community structural pluralism and local newspaper coverage of ethnic minority groups and Americans with disabilities. Proceedings of the Annual of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (80th, Chicago Illinois, July 30-august 2) .

- 6- Cho, M., & Kim, K. M. (2021). Exploring the disparity in tangible outcomes of internet use between persons with disabilities and persons without disabilities in South Korea. Disability and Health Journal.
- 7- Caton, S., & Chapman, M. (2016) . The use of social media and people with intellectual disability: A systematic review and thematic analysis. Journal of Intellectual and Developmental Disability .
- 8- Heitplatz, V. N. (2020). Fostering digital participation for people with intellectual disabilities and their caregivers: towards a guideline for designing education programs. Social Inclusion .
- 9- Heitplatz, V. N., Bühler, C., & Hastall, M. R. (2022). Usage of digital media by people with intellectual disabilities: Contrasting individuals' and formal caregivers' perspectives. Journal of Intellectual Disabilities .

الملاحق

الجداول والأشكال

الصفحة	الموضوع	رقم الشكل
	يوضح البيانات الديموغرافية	جدول رقم (1)
	يوضح مُعاملات الارتباط ما بين كل عبارة والدرجة الكلية لاستبيان "دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة"	جدول رقم (2)
	يوضح مُعاملات الارتباط ما بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور التابعه له لاستبيان "دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة"	جدول رقم (3)
	يوضح مُعاملات الارتباط ما بين كل محور والدرجة الكلية لاستبيان "دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة"	جدول رقم (4)
	يوضح مُعاملات الثبات للإستبانة بطريقة "كرونباخ – ألفا" حسب المحاور	جدول رقم (5)
	يوضح أوزان الاجابات حسب مقياس ليكرت الثلاثي	جدول رقم (6)
	وصف العينة وفقاً لمتغير النوع	جدول رقم (7)
	يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير النوع	شكل رقم (1)
	وصف العينة وفقاً لمتغير العمر	جدول رقم (8)
	يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير العمر	شكل رقم (2)

جدول رقم (9)	وصف العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي
شكل رقم (3)	يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي
جدول رقم (10)	وصف العينة وفقاً لمتغير المنطقة
شكل رقم (4)	يوضح وصف العينة وفقاً لمتغير المنطقة
جدول رقم (11)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (هل لديك أي إعاقة؟)
شكل رقم (5)	يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (هل لديك أي إعاقة؟)
جدول رقم (12)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (هل لديك أقارب أو أصدقاء من ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
شكل رقم (6)	يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (هل لديك أقارب أو أصدقاء من ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
جدول رقم (13)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما مدى تعرضك لوسائل الإعلام الرقمي التي تغطي قضايا تعامل الإعلاميين مع ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
شكل رقم (7)	يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما مدى تعرضك لوسائل الإعلام الرقمي التي تغطي قضايا تعامل الإعلاميين مع ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
جدول رقم (14)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (أي من وسائل الإعلام الرقمي التالية يستخدم ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل أكثر؟)
شكل رقم (8)	يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (أي من وسائل الإعلام الرقمي التالية يستخدم ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل أكثر؟)
جدول رقم (15)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (المعدل الزمني المخصص يوميا لمتابعة وسائل الإعلام الرقمي من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
شكل رقم (9)	يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (المعدل الزمني المخصص يوميا لمتابعة وسائل الإعلام الرقمي من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
جدول رقم (16)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (الموضوعات التي يبحث عنها ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
شكل رقم (10)	يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (الموضوعات التي يبحث عنها ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
جدول رقم (17)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (الشكل الفني الأكثر استخداما في عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة في وسائل الإعلام الرقمي؟)

شكل رقم (11)	يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (الشكل الفني الأكثر استخداماً في عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة في وسائل الإعلام الرقمي؟)
جدول رقم (18)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما أكثر وسائل الإعلام الرقمي اهتماماً بمعالجة قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
شكل رقم (12)	يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما أكثر وسائل الإعلام الرقمي اهتماماً بمعالجة قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
جدول رقم (19)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (طرق الدعم والمساندة التي يقدمها الإعلاميون عبر الإعلام الرقمي لذوي الاحتياجات الخاصة؟)
شكل رقم (13)	يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (طرق الدعم والمساندة التي يقدمها الإعلاميون عبر الإعلام الرقمي لذوي الاحتياجات الخاصة؟)
جدول رقم (20)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (مدى استفادة ذوي الاحتياجات الخاصة من الإعلاميين والإعلام الرقمي؟)
شكل رقم (14)	يوضح وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (مدى استفادة ذوي الاحتياجات الخاصة من الإعلاميين والإعلام الرقمي؟)
جدول رقم (21)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما مدي العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة؟)
جدول رقم (22)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما هي أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
جدول رقم (23)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما هي مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي؟)
جدول رقم (24)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما هي دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي؟)
جدول رقم (25)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (ما هي التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة؟)
جدول رقم (26)	وصف العينة وفقاً لاستجاباتهم علي السؤال (مدي دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع؟)
جدول رقم (27)	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis Variance) للفروق في المتوسطات لآراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير (العمر)
جدول رقم (28)	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis Variance) للفروق في المتوسطات لآراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير (المؤهل العلمي)

جدول رقم (29)	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis Variance) للفروق في المتوسطات لأراء أفراد العينة نحو محاور أداة الدراسة وفقاً لمتغير (المنطقة)
---------------	---

الاستبيان

دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة
يهدف هذا الاستبيان إلى معرفة دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة. لذا نرجو التكرم بقراءة الأسئلة التالية ثم الإجابة عنها بكل صدق وموضوعية. علماً أن الإجابات ستعامل بسرية تامة ولن تُستخدم إلا لغرض البحث العلمي.
تعليمات:
عزيزي المواطن – عزيزتي المواطنة / فيما يلي مجموعة من العبارات التي تتعلق دور الإعلام الرقمي في تدريب وتأهيل الإعلاميين للتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة.
المرجو منك:- أن تقرأ كل عبارة بدقة ثم تبدى رأيك بوضع علامة (صح) أمام الاختيار الذي ينطبق عليك، التأكد من فهم العبارة جيداً قبل أن تختار الإجابة التي تنطبق عليك، لا تترك عبارة دون الإجابة عليها، إذا غيرت رأيك بعد الاستجابة على أحد العبارات، ضع دائرة حول العلامة التي وضعتها ثم ضع علامة أخرى أسفل الاستجابة الجديدة، لاحظ أنه لا توجد إجابة صحيحة وأخرى خاطئة، والإجابة تعد صحيحة – فقط – طالما تعبر عن حقيقة شعورك تجاه المعنى الذي تحمله العبارة، ومما يجب التأكيد عليه أن البيانات التي يتم الحصول عليها من استجابتك على العبارات المكونة للاستبيان تحاط بالسرية التامة ولا تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي.
" وشكراً على حسن تعاونك "
مصطلحات الدراسة كما يُعرفها الباحث: الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة: أفراد يعانون نتيجة عوامل وراثية أو بيئية مكتسبة من قصور القدرة على تعلم أو اكتساب خبرات أو مهارات وأداء أعمال يقوم بها الفرد العادي السليم المماثل لهم في العمر والخلفية الثقافية أو الاقتصادية أو الاجتماعية

الإعلام الرقمي: مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه،
بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل
والمستقبل، ويستخدم الوسائط الجديدة بكفاءة من خلال فحص وتحليل المحتوى بدقة، وأهم ما يميزه كسر منطقة الوصاية
التي فرضها ورسخها الإعلام التقليدي، كما انه اهتم بالنظر إلى الجماهير بوصفهم مشاركين، كما أنه يؤثر على المشاركة في
الحياة المدنية والسياسية.

1- النوع *:

ذكر

أنثى

2- هل لديك أي إعاقة؟*

نعم

لا

3- العمر *:

أقل من 20 عام

من 21 إلى 30 عام

من 31 إلى 40 عام

من 41 إلى 50 عام

من 51 إلى 60 عام

من 60 سنة فأكثر

4- ما هو أعلى مؤهل علمي حصلت عليه؟*

المرحلة الابتدائية

المرحلة المتوسطة

الثانوية العامة أو ما يعادلها
دبلوم
بكالوريوس
ماجستير
دكتوراة

5- المنطقة*:
المنطقة الوسطى
المنطقة الشمالية
المنطقة الغربية
المنطقة الشرقية

6- هل لديك أقارب أو أصدقاء من ذوي الاحتياجات الخاصة؟*
نعم
لا

7- ما مدى تعرضك لوسائل الإعلام الرقمي التي تغطي قضايا تعامل الإعلاميين مع ذوي الاحتياجات الخاصة؟
أعرض لها نادرا
أعرض لها أحيانا
لا أعرض لها

8- أي من وسائل الإعلام الرقمي التالية يستخدم ذوي الاحتياجات الخاصة بشكل أكثر؟
فيسبوك
إنستغرام
إكس
تيك توك
يوتيوب

واتساب
سناب شات

9- المعدل الزمني المخصص يوميا لمتابعة وسائل الإعلام الرقمي من قبل ذوي الاحتياجات الخاصة؟
أقل من ساعة يوميا
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات يوميا
من 3 إلى أقل من 6 ساعات يوميا
من 6 إلى 12 ساعة يوميا
12 ساعة فأكثر

10-الموضوعات التي يبحث عنها ذوي الاحتياجات الخاصة

لا	نعم	
		الدينية والثقافية
		التعليمية والتربوية
		التعليمية والتربوية
		الفنية
		الاقتصادية
		الرياضية
		العلمية
		الطريقة والمسلية
		الاجتماعية
		المحلية
		الصحية

11- الشكل الفني الأكثر استخداما في عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة في وسائل الإعلام الرقمي؟

لا	نعم	
----	-----	--

		أخبار
		فيتشر
		تقارير
		فيديو
		أخرى:

12- ما أكثر وسائل الإعلام الرقمي اهتماما بمعالجة قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة؟
مواقع التواصل الاجتماعي
الصحافة الالكترونية
الراديو الالكتروني
اخرى:

13- طرق الدعم والمساندة التي يقدمها الإعلاميون عبر الإعلام الرقمي لذوي الاحتياجات الخاصة؟
عرض أفلام وثائقية عن الجهود التي تقوم بها الدولة لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة
مد الجمهور بالمعلومات الكافية عن مراكز التأهيل لذوي الاحتياجات الخاصة
عرض تجارب الدول الأخرى في مجال الإعلام الجديد وكيفية تناوله قضايا لاحتياجات الخاصة
مساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة في كل المشاركة بكل مجالات الحياة وازهار قدراتهم في المجال الفني والرياضي
عرض إنجازات ذوي الاحتياجات الخاصة مثلما حدث في المجالات الرياضية المحلية والدولية وتكريم المسؤولين لهم

14- مدى استفادة ذوي الاحتياجات الخاصة من الإعلاميين والإعلام الرقمي؟
الحصول على الاستفادة كاملة
الحصول على 75 % من الاستفادة
الحصول على 50 % من الاستفادة
الحصول على أقل من 50 % من الاستفادة

15- العلاقة القائمة بين الإعلام الرقمي وذوي الاحتياجات الخاصة؟

الى حدا ما	لا	نعم	
			رؤية موضوعات محددة عن ذوي الاحتياجات الخاصة دون غيرها من فئات المجتمع
			التعرف على كافة موضوعات وسائل الإعلام الرقمية المتعلقة بذوي الاحتياجات الخاصة
			التعمق داخل وسائل الإعلام الرقمي والتعليق على قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة
			المساهمة في تطوير وسائل الإعلام الرقمي لتقديم أفضل اداء ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة
			مساعدة العاملين في وسائل الإعلام الرقمي لتقديم أفضل اداء ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة

16- أوجه القوة والقصور في الدور الذي يقوم به الإعلاميين من وجهة نظر الاشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة

لا أفضلها	أفضلها الى حدا ما	أفضلها دائما	
			التعرف على جهود الدولة لتنفيذ إندماج ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي والمدة الزمنية لذلك
			الأساليب الفنية المستحدثة في عرض الأفكار الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة من قبل الإعلاميين
			الأفكار الجادة التي يقدمها الإعلاميين عبر الإعلام الرقمي من خلال رسائلهم لذوي الاحتياجات الخاصة
			تعزيز الإعلاميين لصورة ذوي الاحتياجات الخاصة عبر عرض القضايا الخاصة بهم
			الاقتصار في عرض الأساليب التي يمكن بها حصول ذوي الاحتياجات الخاصة على الخدمات الحكومية بطريقة اسهل وأسرع من قبل
			احتكار وقت عرض قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة من قبل الإعلاميين لصالح فئات أخرى

			قلة التسويق والترويج للفاعليات الخاصة بذوي الاحتياجات الخاصة
			الافتقار إلى التفاعل مع ذوي الاحتياجات الخاصة عبر وسائل الإعلام الرقمي

17- مقترحات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لتطوير الإعلاميين والإعلام الرقمي

الى حدا ما	لا	نعم	
			أن تقوم وسائل الإعلام بترجمة الرسائل الإعلامية بما يناسب ذوي الاحتياجات
			أن تخصص وسائل أو برامج الإعلام الرقمي كل ما هو خاص بفئات ذوي الاحتياجات الخاصة
			تقديم المعلومات والأخبار التي تفيد ذوي الاحتياجات الخاصة
			المساعدة ب المعرفة والثقافة والاطلاع بكل ما هو جديد لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة
			التفاعل الاجتماعي مع كل فئات ذوي الاحتياجات الخاصة
			تعزيز الثقة بالنفس والمساعدة في تحقيق الذات

18- دوافع استخدام الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة للإعلام الرقمي؟

الى حدا ما	لا	نعم	
			تعزيز نشر الثقافة الرقمية بين مختلف فئات المجتمع.
			الاستمرار في تنفيذ حملات توعوية تحث أفراد المنظومة الإعلامية على الاتجاه نحو الممارسة الرقمية وقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة.
			عمل استطلاعات رأي بشكل مستمر للتأكد من مدى رضا ذوي الاحتياجات الخاصة عن تلك الحملات.
			اقتناع أفراد المجتمع بأهمية ما يقدمه الإعلاميين عن ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي.
			تعزيز الشراكة مع المؤسسات الرائدة في مجال الإعلام الرقمي والمؤسسات المعنية بذوي الاحتياجات الخاصة.

			إعادة بناء الهياكل التنظيمية في كافة المؤسسات الإعلامية بما يتوافق مع متطلبات الإعلام الرقمي وضرورة مشاركة ذوي الاحتياجات الخاصة.
			الاستعانة بالخبراء في مجال تطوير البرامج والتطبيقات الرقمية.

19- التحديات التي تواجه عملية الإعلام الرقمي في دعم ذوي الاحتياجات الخاصة

معارض	محايد	موافق	
			عدم استعداد المجتمع لتقبل فكرة الإعلام الرقمي سريعا
			عدم رغبة العديد من الفئات للتعامل مع فكرة الرقمنة
			قلة وعي المراهق بأهمية الإعلام الرقمي في تقديم الخدمات
			انعدام الثقة في وسائل الإعلام الرقمي لدى المراهق
			الخبرات السيئة لدى المراهق عن سلبيات الإعلام الرقمي

20- دمج الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة عبر الإعلام الرقمي داخل المجتمع

معارض	محايد	أوافق	
			لا أستطيع ملاحظة ما إذا كان الشخص من ذوي الاحتياجات الخاصة فقط من خلال ما ينشره على مواقع التواصل الاجتماعي
			لا مانع لدي من التواصل مع أشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي وبناء صداقات معهم.
			لا أفرق في معاملي بين الأشخاص سواء أكانوا معاقين أم لا
			أتفاعل مع الجميع عبر وسائل الإعلام الرقمي بغض النظر عن وجود إعاقة لديهم أم لا.
			أميل لتجاهل منشورات الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة لأنني لا أجدها ذات صلة مباشرة بي.
			أحاول تقديم نفسي بالطريقة التي من شأنها أن تجعل الآخرين يرغبون في التواصل معي

			أواجه بعض التحديات في التعامل مع الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، مما يجعلني أميل أحياناً إلى تقليل التواصل معهم

انتهت الأسئلة