

ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي الثاني ودمج ذوي الهمم بعنوان

دور الاعلام الجديد في التوعية بقضايا ذوي الهمم مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية: الفيس نموذجاً

إعداد

دكتوراه/ رضا فولى عثمان

مدرس العلاقات العامة والاعلان بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بإكاديمية الجزيرة.

الملخص :

تسعى هذه الورقة البحثية للبحث والتقصي في دور الاعلام الجديد_الرقمي_ في التوعية بقضايا ذوي الهمم باعتبارها من الفئات الهامة ،ونظرًا للدور التوعوي للاعلام جاءت هذه الورقة البحثية لتوضيح الدور الفعال الذي يقوم به الاعلام بصفة عامة والاعلام الجديد بصفة خاصة تعزيز ادماجها في المجتمع وذلك اعتمادا على منهج الوصفي لمتغيرات الدراسة وكذلك تقديم مدونه سلوكيه للتعريف بدور الاعلام بالتوعيه بقضايا ذوي الهمم.

الكلمات المفتاحيه : الاعلام الرقمي -ذوي الاحتياجات الخاصة .

The Summary

This Research paper came to research and investigate the role of the new media in educating individuals with special needs as it is an important category in society, and given its various needs in the media that must be fulfilled by the media in general and the new media in particular, this study came to clarify the effective role of the new media in educating the special group with the aim of promoting Their incorporation into the society to which they belong, and accordingly the two researchers relied on the descriptive approach to describe each of the study variables and define them, and to clarify the theoretical relationship between them.

The key Words : Digital Media– The people With Special Needs.

مقدمة :

تعد فئة الأشخاص ذوو الإعاقة من أهم الفئات في المجتمع كونها تحتاج إلى رعاية خاصة فهي الفئة التي لا تستطيع القيام بعملها بالشكل الطبيعي من دون الرعاية شخص ما لتلبية احتياجاتهم الخاصة وفي نفس الوقت تحتاج إلى اهتمام وعناية ورعاية مادية و معنوية، وعادة ما تكون الإعاقة واضحة لدى هذه الفئة فتتمثل في الإعاقة الذهنية أو الجسدية، ومن هنا أولت الحكومة العراقية اهتمامها بهذه الفئة عن طريق إقرار قانون خاص بهذه الفئة تمثل في قانون رقم (38) لسنة (2013) شمل حفظ حقوقهم وواجباتهم في المجتمع العراقي من جهة وشمل على تأسيس هيئة رعاية ذوو الإعاقة والاحتياجات الخاصة التابعة لوزارة العمل والشؤون الاجتماعية من جهة أخرى لمتابعة حاجاتهم لخلق مجتمع صحي سليم متكامل سياسيا أو اجتماعيا أو ثقافيا أو اقتصاديا، ونظرا لأهمية هذه الفئة في المجتمع يبرز دور وسائل الإعلام عن طريق توعية و تثقيف المجتمع بأهميتهم لإدماجهم وتمكينهم لخدمة المجتمع، فضلا عن مساواتهم مع أقرانهم في المجتمع و تمتعهم بحقوقهم الإنسانية المختلفة من جهة ورفع معنويات وثقة هذه الفئة بمقدراتها وإمكاناتها إذا ما تم إشراكها في المجتمع

ومما لاشك فيه أن الاعلام يقوم بدور كبير في تنشئة الافراد وخاصة أن تأثيره يصل الى قطاعات واسعة وعريضة من شرائح المجتمع , وقد ساعد على ذلك سرعة اختصاره للزمان والمكان , وسرعة تجاوبه مع المستجدات العلمية والتكنولوجية , مما يؤدي الى زيادة الرصيد الثقافي للانسان وتيسير عمله وعملية تبادل الخبرات وموضوع الإعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة من الموضوعات التي لا تقل أهمية عن أي موضوع اجتماعي آخر، بل قد تفوقه أهمية لما يرتبط بهذه القضية من تبعات، تترك أثرها على الشخص المعاق وأسرته ومجتمعه، ويلعب الإعلام بوسائله كافة بما فيها وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية دوراً مهماً في تسليط الانتباه على القضايا المهمة فيخرجها من دائرة التعتيم إلى دائرة الحوار والمعالجة.

وفي الأونة الأخيرة لاقت قضايا ذوي الهمم اهتماما اعلاميا بموضوع الإعاقة منوطاً بضرورة ادماجهم في المجتمع والاهتمام بقضية المعاقين ليس ترفاً إعلامياً بل هو واجب ودور أساسي للإعلام تمليه مصالح الوطن وحاجات المعاقين وحقوقهم ، ويجب ألا يُنظر إليهم على أنهم شريحة صغيرة من المجتمع، بل هو وتأتي على رأس الأولويات التي ينبغي الاهتمام بها، عن طريق تغطية فعاليات توعوية وتخصيص برامج حوارية حولها، لتوضيح دورها في تأهيل المعاقين وتحسين أوضاعهم الفيزيولوجية والنفسية، فضلاً عن إقامة الندوات والمحاضرات والأنشطة التثقيفية والإرشادية، لتوعية الناس بضرورة دمج المعاق بالمجتمع.

وفي هذا السياق، أظهرت العديد من الدراسات الإعلامية حول الإعاقة أهمية تنوع الرسائل الإعلامية وضمونها وأسلوبها، حسب الفئة المستهدفة والمستوى التعليمي، وأن تتركز الرسائل الإعلامية الأساسية على الأنشطة الداعمة لنجاح الرسائل الإعلامية الموجهة لهذه الفئة ، وبالتالي الخطة الإعلامية، وأهمها تقديم البيانات والمعلومات الصحيحة عن الإعاقة للجمهور المستهدف وكيفية التعامل معهم وعليه جاءت هذه الدراسة للبحث والتقصي في الدور الفعال الذي يؤديه الاعلام في عملية التوعية بقضايا ذوي الهمم -تسعى هذه الورقة البحثية لتوضيح الدور التوعوي للاعلام بقضايا وتوعية أفراد المجتمع بضرورة ادماجهم في المجتمع بطرح التساؤل الرئيس التالي .

ما هي العلاقة القائمة بين كلا من الاعلام الجديد وذوي الهمم ؟

الأهمية :

- تكمّن أهمية الورقة البحثية في تناولها لموضوع ذوي الأهمية حيث أنها من الشرائح المجتمعية الهامة فمن المهم التطرق لقضاياهم وتوضيح دور الاعلام لكل ما يتعلق بهم .
- تنطلق أهمية الدراسة من الأهمية الحيوية المتزايدة للاعلام الرقمي وتحديد كفاءة الاعلام الرقمي في القيام بدورا تثقيفي تجاه ذوي الهمم.
- تهتم الدراسة بتطبيق واختبار نظرية _المسؤولية الاجتماعية_ وذلك بهدف الكيفية التي تغلف بها وسائل الاعلام القضايا البارزة للتأثير على تفسيرات وتقييمات دور الاعلام في التوعية .

الأهداف :

- التعرف على ماهية الاعلام الجديد ومجالاته وتأثيراته المختلفة على المجتمع .
- التعرف على مفهوم ذوي الاحتياجات الخاصة وطرق ارشادتها وتوعيتها.
- الكشف عن دور المنوط بالاعلام الجديد في توعية ذوي الاحتياجات الخاصة .

- تسعى الدراسة أيضًا إلى تقديم مدونة سلوكية توضح دور الإعلام تجاه ذوي الهمم.

الأطار النظري للدراسة :

بناء على أهداف الدراسة تعتمد هذه الدراسة على نموذج الاستراتيجيات الاتصالية المسؤولة الاجتماعية

نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تقدم إطارًا نظريًا واجتماعيًا وأخلاقيًا ينبغي أن تعمل في ظلّه الشركات والمؤسسات، ويعتبر مفهوم المسؤولية الاجتماعية مفهوم غربي أنطلق من إلى الإعلام والصحافة من مجالي الاقتصاد والعلاقات العامة فقد ساد بين أوساط المشتغلين في الفترة الأخيرة من القرن التاسع عشر حينما دعت التطورات الاقتصادية إلى حدثت في الولايات المتحدة الأمريكية إلى إظهار الحاجة إلى التزام المنشآت بمسئوليتها الاجتماعية حيث قوى تيار الاحتكارات الاقتصادية واندفعت المشروعات نحو تحقيق أكبر قدر من المصالح الخاصة للمشروع على حساب المصالح الجماهيرية للمشروع على حساب المصلحة العامة للجماهير، وقد أدى ذلك إلى ظهور المسؤولية الاجتماعية.

لذلك يمكن القول أن هناك علاقة وثقة بين المسؤولية الاجتماعية والتخطيط الاستراتيجي للمنظمة، بل يذهب البعض إلى أن المسؤولية الاجتماعية تعد جزءا لا يتجزأ من الإدارة الإستراتيجية نظرا لأن منشآت الأعمال تعمل في مجتمع يوفر لها فرص الربح

وبناء عليه تزايد استخدام مفهوم المسؤولية الاجتماعية لتحقيق أهداف إستراتيجية لكل من الشركة والمجتمع وتحقيق المنفعة المتساوية Equal Benefited، لكل منهما، ويمكن تحديد ثلاث مستويات للمسؤولية الاجتماعية وهي كما يلي:

- المستوى الأساسي Basic Level :يتعلق بدفع الضرائب، احترام القوانين وتطبيق مبادئ العدالة الاجتماعية.

- المستوى المؤسسي Organizational Level :يتعلق هذا المستوى بمسؤولية بدور المؤسسة في الحد من أي آثار سلبية .بالمساهمة .

- المستوى المجتمعي Social Level :يتعلق بالمساهمة في حل المشكلات المجتمع بالذهوض والمجتمع ،أي المساهمة في أن يكون المجتمع صالحا صحيا ،ويتم ذلك عن طريق ربط المجتمع بالشركة وكذلك مبادئ السلامة الخاصة بمنتجات الشركة.

نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تبلورت نظرية المسؤولية الاجتماعية عقب صدور تقرير لجنة حرية الصحافة عام 1947،والذي حذر من التجاوزات الكبيرة للصحف الأمريكية،و التي تنعكس على بالضرر على المجتمع ثم أسهمت كل من (Pattern-Rivrs-Mirrel-Gerld)، في استكمال التأسيس لنظرية المسؤولية الاجتماعية ومن ثم فأن مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء ليعبر عن الدور الذي يقوم به المسئول أو المتخصص في الشركة في إقناع الإدارة العليا بان الشركة مسئولة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه،

تطورت حرية الصحافة والإعلام من خلال ثلاث نظريات رئيسية هي (نظرية السلطة ونظرية الحرية ونظرية المسؤولية الاجتماعية).

وفي منتصف القرن العشرين ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية التي دعا أنصارها إلى إعادة صياغة المبادئ و الأسس التي قامت عليها نظرية الحرية حتى تواكب المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية وتضمن المحافظة على أعراف المجتمع الاجتماعية.

تعريف المسؤولية الاجتماعية وفقاً للنظرية" يرى الباحث الإعلامي جون ميريل ،إن ما نطلق عليه مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية له رنين مميز مثل الأمومة- الود -الاحترام ، حيث أن لها جاذبية لا يمكن نكرانها عند الكثيرين،هناك ميول في جميع أنحاء العالم ،نحو هذا الاتجاه الذي يحتوي على التشكيك وعدم الرضا عن الليبرالية التي يؤمن بها الكثيرون،ويتضمن الاتجاه نحو مفهوم المسؤولية الاجتماعية أن بعض الجماعات تستطيع بل يجب أن تحدد من المسئول اجتماعيًا .

ويلخص دينيس ماكرويل الفكرة الرئيسية للنظرية المسؤولية الاجتماعية كالاتي:

- الحرية الشخصية.

- حرية الإعلام.

- مسؤولية مسائل الإعلام تجاه المجتمع.

ولا توجد طريقة لحل هذا التناقض ولكن تقوم النظرية على بعدين رئيسيين هما :

1- تنمية وعى الجمهور بالمسؤولية الاجتماعية.

2- رفع المستوى المهني للإعلاميين تجاه المسؤولية الاجتماعية

يتم استخدام هذا المدخل يتم استخدام هذا المدخل في تحليل ما تقدمه وسائل الإعلام من رسائل ومضامين تسعى إلى تأكيد شعورها بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وما يعانیه من قضايا و إشكاليات

ويفترض هذا المدخل النظري:

١- أن وسائل الإعلام وتحديدًا الصحافة ينبغي أن تقوم بالتزامات معينة تجاه مجتمعاتها فيكون لها دور فعال على الصعيد السياسي والاقتصادي والثقافي.

٢- على وسائل الإعلام أن تعكس تنوع الآراء والاتجاهات والأفكار داخل مجتمعاتها وتتجنب ما يؤدي إلى العنف وهذا جزء من مسؤوليتها تجاه المجتمع وتجاه المهنة.

٣- أن وسائل الإعلام يمكن أن تقوم بهذه الالتزامات تجاه مجتمعاتها من خلال مستويات مهنية للإعلام والالتزام بمعايير للصدق والموضوعية والدقة والأمانة.

فالخطاب الصحفي الخاص بهذه الصحف يجب أن يعكس رؤيتها لدورها كما يعبر عن أولوياتها

الأيدولوجية انطلاقًا من فهم الجوانب التي تركز عليها مسؤولياتها الصحفية وتحديد اتجاه قضية مكافحة

نموذج الاستراتيجيات الاتصالية للمسؤولية الاجتماعية :

يقسم هذا النموذج الاستراتيجيات التي تستخدمها الشركات في إطار مسؤوليتها الاجتماعية إلى ما يلي:

- الاستراتيجيات الإخبارية: وهي اتصال ذي اتجاه واحد لإعلام جماعات المصالح بمعلومات عن المسؤولية الاجتماعية للشركة بهدف خلق الوعي بها.

- إستراتيجية خلق الاستجابة: وهي اتصال ذي اتجاهين غير متوازن تهدف إلى خلق الوعي والحصول على رد فعل من الجماعات المصالح.

- إستراتيجية إشراك جماعات المصالح: وهي اتصال ذي اتجاهين متوازيين بهدف إلى خلق الوعي والحصول على رد الصدى، وخلق التفاعلية بين جماعات المصالح والشركة، وبناء على ذلك يمكن القول بأنه تصلح إستراتيجية الإخبار في حال التعامل مع وسائل الإعلام، المنظمات البيئية، اتحادات العمال، المنافسين.. إلخ، وتطبق هذه الإستراتيجية من خلال البيانات الإخبارية -إعلانات المسؤولية الاجتماعية- المطبوعات الترويجية-.

بينما تصلح إستراتيجية الإخبار والتفاعل، في حال التعامل مع الموردين، قادة المجتمع، مديري الشركات.. وتستخدم معها الأشكال الاتصالية التالية (الندوات -المؤتمرات -الوسائل التفاعلية عبر الإنترنت)، كما تصلح إستراتيجية الأخبار والاستماع إلى الآراء في حال التعامل مع (الموظفين - المستهلكين -المساهمين - الحكومة).

وتطبق الأشكال الاتصالية التالية (سياسة الباب المفتوح -صندوق الشكوى والاقتراحات -) وتصلح كذلك في التعامل مع المنافسين، الجمهور العام الجمعيات الأهلية -الجمعيات الدينية- (وتستخدم الندوات، المؤتمرات -الندوات -).

الاطار المعرفي لمتغيرات الدراسة :

الاعلام الجديد الرقمي .

يعتبر مصطلح web.2 من أحدث المصطلحات التي ظهرت في الأونة الأخيرة حيث ظهرت بالتحديد في مؤتمر تطوير الويب في عام 2003 في سان فرانسيسكو، وكان الهدف من هذا المؤتمر هو وضع تصور جديد للشبكة وتقسيم مواقع الانترنت على أساس الخدمات والتطبيقات والتكنولوجيا التي تقدمها، وأخذ هذا المصطلح في الراج والتنقل بين مستخدمي الانترنت، ولم يكن له أطر محددة حيث أن المؤتمر لم يستطيع تقديم تعريف محدد عن الويب 2 وخدماتها وتطبيقاتها، وإلى الآن لم يأخذ هذا المصطلح شكلاً مقنناً وإنما ظهرت مجموعة من التعريفات الإجرائية المبنية على اجتهادات بحثية من جانب الباحثين. ويشير مصطلح web.2 إلى موجة المواقع الجديدة التي تعتمد في تكوينها على الشبكات الاجتماعية socialNetwork، وبرمجيات الويكي وهي

الصفحات التي يستطيع زائر الموقع التعديل بها، وتستمد تلك المواقع قوتها من تفاعل المستخدمين أنفسهم فيما بينهم .

أى أن فكرة الويب تقوم على أساس ما يسمى بالشبكات الإجتماعية وتهدف بذلك إلى تحويل شبكة الأنترنت إلى شبكة إنسانية أكثر ديناميكية بينها وبين المستخدمين منها، وتحويل المستفيد من دور المستهلك إلى دور المنتج الذى أصبح هو المسئول عن المحتوى فى الأساس

عرفها عباس مصطفى الصادق على أنها مجموعة من الوثائق المتصلة ببعضها البعض بنظام النص التشعبى مخزونة في ملفات الويب، وهو ملف يوجد في قرص الكمبيوتر الصلب موصل بالانترنت بعنوانه الخاص، وعندما يطبع أحدهما العنوان على مستعرضها الخاص تقوم شبكة الإنترنت بتوصيله إلى هذا الملف، وكل موقع له صفحة بدء يتم إرسالها.

من وجهة نظر إعلامية فيعرف على أنه رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها عن موقع "html" طريق الولوج إلى شبكة الإنترنت وعبر إحدى متصفحات شبكة الويب، ويتخذ وتتخذ من الصفحة، الويب شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص الفائق المترابط، واجهة لها، ويتم التنقل بينها بواسطة وصلات التواصلية فيشكل multimedia الرئيسية وغالبًا ما تقدم، home page عادية أو تفاعلية، وتقدم الرسائل نص أو صورة، أو صوتاً) منفرد

أدوات الاعلام الجديد "الرقمى"

تمكن أدوات الاعلام الرقمى المستخدمين من تحميل وتبادل الصور والموسيقى وأنواع مختلفة من الرسائل التي ترغب في مشاركتها مع الآخرين، بالإضافة إلى ذلك تقدم هذه المواقع الدعم الاجتماعى والعاطفى وتبادل المعلومات والابحار وإقامة العلاقات مع أشخاص آخرين، ويجب على جميع المسوقين التفرقة بين التسويق باستخدام الإنترنت والتسويق باستخدام أدوات الاعلام الجديد وحتى يستنى لنا التفرقة بينهما، علينا رصد النقاط التالية:

- ❖ **السياق** (كيف يتم تنظيم موقع على شبكة الإنترنت والشبكات الاجتماعية).
- ❖ **المحتوى** (ما يتم عرضه، تقديم مزيج).
- ❖ **المجتمع** (الاتصال التفاعلى | الاتصال غير التفاعلى مثل الجدران... إلخ).

- ❖ التخصيص (التقسيم وفقاً لاحتياجات المستخدم).
- ❖ الاتصالات (اتصالات المستخدم والتفاعلات التي يقوم بها).
- ❖ الاتصال (المحتوى الذي يمكن سحبه من المواقع الأخرى والاتصالات).
- ❖ التجارة (طلب المنتجات، الأمن).
- ❖ التعاون (الخدمات التي تدعم التعاون، على سبيل المثال تعاونية التحرير، إدارة المشاريع، البحوث وغيرها).

خصائص الاعلام الرقمي :

على الرغم من أن الادوات الاتصالية التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة تكاد تتشابه في العديد من الأوجه بينها وبين الادوات الإعلامية التقليدية، مما تلقى بظلالها وتفرض تأثيراتها على الاتصال الانساني ومن بين تلك الخصائص:

1. التفاعلية: وتطلق على درجة المشاركة في العملية الاتصالية وتأثيرها على أدوار الآخرين باستخدام أدوات الاعلام الجديد، حيث باستطاعتهم تبادل الآراء والأفكار، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية حيث يستطيع المرسل، استقبال وارسال الأفكار في الوقت نفسه، وتدخل في هذه العملية مصطلحات جديدة مثل تبادل وتحكم المشاركين .

"مستويات التفاعلية للإعلانات الرقمية" يقدم الإنترنت أشكالاً متنوعة من التفاعلية عبر شبكة الإنترنت والتي قسمها "ريوز" إلى مستويات:

1. التفاعلية الملاحية Navigational interactivity: والتي تسمح للقارئ بالتحرك في الشبكة الافتراضية للحصول على المعلومات التي يريدونها بالنقر على الوصلات ذات العلاقة كالصفحة التالية أو السابقة أو العودة إلى الأعلى أو التمرير على أشرطة القوائم.
2. التفاعلية الوظيفية Functional interactivity: وتسمح للقارئ بالمشاركة والتفاعل مع الزوار الآخرين أو القائمين بالاتصال وهي التي تتم عبر البريد المباشر أو للروابط أو مجموعة الحوار.
3. التفاعلية التكيفية Adaptive interactivity: وهي التي تمكن موقع من المواقع أن يكيف نفسه مع سلوك المستخدمين وتسمح للمستخدم بتكييف الموقع حيث يمكن المستخدمين من التأثير على محتويات الموقع .

وظائف الاعلام الجديد :

ولدت الاحتياجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات وظائف للاعلام الجديد تتمثل في النقاط التالية :

1-**الوظيفة التنمويه :** للاعلام الجديد دورا مهما في التنمية على اختلاف مجالاتها وذلك بهدف تعزيز وتفعيل المشاركة في العملية التعليمية .

2-**الوظيفة التعليمية والتثقيفية :** لوسائل الاعلام الجديد دورًا بارزًا في تعليم الأفراد وذلك لاعتماده على تقديم المحتوى بطرق مختلفة من خلال تكنولوجيا الوسائط المتعددة مثل الصوت- الصورة - الفيديو وبالتالي له دورًا كبيرًا في عملية التعليم والتثقيف .

3-**خلق الدوافع وتكوين الآراء والاتجاهات :** يساهم الاعلام الرقمي بشكل كبير في دعم الأهداف المباشرة والغير المباشرة لكل أفراد المجتمع ،بالاضافة إلى أنه يشجعهم على الاختبارات الشخصية ويدعم الذات الفردية باتجاه تحقيق الاهداف وبالتالي فإن للإعلام الرقمي دورًا كبيرًا في توجيه وتكوين الرأي العام حول موضوع أو ظاهرة معين نظرًا للطبيعة التفاعلية للإعلام الرقمي .

ماهية ذوي الهمم ذوي الاحتياجات الخاصة .

هم الأشخاص الذين يحتاجون إلى معاملة خاصةٍ للقدرة على استيعاب ما يدور حولهم؛ بسبب إصابتهم بنوع من الإعاقات التي تعيق قدرتهم على التأقلم مع الأمور كما هم الأشخاص الأصحاء، ولا يستطيع هؤلاء الأشخاص التعلّم في المدارس العادية، وإنما يحتاجون إلى أدوات خاصةٍ وطرق خاصةٍ تتناسب مع قدراتهم ويعاني أصحاب الاحتياجات الخاصة من الإعاقات منها السمعية أو البصرية، وتأخر النمو العقلي الذي قد يسبب ببطء التعلّم، والاضطرابات السلوكية، والإعاقات النفسية، والاضطرابات اللغوية وغيرها من الإصابات، فالمعاقون يُدرجون كفئةٍ من فئات ذوي الاحتياجات الخاصة

التحديات الخاصة بذوي الهمم :

توجد مجموعة من التحديات التي يُعاني منها ذوو الاحتياجات الخاصة والتي تُؤثر على حياتهم وعلى حياة عائلاتهم؛ لأنها تحتاج إلى استخدام نمطٍ مُعيّن للعناية بهم، مما قد يجعلهم يواجهون العديد من الصعوبات في التأقلم مع البيئة المُحيطة فيهم، ومن أهم أنواع هذه التحديات ما يأتي

التحديات السلوكية: هي عبارة عن مجموعة من الاضطرابات التي تُؤثر على ذوي الاحتياجات الخاصة، والتي تُؤدّي إلى صدور مجموعة من السلوكيات غير المألوفة أو غير الطبيعية عنهم؛ بسبب مُعاناتهم في خلل بوظائف الإدراك العامّة، وتُسبب التحديات السلوكية العديد من العوائق لهم، وتمنعهم من التأقلم مع الحياة بطريقةٍ صحيحة.

الصحة العقلية: هي قياس للحالة الصحية لعقل ذوي الاحتياجات الخاصة، وتتراوح بين الحالات البسيطة والصعبة؛ وعادةً ترتبط الصحة العقلية بالإصابة في إحدى الاضطرابات التي يُطلق عليها مُسمّى المُتلازمات؛ وهي عبارة عن حالاتٍ خاصة تُولد مع الطُفل وتستمرُّ أغلبها مدى الحياة، وأيضاً قد يتمُّ التخلّص منها عن طريق توفير علاجاتٍ دوائيةٍ وتأهيليةٍ مُعيّنة، ومن أهم هذه المُتلازمات: متلازمة داون، والاكتئاب والقلق، وغيرها. مُشكلات التعلّم والتعلّم: هي من أصعب أنواع التحديات التي تواجه ذوي الاحتياجات الخاصة وعائلاتهم؛ إذ بسبب قلة الخبرة الكافية حول الطّرق المُناسبة للتعامل معهم منذُ مرحلة الطّفولة ينتج عن ذلك استمرار الحالة الخاصة معهم، وقد يُؤدّي إلى تطوّرها بسبب التّعامل مع الطّفل على إنّه مشكلةٌ يجبُ تجنّبها بدلاً من التّعامل معها ومُحاولة البحث عن حلولٍ لها؛ لذلك يُصبح من الصّعب تعليمهم، أو تلقينهم لأيّ نوعٍ من أنواع المعارف مع مرور الوقت. قضايا النّمو: هي مجموعة من القضايا التي تواجه الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة، وتجعلهم غير قادرين على النّمو بشكلٍ صحيح، سواءً أكان هذا النّمو عقلياً، أو نفسياً؛ إذ يستمرُّ النّمو الجسديّ عندهم، ولكن بغياب أيّ علاماتٍ على التطوّر العقليّ، ممّا يجعلهم يعيشون في مرحلةٍ عمريةٍ جسديةٍ تختلفُ عن المرحلة العمرية العقلية.

الأنواع توجد أربع فئات رئيسية تُصنّف الاحتياجات الخاصة بناءً عليها، وهي

الاحتياجات الخاصة الاجتماعية، والسلوكية، والعاطفية، ومن أهمها

: مرض التوحد. الاضطراب السلوكي العاطفي. اضطراب العناد الشديد. اضطراب فرط النشاط والحركة.
نوبات الغضب. اضطراب الوسواس القهري. الاحتياجات الخاصة التعليمية والإدراكية، ومن أهمها: صعوبات
التعلم المحدودة، مثل: صعوبة القراءة، والكتابة، أو عدم القدرة على فهم العمليات الحسابية البسيطة.
صعوبات التعلم المعتدلة (المتوسطة)، مثل: التأخر في معرفة اللغة، والتي تشمل على عدم القدرة على
القراءة، أو الكتابة، أو الكلام.

صعوبات التعلم الشديدة، مثل: الاضطرابات الخاصة الفكرية، أو النفسية، والتي ينتج عنها صعوبة في
التواصل مع الآخرين، وتشتت في الانتباه. صعوبات التعلم الجسدية، مثل: الإعاقات الجسدية والتي يصعب
علاجها. الاحتياجات الخاصة التواصلية والتفاعلية، ومن أهمها: الصعوبة المطلقة في النطق أو الاستماع.
اضطراب طيف التوحد. الاحتياجات الخاصة الجسدية، ومن أهمها: انعدام البصر. ضعف أو غياب السمع.
الإعاقة الجسمية الكلية، مثل: شلل الأطفال. تأهيل ذوي الاحتياجات الخاصة تأهيل ذوي الاحتياجات
الخاصة عبارة عن مجموع من الطرق والوسائل المستخدمة في مساعدة كل الأفراد الذين يعانون من حالات
خاصة، عن طريق مساعدتهم على التأقلم مع المجتمع المحيط بهم، من خلال دمجهم مع البيئة التي يوجدون
فيها، ومساعدة أفراد عائلاتهم على فهم كيفية التعامل معهم.

هناك العديد من الوسائل التي تُساعد على تأهيلهم اجتماعيًا :

توفير خدمات الرعاية الصحية والتأهيلية لذوي الاحتياجات الخاصة؛ من خلال الاستعانة بالمراكز
المُتخصصة في تعليمهم وتأهيلهم ليصبحوا قادرين على التأقلم مع المجتمع. التدخل العلاجي المبكر الذي
يُساعد في تدارك الحاجة الخاصة، وخصوصاً العقلية أو النفسية، مما يُساهم في الوصول إلى حلول جذرية
لها عن طريق الاستعانة بالحضانات المُخصصة للأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة. العمل على دمج
الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة مع الصفوف العادية؛ من أجل مساعدتهم تعليمياً على التأقلم مع حالتهم
الخاصة، والعمل على تطوير قدراتهم الأساسية في فهم المعارف الأولى بطريقة مناسبة. الاحتياجات الخاصة
في الوطن العربي تتراوح نسب الأفراد الذين يعانون من الاحتياجات الخاصة في الوطن العربي بين 0,4%-
4,9% من النسبة الإجمالية للسكان.

ويواجه ذوو الاحتياجات الخاصة في الوطن العربي مجموعةً من الصّعوبات التي تُؤثّر على

حياتهم، من أهمّها: صعوبة توفير الرّعاية الصحيّة الخاصّة بهم، ومُعاناتهم من سوء فهم حاجاتهم الخاصّة التي تشملُ على سوء التّغذية، وصعوبة توفير العلاج المُناسب لحالاتهم المرضيّة، كما يواجهون مُشكلاتٍ في التّعليم بسبب قلة عدد المدارس الخاصّة بهم، والصّعوبة في دمجهم مع سوق العمل؛ حيثُ إنّهم من الفئات الاجتماعيّة التي تتعرّضُ للتّهميش في العديد من الأماكن، وخصوصاً القرى والأرياف والمناطق الفقيرة

التوعية الاعلاميه بقضايا ذوي الهمم :

يراهن كثير من المهتمين بقضايا الاعاقة وذوي الاحتياجات الخاصة على دور التوعية , سواء فيما يتعلق بالحد من الاعاقه , او توعية المجتمع تجاه ذوي الاحتياجات الخاصة . أنفسهم وتركز التوعية المجتمعية على من خلال وسائل الاعلام على :

- 1 زيادة وعي المجتمع وأفراده بوجود ذوي الاحتياجات الخاصة , واحتياجاتهم وامكاناتهم .
 - 2 التعريف بالاعاقة والاحتياجات الخاصة في المجتمع والتعريف بحقوقهم واحتياجاتهم ,وقدراتهم , واسهاماتهم و الخدمات المتاحة لهم .
 - 3 ازالة التفرقة والتحيز الاجتماعي ضد ذوي الاحتياجات الخاصة بالعمل على تغير مواقف الناس تجاه الاعاقه , وهي مواقف يرجع غالبا الى الجهل وسوء الفهم .
- تنظيم حملات التوعية وتعزيز تقبل الاشخاص ذوي الاعاقات , وتشجيع الاعتراف بمهاراتهم وكفاءاتهم , مع التركيز على دور وسائل الاعلام الاساسي في ذلك .
- مانحن بحاجة الية هو توفر اقتناع عميق لدى القائمين على وسائل الاعلام ولدى الاعلامين بقضايا حقوق ذوي الاحتياجات الخاص وتوفر المعارف الموضوعية , واحترام هذه الحقوق بشكل مستمر في وسائل الاعلام الاعلام وعرض قضايا الاحتياجات الخاصة :
- على الرغم من المجالات والقضايا الكثيرالتي يمكن أن يستوعبها البحث خصوصا أمام تطور جديد في علاقة الاعلام بالأعاقه وذوي الاحتياجات الخاصة .

-يتجلى دور وسائل الاعلام في مجال الوقاية من الاعاقه بالتوعيه والارشاد بالآتي :

- 1 نشر الوعي الثقافي حول المفهوم الحضاري للاعاقه.
- 2تصحيح المفهوم الخاطى عن ذوي الاحتياجات الخاصة .
- 3 أبراز دور المجتمع والدولة نحو ذوي الاحتياجات الخاصة .
- 4 ابراز دور ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع .
- 5توضيح حقوق ذوي الاحتياجات الخاصة في الشريعة والقانون.
- 6- ابراز الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية والفنية لذوي الاحتياجات الخاصة .
- 7 - ابراز قدرات ومواهب وابداعات ذوي الاحتياجات الخاصة في شتى المجالات .
- 8 - اعطاء مساحة اعلامية خاصة لكل من الأطفال من ذوي الاحتياجات الخاصة وشديدي الاعاقه والمسنين
- 9 ترسيخ مفهوم أن الوقاية يمكن أن تجنبنا المرض والاعاقه لدى عامة الجمهور .

دور الاعلام الرقمي بالنسبة لذوي الاحتياجات الخاصة :

يعتبر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وخاصة ما بالاعلام الرقمي في مجالات الحياة المختلفة الي تسهيل المهمات الحياتية لأفراد بصفة عامة ،لذلك فإن توظيفها بالنسبة للأشخاص ذوي الهمم يساعدهم في تلبية احتياجاتهم الخاصة بأقل وقت وبأقل جهد حيث تكنولوجيا الاعلام الرقمي العديد من المهام والوظائف لذوي الهمم والتي تتمثل في النقاط التاليه :

-تنمية مهارات تساعدهم في الاعتماد على أنفسهم في مواجهة حياتهم العلمية .

-تحسين قدراتهم الاتصالية .

-الارتقاء بقدرتهم على الحركة والتنقل.

-توفير فرص عمل لهم خاصة في ظل انتشار ثقافة العمل عن بعد

-التأكيد على أن يكون الاعلام للأفراد ذوي الهمم جزءا من سياسة الاعلام العامة وضروة التشجيع على اصدار النشرات والدرويات الرقمية لتسهل لهم الحصول على المعلومة بأقل جهد ووقت ممكن .

النموذج التحليلي للدراسة :

يعتبر موقع التواصل الاجتماعي أحد المنصات الرقمية الهامة نظرا لكثرة المستخدمين والمتفاعلين معها وفي الآونة الأخيرة هناك العديد من الصفحات التوعويه والتثقيفة في مجالات كثيرة وبالبحث رصدت الباحثة صفحة متخصصة باسم ذوي الاحتياجات الخاصة تم انشاءها عام 2017 بهدف نشر معلومات عن كل ما يتعلق بذوي الهمم، وبالرصد والتحليل الكيفي رصدت الباحثة الاتي :

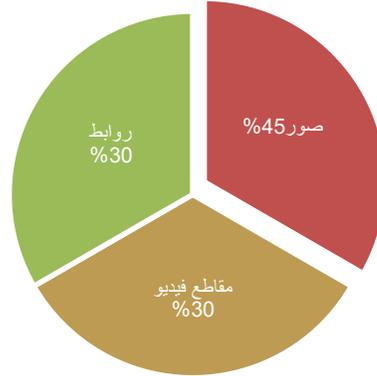


أهم القضايا والموضوعات التي تناولتها الصفحة كالاتي :

- 1-موضوعات تتعلق بالتخاطب وتعديل السلوك .
- 2-دور المرشد النفسي في التعامل مع أطفال مرضى التوحد أثناء فترو الامتحانات .
- 3-تناولت الصفحة معلومات طبيه حول عدد من الأمراض الخاصة بذوي الهمم متلازمة دون- الأمراض الوراثية - فرط الحركة والانتباه .
- 4-هناك منصة خاصة الكترونيه بتوظيف الأشخاص ذوي الهمم

الأشكال التفاعلية على الصفحة :

استوفت الصفحة، أشكال التفاعل بين المستخدمين وبعضهم البعض وبين المستخدمين والقائمين على، كما أنّ الخدمات التي تم تقديمها تعد ضئيلة مقارنة بإمكانيات الموقع **facebook** الصفحة بموقع فيس بوك ويوضح الشكل التالي أهم الأدوات التفاعلية التي استخدمتها الشركات عينة الدراسة



شكل رقم 1

الأدوات التفاعلية على الصفحة عينة الدراسة

ويتبين من العرض السابق مدى ثراء الأدوات التفاعلية المستخدمة في المنشورات المعروضة؛ إذ يختار القائمون على إدارة هذه الصفحات إدارة تلك الأدوات التفاعلية الأكثر تناسبًا لطبيعة الموضوعات المنشورة .

أدوات عرض المحتوى على الصفحات الرسمية للشركات عينة الدراسة:

- ✧ النص المكتوب، ويتضمن معلومات عن ذوي الهمم .
 - ✧ الصور، وتتنوع ما بين عن أهم الأماكن العلاجية الخاصة أو نماذج لبعض الأمراض الخاصة بذوي الهمم
 - ✧ الروابط المصاحبة للمضمون المنشور، وكان معظمها لروابط معلوماتية أهمها الرابط الخاص بمنصة التوظيف الخاص بذوي الهمم في القطاع الحكومي والقطاع الخاص
- وفيما يلي نقدم رصدًا كميًا لنسب استخدام أدوات عرض المحتوى على الصفحات الرسمية للشركة عينة الدراسة



شكل رقم (1)

أدوات عرض المحتوى الصفحة عينة الدراسة

الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها الصفحة عينة الدراسة بوك Facebook:

1. استراتيجية الإعلام: وتأتي في المقدمة عن باقي الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة، وتهدف هذه الاستراتيجيات إلى تقديم معلومات عن ذوي الهمم وكل ما يتعلق بهم .
2. استراتيجية التهئة: وتتمثل في تهئة الجمهور بالمناسبات المختلفة مثل الأعياد والمناسبات والأحداث الخاصة.
3. .
4. استراتيجية التكامل: وذلك من خلال:
 - ✧ وجود روابط بصحف أو مؤسسات إعلامية تنشر أخبارًا عن ذوي الهمم
 - ✧ وجود روابط بمؤسسات أخرى تتعاون سواء أكانت طبيه أو علاجية أو روابط لمقاطع فيديو على اليوتيوب ارشادية
5. استراتيجية التوعية والإرشاد: وذلك من خلال توعية متابعين الصفحة بكل ما يتعلق بذوي الهمم
6. استراتيجية التواصل: التي تهدف إلى التفاعل مع متابعي الصفحة من خلال نشر استطلاعات الرأي للتعرف على آرائهم واتجاهاتهم، والرد على تعليقاتهم واستفساراتهم.

توصيات والمقترحات

بناء على عروض الرؤوي الخاصة بمتغيرات الدراسة فمن الأدوار المهمة التي تقوم بها وسائل الاعلام سواء أكانت وسائل الاعلام التقليدية أو منصات الاعلام الرقمي بضرورة عمل حملات اعلامية للتوعية بهذه القضية الهامة في جميع الوسائط المرئية والمطبوعة والمسموعة مسؤولية إقصاء وتهميش ذوي الإعاقة، وترسيخ الصور النمطية السلبية المحيطة بهم، لذا يتعين على وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية - التي تظهر احتياجات المجتمع وقضاياها الحرجة - أن تؤدي دوراً رائداً من خلال مسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية في تغيير مواقف أفراد المجتمع تجاه ذوي الإعاقة، مما سيتيح الفرصة للتغلب على المفاهيم الخاطئة السلبية من خلال التأكيد على أهمية هؤلاء الأشخاص في المجتمع وإبراز إنجازاتهم الاجتماعية والعلمية وتفوقهم على توصي الباحثة بعددا من المقترحات التي من شأنها

ومنها:

1. إجراء المزيد من الدراسات المتخصصة في مجال الإعلام والإعاقة، لدراسة دور وسائل الإعلام في تغطية قضايا الإعاقة، وعلى رأسها رياضة المعاقين.
2. تأسيس لجنة خاصة بإعلام الإعاقة في الجمعيات المتخصصة بالإعلام في العالم العربي، يشترك فيها إعلاميون ومتخصصون في التربية الخاصة.
3. إقامة دورات تدريبية وورش عمل مشتركة للعاملين في قطاعي الإعلام والتربية الخاصة، بما يساهم في تطوير الخبرات في مجالي الإعلام والإعاقة.
4. إقامة ملتقيات دورية للعاملين في مجال الإعلام والإعاقة لتبادل الأفكار حول المستجدات في مجال الإعاقة.
5. إعداد دليل عربي بالمسميات والمصطلحات اللغوية التي يستوجب استخدامها من الإعلاميين فيما يتعلق بمجال الإعاقة.

وبناء على العرض تقترح الباحثة مدونة سلوكية خاصة بالاعلام وقضايا ذوي الهمم على النحو التالي :

تفعيل دور القنوات الفضائية في تنمية العمل الخيري لذوي الاحتياجات الخاصة

من نتائج الدراسات الإعلامية اليقينية المجمع عليها تأثير التلفزيون الطاعي على المشاهدين وتحتل القنوات الفضائية الصدارة قياساً بالقنوات الأرضية. ولهذا صار يُعول عليها كثيراً في إنتاج و بث المواد الإعلامية التي يراد من ورائها تحقيق نتائج إيجابية في القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية والفنية وغيرها، ويلاحظ ندرة البرامج والمواد الإعلامية في مختلف مجالات الخدمات الموجهة لذوي الاحتياجات الخاصة (المعاقين)، وتحديد العمل الخيري منها . لذا من الضروري تفعيل الأداء التتموي الإعلامي ، الفضائي خصوصاً، في زيادة وعي المجتمع وأفراده بوجود ذوي الاحتياجات الخاصة واحتياجاتهم وإمكاناتهم، وما هو مأمول من المؤسسات والجمعيات والأفراد المنخرطين في العمل الخيري.

الحاجة لإعلام توعوي يتصدى لقضية الإعاقة وقاية وعلاجاً وتعاملاً مع المعوقين، ويتطلب ذلك في -
البداية تصنيف المتلقي (لجمهور المستهدف) إلى

أ- جمهور عام: وهو جمهور وسائل الإعلام عامة، حيث يتم توجيه رسائل للتعريف والتوعية بأسباب الإعاقة وطرق تلافيها، وأيضاً وسائل التأهيل والعلاج والتعليم المتاحة، وكيفية التعامل مع المعوقين والحث على تقليص الفجوة بين المعاقين ومحيطهم الاجتماعي (الأسرة والمجتمع

ب- جمهور خاص: وهم المستهدفين، وعلى وجه التحديد المعاق وأسرتهم، وهنا يتمحور دور الإعلام في المساعدة على تجاوز ظروف الإعاقة، والتشجيع على الاندماج في المجتمع، والتعريف بوسائل التأهيل والخدمات المتاحة، وبال حقوق المتوفرة للمعاق وأسرتهم.

ج- جمهور متخصص: وهم فئة الأكاديميين المعنيين بقضية الإعاقة، وكذلك الأخصائيين العاملين في هذا القطاع، ويتلخص دور الإعلام هنا في استقطاب طبقة المثقفين أو الأكاديميين لدعم مواقف المعوقين والتعبير عن احتياجاتهم والحث على مساندة الأعمال الخيرية المقدمة لهم، مما يعزز إخراج قضية الإعاقة من الهم الخاص إلى مستوى الهم العام

د- المتطوعين: حيث تسهم وسائل الإعلام في تعميق ثقافة التطوع، وحشد المساندة لجهود المؤسسات الخيرية العاملة في مجال خدمة المعوقين.

هـ- الداعمين: وهم قطاع الشركات والمؤسسات والأفراد، حيث يجب أن تسهم وسائل الإعلام في الحث على تبني برامج لتنمية الموارد وتوفير الدعم وإتاحة فرص التوظيف للمعوقين

و- صناع القرار: وهم العاملون في القطاعات التي ترتبط بها جهات الإعاقة أو يرتبط بها المعوق، أو تقدم من خلالها خدمات لهذه الفئة

ومن هنا يمكن استثمار الإعلام العام والمتخصص ومنه الإعلام الصحي من خلال التالي

زيادة التعريف بقضية الإعاقة وحقوق المعوقين -

نقل قضية الإعاقة من الهم الخاص إلى الهم العام

تقوية وإثارة تفاعل الجماهير مع قضايا الإعاقة والمعوقين

وضع قضايا المعوقين على أجندة صناع القرار في المجالات التربوية والاجتماعية والصحية

تكثيف جهود التوعية والتثقيف بقضية الإعاقة وكل ما يرتبط بالمعوقين

ضرورة وجود برامج تنموية وخيرية تدعم واقع ذوي الاحتياجات الخاصة من عدة نواحي ولعل من أبرز ما يمكن أن تقوم به جهات العمل الخيري المرتبطة بالإعاقة في تطوير أدائها الإعلامي

بناء الاستراتيجيات والتخطيط السليم للأداء الإعلامي سواء ما يرتبط منه بشكل مباشر بالمنشأة ، بحيث يشكل إعلاماً يرسم رسالتها ويوضحها للآخرين، أو ما يتعلق بما يمكن تقديمه عبر وسائل الإعلام الجماهيرية من مواد إعلامية مختلفة تعرف بتلك الأنشطة وتعمل على تحقيق أهداف الاستراتيجيات المرسومة

التأكيد على أهمية إعداد وتنفيذ حملات إعلامية/ إعلانية منتظمة تسعى لتأكيد صورة المعاق الإيجابية وتساهم في دمجها في المجتمع وتمكينه من الحصول على حقوقه الشرعية

دراسة والتعرف على الخرائط البرمجية والأبواب الصحفية التي تزخر بها الوسائل الإعلامية من أجل البحث في مدى إمكانية الاستفادة منها

تأهيل العاملين في قطاعات الإعلام بالجهات المرتبطة بالإعاقة والعمل على الاختيار السليم للعاملين فيها ذلك أنّ المهارة الإعلامية وروح المبادرة وحب طبيعة العمل التي تقوم تلك الجهات تعد في نظري أحد أهم عوامل النجاح للعاملين في القطاع الإعلامي بتلك الجهات

دراسة البرامج والمواد الإعلامية التي يتم إنتاجها من خلال جهات الإعاقة وبحثها في وسائل الإعلام بحيث تكون بمستوى يعبر عن طبيعة عمل تلك الجهات ويساهم في خدمة تلك الفئة

.الانفتاح على الوسائل الإعلامية والتفاعل معها وبناء قواعد بيانات جيدة للعاملين في القطاع الإعلامي

تشكيل لجان إعلامية من الممارسين للعملية الإعلامية تساهم في خدمة قضية الإعاقة وهموم المعوقين من خلال تعرفها الكامل عليهم وتفاعلها بعد ذلك معهم

التواصل مع الكتاب وصانعي القرار في المؤسسات الإعلامية لتطوير تفاعلها وتواصلها مع هذه القضية، وتقديم خدمة أفضل لفئات المعوقين

البعد التام عن الخدمة الإعلامية الدعائية عن الجهات التي تقدم خدماتها لهذه الفئة والعمل على التركيز على الإنجازات ووسائل التوعية والتنظيف وجهود الوقاية من الإعاقة والتفاعل معها

التفاعل مع البرامج والصفحات والأبواب التي تحظى بجماهيرية جيدة لاستثمار ما يتم طرحه فيها للتعريف وخدمة فئات المعوقين

.النشرات والمطبوعات الرقمية التي تعنى بقضية الإعاقة

.الاهتمام ببرامج العلاقات العامة

العمل على ابتكار برامج لتحفيز الداعمين (مالياً/ومعنوياً) من خلال النشر الإعلامي وبرامج العلاقات العامة -

تنفيذ الأنشطة ذات الطابع الإعلامي والتي يمكن أن تساهم في التعريف بدور تلك الجهات أو إثارة قضايا ترتبط بهذه الفئة.

الخاتمة :

بناء على الرصد السابق يمكن القول أن للإعلام الرقمي دورا كبيرا في التوعية بقضايا ذوي الاحتياجات الخاصة وخاصة موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بما يساعدهم في تقديم العون لهم ولأسرهم مما يساعدهم في الاندماج في المجتمع بشكل كبير

Maria Fedorva,(2012).The Economic Analysis Of Public Relations: American and Russian Industrial in Comparison "un published Master Thesis ,Faculty Of Graduate School, Indian University.

1.Karen Baker .Andrew Cud more.(2006).The Impact Of Perceived corporate Social Responsibility On Consumer Behavior, Journal Of Business Research,Vol,59,p46-53.

.Yi.Hsiu.(2007)"public Relation Roles And Models : case Study Of The Super Basketball League" Un published Doctoral Thesis., college Of Natural and Health science, university Of Northing Colorade.

Encyclopedia Britannica, Retrieved 10-11-2016. Edited. ↑ Terri Mauro (27-5-2016), "What Are "Special Needs"?", Very well, Retrieved 10-11-2016. Edited. ↑ "Special Needs - Different types of special needs", Aspire People, Retrieved 10-11-2016. Edited. ↑ "الرعاية الاجتماعية"، وزارة التضامن الاجتماعي - جمهورية مصر العربية، " أطلع عليه بتاريخ 2016-11-10. بتصرّف. ↑ "اليوم العالمي للإعاقة"، ويب طب، 2015-12-3، أطلع عليه بتاريخ 2016-11-10. بتصرّف.

اقرأ المزيد على

موضوع كوم: https://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%B9%D9%86_%D8%B0%D9%88%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D9%8A%D8%A7%D8%AC%D8%A7%D8%A%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A7%D8%B5%D8%A9

شيماء عز الدين جمعه،(2015)،استراتيجيات التسويق الاجتماعي عبر الانترنت،رسالة دكتوراه غير منشورة،قسم الإعلام وعلوم الاتصال،كلية الآداب،جامعة عين شمس

كريمان فريد(2008)،المسؤولية الاجتماعية والتسويق الاجتماعي جهود اتصالية فعالة لحل مشاكل المجتمع،(ط1)،دار النهضة . اللبنانية،القااهرة:مصر .