

سياسة الإعلام الدامج

الاستاذ إبراهيم عبد الله

abraham.abdalah@gmail.com

الفهرس

٣	مقدمة وخلفية عامة
٤	أولاً، سياسة الإعلام الدامج، تعريفها، مبادئها، وأركانها
٥	ثانياً، ما هي المبادئ التي يجب مراعاتها في سياسة الإعلام الدامج؟
٦	ثالثاً، ركائز سياسة الإعلام الدامج
٦	١. التشريع
٦	٢. إمكانية الوصول
٨	٣. اللغة المستخدمة
٩	٤. التدريب والتوعية
١٠	٥. فهم الجمهور وتحديد احتياجاته
١٠	٦. - العادل للتنوع المجتمعي
١١	٧. المساءلة وإجراءات تقديم الشكاوى
٢١	٨. بناء شراكات مع المجتمع المدني
٣١	٩. التقييم المنتظم والتحديات
٤١	رابعاً، خلاصة عامة وتوصيات
٤١	التوصيات
٤١	أ- توصيات عامة حول التنوع والإنصاف والإدماج
٤١	ب- توصيات محددة تتعلق بالإعاقة وأنواعها المختلفة
١٦	الملحق أ، إرشادات إتاحة محتوى الويب
٦١	الملحق ب، إرشادات إمكانية الوصول إلى أداة التأليف (ATAG)
٧١	الملحق ج، تطبيقات الإنترنت الغنية التي يمكن الوصول إليها (ARIA)
٧١	الملحق د، PDF/إمكانية الوصول الشامل (Universal Accessibilit /PDF)
٨١	الملحق هـ، المصطلحات اللائقة والغير لائقة

مقدمة وخلفية عامة

إن الوسيلة المثلى لتعزيز طرق التواصل الدامجة مع الجمهور من الرأى العام، هي تطوير سياسة إعلام دامج تأخذ بعين الاعتبار كافة شرائح المجتمع، وتحدد بوضوح مدى التزام هذا المجتمع بمبادئ حقوق الإنسان وبالمفاهيم العامة للإدماج. فمجتمعنا يتكون من مجموعات مختلفة من الناس من ناحية الخلفية والشكل والثقافة والعقيدة والنوع الجنساني والسلوك والشخصية والتصورات والطموحات... وعليهم أن يتألفوا ويعملوا منفردين أو مجتمعين للوصول إلى أهداف يسعون لتحقيقها. وبالتأكيد فإن هؤلاء الأشخاص بحاجة إلى التواصل مع بعضهم البعض وتبادل الأفكار والعمل معاً مهما اختلفت قدراتهم وتنوعت أساليبهم، فهم في النهاية يعيشون في مجتمع واحد ومتنوع ويتسع للجميع. ومع تزايد تنوع المجتمع اللبناني من حيث تكوينه، بات من الضروري أن تعكس جميع المؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية الهويات والخصائص والفوارق الخاصة بشعبه، لا سيما تلك المتعلقة بالنوع الجنساني والانتماء الوطني والجغرافي والمستوى الطبقي والإعاقة والتقاليد الاجتماعية الناجمة عن المعتقدات الدينية المختلفة، فضلاً عن القدرات المتفاوتة والمتنوعة والإمكانيات الإبداعية المتعددة لهؤلاء.

لكن من الواضح أن هذا التنوع المجتمعي لم ينعكس خصوصاً على الشاشة وفي مختلف وسائل الإعلام الأخرى، ولم يتم إظهاره بطريقة صحيحة وواقعية ومستدامة، ربما لأنه لا يوجد تنوع حقيقي خلف الكواليس العاملة في المجال الإعلامي. ومع أنه قد تم تطوير السياسات والأدوات والتدابير لجعل الإعلام دامجاً ومتنوعاً على المستوى الدولي، لكنه ومن ناحية التنوع والإدماج بقي دون المستوى المطلوب على الصعيد الوطني في لبنان. فمن الملحوظ أن الأشخاص ذوي الإعاقة قلما يظهرون عبر وسائل الإعلام كجزء مندمج تماماً في المجتمع، وهم عندما يظهرون يجري التعامل معهم غالباً ضمن القوالب النمطية المعهودة، وهم يصورون على أنهم إما مدعاة للشفقة والإحسان، وإما أبطال خارقين.

وفي هذا السياق، أصبح هناك حاجة إلى تطوير مبادرات تركز على إطار عمل التنوع والإنصاف والإدماج (DEI) وذلك في سبيل الوصول إلى سياسة إعلام دامج. ومن أجل القيام بذلك، يجب علينا إشراك جميع أصحاب المصلحة والتشاور معهم حول السبل المناسبة التي تكفل وصول المعلومات والبرامج الإعلامية إليهم بطرق ميسرة.

ولو تناولنا المسألة من المنظور التنموي لأي دولة، فإن عوامل الإنصاف البارز في الوصول الإعلامي إلى مختلف الشرائح المجتمعية، والتنوع المجتمعي المنعكس في البرامج المقدمة إلى عامة الجمهور، واستخدام الأساليب والوسائل الدامجة في عملية إنتاج وعرض المواد والبرامج الإعلامية الهادفة إلى تمكين الجميع ومنهم الأشخاص ذوي الإعاقة من الاستمتاع والاستفادة منها، هي العوامل التي تؤدي إلى نجاح القطاع الإعلامي وانتشار برامجه محلياً وخارجياً. وقد تكون هذه العوامل هي الأهم لتنشيط قطاع الإنتاج الإعلامي في لبنان، وربما تؤدي إلى انتشار منتجاته في الأسواق المستقبلية على الصعيدين الوطني والإقليمي. وإذا قررنا اعتماد تلك العوامل وأردنا للمحتوى الإعلامي اللبناني أن ينتشر أكثر في السوق المحلية، وأن يتخطاها ويصل إلى الأسواق الخارجية سيما العربية منها، فإننا نحتاج إلى زيادة التنوع في القوة العاملة في هذا القطاع، وتدعيمه بأشخاص من ذوي الخبرة في مجال الإدماج. ومن حيث النتيجة، وكحل شيء في هذا البلد، أصبحنا بحاجة ماسة إلى تطوير السياسات والأدوات والبرامج الإعلامية، وجعل هذا الأمر أولوية بالغة الأهمية، حيث بات المجتمع اللبناني أكثر تنوعاً وهو بحاجة لأن يكون دامجاً وعادلاً.

لكن الصورة التي يظهر فيها الإعلام اللبناني الأشخاص ذوي الإعاقة، وعدد المرات التي يُسمح لهم فيها بالظهور على وسائل الإعلام، ما زالت تشكل مشكلة كبيرة لأن لها تأثير كبير على كيفية النظر إلى هؤلاء الأشخاص في المجتمع. وكان الإعلام قد عود جمهوره منذ البداية على تقديم صور نمطية مختلفة عن الأشخاص ذوي الإعاقة، فهو إما يبرزهم كأشخاص عاجزين لا حول لهم ولا قوة، وإما كأشخاص خارقين القدرة وجبابرة لا يهابون للصعاب. وهو في مرات يطلق عليهم تسميات جماعية تنم في مضمونها عن روح التحدي والتفوق على العوائق المجتمعية، وبالتالي تُطلق على هؤلاء صفات لا تنطبق بالطبع على الجميع وتحملهم نوعاً من مسؤولية الامتثال لتلك الصفات كذوي الإرادة الصلبة وذوي الهمم إلخ. لكن الإعلام يعود وفي كثير من الأحيان ليستخدم مصطلحات وتعابير تسيء إلى الأشخاص ذوي الإعاقة وتطلق عليهم صفات العجز أو الجنون أو التخلف أو الهوس وإلى ما هنالك من صفات تخلق انطباعات معينة لدى الجمهور عن هؤلاء الأشخاص. ولكن ما هو المسموح وما هو الممنوع في هذا المجال؟ وما هو المطلوب لتصحيح الأمر؟ ومن يحدد ذلك؟ وهل من تشريعات تحدد كيفية التعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة؟ هذا ما ينبغي لسياسة الإعلام الدامج أن تحدد من خلال ما سنستعرضه في هذه الورقة.

أولاً، سياسة الإعلام الدامج، تعريفها، مبادئها، وأركانها

أولاً، ما هو الإعلام الدامج؟ «الإعلام الدامج هو نهج يسعى إلى خلق بيئة تواصل مُنوّعة ودامجة للجميع، وذلك باستخدام جميع وسائل الاتصال المتاحة لإيصال المعلومات إلى عامة الناس بأشكال تمكّن الجميع من فهمها»¹، وفعالية التواصل تكون أكثر عندما يصبح الإدماج والتنوع قيمتين تنظييميتين، وذلك لأن التواصل الاستراتيجي يتطلب القدرة على التحدث والإصغاء، والتواصل الدامج يعني مشاركة المعلومات بطرق متعددة يمكن للجميع فهمها ومن دون استثناء. وأما من ناحية الأشخاص ذوي الإعاقة تحديداً، فيجب أن تهدف سياسة الإعلام الدامج إلى ضمان إمكانية وصول هؤلاء الأشخاص إلى محتوى ومنصات وسائل الإعلام على قدم المساواة مع غيرهم من الأفراد، بغض النظر عن قدراتهم الجسدية أو الحسية أو الذهنية. ولكن قبل الخوض في شرح مبادئ ومرتكزات سياسة الإعلام الدامج، يجب علينا أن نستعرض مجموعة من الأسئلة التي ينبغي على صانعي هذه السياسة أن يطرحوها على أنفسهم وعلى كافة المعنيين بهذه السياسة، لا سيما منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة، وهذه الأسئلة تشمل:

1. ما نوع المعلومات التي نصدرها وكيف نوصلها إلى الجمهور؟
2. إلى من نتوجه عادةً من خلال موادنا الإعلامية؟
3. من هو الجمهور الذي نريد الوصول إليه من خلال موادنا الإعلامية؟
4. كيف نصل إلى أصحاب المصلحة المعنيين، وما هي القنوات التي نستخدمها؟
5. كيف نتوقع ونحدد احتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة والمجموعات المتنوعة الأخرى في ما يتعلق بالتواصل الإعلامي؟
6. هل نقدم موادنا الإعلامية في مجموعة من الصيغ؟
7. هل أن رسائلنا واضحة للجميع؟
8. هل نستخدم اللغة العربية البسيطة؟
9. من المسؤول عن الصيغ البديلة والمعنى بدفع تكاليفها؟
10. هل نقوم برصد ومراقبة تأثير عملنا الإعلامي؟

¹ الكلية الملكية لمعالجي النطق واللغة، 2003 - <https://www.essexice.co.uk/about-us/what-is-inclusive-communication/>

ثانياً، ما هي المبادئ التي يجب مراعاتها في سياسة الإعلام الدامج؟

مبادئ الإعلام الدامج هي مبادئ توجيهية تعزز التنوع والإدماج في وسائل الإعلام، مما يضمن تمثيل جميع أفراد المجتمع بدقة وحصولهم على فرص متساوية للوصول إلى المنصات الإعلامية. وفي هذا المجال، هناك مبادئ عامة تضع الأسس لسياسة الإعلام الدامج، ومبادئ خاصة تتعلق بالإعاقة تحديداً. وأما المبادئ العامة لسياسة الإعلام الدامج فتتلخص بما يلي:

١. التمثيل المتنوع: تعزز مبادئ الإعلام الدامج التنوع في المحتوى الإعلامي، مما يضمن تمثيل الأشخاص من جميع الخلفيات بمن فيهم الأشخاص ذوي الإعاقة، بدقة وطريقة صحيحة لا تسيء إليهم في التغطية الإخبارية، والبرامج الترفيهية، والإعلانات.
٢. التصوير الإيجابي: تهدف مبادئ الإعلام الدامج إلى تعزيز التمثيل الإيجابي للفئات المهمشة ومنها الأشخاص ذوي الإعاقة وتحدي القوالب النمطية السلبية. ويشمل ذلك تعزيز مساهمات وإنجازات الأفراد من خلفيات متنوعة وتجنب القوالب النمطية الضارة وعدم استخدام المصطلحات والتعابير التي تسيء لهذه المجموعات، لا سيما الأشخاص ذوي الإعاقة.
٣. مواد إعلامية يمكن الوصول إليها: تسعى مبادئ الإعلام الدامج إلى ضمان تمتع جميع أفراد المجتمع بوصول متساوٍ إلى المواد والمنصات الإعلامية. ويشمل ذلك الجهود المبذولة لتحسين الاتصال بالإنترنت وإمكانية الوصول بالنسبة للمجموعات المهمشة بمن فيهم الأشخاص ذوي الإعاقة.
٤. القوى العاملة الدامجة: تعزز مبادئ الإعلام الدامج وجود قوة عاملة متنوعة ودامجة في وسائل الإعلام. ويشمل ذلك ضمان تمثيل آراء مختلفة في التغطية الإخبارية والبرامج الترفيهية والإعلانات وتعزيز تكافؤ الفرص لجميع الموظفين.
٥. المساءلة والمراقبة: تتطلب مبادئ الإعلام الدامج مساءلة وسائل الإعلام في ما يخص الالتزام بالمبادئ التوجيهية الخاصة بالتنوع والإدماج عبر آليات المراقبة والتنفيذ.

أما المبادئ الخاصة والمتعلقة بالإعاقة تحديداً والتي يجب أخذها بعين الاعتبار عند وضع سياسة إعلام دامج، فهي تتلخص بالنقاط التالية:

١. عدم التمييز على أي أساس خصوصاً على أساس الإعاقة، وفقاً لما ورد في المادة ٥ من اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة؛
٢. تقبل الإعاقة واحترامها واعتبارها نوعاً من التنوع الإنساني؛
٣. التعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة ومع سائر المجموعات المجتمعية المختلفة، كمكونات غير منفصلة عن المجتمع ومنسجمة تماماً معه؛
٤. المساواة بين الجنسين وخصوصاً ضمن الإعاقة نفسها، بما يتماشى مع حقوق الإنسان ومبادئ اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة،
٥. تأمين كافة تقنيات إمكانية الوصول إلى المعلومات بطرق واضحة، وتمكين الأشخاص ذوي الإعاقة من الاستمتاع بالمواد الإعلامية والاستفادة منها.

ثالثاً، ركائز سياسة الإعلام الدامج

تسعى سياسة الإعلام الدامج إلى معالجة قضايا الاستبعاد والتهميش والتمييز التي يمكن أن تنشأ في صناعة الإعلام. ويعكس الإدماج بحد ذاته جزئياً فكرة أن اللغة تتحكم في التفكير أو تبنيه. ويتم تأطير النوع الاجتماعي والجنس والعمر والإعاقة والعنصرية ضمن اللغة ذاتها التي نستخدمها. وفي ما يلي أهم العناصر الأساسية التي تركز عليها هذه السياسة:

١- التشريع

لم يتضمن التشريع اللبناني أي نصوص تتعلق بحق الأشخاص ذوي الإعاقة بإعلام دامج، أو بحقوقهم في الوصول إلى والحصول على المعلومات بأشكال ميسرة وممكنة الوصول. وحده قانون الاتصالات خص الأشخاص ذوي الإعاقة بالذكر في واحدة من مواده. فقد صدر القانون رقم ٤٣١^٢ لعام ٢٠٠٢ المتعلق بتنظيم قطاع الاتصالات، ونص في الفقرة ك من مادته الخامسة على «تسهيل وصول الأشخاص ذوي الإعاقة إلى خدمات الاتصالات». ومن المعلوم أن لبنان قد أتم عملية المصادقة على اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة، والتي سيجري بموجبها تعديل كافة القوانين المحلية لتتلاءم مع مبادئها ونصوصها ومضامينها. لذا، وبسبب عدم تضمين القوانين اللبنانية أي نصوص صريحة وواضحة حول هذا الموضوع، فإننا سوف نعتمد في هذه الوثيقة على نصوص الاتفاقية الدولية.

اتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الأشخاص ذوي الإعاقة (UNCRPD): يستطيع الإعلام أن يوفر نوعاً من الإنصاف والتوازن في مجال تأمين احتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة اللازمة للحصول على المعلومات والاستمتاع بما يقدم من برامج وأفلام وغير ذلك من مواد إعلامية لسائر الجمهور، من دون أن يضع ذلك أعباء كبيرة على الوسائل الإعلامية، وهذا ما حاولت الاتفاقية القيام به ووضع تشريعات لتنظيمه. فالمادة الخامسة وفي فقرتها الثالثة تنص على قيام الدول الأطراف بجميع الخطوات المناسبة لكفالة توافر الترتيبات التيسيرية المعقولة للأشخاص ذوي الإعاقة، وذلك سعياً لتعزيز المساواة والقضاء على التمييز. أمثلة: تبسيط اللغة، توصيف المشاهد المعروضة، استخدام لغة الإشارة أقله مع نشرات الأخبار والملاحق الإخبارية. أما المادة التاسعة، فتتضمن نصاً على تأمين كافة الترتيبات التي تمكن الأشخاص ذوي الإعاقة من العيش باستقلالية والمشاركة بشكل كامل في جميع جوانب الحياة. وهذه الترتيبات تشمل المعلومات والاتصالات والخدمات الأخرى، بما فيها الخدمات الإلكترونية وخدمات الطوارئ، وذلك وفقاً للفقرة (ب). وأما الفقرة (و)، فقد نصت على تشجيع أشكال المساعدة والدعم الأخرى للأشخاص ذوي الإعاقة لضمان حصولهم على المعلومات. مثال: استخدام طرق تواصل دامج للإعاقة. والفقرة (ز) نصت على تشجيع إمكانية وصول الأشخاص ذوي الإعاقة إلى تكنولوجيات ونظم المعلومات والاتصال الجديدة، بما فيها شبكة الإنترنت. كما نصت الفقرة (ح) على تشجيع تصميم وتطوير وإنتاج وتوزيع تكنولوجيات ونظم معلومات واتصالات يمكن للأشخاص ذوي الإعاقة الوصول إليها، في مرحلة مبكرة، كي تكون هذه التكنولوجيات والنظم في المتناول بأقل تكلفة. وحول المشاركة في الحياة الثقافية وأنشطة الترفيه والتسلية والرياضة، نصت المادة ٣٠، على أن الدول الأطراف تقر بحق الأشخاص ذوي الإعاقة في المشاركة في الحياة الثقافية على قدم المساواة مع الآخرين، وتتخذ كل التدابير المناسبة لكي تكفل للأشخاص ذوي الإعاقة التمتع بالمواد الثقافية بأشكال ميسرة، وذلك وفقاً للفقرة (أ). وأما الفقرة (ب)، فتكفل لهم التمتع بالبرامج التلفزيونية والأفلام والعروض المسرحية وسائر الأنشطة الثقافية بأشكال ميسرة.

٢- إمكانية الوصول

قد يكون مبدأ إمكانية الوصول بمفهومه الواسع من أهم مرتكزات سياسة الإعلام الدامج. «إتاحة الوصول إلى شيء ما تعني توفير الوسائل التعويضية أو البديلة (تنسيقات أو خيارات مختلفة) للوصول إلى ما هو معروض ومتوفر لعامة الجمهور. وقد يشمل ذلك ضمان وصول جميع أفراد المجتمع بشكل متساوٍ إلى المنصات الإعلامية، بغض النظر عن وضعهم الجسدي، أو الفكري أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو الجغرافي.

^٢ القانون رقم ٤٣١، المتعلق بتنظيم قطاع خدمات الاتصالات على الأراضي اللبنانية، تاريخ ٢٠٠٢/٧/٢٢

وينبغي أن تسعى هذه السياسة إلى معالجة قضايا الاستبعاد الرقمي وضمان عكس وسائل الإعلام لآراء المجموعات المهمشة.

كما يجب أن تتضمن هذه السياسة إجراءات تضمن وصول الأشخاص ذوي الإعاقة إلى محتوى ومنصات وسائل الإعلام. وإمكانية الوصول بمفهومها الواسع هي ووفقاً للمادة التاسعة من اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة.

تدابير مناسبة تتخذها الدول الأطراف لتكفل إمكانية وصول الأشخاص ذوي الإعاقة، على قدم المساواة مع غيرهم، إلى البيئة المادية المحيطة ووسائل النقل والمعلومات والاتصالات، بما في ذلك تكنولوجيات ونظم المعلومات والاتصال، والمرافق والخدمات الأخرى المتاحة لعامة الجمهور أو المقدمة إليه، في المناطق الحضرية والريفية على السواء. وقد تتضمن هذه التدابير بعض المتطلبات من بينها التعليق التوضيحي المغلق (closed captioning)، ولغة الإشارة، والوصف الصوتي، وتقنية تحويل النص إلى صوت (text-to-speech). والتدابير الخاصة بإمكانية الوصول هي مجموعة من المعايير والممارسات الفضلى التي تهدف إلى جعل المحتوى الرقمي والتكنولوجيا أكثر قابلية للوصول والاستخدام من قبل الأشخاص ذوي الإعاقة. وقد تم تصميم هذه التدابير لضمان تمكن الأفراد الذين لديهم أنواع مختلفة من الإعاقات، بما في ذلك الإعاقات البصرية والسمعية والجسدية والإدراكية، من الوصول والتفاعل مع المحتوى الرقمي والتكنولوجيا الرقمية على قدم المساواة مع الآخرين.

معايير إمكانية الوصول

يجب أن تحدد السياسة معايير إمكانية الوصول إلى منصات وتقنيات وسائل الإعلام. قد تتضمن هذه المعايير متطلبات استخدام مبادئ التصميم الذي يمكن الوصول إليه، وتوافر التكنولوجيا المساعدة، وتوافق المحتوى الإعلامي مع قارئ الشاشة والأجهزة المساعدة الأخرى. معايير إمكانية الوصول عبارة عن إرشادات توفر المواصفات الفنية والممارسات الفضلى لإنشاء محتوى يمكن الوصول إليه. تساعد هذه المعايير على ضمان أن الأشخاص ذوي الإعاقة يمكنهم الوصول إلى المحتوى واستخدامه بتنسيقات مختلفة، بما في ذلك محتوى الويب والوثائق الإلكترونية والوسائط المتعددة. هناك العديد من التدابير المعتمدة والخاصة بإمكانية الوصول والمستخدم بشكل شائع من قبل المنظمات وصانعي المحتوى لضمان إمكانية الوصول إلى المحتويات الرقمية والتكنولوجيا الخاصة بهم. وهي تشمل:

أ- تدابير إمكانية الوصول إلى محتوى الويب (WCAG): تم تطوير مجموعة الإرشادات هذه من قبل رابطة الشبكة العالمية (W3C) وهي تقدم إرشادات مفصلة حول كيفية جعل مواقع الويب وتطبيقات الويب في متناول الأشخاص ذوي الإعاقة. تم تنظيم التدابير وفق ثلاثة مستويات من التوافق (A و AA و AAA) وهي تغطي مجموعة واسعة من المسائل المتعلقة بإمكانية الوصول، بما في ذلك البدائل النصية للمحتوى غير النصي، وتباين الألوان، وإمكانية الوصول إلى لوحة المفاتيح وغير ذلك.

ب- تدابير إمكانية الوصول إلى أداة التآليف (ATAG): تم تطوير مجموعة الإرشادات هذه من قبل رابطة الشبكة العالمية (W3C) وتقدم إرشادات حول كيفية جعل أدوات التآليف (مثل أنظمة إدارة المحتوى وبناء مواقع الويب) متاحة للأشخاص ذوي الإعاقة. تغطي التدابير مسائل مثل إمكانية الوصول باستخدام لوحة المفاتيح، وتوافق التكنولوجيا المساعدة، وواجهات المستخدم التي يمكن الوصول إليها.

ت- تطبيقات الإنترنت الغنية التي يمكن الوصول إليها (ARIA): مجموعة من السمات التي يمكن إضافتها إلى رمز HTML لمساعدة الأشخاص ذوي الإعاقة في الوصول إلى محتوى الويب والتطبيقات. يمكن استخدام هذه التطبيقات لتوفير معلومات إضافية للتقنيات المساعدة، مثل قارئ الشاشة، ولتحسين إمكانية الوصول إلى المحتوى الديناميكي، مثل القوائم والنماذج.

ث- تدابير إمكانية الوصول إلى المحتوى المسموع من خلال اعتماد الكتابة النصية للمحتوى أو ما يعرف بـ Captioning Closed بحيث يجب أن تكون الكتابة النصية مطابقة 100٪ مع المحتوى المسموع أو التسجيل الصوتي أو الدبلجة.

تدابير اعتماد لغة الإشارة وتوفير مترجم لغة الإشارة ذو كفاءة عالية وحاصل ١٠٠٪ على شهادة تدريب ولديه ١٠٠٪ خبرة في التواصل مع الأشخاص الصم وفي التعامل مع وسائل الإعلام. ومن الضروري توظيف مترجم لغة إشارة خبير باللغة المعتمدة في البلاد. ولاعتماد المعايير والمواصفات المثلى الخاصة بلغة الإشارة يمكن اتباع الكتيب الإرشادي من خلال الضغط على الرابط المرفق بالعنوان "Inclusive Audiovisual Media and Information Services"

ج- PDF/إمكانية الوصول الشامل (PDF/Universal Accessibility): مجموعة من التدابير التي طورتها

المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس (ISO) والتي توفر إرشادات حول كيفية جعل مستندات PDF في متناول الأشخاص ذوي الإعاقة. تغطي التدابير قضايا مثل بدائل النص وتباين الألوان وتوافق التكنولوجيا المساعدة.

بتطبيق هذه التدابير ومعايير إمكانية الوصول الأخرى، يمكن للمنظمات وصانعي المحتوى الإعلامي ضمان وصول أكبر عدد ممكن من الجمهور، بما في ذلك الأشخاص ذوي الإعاقة، إلى المحتويات الرقمية والتكنولوجيا الخاصة بهم.

٣- اللغة المستخدمة

يلعب الإعلام (إذاعة وتلفزيون وصحف ومجلات وإنترنت وتواصل اجتماعي) دوراً هاماً في التأثير على الرأي العام، ولكن عملية اختيار الكلمات والمصطلحات والصور والرسائل يمكن أن تحدد نوع تفاعل الجمهور مع ذلك وتوجه تصرفاته. ومن المعروف أن اللغة التي نتواصل بها جميعاً هي اللغة العربية الفصحى، ولكن هناك الكثير من الأشخاص الذين لا يتقنون هذه اللغة لا سيما صغار السن وغير المتعلمين. ومما يزيد الأمر تعقيداً، أن بعض مذييعي الأخبار ومقدمي البرامج والمراسلين والمحريين يلجؤون إلى استخدام اللغة العربية القديمة والمصطلحات الصعبة والمفردات التي تحتاج إلى المعجم لتفسيرها، وهذا ما يستبعد قسماً من الجمهور من عملية الفهم. وعليه، فاستخدام اللغة السهلة والواضحة والمبسطة لن يفيد فقط الأشخاص الذين لديهم إعاقات ذهنية وصعوبات تعلمية، ولكنه سيفيد أيضاً الأشخاص الذين لغتهم العربية ضعيفة، وهؤلاء يشكلون جزءاً لا بأس به من مجتمعنا. يبلغ متوسط سن القراءة في المملكة المتحدة تسع سنوات. هذا الأمر غير معروف بشكل شائع ولكن له تأثير كبير على كيفية تلقي المحتوى الإعلامي الخاص بك. تستخدم صحيفة *The Sun* لغة يفهمها شخص يبلغ من العمر تسع سنوات. على النقيض من ذلك، تستخدم صحيفة *The Guardian* لغة أكثر تعقيداً يمكن أن يقرأها شخص يبلغ من العمر ١٤ عاماً في المتوسط. وعليه، تتمثل فائدة اتباع أساليب دارجة للتواصل في أنك ستصل إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعاً مما كنت تتوقع.

ومن ناحية أخرى، يمكن للغة أن تكون أداة فعالة لقيادة التعصب والتمييز. وينطبق ذلك بشكل خاص على قضايا الإعاقة. فعلى مر التاريخ، تم تصنيف الأشخاص ذوي الإعاقة أو تسميتهم بأسماء للتأكيد على اختلافهم وعدم امتثالهم للمعايير المجتمعية المتعلقة بالقدرات البدنية والجمال والشكل. في بعض الثقافات، وكما هو الحال في أجزاء من العالم، يتم التعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة من خلال ذكر إعاقاتهم وليس من خلال أسمائهم، لتصبح الإعاقة سمة وفي أحيان كثيرة وصمة يصعب التخلص منها.

أ- فوائد استخدام اللغة المناسبة

إن استخدام اللغة المناسبة يمكننا من:

- إبراز سلوكيات وتصورات إيجابية
- تجنب التمسك بالصور النمطية القديمة
- تجنب إساءات غير مقصودة قد نوجهها لأشخاص آخرين
- إظهار مدى التزامنا بمبادئ حقوق الإنسان ومدى احترامنا للتنوع الإنساني.

ب- آداب التعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة

إن استخدام اللغة المسيئة والمصطلحات المهينة مع الأشخاص ذوي الإعاقة قد يؤثر بشكل سلبي على معنوياتهم ويخلق جوّاً من الإحباط حولهم. لذا، يفضل استخدام اللغة والمصطلحات المناسبة التي لا تكون مرتكزة على الإحسان والشفقة ولا تكون متماشية مع المنظار الطبي للإعاقة. وفي ما يلي بعض الإرشادات المتعلقة بهذا الأمر:

- قم بمناداة الشخص ذي الإعاقة باسمه، ولا تُشير إلى إعاقة الشخص إلا عندما تكون مرتبطة بالموضوع الذي نتحدث عنه.

- احرص دائماً على شخصية ذوي الإعاقة من خلال استخدام كلمة شخص قبل كلمة معوق أو ذو إعاقة كي لا تصبح الإعاقة سمة تميز هذا الشخص عن غيره.
- عند إجراء مقابلة مع الأشخاص ذوي الإعاقة، وجه أسئلتك مباشرةً إلى الشخص ذي الإعاقة وليس إلى مساعده أو من يرافقه.
- لا تقل الأشخاص الذين يعانون من إعاقة، بل الأشخاص الذين لديهم إعاقة، فالمعاناة لا تكمن في الإعاقة، بل هي موجودة في العوائق التي يتسبب بها المجتمع.
- من المقبول استخدام كلمات أو عبارات مثل «لديه إعاقة» أو «أشخاص ذوي إعاقة أو أشخاص معوقين» عند الحديث عن قضايا الإعاقة.
- قبل إجراء المقابلات أو إعداد التقارير حول الإعاقة، اسأل الأشخاص ذوي الإعاقة عن المصطلح الذي يفضلونه إذا كان لديهم إعاقة.
- لدى الحديث عن أشخاص ليس لديهم إعاقة، لا بأس من قول «أشخاص ليس لديهم إعاقة». لكن لا يجب الإشارة إليهم على أنهم «طبيعيين» أو «أصحاء، يتمتعون بالصحة». فهذه المصطلحات يمكن أن تجعل الأشخاص ذوي الإعاقة يشعرون كما لو أنهم يعانون من مشكلة ما وأنهم «غير طبيعيين».
- استخدم لغة محترمة لا تنم عن الشفقة، وتجنب المصطلحات المسيئة، ولا تستخدم لغة نحن وأنتم وكأن الأشخاص ذوي الإعاقة يعيشون على كوكب آخر.
- تحدث بشكل واضح وحاول استخدام الشرح الكلامي أو المحكي عند عرضك للرسوم التوضيحية غير الشفهية.

٤- التدريب والتوعية

يجب أن تتلقى المؤسسات الإعلامية وصانعي المحتوى الإعلامي، التدريب والموارد لمساعدتهم على فهم احتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة وكيفية إنشاء محتوى يسهل الوصول إليه. قد يشمل ذلك التدريب على التعليقات التوضيحية والوصف الصوتي وترجمة لغة الإشارة وميزات إمكانية الوصول الأخرى.

يمكن أن يتخذ التدريب والتوعية عدة أشكال، بما في ذلك:

أ- ورش العمل والندوات عبر الإنترنت: يمكن للمؤسسات الإعلامية تنظيم ورش عمل وندوات عبر الإنترنت حول مواضيع مثل مبادئ التصميم الممكن الوصول، والتعليقات التوضيحية، والوصف الصوتي، ولغة الإشارة. يمكن أن تتم هذه الجلسات بالتشاور مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة، وتحت إشراف خبراء في مجال إمكانية الوصول أو ناشطين مدافعين عن حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة الذين يمكنهم مشاركة معرفتهم وخبراتهم مع صانعي المحتوى الإعلامي.

ب- الموارد المتوفرة عبر الإنترنت: يمكن للمؤسسات الإعلامية وبالتشاور مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة توفير موارد عبر الإنترنت، مثل البرامج التعليمية والأدلة، حول كيفية إنشاء محتوى إعلامي ممكن الوصول. يمكن توفير هذه الموارد لصانعي المحتوى الإعلامي ويمكن أن تغطي مواضيع مثل التصاميم الممكنة الوصول، والتعليقات التوضيحية، والوصف الصوتي ولغة الإشارة.

ت- فرق متخصصة بإمكانية الوصول: يمكن للمؤسسات الإعلامية وبمساعدة منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة إنشاء فرق متخصصة للمساعدة في ضمان تأمين إمكانية الوصول إلى المحتويات الإعلامية. يمكن أن تتكون هذه الفرق من أفراد لديهم خبرة في إمكانية الوصول ويمكنهم تقديم التوجيه والدعم لصانعي المحتوى.

ث- التدريب على التوعية حول الإعاقة: يمكن للمؤسسات الإعلامية وبالتعاون مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة توفير تدريب للتوعية حول الإعاقة لموظفيها من أجل مساعدتهم على فهم احتياجات ووجهات نظر الأشخاص ذوي الإعاقة بشكل أفضل. يمكن أن يغطي هذا التدريب مواضيع مثل حقوق الإنسان والإعاقة، والاندماج في المجتمع، وإمكانية الوصول وطرق التواصل الدامجة، وآداب التعامل مع الأشخاص ذوي الإعاقة.

ج- التعاون مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة: يمكن للمؤسسات الإعلامية أن تتعاون مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة لاكتساب فهم أفضل لاحتياجات وأولويات هؤلاء الأشخاص. ويمكن أن تساعد عمليات التعاون هذه في ضمان قيام المؤسسات الإعلامية بإنشاء محتوى إعلامي دامج وممكن الوصول.

من خلال توفير التدريب والتوعية حول قضايا إمكانية الوصول وحقوق الأشخاص ذوي الإعاقة، يمكن للمؤسسات الإعلامية تحسين فهمها لاحتياجات هؤلاء الأشخاص وإنشاء محتوى إعلامي أكثر إدماجاً وقابلية للوصول. يمكن أن يساعد ذلك في تعزيز قدر أكبر من التنوع والإنصاف على صعيد التمثيل والظهور في وسائل الإعلام، وضمان مشاركة الأشخاص ذوي الإعاقة بشكل كامل في المجتمع.

٥- فهم الجمهور وتحديد احتياجاته

إن التعرف على جمهورك هو خطوة أولى ومهمة في القدرة على التواصل معه بشكل فعال. فلست بحاجة لأن تكون خبيراً بكافة حالات الإعاقة أو الحالات الأخرى المختلفة، لكن يجب أن تمتلك مهارة فهم كيفية تفاعل الأشخاص المختلفين مع ما تقدمه لهم. ومع مرور الوقت، ستنشئ قاعدة بيانات دقيقة لمتطلبات واحتياجات جمهورك وكافة أصحاب المصلحة في مجالك.

ولكن، كيف تحافظ على جمهور واسع ومتنوع؟ من المهم جداً أن تعتبر جمهورك واسعاً ومتنوعاً قدر الإمكان. بهذه الطريقة ستجنب استبعاد أي فئة عن غير قصد مما تقدمه للجمهور بشكل عام. فالأشخاص ذوو الإعاقة هم جزء من جمهورك المستهدف، لكن يجب أيضاً مراعاة متطلبات فئات أخرى. فكبار السن مثلاً يستجيبون بشكل مختلف لأنواع معينة من طرق التواصل، وقد يواجهون عوائق (مثل العوائق التقنية) تمنعهم من التعامل مع مادتك الإعلامية. وينبغي أن نضع في الاعتبار أن الشخص الذي يقرأ الرسالة قد لا يكون بالضرورة هو المتلقي المقصود. وعليه، يجب استخدام وسائل تواصل مختلفة لإيصال المعلومات والبرامج إلى الجميع ومن دون استثناء. ومن هنا، نستنتج أن هناك حاجة إلى إجراء بحث لفهم من هو جمهورنا ولماذا. ولكن عند القيام بذلك، تكون الخطوة التالية هي إنشاء شخصيات لشرائح مختلفة من الجمهور، ويمكن الاستعانة بها في استراتيجية المحتوى الإعلامي الخاصة بالمؤسسة الإعلامية. وعند إنشاء هذه الشخصيات، يجب السعي إلى تجاوز التركيبة السكانية الأساسية مثل العمر، والموقع، والنوع الاجتماعي والإعاقة. وينبغي التعرف على ما يحتاج إليه الجمهور وكيف يقدم له.

كيف يمكننا تقييم ورصد ما استطعنا إنجازه مع جمهورنا المتنوع؟

يُعد إجراء مراجعة لطرق تواصلك الحالية نقطة انطلاق جيدة لتقييم ما تقوم به من حيث إمكانية الوصول والإدماج وما تحتاجه لتطوير العمل المستقبلي في هذا المجال. ينبغي تحديد الجمهور الحالي والمستهدف. وإذا كان لدى المؤسسة الإعلامية بيانات متاحة حول متطلبات التواصل والتنسيقات المفضلة، فيمكنها الرجوع إلى ذلك مع قنوات التقييم الخاصة بها لمعرفة ما إذا كانت تفي باحتياجات التواصل مع كافة شرائح جمهورها المتنوع. ويجب القيام بقياس لتأثير طرق التواصل، فإذا كانت تقيس بشكل منتظم تأثير تلك الطرق ولديها بيانات عن التنسيقات المفضلة، فالمؤسسة في وضع جيد لفهم مدى جودة أدائها من حيث وسائل التواصل الدامجة. (لا يعني هذا أنها ليست بحاجة إلى التحقق من مدى نجاعة إمكانية الوصول، لأن هذا يعني فقط أنها تعرف على الأقل المتطلبات الأساسية لجمهورها). وأثناء التخطيط المستقبلي، يجب على المؤسسة الإعلامية أن تتوقع وتحدد احتياجات جمهورها المتنوع والمختلف من خلال جعل موادها الإعلامية دامجة قدر الإمكان والسماح بتنسيقات بديلة. وكلما زادت المعلومات التي لديك عن جمهورك، كلما تمكنت من التواصل معهم بشكل أفضل. ومن خلال توجه المحتوى الإعلامي للمؤسسة، فإنها ستتمكن في النهاية من توفير الوقت والمال على المدى الطويل.

٦- التمثيل العادل للتنوع المجتمعي

تضمن هذه السياسة قيام وسائل الإعلام بعكس التنوع السكاني بدقة في تغطيتها وتصوير أشخاص من خلفيات مختلفة. ويهدف ذلك إلى تحدي القوالب النمطية السلبية وتوفير منصة للمجموعات الممثلة تمثيلاً ناقصاً من أجل مشاركة قصصهم وتجاربهم وشرح المشاكل والعوائق التي يواجهونها ضمن المجتمع. فسياسة الإعلام الدامج يجب أن تشجع المؤسسات الإعلامية على إشراك الأشخاص ذوي الإعاقة في فرقها العاملة في مجال البرمجة وصناعة المحتوى الإعلامي. مما يمكن لذلك أن يساعد في ضمان مراعاة احتياجات ووجهات نظر الأشخاص ذوي الإعاقة عند إنشاء محتوى إعلامي.

والتمثيل العادل للتنوع الاجتماعي والإنساني هو جانب مهم من سياسة الإعلام الدامج للإعاقة. وهو يشير إلى الطرق التي يتم بها تصوير الأشخاص ذوي الإعاقة في وسائل الإعلام، بما في ذلك في الأفلام والبرامج التلفزيونية والإعلانات وأشكال أخرى من المظاهر الإعلامية.

والتمثيل العادل مهم لأنه يمكن أن يوضح التصورات العامة حول الأشخاص ذوي الإعاقة ويؤثر على وضعهم الاجتماعي والسياسي. فعندما يتم تصوير هؤلاء الأشخاص بشكل إيجابي ودقيق في وسائل الإعلام، يمكن

لذلك أن يساعد في تحطيم القوالب النمطية وزيادة الفهم والقبول الاجتماعي لهم. فيما يلي بعض الطرق التي يمكن للمؤسسات الإعلامية من خلالها تعزيز التمثيل الإيجابي للأشخاص ذوي الإعاقة والفئات المهمشة الأخرى:

أ- الاستعانة بأشخاص من ذوي الإعاقة من قبل وسائل الإعلام: يمكن للمؤسسات الإعلامية أن تسعى بنشاط لضم الأشخاص ذوي الإعاقة في إنتاجاتها، سواء كممثلين أو مقدمي برامج أو خبراء في المحتوى الإعلامي. ويمكن لذلك أن يساعد في تعزيز ثقافة الوعي حول الإعاقة لدى تلك المؤسسة، وزيادة ظهور الأشخاص ذوي الإعاقة في وسائل الإعلام وتوفير الفرص لهم لشرح قضاياهم والمطالبة بحقوقهم.

ب- تجنب القوالب النمطية السلبية: يجب على المؤسسات الإعلامية تجنب استخدام القوالب النمطية السلبية التي تعزز التصورات الضارة وغير الدقيقة عن الأشخاص ذوي الإعاقة. ويشمل ذلك تجنب استخدام المصطلحات التي تعتبر مسيئة وتصوير الأشخاص ذوي الإعاقة على أنهم عاجزون أو بحاجة للشفقة.

ت- ضمان المصداقية: عند ضم الأشخاص ذوي الإعاقة في وسائل الإعلام، من المهم التأكد من صدق ودقة تمثيلهم. وهذا يشمل العمل مع الأشخاص ذوي الإعاقة للتأكد من تصويرهم بشكل لائق وصادق تجاه تجاربهم.

ث- توفير السياق والتنوع: يجب أن توفر المؤسسات الإعلامية السياق والتنوع في تصويرها للأشخاص ذوي الإعاقة. ويشمل ذلك عرض تنوع التجارب داخل المجتمعات المحلية حيث يعيش الأشخاص ذوو الإعاقة وتسلط الضوء على العوائق السلوكية والمادية والمؤسسية التي يواجهها هؤلاء الأشخاص.

ج- التعاون مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة: يمكن للمؤسسات الإعلامية أن تتعاون مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة لاكتساب فهم أفضل لاحتياجات وأولويات هؤلاء الأشخاص وزيادة المعرفة حول قضية الإعاقة. ويمكن أن يساعد ذلك في ضمان تمثيلهم بشكل دقيق ولائق وهادف.

من خلال تعزيز التمثيل الإيجابي للأشخاص ذوي الإعاقة في وسائل الإعلام، يمكن للمؤسسات الإعلامية المساعدة في كسر الحواجز وتعزيز فهم وقبول أكبر لقضايا الإعاقة ضمن المحتوى الإعلامي. ويمكن لذلك أن يساعد في تعزيز ثقافة الوعي حول الإعاقة واعتبارها جزءاً من التنوع الإنساني، وتمكين الأشخاص ذوي الإعاقة من المشاركة الكاملة والفعالة في مختلف الأنشطة الحياتية وإدماجهم في المجتمع.

٧- المساءلة وإجراءات تقديم الشكاوى

يجب أن توفر سياسة الإعلام الدامج إجراءات واضحة وسهلة الوصول للأفراد حتى يتمكنوا من توجيه ملاحظات أو تقديم شكاوى أو التعبير عن هواجس ومخاوف بشأن المحتوى الإعلامي المقدم وإمكانية الوصول إليه وإلى المعلومات المتوفرة على المنصات الإعلامية. وقد يشمل ذلك إنشاء آليات لمراقبة التزام وسائل الإعلام بالمبادئ التوجيهية الخاصة بالتنوع والإدماج والتأكد من أنها تخضع للمساءلة في ما يتعلق بأي انتهاكات لهذه السياسات. ويمكن لذلك أن يساعد على ضمان إعادة تصويب ما تقوم به المؤسسات الإعلامية ومساءلتها عن جهودها المتعلقة بإمكانية الوصول بمفهومها الواسع.

تعتبر إجراءات الشكاوى في سياسة الإعلام الدامج عنصراً مهماً للأشخاص ذوي الإعاقة، فهي تتيح لهم التعبير عن مخاوفهم بشأن المحتوى الإعلامي الذي يشعرون بأنه يسيء إلى صورتهم في المجتمع، أو يتعذر عليهم الوصول إليه، أو أنه غير دقيق وبحاجة إلى إعادة تصويب، أو أنه يشكل نوعاً من التمييز إلخ. فيما يلي بعض العناصر الأساسية للترتيبات الفعالة لتقديم الشكاوى من قبل الأشخاص ذوي الإعاقة:

أ- تأمين إمكانية الوصول: يجب أن تكون إجراءات تقديم الشكاوى ميسرة وفي متناول الأشخاص ذوي الإعاقة. ويتضمن ذلك توفير الطرق البديلة لتقديم الشكاوى، مثل البريد الإلكتروني أو الهاتف أو مكالمة الفيديو. كما يجب أن تكون الإجراءات متاحة أيضاً في تنسيقات يسهل الوصول إليها، مثل اللغة المبسطة، واللغة الصوتية، وطريقة برايل ولغة الإشارة.

ب- التمييز بالوضوح والشفافية: يجب أن تكون إجراءات تقديم الشكاوى واضحة وشفافة، وأن تحدد الخطوات التي يتعين على أصحاب الشكاوى اتخاذها لتقديم شكواهم، والإطار الزمني للرد عليها. ويجب أن تكون هذه المعلومات متوفرة وسهلة وممكنة الوصول في موقع المؤسسة الإعلامية وقنوات الاتصال الأخرى ذات الصلة.

ت- توفر الاستقلالية والحيادية: يجب أن تكون إجراءات الشكاوى مستقلة وحيادية. وهذا يعني أنه يجب

مراجعة الشكاوى من قبل أشخاص لم يشاركوا في وضع أو توزيع المحتوى الإعلامي الذي هو موضع الشكوى. وهذا يساعد على ضمان دراسة وتقييم الشكاوى بشكل موضوعي وعادل.

ث- وجوب الرد في الوقت المناسب: يجب على المؤسسات الإعلامية الرد على الشكاوى في الوقت المناسب، والإقرار باستلام الشكاوى وتقديم إطار زمني تقديري لحلها. في الحالات التي يتعذر فيها حل الشكاوى ضمن الإطار الزمني، يجب وضع الشخص مقدم الشكاوى في جو التقدم المحرز.

ج- تعزيز المساءلة: يجب أن تتضمن إجراءات الشكاوى آليات للمساءلة، ويشمل ذلك تقديم تقارير منتظمة عن عدد وطبيعة الشكاوى الواردة، فضلاً عن الإجراءات المتخذة استجابة للشكاوى. وهذا يساعد على ضمان مساءلة المؤسسات الإعلامية في ما يتعلق بأعمالها وسعيها المستمر لتعزيز الإدماج وتحسين إمكانية الوصول إلى المحتوى الإعلامي الخاص بها.

من خلال تعزيز المساءلة ووضع إجراءات ميسرة وممكنة الوصول لتقديم شكاوى واضحة من قبل الأشخاص ذوي الإعاقة، يمكن للمؤسسات الإعلامية إثبات التزامها بالإدماج وتوفير إمكانية الوصول اللازمة لتحقيقه. وهذا يساعد على بناء الثقة مع الأشخاص ذوي الإعاقة والمنظمات التي تمثلهم، وتعزيز مشاركتهم في وسائل الإعلام.

٨- بناء شراكات مع المجتمع المدني

يجب تشجيع المؤسسات الإعلامية على بناء شراكات مع منظمات مجتمعية متنوعة، لا سيما مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة والمجموعات المناصرة لحقوق هؤلاء الأشخاص وكافة الشرائح المهمشة لضمان توافق سياساتها وممارساتها مع احتياجات وأولويات الأشخاص ذوي الإعاقة وغيرهم من الفئات الضعيفة. تعد الشراكات أحد المكونات المهمة لسياسة الإعلام الدامج للأشخاص ذوي الإعاقة. ويمكن للعمل مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة وأصحاب المصلحة الآخرين أن يساعد المؤسسات الإعلامية على فهم احتياجات وأولويات هذه الفئات بشكل أفضل ووضع استراتيجيات أكثر فاعلية لتعزيز المشاركة والإدماج وتوفير إمكانية الوصول اللازمة لهما.

فيما يلي بعض الفوائد الرئيسية لعملية التشارك والتعاون ضمن سياق سياسة الإعلام الدامج:

أ- تبادل المعرفة: يمكن لمنظمات الأشخاص ذوي الإعاقة وأصحاب المصلحة الآخرين تقديم رؤى ومعرفة قيّمة حول التحديات التي تواجه الأشخاص ذوي الإعاقة في ما يتعلق بإمكانية الوصول إلى المعلومات والمحتوى الإعلامي. ويمكن لذلك أن يساعد المؤسسات الإعلامية على تطوير استراتيجيات أكثر فاعلية لتعزيز الإدماج وإمكانية الوصول.

ب- المشاركة في إعداد المحتوى: يمكن للتعاون مع الأشخاص ذوي الإعاقة والمنظمات الممثلة لهم أن يساعد المؤسسات الإعلامية على إعداد محتوى إعلامي متصل أكثر بواقع الأشخاص ذوي الإعاقة ويعكس الصورة الحقيقية لهم. ومن خلال إشراك الأشخاص ذوي الإعاقة في عملية إعداد المحتوى الإعلامي، يمكن للمؤسسات الإعلامية التأكد من أن هذا المحتوى يلبي احتياجاتهم وأولوياتهم.

ت- توسيع الانتشار: يمكن لعملية المشاركة والتعاون أن تساعد المؤسسات الإعلامية على توسيع انتشارها والوصول إلى جمهور أكبر. ويمكن لمنظمات الأشخاص ذوي الإعاقة وأصحاب المصلحة الآخرين المساعدة في تعزيز المحتوى الإعلامي الدامج والممكن الوصول، والذي قد يساهم في زيادة الوعي حول أهمية تأمين إمكانية الوصول ونشر ثقافة الإدماج.

ث- المساءلة: يمكن لعملية التشارك والتعاون أن توفر المساعدة في تعزيز المساءلة والشفافية بشكل أكبر. ومن خلال العمل مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة وأصحاب المصلحة الآخرين، يمكن للمؤسسات الإعلامية إثبات التزامها بإمكانية الوصول والإدماج وتعزيز المزيد من المساءلة في ما يتعلق بأعمالها.

من خلال بناء الشراكات والتعاون مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة وأصحاب المصلحة الآخرين، يمكن للمؤسسات الإعلامية أن تساعد في تعزيز إمكانية وصول الأشخاص ذوي الإعاقة وإدماجهم بشكل أكبر وأوسع في المجتمع. ويمكن لذلك أن يساعد في بناء الثقة مع الأشخاص ذوي الإعاقة وتعزيز مشاركتهم بشكل أكبر في وسائل الإعلام.

٩- التقييم المنتظم والتحديثات

يُعد إجراء مراجعة لطرق التواصل الحالية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام نقطة انطلاق جيدة لتقييم ما تقوم به من حيث إمكانية الوصول والإدماج وما تحتاجه لتطوير عملها المستقبلي في هذا المجال. ويجب تقييم السياسة وتحديثها بانتظام للتأكد من استمراريته ومن فعاليتها في تعزيز إمكانية وصول الأشخاص ذوي الإعاقة إلى المحتوى الإعلامي وإدماجهم في صناعة الإعلام. وقد يشمل ذلك التشاور المستمر مع الأشخاص ذوي الإعاقة أنفسهم والمنظمات الممثلة لهم. التقييم المنتظم والتحديثات هي مكونات مهمة لسياسة الإعلام الدامج للأشخاص ذوي الإعاقة. وتقييم فعالية السياسة وإجراء التحديثات عليها حسب الحاجة يساعد في ضمان استمرارية السياسة واستمرار فعاليتها في تعزيز إمكانية الوصول والإدماج. وفي ما يلي بعض الاعتبارات الرئيسية لتقييم وتحديث سياسة الإعلام الدامج بشكل منتظم:

أ- وضع معايير التقييم: يجب على المؤسسات الإعلامية أن تضع معايير واضحة لتقييم فعالية سياساتها. قد يشمل ذلك قياس إمكانية الوصول إلى المحتوى، أو تتبع عدد الشكاوى الواردة، أو تقييم تأثير السياسة على الأشخاص ذوي الإعاقة.

ب- المراجعة المنتظمة: يجب مراجعة السياسة على أساس منتظم، على سبيل المثال سنوياً أو مرتين في السنة. يسمح هذا للمؤسسات الإعلامية بتحديد أي ثغرات أو مجالات للتحسين وإجراء التحديثات حسب الحاجة.

ت- إشراك أصحاب المصلحة: يجب أن تشرك المؤسسات الإعلامية أصحاب المصلحة، بما في ذلك الأشخاص ذوي الإعاقة والمنظمات الممثلة لهم، كجزء من عملية التقييم والتحديث. وهذا يساعد على ضمان أن السياسة تلبى احتياجات وأولويات الأشخاص ذوي الإعاقة.

ث- توفير التدريب والدعم: يجب على المؤسسات الإعلامية توفير التدريب والدعم بشكل مستمر لموظفيها لضمان تزويدهم بالمعرفة والمهارات اللازمة لإنشاء محتوى إعلامي يسهل الوصول إليه. ويمكن أن يشمل ذلك التدريب على الإرشادات الخاصة بإمكانية الوصول والتقنيات المساعدة واللغة الدامجة.

ج- الإعلان عن التحديثات: يجب على المؤسسات الإعلامية الإعلان عن التحديثات الخاصة بسياساتها إلى الأشخاص ذوي الإعاقة وأصحاب المصلحة الآخرين. وهذا يساعد على إثبات التزامها بإمكانية الوصول والإدماج وتعزيز الشفافية والمساءلة بشكل أكبر.

من خلال تقييم وتحديث سياسة الإعلام الدامج بشكل منتظم، يمكن للمؤسسات الإعلامية ضمان تلبية احتياجات الأشخاص ذوي الإعاقة وتعزيز إمكانية الوصول لديهم والاندماج بشكل أكبر في المجتمع. ويمكن أن يساعد ذلك في بناء الثقة مع هؤلاء الأشخاص وتعزيز مشاركتهم في وسائل الإعلام وبرامجها.

رابعاً، خلاصة عامة وتوصيات

تعد سياسة الإعلام الدامج ضرورية لتعزيز التنوع والقدرة على التحمل والتماسك الاجتماعي في المجتمع. ومن خلال ضمان قدرة جميع أفراد المجتمع على الوصول إلى وسائل الإعلام بشكل متساوٍ وقيام وسائل الإعلام بعكس التنوع السكاني بشكل دقيق، يمكننا تعزيز مجتمع أكثر إدماجاً وإنصافاً. ومن خلال تعزيز التنوع والإدماج، تلعب مبادئ الإعلام الدامج دوراً مشجعاً في تعزيز قيام مجتمع يركز على العدالة والمساواة وعدم التمييز، ويقوم على التشارك والتعاون، ويتميز بالتفاهم والتعاطف بين المجموعات المتنوعة التي تعيش فيه جنباً إلى جنب.

وبشكل عام، يجب أن تعطي سياسة الإعلام الدامج للأشخاص ذوي الإعاقة الأولوية لإمكانية الوصول والتمثيل العادل، وأن تسترشد بمبادئ التصميم الشامل وحقوق الأشخاص ذوي الإعاقة في الوصول إلى المعلومات والمشاركة الكاملة في المجتمع. وعلى هذا الأساس، فإن هناك مجموعة كبيرة من الإجراءات التي ينبغي على أي سياسة إعلامية دامجة أن تأخذها بعين الاعتبار وتعمل على تطبيقها في سبيل الوصول إلى تقديم إعلام دامج وممكن الوصول من قبل الجميع بمن فيهم الأشخاص ذوي الإعاقة. وذلك من دون تمييز أو استبعاد أو تهميش. وفي القسم الأخير من هذه الوثيقة، سنقوم باستعراض تلك الإجراءات على شكل توصيات موجهة إلى المؤسسات الإعلامية، وهي تختصر غالبية الإرشادات والتعليمات التي استعرضناها من خلال ما قدمناه من معلومات واقتراحات ضمن هذه الورقة. وهذه التوصيات تضم توصيات تتعلق بالتنوع والإدماج بشكل عام، وأخرى تتعلق تحديداً بالإعاقة وبمتطلباتها.

التوصيات

أ. توصيات عامة حول التنوع والإنصاف والإدماج:

1. أظهر التنوع الموجود في المجتمع في وسائل الإعلام من خلال صور حقيقية تعكس هذا التنوع وتبرز الواقع كما هو من دون أحكام مسبقة.
2. استخدم لغة سهلة وبسيطة يمكن لغالبية الجمهور أن تفهمها وتستفيد منها، على أن تبتعد عن المصطلحات الصعبة وغير المتداولة.
3. تجنب الإساءة إلى أي من شرائح المجتمع، لا سيما الفئات الضعيفة، وذلك بعدم استخدام مصطلحات أو تعابير تسيء إليهم بأي شكل من الأشكال.
4. استخدم مبادئ التصميم الشامل (Design Universal) والتصميم الدامج (Design Inclusive) عند إعداد محتوى إعلامي لضمان إمكانية وصول أكبر عدد ممكن من الجمهور إليه.
5. ضع آلية للتشاور مع الجهات والمنظمات التي تمثل الشرائح المختلفة في المجتمع، لا سيما الضعيفة منها، وقم باستشارتها للإضاءة على احتياجاتها وظروفها، وذلك عند القيام بإعداد محتوى إعلامي يتعلق بها.
6. قم بتوفير التدريب لموظفي الوسائل الإعلامية، لا سيما لصانعي المحتوى الإعلامي حول كيفية إعداد برامج ومحتوى إعلامي دامج وضمان إمكانية الوصول إليها من قبل جميع الأشخاص بمن فيهم ذوي الإعاقة.
7. قم بإدخال تنوع حقيقي ضمن الفريق العامل لديك وذلك عن طريق توظيف خبراء وأشخاص يمثلون مختلف الشرائح الموجودة في المجتمع بما في ذلك الأشخاص ذوي الإعاقة.
8. قم بإجراء عمليات مراجعة منتظمة للتحقق من أن المحتوى الإعلامي الذي تبثه يصل إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، لا سيما للأشخاص ذوي الإعاقة.

ب. توصيات محددة تتعلق بالإعاقة وأنواعها المختلفة

1. تأكد من أن المحتوى الإعلامي الخاص بك متاح بتنسيقات ممكنة الوصول مثل التسميات التوضيحية (Caption Close) والتوصيف الصوتي والنصوص (description - audio) وبدائل نصية للصور (transcripts)، مما يساعد على وصول الأشخاص ذوي الإعاقة إلى ذلك المحتوى.
2. استخدم لغة مبسطة وواضحة عند تقديم المعلومات على المواقع الإلكترونية، مما يسهل على الأشخاص من ذوي الإعاقة الذهنية والصعوبات التعليمية فهمها.

٣. تأكد من إمكانية الوصول إلى المواقع الإلكترونية من خلال توفير إمكانية عمل قارئ الشاشة وسهولة التصفح ووضع علامات واضحة على الأزرار.
٤. استخدم ألواناً عالية التباين في مقاطع الفيديو والصور لمساعدة الأشخاص ذوي الإعاقات البصرية على رؤية المحتوى بشكل أفضل.
٥. قم بتوفير تنسيقات بديلة للنصوص، مثل التسجيلات الصوتية أو النسخ ذات الطباعة الكبيرة للأفراد الذين يجدون صعوبة في القراءة.
٦. تجنب استخدام القوالب النمطية أو لغة التعميم حول الأشخاص ذوي الإعاقة أو المصطلحات التي تسيء إليهم. بدلاً من ذلك، ركز على تصويرهم كأفراد متساوين بالحقوق وعلى أن الإعاقة هي جزء من التنوع الإنساني.
٧. استخدم كلمة الشخص أولاً عند الإشارة إلى الأفراد ذوي الإعاقة. على سبيل المثال، قل «شخص ذو إعاقة أو شخص معوق» بدلاً من «معاق».
٨. تأكد من توفر إمكانية الوصول الهندسي إلى مؤسساتك الإعلامية، وتأكد من أن الأشخاص ذوي الإعاقة قادرين على الوصول إلى واستخدام المباني الخاصة بك. وهذا يشمل توفير معابر للكراسي المتحركة، ودورات مياه يمكن الوصول إليها، ومقاعد يسهل الوصول إليها والجلوس عليها.
٩. قم بإشراك الأشخاص ذوي الإعاقة في عملية صناعة المحتوى الإعلامي الذي ستعرضه للتأكد من أنه دامج وممكن الوصول لأكثر عدد ممكن. ويمكن أن يشمل ذلك التشاور مع منظمات الأشخاص ذوي الإعاقة، أو الاستعانة بمستشارين من ذوي الإعاقة، أو إشراك الأشخاص ذوي الإعاقة في مجموعات التركيز أو الاستطلاعات التي تقومون بها.
١٠. تجنب استخدام اللغة التمييزية، مثل «مجنون»، «أعرج»، أو «متخلف». يمكن أن تكون هذه الكلمات مؤذية ومسيسة للأشخاص ذوي الإعاقة.
١١. قم بتوفير وسائل الراحة، مثل ترجمة لغة الإشارة أو التكنولوجيا المساعدة، للأشخاص ذوي الإعاقة الذين يحضرون الأحداث الخاصة بك أو يشاركون في برامجك.
١٢. قم بإدخال بعض الخبراء الإعلاميين من ذوي الإعاقة ضمن فريقك العامل بهدف زيادة التنوع الإعلامي في برامجك وموادك الإعلامية، وتحسين إمكانية الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور بمن فيهم الأشخاص ذوي الإعاقة.

إرشادات إتاحة محتوى الويب

إرشادات إتاحة محتوى الويب (WCAG) هي عبارة عن مجموعة من الإرشادات التي طورتها رابطة الشبكة العالمية (W3C) والتي توفر المواصفات الفنية لإنشاء محتوى ويب يمكن الوصول إليه. تم تصميم الإرشادات لضمان قدرة الأشخاص ذوي الإعاقة على الوصول إلى محتوى الويب واستخدامه، بما في ذلك مواقع الويب وتطبيقات الويب والمستندات الرقمية.

توفر هذه الإرشادات إطاراً شاملاً لإمكانية الوصول يغطي مجموعة من المواضيع، بما في ذلك:

1. قابلية الإدراك: يجب تقديم المحتوى بطريقة يمكن لجميع المستخدمين إدراكها، بما في ذلك ذوي الإعاقات البصرية أو السمعية. يتضمن ذلك توفير بدائل نصية للمحتوى غير النصي، مثل الصور ومقاطع الفيديو، وتوفير تسميات توضيحية ونصوص مكتوبة لمحتوى الصوت والفيديو.
2. قابلية التشغيل (operable): يجب أن يكون المحتوى قابلاً للتشغيل باستخدام مجموعة متنوعة من أجهزة الإدخال، مثل لوحة المفاتيح أو المدخلات الصوتية. يشمل ذلك التأكد من أن جميع الوظائف متاحة باستخدام لوحة المفاتيح وأن هناك وقتاً كافياً للمستخدمين للتفاعل مع المحتوى.
3. قابلية الفهم: يجب تقديم المحتوى بطريقة يسهل فهمها، ويشمل ذلك استخدام لغة واضحة وبسيطة والتصفح المتسق.
4. الصلابة (robust): يجب تصميم المحتوى ليكون متوافقاً مع مجموعة واسعة من التقنيات المساعدة، مثل قارئ الشاشة وبرامج التعرف على الصوت.

تم تنظيم إرشادات إتاحة محتوى الويب (WCAG) وفق ثلاثة مستويات من التوافق: A و AA و AAA. يتطلب التوافق في كل مستوى تلبية جميع معايير النجاح في ذلك المستوى وجميع المستويات الأدنى منه. باتباع إرشادات WCAG، يمكن للمؤسسات الإعلامية ضمان أن محتوى الويب الخاص بها متاح للأشخاص ذوي الإعاقة، مما يعزز المزيد من الإدماج والمشاركة في العالم الرقمي.

الملحق ب

إرشادات إمكانية الوصول إلى أداة التأليف (ATAG)

إرشادات إمكانية الوصول إلى أداة التأليف (ATAG) هي مجموعة من الإرشادات التي طورتها رابطة الشبكة العالمية (W3C) وتوفر المواصفات الفنية لإنشاء أدوات تأليف يمكن الوصول إليها من قبل الأشخاص ذوي الإعاقة. أدوات التأليف هي تطبيقات برمجية تُستخدم لإنشاء محتوى ويب، مثل محررات HTML وأنظمة إدارة المحتوى.

توفر إرشادات ATAG إطاراً شاملاً لإمكانية الوصول يغطي مجموعة من المواضيع، بما في ذلك:

1. الواجهة البينية: يجب أن تحتوي أدوات التأليف على واجهة مستخدم بينية قابلة للوصول والاستخدام من قبل الأشخاص ذوي الإعاقة. يتضمن ذلك توفير إمكانية الوصول إلى لوحة المفاتيح ودعم التقنيات المساعدة وقابلية تعديل تفضيلات المستخدم.
2. المخرجات: يجب أن تنتج أدوات التأليف محتوى ويب يمكن الوصول إليه افتراضياً. يتضمن ذلك التأكد من أن المخرجات تتوافق مع معايير الوصول إلى الويب، مثل WCAG، وتقديم التوجيهات والملاحظات إلى المؤلفين لمساعدتهم في إنشاء محتوى يمكن الوصول إليه.
3. المساعدة والتوثيق: يجب أن توفر أدوات التأليف المساعدة ووثائق يمكن الوصول إليها، بما في ذلك التعليمات عبر الإنترنت والبرامج التعليمية وأدلة المستخدم. يتضمن ذلك ضمان توفر الوثائق بتنسيقات يمكن الوصول إليها، مثل HTML و PDF، وتوفير تنسيقات بديلة، مثل الصوت أو برايل، عند الطلب.

تم تنظيم إرشادات ATAG وفق ثلاثة مستويات من التوافق: A و AA و AAA. يتطلب التوافق في كل مستوى تلبية جميع معايير النجاح في ذلك المستوى وجميع المستويات الأدنى منه.

باتباع إرشادات ATAG، يمكن للمؤسسات الإعلامية ضمان أن أدوات التأليف التي تستخدمها متاحة للأشخاص ذوي الإعاقة، مما يعزز المزيد من الإدماج والمشاركة في العالم الرقمي. بالإضافة إلى ذلك، يمكن لأدوات التأليف التي يمكن الوصول إليها مساعدة المؤسسات الإعلامية على إنشاء محتوى ويب يمكن الوصول إليه للأشخاص ذوي الإعاقة، وتعزيز إمكانية الوصول بشكل أكبر والإدماج في المحتوى الرقمي الخاص بها.

الملحق ج

تطبيقات الإنترنت الغنية التي يمكن الوصول إليها (ARIA)

تطبيقات الإنترنت الغنية التي يمكن الوصول إليها (ARIA) هي مجموعة من السمات التي يمكن إضافتها إلى عناصر HTML لتوفير معلومات إضافية حول إمكانية الوصول إلى محتوى الويب ووظائفه. تم تصميم تطبيقات ARIA لتحسين إمكانية الوصول إلى تطبيقات الويب ومحتويات الويب الديناميكية الأخرى التي قد لا يمكن الوصول إليها بشكل كامل باستخدام لغتي HTML و CSS المعياريتين.

توفر تطبيقات ARIA مجموعة من السمات التي يمكن استخدامها لتحسين إمكانية الوصول إلى محتوى الويب، بما في ذلك:

١. الأدوار: توفر تطبيقات ARIA مجموعة من الأدوار التي يمكن استخدامها لوصف الغرض من عنصر ما على صفحة الويب. ويمكن لهذا أن يساعد التقنيات المساعدة في فهم هيكلية صفحة الويب وتقديم ملاحظات أكثر إفادة للمستخدمين.

٢. الحالات والخصائص: توفر ARIA مجموعة من الحالات والخصائص التي يمكن استخدامها لوصف الحالة أو الخصائص الحالية لعنصر ما على صفحة ويب. ويمكن لهذا أن يساعد التقنيات المساعدة في تقديم ملاحظات أكثر إفادة للمستخدمين وتحسين إمكانية الوصول إلى محتوى الويب.

٣. المناطق الحية (regions Live): توفر ARIA مجموعة من السمات التي يمكن استخدامها لتحديد المناطق الحية على صفحة الويب. المناطق الحية هي مناطق من صفحة الويب يتم تحديثها ديناميكياً، مثل نافذة الدردشة أو الإعلام. ويمكن لARIA أن تساعد التقنيات المساعدة في تحديد وإعلان التحديثات في مناطق الصور الحية في الوقت المناسب وبطريقة هادفة.

باستخدام سمات ARIA، يمكن للمؤسسات الإعلامية تعزيز إمكانية الوصول إلى تطبيقات الويب الخاصة بها ومحتويات الويب الديناميكية الأخرى، مما يعزز الإدماج والمشاركة بشكل أكبر في العالم الرقمي.

الملحق د

PDF/إمكانية الوصول الشامل (PDF/Universal Accessibility)

PDF/إمكانية الوصول الشامل (PDF/UA): مجموعة من المواصفات التقنية التي طورتها المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس (ISO) والتي توفر إرشادات حول كيفية جعل مستندات PDF متاحة للوصول إليها. PDF هو تنسيق ملف شائع يستخدم لمشاركة المستندات الرقمية وتوزيعها، وقد تم تصميم PDF/UA لضمان إمكانية وصول الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة إلى مستندات PDF.

توفر مواصفات PDF/UA إطاراً شاملاً لإمكانية الوصول يغطي مجموعة من المواضيع، بما في ذلك:

١. هيكلية المستند: تتطلب PDF/UA أن يكون لمستندات PDF هيكلية منطقية ومتسقة، بما في ذلك ذلك استخدام العناوين والقوائم والجداول.

٢. بدائل النص: تتطلب PDF/UA أن يكون للمحتوى الذي ليس نصاً، مثل الصور والرسوم البيانية، بدائل نصية يمكن الوصول إليها عن طريق التقنيات المساعدة.

٣. التصفح: تتطلب PDF/UA أن تتيح مستندات PDF التصفح الواضح والمتسق، بما في ذلك استخدام الإشارات المرجعية والروابط.

٤. اللغة: تتطلب PDF/UA أن تكون لغة المستند محددة، وأن يكون ترتيب القراءة واتجاه النص صحيحين.

تم تصميم مواصفات PDF/UA لتكون متوافقة مع إرشادات إتاحة محتوى الويب (WCAG) ومعايير إمكانية الوصول إلى الويب الأخرى، مما يضمن إمكانية وصول الأشخاص ذوي الإعاقة إلى مستندات PDF باستخدام مجموعة من التقنيات المساعدة، مثل قارئ الشاشة وشاشات برايل القابلة للتحديث.

باتباع مواصفات PDF/UA، يمكن للمؤسسات الإعلامية ضمان أن مستندات PDF الخاصة بها متاحة للأشخاص ذوي الإعاقة، مما يعزز المزيد من الإدماج والمشاركة في العالم الرقمي. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تساعد مستندات PDF التي يمكن الوصول إليها المؤسسات الإعلامية على الامتثال للمتطلبات القانونية والممارسات الفضلى الخاصة بإمكانية الوصول إلى المحتوى الرقمي.

الملحق هـ

المصطلحات اللائقة والغير لائقة

نوع الإعاقة	مصطلحات مسيئة	مصطلحات صحيحة
إعاقة بشكل عام	معاق، عاجز، لديه عاهة، يعاني من إعاقة، معتل، غير طبيعي	شخص ذو إعاقة، شخص معوق، شخص لديه إعاقة
إعاقة بصرية	أعمى، مكفوف، ضرير، أعور	شخص ذو إعاقة بصرية، شخص كفيف، شخص ضعيف البصر
إعاقة سمعية	أصم، أخرس، أبكم، أطرش	شخص أصم، شخص ذو إعاقة سمعية، شخص ضعيف السمع
إعاقة كلامية	أخرس، أبكم، متلعثم، شخص يتأتئ، بطيء الكلام	شخص ذو إعاقة كلامية، شخص لديه صعوبة في التواصل، لديه صعوبة في التكلم
إعاقة/صعوبات تعليمية	بطيء الفهم، متخلف، لديه مشكلة في الدماغ	شخص ذو إعاقة تعليمية، شخص لديه صعوبات تعليمية
إعاقة نفسية اجتماعية	مهووس، معتوه، مجنون، مكتئب	شخص ذو إعاقة نفسية اجتماعية
إعاقة جسدية/حركية	مقعد، مشلول، عاجز، أعرج	شخص ذو إعاقة حركية أو جسدية، شخص يستخدم الكرسي المتحرك
الإعاقة العاطفية أو الاضطراب الانفعالي	مضطرب عاطفياً، مريض عقلياً، مهووس، مجنون	شخص ذو إعاقة عاطفية، شخص لديه اضطراب انفعالي
إعاقة ذهنية	متخلف عقلياً، معاق، عديم الفهم، غير مدرك، مجنون	شخص ذو إعاقة ذهنية
قصر القامة	قزم	شخص ذو قامة قصيرة، شخص قصير القامة