

## الانفصال الإعلامي: علاقة المهاجرين العرب بوسائل اعلام بلدان المهجر (بحث مستل من اطروحة دكتوراه)

د. محمد جاسم فلهي الموسوي  
أسيل مهدي رشيد العامري

### مستخلص

يسعى البحث لدراسة موضوعة (الانفصال الاعلامي علاقة المهاجرين العرب بوسائل اعلام بلدان المهجر/ السويد امودجا ) حيث لم تخضع هذه الظاهرة «المشكلة» الى دراسة معمقة لمعرفة اسباب هذا الانفصال الاعلامي ومردوداته على المهاجر سواء في مشكلة اندماجه او فرصته في العمل او تكييفه للعيش داخل المجتمع الجديد، وتعد كلمة (انفصال) من الكلمات النادرة الاستخدام في الدراسات الاعلامية العربية يرادفها احيانا كلمة «عزوف عن المشاهدة او الاستماع او القراءة» و احيانا كلمة «عدم المتابعة او الاستخدام او المشاهدة» و اذا كان الانفصال هو نوع من انقطاع في الصلة بين رسائل ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة، والجمهور من جهة أخرى. فقد تم تعريفه في هذه الدراسة بأنه: «حالة امتناع ارادي او غير ارادي عن متابعة القنوات الفضائية ووسائل الاعلام الاخرى لمجموعة اسباب يضرها او يعلنها الممتنع تتلخص بوجود موقف مناهض لهذه الوسائل او بسبب وجود عائق اللغة التي تستخدمها او يكون هذا الامتناع بسبب خطط مبرمجة لاصحاب هذه الوسائل من خلال جاهلها لمشكلات الممتنع او الايغال في الحط من صورته او التقليل من شأنه».

وتماهى كلمة (الانفصال) بعدد من المواقع التي تتناول قضايا سياسية وجغرافية. ويندر ان تستخدم في الدراسات الاعلامية العربية. وقد تغالفت عنها الدراسات المختلفة التي تصدت لدراسة هكذا حالات ووصفتها بالعزوف او الامتناع أو التعرض من عدمه. وإذا كان حديد مفهوم الانفصال هو نوع من الحفر الاصطلاحي فهو ايضا جذير لهذه المفردة التي تقترب من وجهة نظرنا من الحقيقة اكثر من غيرها من المصطلحات التي تتناول هذه الظواهر، فالانفصال هو نوع من انقطاع الصلة بين رسائل ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة والجمهور من جهة أخرى. و اذا كان الاصل اللغوي لها عربيا يعني «تباين المتصل وتباعده أجزاءه» فانه ياخذ معنى اخر في الدراسات الاجتماعية والاتصالية ويتراوح في كونه قد يكون واضحا أو ضمينا أو غامضا أو إنه (عملية عدم وصول المعلومات من مصادر الأعلام إلى الجماهير أو الأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة) (ص ٥٦، ١). وكما هو معروف فإن عدم اكتمال العملية الاتصالية يعبر من بين اسبابه عن رفض الجمهور للرسائل واهتمامه بها. إذ لا تتم العملية إلا باستقبال الجمهور لتلك الوسائل الاتصالية. فك رموزها وإدراك وفهم ما حمله من معان. يمكنهم من المتابعة إذ (إن المتابعة لوسائل الأعلام ليست عفوية أو اعتباطية بل تحتاج إلى مهارات اتصالية كالقراءة والكتابة في حالة المطبوعات والسمع في حالة الإذاعة والنظر والسمع في حالة التلفزيون ومهارات اتصالية أخرى من جانب المتلقي للرسالة الاتصالية) (ص ١٧٢).

:Research Abstract

Separation is a kind of word that is rarely used in Arabic media studies, relevant, sometimes, to the meaning of "refraining from watching TV or listening to radio or reading newspapers". Sometimes it means "not tuning to or using any form of media like radios .or newspapers to be updated about what is going on in the world

And if separation in this sense means a kind of interruption in the link between the mass media messages on the one hand and the public on the other hand, - which is a serious link in the communication process - the study has defined it as a case of voluntary or involuntary abstaining from following up the satellite channels and other means of media for a number of reasons hidden or declared by the person who assumes this attitude against such means of communication, or because this person is unable to follow up due to the barrier of the language used by these media channels; this failure maybe due to programmed plans drawn by the owners of these means who intentionally ignore the problems of the immigrant or going too far in degrading his image or underestimating .his value

The research sought to study the theme of (Media separation - the relationship of Arab .expats with the media of their countries of immigration, Sweden as a model  
The research has also identified some concepts and terminology relative to the subject matter of the research, including researcher's knowledge on relevant previous studies and research related to the subject of her study and the extent of her utilization of the .results

## مقدمة:

يسعى البحث لدراسة موضوعة (الانفصال الاعلامي علاقة المهاجرين العرب بوسائل اعلام بلدان المهجر/ السويد امودجا) حيث لم تخضع هذه الظاهرة « المشكلية» الى دراسة معمقة لمعرفة اسباب هذا الانفصال الاعلامي ومردوداته على المهاجر سواء في مشكلية اندماجه او فرصته في العمل او تكيفه للعيش داخل المجتمع الجديد في المهجر. ما دفع الباحثان الى اختيار هذه المشكلية للدراسة, وتعد كلمة(انفصال) من الكلمات النادرة الاستخدام في الدراسات الاعلامية العربية يرادفها احيانا كلمة «عزوف عن المشاهدة او الاستماع او القراءة» وحيانا كلمة« عدم المتابعة او الاستخدام او المشاهدة» واذا كان الانفصال هو نوع من انقطاع في الصلة بين رسائل ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة, والجمهور من جهة أخرى. فقد تم تعريفه في هذه الدراسة بأنه:«حالة امتناع ارادي او غير ارادي عن متابعة القنوات الفضائية ووسائل الاعلام الاخرى لمجموعة اسباب يضمنها او يعلنها الممتنع تتلخص بوجود موقف مناهض لهذه الوسائل او بسبب وجود عائق اللغة التي تستخدمها او يكون هذا الامتناع بسبب خطط مبرمجة لاصحاب هذه الوسائل تتماهى كلمة(الانفصال) بعدد من المواقع التي تتناول قضايا سياسية وجغرافية, ويندر ان تستخدم في الدراسات الاعلامية العربية. وقد تغافلت عنها الدراسات المختلفة التي تصدت لدراسة هكذا حالات ووصفتها بالعزوف او الامتناع أو التعرض من عدمه, وإذا كان تحديد مفهوم الانفصال هو نوع من الحفر الاصطلاحي فهو ايضا تجذير لهذه المفردة التي تقترب من وجهة نظر الباحثة من الحقيقة اكثر من غيرها من المصطلحات التي تتناول هذه الظواهر, فالانفصال هو نوع من انقطاع الصلة بين رسائل ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة والجمهور من جهة أخرى. واذا كان الاصل اللغوي لها عربيا يعني» تباين المتصل وتباعده أجزاءه» فانه ياخذ معنى اخر في الدراسات الاجتماعية والاتصالية ويتراوح في كونه قد يكون واضحا أو ضمنا أو غامضا أو إنه (عملية عدم وصول المعلومات من مصادر الأعلام إلى الجماهير أو الأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة)(٥٦,ص١). ووصفت د. جيهان رشدي الانفصال عن وسائل الاتصال الجماهيري بأنه (عدم معرفة الأفراد للأخبار التي تنقلها تلك الوسائل) (٤٣,ص٢٧٥). في حين يذهب د.هادي الهيتي الى (انه عملية انقطاع عن استقبال الجمهور للوسيلة الاتصالية او الرسالة الاتصالية) (١٦,ص١٨٣). في حين ينحى أبو النجا العمري الى الجانب النفسي في تعريفه للانفصال بالقول:- (إنه عدم ميل الأفراد إلى تعريض أنفسهم اختياريًا للرسائل الاتصالية ويتجنبون الرسائل التي لا تفيدهم أو لا تتلاءم مع اتجاهاتهم الراهنة) (٣٦,ص٤٢). وكما هو معروف فإن عدم اكتمال العملية الاتصالية يعبر عن بين اسبابه عن رفض الجمهور للرسائل واهتمامه بها. إذ لا تتم العملية إلا باستقبال الجمهور لتلك الوسائل الاتصالية. وفك رموزها وإدراك وفهم ما تحمله من معان. يمكنهم من المتابعة اذ (إن المتابعة لوسائل الاعلام ليست عفوية أو اعتباطية بل تحتاج إلى مهارات اتصالية كالقراءة والكتابة في حالة المطبوعات والسمع في حالة الإذاعة والنظر والسمع في حالة التلفزيون ومهارات اتصالية أخرى من جانب المتلقي للرسالة الاتصالية)(٣,ص١٧٢).وقد يكون الانفصال محدوداً (Limited Separation) فيعني الانفصال المحدد لوسائل الاعلام, وهو نوع من القيود والضوابط التي تفرضها الرقابة على المشاهدة أو الاستماع أو القراءة. وهناك علاقة قوية بين آراء الناس وما يختارون سماعه أو مشاهدته أو قراءته. لذلك يتضح إن مفهوم الانفصال عند فعند عدم وصول الرسالة إلى الجمهور المستهدف (المتلقي) لأسباب قد تكون نفسية لاسيما

بالمتلقي من خلال عدم توافق الرسالة او مضمون الرسالة مع حاجاته او اهتماماته. او لأسباب تقنية عن طريق عدم وصول تلك الرسالة إلى الجمهور المستهدف. أو لأسباب سياسية من خلال عدم توافق الرسالة مع آراء الجمهور. وبالتالي يعزفوا عن تلك الوسيلة إلى وسائل أخرى تحقق رغباتهم واحتياجاتهم. وبما إن الانفصال (Separation) من الأبعاد الخطيرة في عملية الأعلام ولا جدوى من الوسيلة الإعلامية التي لا يستمع لها أو يشاهدها أو يقرأها جمهورها أو يتابعها بشكل محدد أو يعزف عنها. وقد تكون هذه الوسائل محلية أو وطنية فيندفع إلى وسائل أخرى أكثر جماهيرية لكي تلبي حاجاته بالتالي يمكن القول إن عزوف الجمهور عن مشاهدة القنوات المحلية في بلاد المهجر هو ابتعاد مضمون تلك القنوات عن حاجات الجمهور وانصرافهم إلى وسائل أخرى ومنها قنوات البلاد التي هاجرو منها لتلبي حاجاتهم من خلال جأهلها لمشكلات الممتنع او الايغال في الحط من صورته او التقليل من شأنه»

تساؤلات البحث:

يحاول البحث الاجابة عن التساؤلات التالية:

- ١- ما ذا يعني مفهوم (الانفصال الاعلامي) كمصطلح جديد في الدراسات الاعلامية؟
- ٢- ما أهم النظريات الاعلامية التي طرحت مفهوم الانفصال الاعلامي؟
- ٣- ما أنواع الانفصال الاعلامي بين المهاجرين العرب في الدول الأوربية ووسائل الاعلام في تلك الدول؟
- ٤- التعرف على مدى متابعة المتلقي من اصول عربية لوسائل الاعلام في دول المهجر؟
- ٥- التعرف على نوع الخطاب الاعلامي لوسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في دول المهجر في معالجة مشاكل المهاجرين العرب؟

منهج البحث:

المنهج المستخدم في البحث هو المنهج الوصفي من خلال الدراسات النظرية والميدانية التي تناولت ظاهرة (الانفصال الاعلامي) ومحاولة تأصيل هذا المصطلح في الدراسات الاعلامية العربية والاوربية لارتباطه بظاهرة الهجرة من الدول العربية الى بلدان المهجر الأوربي. تقسيم البحث:

يتضمن البحث ثلاثة مباحث. الأول تناول المهاجرون ونظريات الاتصال المعاصرة - قراءة في العلاقة والتفاعل- متناولاً أهم النظريات الاتصالية وعلاقتها بالمهاجرين وفي المبحث الثاني تمت دراسة الانفصال الاعلامي وتعريفاته و مفهومه و أنواعه واهم الدوافع النفسية التي تؤدي للانفصال الاعلامي. وتناول الجزء الثالث الحاجات الاعلامية للمهاجرين.

## المبحث الأول:

### المهاجرون ونظريات الاتصال المعاصرة (قراءة في العلاقة والتفاعل)

أصبح الإعلام بمختلف وسائطه المكتوبة والمسموعة والمرئية من أبرز خصائص هذا العصر وسماته. حتى انه وصف بعصر المعلومات وتقنيات الاتصال. لذلك صار محل جذب واستقطاب أصحاب الكفاءات والخبرات، فهو يجاري أحدث التقنيات العلمية وآخر ما توصلت اليه ثورة المعلومات والاتصالات التي ألغت المسافات وحددت الأرض وربطت بين بلادها وشعوبها. ولا يختلف اثنان في قوة تأثير وسائل الإعلام على الناس أفراداً وجماعات وشعوباً وأماً. وهكذا فإن الإعلام بحضوره الطاغى وبتأثيره البالغ على العقول والنفوس، بات يشكل اليوم سلطة قوية ونافذة تؤثر بشكل كبير في توجيه الرأي العام في سائر المجتمعات نحو الأهداف التي يتوخاها الموجهون له مهما كانت طبيعة هذه الأهداف وخاصة في السويد « مجتمع الدراسة » حيث يولي الدستور السويدي حماية حرية الصحافة، والتي تعد من أهم ركائزها هو مبدأ حق الحصول على المعلومات والذي يرجع بجذوره إلى القرن الثامن عشر، وهو ينص على أن من حق أي شخص يعيش في السويد سواء كان مواطناً سويدياً أو أجنبياً أن يطلع على أي وثيقة رسمية أو حتى الإطلاع على رسائل البريد الإلكتروني الرسمية للمسؤولين على إختلاف درجاتهم الوظيفية بمن فيهم رئيس الوزراء وهو المبدأ الذي يحظى بأهمية خاصة لدى الإعلاميين والصحفيين على وجه الخصوص. وعلى أساسه يقوم العمل الصحفي، وجمع المعلومات الصحيحة والمؤكدة التي يحصل عليها الصحفيون من الوثائق الرسمية لصناعة تقاريرهم وحقائقهم الصحفية وغالباً ما يتيح لهم هذا القانون مساءلة الحكومة ورموزها على صفحات الجرائد والبحث وراء ممارساتها وممارسات المؤسسات العامة ومدى شرعية استغلالها لصلاحياتها ونفوذها وهذا ما جعل صناعة الإعلام في السويد من بين أقوى الصناعات الإعلامية في العالم وعلى الأخص سوق الصحافة الذي يعد أيضاً من أقوى الأسواق العالمية. فنسبة مقروئية الصحف في السويد مرتفعة وتصل الى ٨٠٪ بين البالغين بينما يصل عدد الصحف ١٦٠ صحيفة منها ٩٣ صحيفة يومية، وبمقتضى قانوني «حرية الصحافة وحرية التعبير» في الدستور السويدي فإن كل مواطن سويدي له الحق في إصدار صحيفة وعليه تحمل مسؤولية ما ينشر على صفحاتها، فيما يبلغ عدد محطات التلفزيون ١٦٩ محطة و تبلغ محطات الإذاعة ٢٦٧ محطة إذاعية.

ومن الصعب التغاضي عن أن سهولة الحصول على المعلومة وضمان الوصول إليها بموجب الدستور ساهم بشكل كبير في أن تأتي السويد في المرتبة الخامسة في قائمة منظمة (صحفيون بلا حدود) لعام ٢٠٠٧ المتعلقة بممارسة حرية التعبير والتي تضم ما يقرب من ١٦٧ دولة (٧٢، مصدر إلكتروني). فهذا المبدأ وحده جعلها تطبق أيضاً مبادئ الديمقراطية والحكم السليم وتحترم حقوق الإنسان والحريات الأساسية، فحرية الصحافة والديمقراطية أمران متداخلان ومرتبطان ببعضهما، وإفتقار أحدهما يعني إلى حد كبير معاناة مريرة وإحساساً قوياً بالفقر، والفقر هنا لا يعني نقص الموارد والمال بل هو متعلق بإفتقار الديمقراطية وبالتالي إفتقار الأمن أيضاً، كل ذلك يدعو لعدد من التساؤلات عن علاقة التطبيق المنظم لمخرجات الاعلام وبين المصدر النظري الذي اعتمده. اي بين النظرية والتطبيق. ومع اختلاف استخدام وسائل الاعلام باختلاف الأهداف والفئة المستهدفة الا ان هناك علاقة وثيقة بين الاثنين بحيث لا يستغني أحدهما عن الآخر. ولا يعمل بدونه. فما هي

طبيعة العلاقة بينهما؟ وما هي النظريات المفسّرة لهذه العلاقة؟ وحاوّل الباحثة في هذا المبحث ايضاح نسب التشابك في هذه العلاقة ومدى انتشار هذه النظريات في الواقع الاعلامي المعاصر وعلاقتها بالمهاجرين من حيث التلقي الاعلامي.

#### أولاً: مفهوم نظريات الإعلام:

يقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع. ويمكن القول. لا توجد نظرية واحدة في الاعلام متفق عليها من حيث العمل والتاثير فكل النظريات تعمل على تقديم تصورات عن كيفية عمل وتأثير الإعلام في الجمهور إذ انها تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع. كما تشرح النظرية ما حدثه من تأثير في الجمهور. أو من الجمهور نفسه تجاه الوسائل أو الرسائل الإعلامية. بل تتجاوز ذلك أحيانا إلى تقديم تصور عما يمكن أن يحدث مستقبلا. وفي هذا السياق يرى دوهيم (1811-1911) أن النظرية هي « نسق من القضايا الرياضية المستنبطة من عدد قليل من المبادئ» (19, مصدر الكتروني) إذ أن تناسب النظرية مع التحليل الرياضي عموما هو احد المعايير التي تؤكد عمليتها. و لذلك يشترط فيها أن تكون الفرضيات و التعريفات التي تنطلق منها محددة بشكل واضح. و أن تخضع لتناسق منطقي باحترام مبدأ عدم التناقض سواء بين حدود كل فرضية. أو بين الفرضيات المعتمدة في النظرية ككل. كما يشترط في النظرية معيار التناسق بين مختلف المبادئ و الفرضيات التي تقوم عليها حسب قواعد التحليل الرياضي. و تتخذ التجربة في الأخير لكي تقارن مع القضايا المستنبطة رياضيا. للتأكد من مدى صحتها أو خطأها. في حين يعتبرها البعض الآخر «بناء فكري إستباطي يحكمه الاتساق والإنسجام. يعتمد العالم الباحث للإجابة عن مجموعة من الطروحات والفرضيات التي تشكل موضوع إهتمامه» (70, مصدر الكتروني) وتتصل النظرية أيضا بالممارسة والتطبيق وبالمجال العلمي بشكل عام. وفي كلتا الحالتين تأخذ النظرية معنى. إنتاج فكري تركيبى وصفى موجه للتطبيق والتأثير في الواقع. وبهذا فهي تحمل عدة أبعاد. بعد واقعي يهتم الموضوع الذي تتولى وصفه. وتفسيره وبعد تقني يرتبط بمجموع الإجراءات والعمليات التي تحيط بإنتاجها. ثم بعد قيمي يتعلق بمدى صدقها وتماسكها. مقابل هذا التحديد للنظرية يمكن التساؤل ما التجربة؟

كما تقدم النظرية تصورا عن التغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الإعلام فيها. والنظرية هي نتيجة دراسات ميدانية من الواقع ومشاهدات حية وإبحاث وصلت وتطورت الى حد وضعها في اطار نظري يصلح لتطبيقه عمليا. التطبيق العملي هو الذي يحدد نجاحها من عدمه فغالبا النظريات قامت على قدر كبير من الافتراض والكثير من التساؤلات لاتتحقق إلا بالميدان. والنظرية تتحدد اهميتها من خلال استمرارها بالتجديد والتطور من خلال ايجاد تساؤلات افتراضية جديدة بالبحث وامكانية تحقيقها بطرق جديدة بالبحث العلمي وقدرتها على التأثير الاجتماعي من خلال ما تنقله من عادات او قيم او موروثات اجتماعية وكيفية التعامل معها فنظرية الاستعمار الالكتروني - مثلا - تؤكد أن تصدير برامج وسائل الإعلام ينقل عددا متنوعا من القيم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وفي بعض الأحيان ينقل قيما سياسية ودينية. في حين تذهب نظرية النظام العالمي إلى أبعد من ذلك وتتوسع في أطروحاتها عن نظرية الاستعمار الإلكتروني عندما تقسم دول العالم إلى ثلاث فئات هي: الدول المركزية، والدول شبه الهامشية، والدول الهامشية.

وتهتم بعض الدول المركزية بآثار الاستعمار الإلكتروني، بل أن بعض الدول المركزية الأساسية مثل كندا وفرنسا وبريطانيا وأستراليا في قلق مستمر من « امركة » صناعاتها الثقافية. أما الدول الهامشية وشبه الهامشية فلديها العديد من الأسباب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والأخلاقية حتى تتخوف أكثر من آثار الاستعمار الإلكتروني. (ص ٣٩، ٨٥)

ثانياً: أهم نظريات الاعلام:

#### ١- نظرية ترتيب الأولويات:

هناك عوامل تصاحب مضمون الرسالة الإعلامية تتمثل في ترتيب رسالة معينة من بين رسائل ومضامين مختلفة، ومساحتها الزمنية أو المكانية في الوسيلة الإعلامية، والشكل الذي تقدم به وغيرها من عوامل الإبراز المختلفة التي تشير إلى اهتمام الوسيلة الإعلامية بقضايا معينة. أن تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين أو شخص معين وإعطائه حيزاً كبيراً يدل على الجمهور على أن الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله حاضراً باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام وأن الموضوعات الأخرى أو الأشخاص الآخرين ليس لهم حضور أو أهمية للجمهور. إن إبراز وسائل الإعلام لقضايا معينة وأشخاص محددين لا يؤدي فقط إلى تضخيم تلك القضايا على حساب قضايا أهم بل إن لذلك كله آثاراً بعيدة على الوعي العام بقضايا الأمة. إن تأثير وسائل الإعلام على الناس من خلال قصر الحصيلة المعرفية لدى الجمهور على مسائل محددة لا تتعدى في الغالب البرامج الرياضية والترفيهية والموضوعات العاطفية، وتقديم قذوات مزيفة له من عناصر المجتمع الهامشية وغير المنتجة. إن إدمان الجمهور على استهلاك المواد الإعلامية التي تقدمها له وسائل الإعلام على أساس ترتيبها هي، قد يؤدي إلى تشكيكه وتأثره بما تشتمل عليه تلك المواد، هذا وجه من أوجه التأثير التراكمي لوسائل الإعلام. إن تحديد الأولويات من المهارات الهامة جداً والواجب تعلمها من أجل بلوغ الأهداف المحددة بالنسبة لكل شخص والنجاح بنسبة كبيرة في أية مشروعات يقدم عليها الإنسان و في حياته بشكل عام، وعملية تحديد الأولويات تنطوي على أبعاد تحليلية جمة مثل تحديد الصورة والإطار العام للهدف ومدى أهميته مقارنة ببقية الأهداف الأخرى ومدى نسبة النجاح بناء على المعطيات المتوفرة للإنسان من موارد وإمكانات مادية أو ذاتية. ويمكن تعريف مهارة تحديد الأولويات بأنها تلك المهارة التي يتم عن طريقها وضع الأشياء أو الأمور في ترتيب معين حسب أهميتها. ومن بين الكلمات أو المفاهيم المرادفة لها مفهوم الترتيب. و هي تسمح باتخاذ القرارات التي تتطلب تنظيماً أو ترتيباً معيناً يأخذ في الحسبان العوامل المختلفة والمعلومات المتوفرة والأنشطة المتنوعة كما أنها تزود بالخيارات المهمة التي يصنع في ضوءها القرارات.

#### ٢- نظرية الاستخدامات والاشباعات:

نشأت نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباعات على يد (الياهو كاتز) العام ١٩٥٩. حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية الى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة. وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الاعلام الطاغية. حيث كان الاعتقاد بأن متابعة الجمهور لوسائل الاعلام تتم ( وفقاً للتعود على الوسيلة الإعلامية وليس لأسباب منطقية ) (ص ٣٣، ١٨). لكن نظرية (مدخل) الاستخدامات والاشباعات له رؤية مختلفة تكمن في ادراك تأثير الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الاعلام. وحكم عملية استخدام جمهور المتلقين للوسيلة الاعلامية عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها: الخلفيات الثقافية، الذوق الشخصي للفرد، أسلوب الحياة، السن.

الجنس . مقدار الدخل . مستوى التعليم . المستوى الاقتصادي . لقد تعددت توجهات الباحثين حول تحديد فرضيات تقوم عليها نظرية الاستخدامات والإشباع، ومن أهم تلك الاتجاهات التي يكاد يتفق عليها الكثيرون من ان الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاته. يُعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد، أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة الإعلامية وذلك بما يتوافق مع حاجاتهم ورغباتهم. يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم (النفسية والاجتماعية)، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتويات الرسائل فقط. إن رغبات الجمهور المتلقي للوسائل الاعلامية متعددة، والإعلام لا يلبي إلا بعضاً منها. واستناداً الى فروض مدخل ( الاستخدامات والاشباع ) فإن الجمهور المتلقي يقوم باختيار المادة الاعلامية التي يرى انها تشبع احتياجه ومن ثم يتم اختيار الوسائل أو الرسائل الاعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات . ويمكن الاستدلال على المستوى والمعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما ( من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال مضمون الرسالة الاعلامية التي تؤديها هذه الوسائل ) ( ٢٩، ص ٨٨ )

### ٣- نظرية الغرس الثقافي:

تعتبر نظرية الغرس cultivation theory تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى و تشكيل الحقائق الاجتماعية و التعلم من خلال الملاحظة التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات. حيث تؤكد الفكرة العامة التي جتمعت حولها النظريات السابقة و هي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد و إدراكهم للعوالم المحيطة بهم خصوصاً للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة. و لذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التعرض \_ مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة \_ و اكتساب المعاني و الأفكار و المعتقدات و الصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيداً عن العالم الواقعي أو الحقيقي. و ترى النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاداً حول طبيعة العالم الاجتماعي يؤكد الصور النمطية و وجهة النظر المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار و الأعمال التلفزيونية (٤٧، ص ٣٤)

و أن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة. و التأثير في هذا المجال ليس تأثيراً مباشراً حيث يقوم أولاً على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية بحيث يمكن النظر إلى أنها عملية تفاعل بين الرسائل و المتلقين يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي (الوسائل الإعلام) خاصة التلفزيون حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساساً للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي، وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجه من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور



المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات. وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة أو بين الأطفال الذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، وكذلك بين الجماعات الهامشية أو الأقليات أو بين من يصورهم التلفزيون ضحايا.

#### ٤- نظرية الفجوة المعرفية

ظهرت هذه النظرية لأول مرة عام ( ١٩٧٠ ) علي يد ثلاثة من الباحثين هم تيشنور ودونوهيو وأولين P.J.Tichenor, G.A.Donohue & C.N.Olien وارتبطت أسمائهم بهذه الفرضية ومحاولات تطويرها. وفرضية فجوة المعرفة فرضاً أكثر منها نموذجاً. حاول تيشنور P.J.Tichenor etal صياغته وذلك من خلال تقديم تعريف لاصطلاح الفجوة المعرفية والتي يرون أنه: «يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادي / الاجتماعي المرتفع يكتسبون المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي / الاجتماعي المنخفض. وبالتالي تتجه الفجوة المعرفية إلى الزيادة بدلاً من النقصان ( ١٠، ص٧٨ )

معنى ذلك أن هذه الفرضية تؤكد على أن الفئات ذات المستوى الاقتصادي/الاجتماعي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام. ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من الفئات الأعلى منها في المستوى الاقتصادي / الاجتماعي (١١، ص١٥). ولقد اعتبر تيشنور وزملاؤه P.J.Tichenor etal أن التعليم يعد مؤشراً أساسياً في تصنيف الأفراد إلى فئات اجتماعية واقتصادية. وحيث أن الطبقة الأعلى تكتسب المزيد من المعلومات، فإن هذا يؤدي اتساع الفجوة المعرفية أكثر من تناقصها. بينما يؤكد الباحثين أن وسائل الإعلام تعد مصدراً هاماً من مصادر المعلومات. إلا أن وسائل الإعلام بتعددتها وتقنياتها جدها ذات تأثير سلبي على الكم المعلوماتي الذي يتم تحصيله من قبل الأفراد. إذ أنها تؤدي - وذلك ضمن آثارها السلبية - إلى حدوث فجوة في المعرفة. لأنه على الرغم من توافر المعلومات وتدفعها ويسر الوصول إليها وتداولها وعدم اقتصرها على فئات بعينها وخاصة في ظل الثورة المعرفية والتقنية - إلا أنه لا تزال هناك اختلافات معرفية موجودة. وامتزايدة باستمرار داخل المجتمع الواحد.

وتقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الأفراد والجماعات في المعرفة وأثر التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية في زيادة أو وجود هذا التباين. ويقوم أساس النظرية على افتراض أن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي يؤدي إلى جعل فئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدل النقصان، ويؤكد هذا الفرض أن الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من المستويات الأعلى.

#### ٥- نظرية المعالجة المعلوماتية

إنها نظرية تبحث في الكيفية التي يستقبل بها الجمهور المعلومات ويختزننها في ذهنه ومن ثم يطوعها ويستخدمها بما ينسجم مع رغباته وتوجهاته. والفكرة الرئيسية لهذه النظرية تقوم على الفرضية التي تقول إن الأشخاص لديهم وجهات نظر منمطة ومرتبطة حول بعض الأفكار أو الأشخاص أو الأحداث التي تقع حولهم، وهذه الصور الذهنية المترسبة في العقل والذهن تساعد

على تفسير ما يدور في محيط الشخص وبيئته. وأيضاً أن لدى الجمهور انطباعات مترسبة عن وسائل الإعلام أو بعض القائمين بالاتصال من خلال المضامين التي يتحدثون عنها، وهذه الانطباعات تؤثر سلباً أو إيجاباً على الجمهور في تعامله مع هذه الوسيلة ومضامينها بالرفض أو القبول، وبالتالي فإن الأفكار المترسبة في الذاكرة تؤثر على الشخص، بحيث يتجاهل الأفكار التي تتعارض معه ويركز على الأفكار التي تعزز أفكاره. وقد يكون هناك تغيير للأفكار المترسبة في حالة تدفق المعلومات وتركيزها بطريقة عرضها للأفكار والأحداث. وهذه العملية لا تتم بسهولة فهي تواجه مقاومة صعبة من الأشخاص.

### ٦- نظرية الاستعمار الإلكتروني:

اعتاد الباحثون الإعلاميون، تقليدياً، اختيار بعض القضايا الدقيقة مثل ترتيب الأولويات، أو الملكية، أو العنف، وتحديدًا في وسيلة إعلام واحدة. لكن وفي حالات خاصة ومناسباتية يركز الباحثون على جوانب وقضايا عامة في نظام إعلامي بعينه. ويوفر النظام العالمي الجديد للمعلومات والإعلام إطاراً عاماً جديداً لدراسة الأنظمة الإعلامية. أما نظرية الاستعمار الإلكتروني، فتعكس الكثير من الاهتمامات المعاصرة. لقد كان اختراع المطبعة على يد الألماني يوحنا جوتنبرغ أحد العناصر الأساسية للاستعمار التجاري. في منتصف القرن الخامس عشر قدم جوتنبرغ مائتي نسخة من إنجيل جوتنبرغ، وعلى الرغم من ثمنه المرتفع، إلا أنه نفذ بسرعة معلنا بداية عهد إعلامي جديد. نعم مات جوتنبرغ وهو رجل مفلس وفقير، لكن اختراعه كان وسيلة لثراء الآخرين وسلطتهم. لقد استخدمت المطابع في البداية لنشر المواد الدينية، ثم ظهرت في مرحلة لاحقة الصحافة الشعبية، التي كانت تباع بأسعار متواضعة. وتمرور الوقت خضعت المطابع لسيطرة الكنيسة الكاثوليكية الرومانية وتسلط بعض الملكيات. وفي تلك الفترة أيضاً، تزايدت المطالبات بضرورة وجود طبقة مثقفة تستطيع التعامل مع التكنولوجيا المعقدة لمصانع الإنتاج. كما بدأت المجتمعات الجماهيرية في التشكل، حيث كانت تضم أعداداً كبيرة من القادرين على القراءة والكتابة وظهرت معها بعض اتجاهات التصنيع التي كانت تشجع على شراء الصحف وتذاكر الأفلام والاستماع للمذياع واستخدام البرقيات.

لقد حددت الحربان العالميتان الأولى والثانية نهاية التوسع العسكري، ومكنت الدول الصناعية في الغرب من التحكم في المؤسسات والمنظمات الدولية وطرق التجارة الدولية والممارسات التجارية الدولية. وفي خمسينيات القرن العشرين، أدى المناخ الاقتصادي والتجاري إلى تشجيع الشركات المتعددة الجنسيات للعمل على زيادة وتوحيد الأسواق الداخلية والدولية على قاعدة إنتاج السلع والبضائع العامة. وفي فترة الثورة الصناعية، وتحديدًا في نهاية عقد الخمسينيات وبداية عقد الستينيات من القرن العشرين، ظهر تغيران أساسيان مهدا الساحة لظهور التوسع الإمبراطوري أو العهد الرابع. أما التغيران المعنيان هنا فكانا، «ظهور القومية وخاصة في الدول النامية، إلى جانب التحول ناحية خدمات أو اقتصاد المعلومات في الغرب.

أما اقتصاد المعلومات فقد اعتمد على وسائل الاتصال عن بعد وتكنولوجيا الحاسوب لنقل المعلومات» (٥٧، ص ١٦٨). هذا الاتجاه الجديد كان يمثل تحدياً للحدود الوطنية التقليدية والعوائق التكنولوجية التي تعوق عملية الاتصال. هذه الحقيقة كان لها تأثيرات مهمة على المجتمعات الصناعية وغير الصناعية، فالاستعمار الإلكتروني اليوم وغداً حل محل أشكال الاستعمار

القديمة؛ العسكري والديني والتجاري.

وبمثل الاستعمار الإلكتروني «علاقة الاستقلال التي ارادتها الدول الأقل نمواً بالغرب، حيث بنيت تلك العلاقة على استيراد برامج وأدوات الاتصال جنباً إلى جنب مع استقدام المهندسين والفنيين والبروتوكولات اللازمة» (ص ٣٩، ٣٥) هذا النوع من الاستيراد أدى إلى ظهور قيم وعادات وثقافات وتوقعات جديدة، تتعارض إلى درجات كبيرة مع قيم الثقافات المحلية وعاداتها. لقد تخوفت الدول الأقل نمواً من الاستعمار الإلكتروني أكثر بكثير من تخوفها من الاستعمار التجاري. ذلك أن الأخير كان يبحث عن العمالة الرخيصة بينما كان الاستعمار الإلكتروني -ولازال- يبحث عن التأثير في العقول. فالهدف الأساسي للاستعمار الإلكتروني هو التأثير على الاتجاهات والرغبات والاعتقادات وأمناء الحياة والاستهلاك. ذلك أنه كلما تزايدت النظرة إلى سكان الدول الأقل نمواً من المنظور الاستهلاكي فقط، تصبح السيطرة على قيم وأمناء سلوكهم مطلباً مهماً للشركات متعددة الجنسيات.

فعندما يشاهد الجمهور العربي مسلسلاً اجنبياً، فإنهم يتعلمون أكثر عن عادات المجتمع الغربي وأمناء حياته. هذا المسلسل، ومن خلال مسلسلات مثل هذا المسلسل أو غيره بدأ المشاهدون في تكوين تصورات عقلية وانطباعات البلدان التي استوطنوها رغم ان هذا الموضوع يشكل ومازال معضلة حقيقية في وجه القائمين في الاندماج في السويد او البلدان الأوربية الأخرى لعدم قدرتهم حث هذه الجاليات على استقطابهم للصورة الاعلامية التي يبثونها وتمسكهم بالقنوات الواردة من بلدانهم وعدم قدرتهم على تلقي الصورة وفقاً للمعيار الأوربي المخصص لها وتشير معظم الدراسات الصادرة في هذه البلدان ان العربي والمسلم يعيش بجسده فقط بين الغربيين والأوربيين ولكن أحاسيسه وعواطفه و مشربه الفكري ما زال في العالم العربي والإسلامي. ففي السويد مثلاً - حيث تقيم الباحثة ان هناك آلاف العوائل العربية والمسلمة لا تشاهد على الإطلاق نشرات الأخبار السويدية ولا تتابع مطلقاً البرامج السياسية والثقافية التي تبثها القنوات السويدية والتي الكثير منها على علاقة بواقع المهاجرين المسلمين في السويد. وكثيراً ما يجب المسلمون ب «لا» عند سؤالهم عن البرامج التي شاهدوها على القنوات السويدية والتي تخص ابنائهم واطفالهم والاجتماعية ويقولون انهم سهرروا مع فيلم لعادل إمام بثته هذه الفضائية، أو سهرروا مع هذه المسرحية أو تلك لهذه الفضائية العربية. وهذه المعضلة جعلت آلاف المسلمين يتأخرون في تعلم اللغة السويدية التي هي المفتاح الأساس إلى المجتمع الذي يعيشون فيه. (١٤، مصدر الكتروني) و بات لديهم فقر معلوماتي عن المجتمع الذي يعيشون فيه. كما تبرز الكثير من الصراعات المذهبية والفكرية التي نشاهدها في واقعنا العربي فقد جرى إستيراد نفس العضلات، كما ان للمشكلة وجهاً اخر يتمثل بالاجيال الجديدة الناشئة في هذه البلدان والتي تتأثر كثيراً بالمشاهدات سواء في القنوات الفضائية الأوربية او دور العرض السينمائية وتقمصهم للكثير من الصور المبتوثة مما احدث نوعاً من الانفصال الاجتماعي بينهم وبين ابائهم وهو تتجلى اهمية او خطورة النظرية الاعلامية « الاستعمار الالكتروني » وهذا الخوف هو الذي يفسر من وجهة نظر الباحثة ظهور العديد من حركات القومية في مناطق مختلفة من العالم، لمواجهة الآثار الاستعمارية لسوق المنتجات الثقافية الغربية. وتنامي هذه الحركات غالباً لدول حديثة كانت في الأساس مستعمرات قديمة لبعض القوى الأوروبية. حيث تهدف هذه الحركات إلى فرض سيطرتها على أطرها السياسية

والاقتصادية والثقافية الخاصة بتاريخها وسيادتها الوطنية. وهذه هي القضايا التي يهتم بها عادة طلاب الإعلام والدراسات الثقافية. وعلى سبيل المثال، هناك اهتمام متزايد بالقضايا التي تهتم الدول النامية والغرب، وخاصة القضايا التي تتخذ مواقف متضادة، مثل دور وكالات الأنباء الدولية وشبكات التليفزيون الدولي ووكالات الإعلان والإنترنت.

### المبحث الثاني: الانفصال الإعلامي أولاً: مفهوم الانفصال :

تتماهى كلمة (الانفصال) بعدد من المواقع التي تتناول قضايا سياسية وجغرافية. ويندر ان تستخدم في الدراسات الاعلامية العربية. وقد تغافلت عنها الدراسات المختلفة التي تصدت لدراسة هكذا حالات ووصفتها بالعزوف أو الامتناع أو التعرض من عدمه. وإذا كان تحديد مفهوم الانفصال هو نوع من الحفر الاصطلاحي فهو ايضا جذير لهذه المفردة التي تقترب من الحقيقة أكثر من غيرها من المصطلحات التي تتناول هذه الظواهر، فالانفصال هو نوع من انقطاع الصلة بين رسائل ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة والجمهور من جهة أخرى. وإذا كان الاصل اللغوي لها عربيا يعني « تباين المتصل وتباعده أجزاءه » فإنه يأخذ معنى اخر في الدراسات الاجتماعية والاتصالية ويتراوح في كونه قد يكون واضحا أو ضمنا أو غامضا أو إنه (عملية عدم وصول المعلومات من مصادر الأعلام إلى الجماهير أو الأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة) (ص ٥٦، ١). ووصفت د. جيهان رشدي الانفصال عن وسائل الاتصال الجماهيري بأنه (عدم معرفة الأفراد للأخبار التي تنقلها تلك الوسائل) (ص ٤٣، ٢٧٥). في حين يذهب د.هادي الهيدي الى (انه عملية انقطاع عن استقبال الجمهور للوسيلة الاتصالية او الرسالة الاتصالية) (ص ١٦، ١٨٣). في حين ينحى أبو النجا العمري الى الجانب النفسي في تعريفه للانفصال بالقول: - (إنه عدم ميل الأفراد إلى تعريض أنفسهم اختياريًا للرسائل الاتصالية ويتجنبون الرسائل التي لا تفيدهم أو لا تتلاءم مع اتجاهاتهم الراهنة) (ص ٤٢، ٣٦). وكما هو معروف فإن عدم اكتمال العملية الاتصالية يعبر من بين اسبابه عن رفض الجمهور للرسائل واهتمامه بها. إذ لا تتم العملية إلا باستقبال الجمهور لتلك الوسائل الاتصالية. وفك رموزها وإدراك وفهم ما حملة من معان. تمكنهم من المتابعة إذ (إن المتابعة لوسائل الأعلام ليست عفوية أو اعتباطية بل تحتاج إلى مهارات اتصالية كالقراءة والكتابة في حالة المطبوعات والسمع في حالة الإذاعة والنظر والسمع في حالة التلفزيون ومهارات اتصالية أخرى من جانب المتلقي للرسالة الاتصالية) (ص ٣، ١٧٢). وقد يكون الانفصال محدوداً (Limited Separation) فيعني الانفصال المحدد لوسائل الأعلام. وهو نوع من القيود والضوابط التي تفرضها الرقابة على المشاهدة أو الاستماع أو القراءة. وهناك علاقة قوية بين آراء الناس وما يختارون سماعه أو مشاهدته أو قراءته. لذلك يتضح إن مفهوم الانفصال عند عدم وصول الرسالة إلى الجمهور المستهدف (المتلقي) لأسباب قد تكون نفسية لاسيما بالمتلقي من خلال عدم توافق الرسالة أو مضمون الرسالة مع حاجاته أو اهتماماته. أو لأسباب تقنية عن طريق عدم وصول تلك الرسالة إلى الجمهور المستهدف. أو لأسباب سياسية من خلال عدم توافق الرسالة مع آراء الجمهور. وبالتالي يعزفوا عن تلك الوسيلة إلى وسائل أخرى تحقق رغباتهم واحتياجاتهم. وبما إن الانفصال (Separation) من الأبعاد الخطيرة في عملية الأعلام ولا جدوى من الوسيلة الإعلامية التي لا يستمع لها أو يشاهدها أو يقرأها جمهورها أو يتابعها بشكل محدد أو يعزف عنها. وقد تكون هذه الوسائل محلية أو وطنية فيندفع إلى وسائل أخرى أكثر جماهيرية لكي تلبى حاجاته

بالتالي يمكن القول إن عزوف الجمهور عن مشاهدة القنوات المحلية في بلاد المهجر هو ابتعاد مضمون تلك القنوات عن حاجات الجمهور وانصرافهم إلى وسائل أخرى ومنها قنوات البلاد التي هاجرو منها لتلبي حاجاتهم.

## ثانياً: أنواع الانفصال

### أ- الانفصال المباشر:

وهو نوع من أنواع الانفصال يقصد به انفصال الجمهور بصورة مباشرة عن وسائل الأعلام. إذ إن الأفراد لا يقرؤون المطبوعات الجماهيرية أو يستمعون إلى الراديو. أو يشاهدون التلفزيون والأفلام السينمائية بصورة مباشرة (ص ٢٥، ١٠٦). إذ لا يتعرض الإنسان لمضمونها بصورة مباشرة ومن هنا يتخذ هذا النوع صفة الوضوح التام في عملية الانفصال.

### ب- الانفصال غير المباشر:

في هذا النوع تمرر المعلومات من وسيلة إلى أخرى أي عملية انتقال المعلومات من الوسائل الجماهيرية المحلية إلى وسائل جماهيرية أخرى يمكن أن يتابعها المتلقي بشكل مباشر فتنتقل المعلومات إليه وتصبح بديلاً للوسائل الجماهيرية المحلية ويعتمدون على هذه البدائل في حصولهم على المعلومات.

### ج- الانفصال المتكرر:

هو عملية تراكم في حجب المعلومات تؤدي إلى تأثر معرفة الفرد بالانفصال المتكرر (أو المعرفة هي نتيجة تفاعل مضمون لوسائل الأعلام مع الخبرات الشخصية للمتلقين. ولكن تذكر المعلومات يتضاءل إذا لم يكن للمرء إهتمام أو مصلحة بالمعلومات. وتعتمد مقدرة المرء على ذكر الأحداث على تكرار التعرض لوسائل الأعلام وحافز التعرض ومدى حاجة المرء للمعلومات) (ص ٤٥)

### هـ- الانفصال الاستبدالي:

وهو نوع يعتمد تغير الأفراد أو استبدالهم الوسيلة الاتصالية بأخرى من أجل التعرف على مضمون معين من مضامين الوسائل الإعلامية. وهكذا يتضح إن الفرد ينتقي من المواد الإعلامية ما يريد إن يتعرض له. وقد لاحظ الانفصال الاستبدالي كل من الباحثين (جاك لايل) و (أويت باكر) في (دراسة ميدانية) (ص ٢، ١١٨) حول اجراء مقارنة أثر التلفزيون في المتلقين إبان خمسينيات القرن الفائت . غير إن الانفصال الاستبدالي ليس شاملاً. من خلال إثباتهم إن التلفزيون ليس الوسيلة الوحيدة لعرض مضمون معين بل هناك ما يعوض عنها وهما السينما والإذاعة. إذ يستبدل الأفراد وسيلة بأخرى من أجل التعرف على مضمون معين من مضامين الوسائل الإعلامية..

### و- الانفصال العفوي أو الاعتباطي (أو العرضي):

هو انفصال الجمهور بصورة غير مقصودة أو مقصودة عن المضامين التي لا تتفق مع آرائهم ومعتقداتهم ( فقد أثبتت تجارب البحث العلمي إن نسبة الأفراد بين الخمس والثالث تتعرض طوعاً للمعلومات. مثل الإذاعات الميدانية في معسكرات الجيش إذ تبث الرسائل الإعلامية التي تكون مغايرة أو مضادة لآراء الأفراد وهذا ما يطلق عليه الانفصال العرضي للوسيلة) (ص ٢٤٦). على الرغم من تناقض المعلومات مع معرفة الفرد ورغباته وتنافر المعلومات مع اتجاهاته. فالانفصال عنها قد يحرف فيها أو يسيء فهم ما قرأه أو سمعه أو يشاهده..

ي- الانفصال المحدود:- وهو وصول وسائل الاعلام إلى جمهور أصغر بكثير من التي تصل إليه الوسائل

الإعلامية في دول أخرى. مثلاً قد يصل بثها إلى منطقة محددة. أي (إن ثلث جمهور منطقة معينة في الدول النامية لا تصلهم أي وسيلة أعلام أو اتصال وهناك الثلث الثاني من هذا الجمهور تصله وسيلة اعلامية واحدة وهي الراديو أما الثلث الأخير من هذا الجمهور فهو الذي يمكن أن يقع ضمن الجمهور الذي تصله وسائل الاتصال الالكترونية من الراديو والمطبوعات والتلفزيون) (٤١, ١٥٢) وقد يحد من انفصال الجمهور عن وسائل الاتصال الجماهيري هو تكاليف الحصول عليها فضلاً عن حاجز انتشار الأمية.

### ز- الانفصال التعويضي :

ويعد هذا النوع من أهم الدوافع في عملية انفصال الجمهور عن وسائل الأعلام. إذ إن جميع الأفراد يحققون توازنهم الاجتماعي والسيكولوجي بالتعويض. وكلما توفرت وسائل الأعلام كلما زادت من إمكانية استخدامها للتعويض وتحقيق التوازن في حياة الناس. وهذا النوع من الانفصال عن وسائل الأعلام واستخدامها يعود إلى أنماط حياة الأفراد - مثل العمل ومستوى الدخل- وليس للعوامل الديمغرافية.

### ر- الانفصال الانتقائي:

وهو نوع من أنواع البحث التي يقوم الناس به عن المعلومات التي تتفق مع مخزونهم المعرفي. فيتعرضون لها. ويتجنبون تلك المعلومات التي تتعارض مع أفكارهم ومواقفهم وميولهم واعتقاداتهم. فالانفصال الانتقائي هو ميل الأفراد إلى انفصال أنفسهم اختياريًا عن الرسائل أما عن طريق وسائل الأعلام سواء (بالقراءة أو الاستماع أو المشاهدة) فيختارون مضمونًا يتوافق مع ميولهم وأجاءاتهم ويتجنبون شعورًا أو لا شعوريًا وسائل الأعلام التي لا يتفقون معها) (٣٠, ص ٤٥). ويعرف تشارلز رأيت (الانفصال الانتقائي) إنه بحث (الأفراد عن المعلومات التي تتفق مع أفكارهم وأجاءاتهم لذلك يجنح الناس إلى تعريض أنفسهم إلى المادة التي تتوافق مع مواقفهم السابقة ويتجنبون التعرض لما يتواءم معهم) (٣٦, ص ٥٥). فالأفراد الذين ينتمون إلى حزب ما يتابعون أخباره أكثر من أخبار الأحزاب الأخرى وأن الأفراد الذين يشجعون ناديًا رياضيًا معينًا. يتعرضون للصحف الناطقة بأسم النادي أو المؤيدة له ويتجنبون الصحف المعارضة له. ويستند هذا السلوك الاتصالي إلى إن هناك (عناصر اجتماعية تتدخل في طبيعة أدراك الشخص النفسية وكيفية رؤيته للعالم وفقًا لنسق القيم الخاص بأجاءات الإنسان ومعاييرها ومن هنا تنجم عملية انتفاء الفرد للوسيلة اتصالية) (٦٢, ص ٩٥)

### المبحث الثالث: دوافع الانفصال النفسية

#### أولاً: معوقات الاتصال الجماهيري في عملية الانفصال:

إن عملية الاتصال بما تنطوي عليها من أوجه نشاط متنوعة تستهدف تحقيق العمومية والشيوع. إلا أنها تقف في طريق تعرض الناس لوسائل الاتصال الجماهيري مجموعة من المعوقات التي تحد من إمكانية انتشارها بين الجماهير المتنوعة. بعضها ذات علاقة بوسائل الاتصال ذاتها وبعضها الآخر له علاقة بالجمهور المتلقي الذي يجب أن يكون قادرًا على أن يفهم ما يسمعه أو يقرأه أو يشاهده مادياً أو نفسياً. ويمكن أن نلخص تلك المعوقات بما يلي:

التمكين:

من خصائص الوسيلة الجماهيرية أن تكون متاحة للجمهور. ويسلك الجمهور الطريق الأسهل في

تلقي الوسيلة والناس أحرار في تلقي الرسائل الاتصالية أو العزوف عنها. وإنهم أحراراً في اختيار الرسالة الاتصالية التي يعرضون أنفسهم لها. ( ويعزف عن الوسيلة إذا كلفته جهداً أو تكلفة كبيرة) (١١، ص ١٢) والتطورات الحديثة لوسائل الاتصال جعلتها متاحة لنسبة محددة من الجمهور. (وبعضها يترتب عليها أعباء على الأفراد كتلفزيون الكيبل. أو الاشتراك بشبكة الكمبيوتر عبر الهاتف أو كيبل الدفع) (٦، ص ٤٩). وقد يتعرضون لأكثر من وسيلة متاحة لهم. فيقسمون وقتهم بين وسائل الأعلام مراعين على أن يحصلوا من كل وسيلة من الوسائل على احتياجاتهم من الترفيه والأعلام والتوجيه والتنقيف وفقاً لإمكانات كل وسيلة متاحة.

الانحياز:- ان الأفراد يتلقون وسائل الأعلام بشكل انتقائي (Selective). ولا يتلقون الوسائل اعتبارياً أو عفويًا فمنهم من يميلون إلى تلقي الرسائل بشكل يتوافق مع اتجاهاتهم وعقائدهم . (وهذه المسألة تجعل الأفراد يعزفون إلى حد ما عن الرسائل التي لا تتوافق مع آرائهم واتجاهاتهم ويتفاعلون مع الرسائل الإعلامية القريبة من معتقداتهم وقناعاتهم كلما كانت أشد. بالمقابل تضعف قدرة الرسالة الإعلامية على التأثير فيهم إذا ابتعدت عن ذلك) (٤، ص ٧٩). فقد يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل لا تتماشى مع عقائدهم لمقاصد عديدة. منها محاولتهم تفحصها والإطلاع على وجهة النظر الأخرى. فقد أثبتت العديد من الدراسات إن نسبة الأفراد تتفاوت بين الخمس والثالث من الذين تعرضوا طوعاً للمعلومات المعروضة (سواء بصورة مقصودة أو غير مقصودة. ولكن فرص الدعم أكثر بكثير من فرص التغيير الطفيف وأكثر من التغيير الجذري) (٣٧، ص ٧٤). وأنه في حالات خاصة وتحت ظروف معينة يعمد المستهلكون إلى تفسير الرسالة الإعلامية تفسيراً خاطئاً وتحريف معناها بما يجعلها متمشية مع آرائهم واتجاهاتهم وعاداتهم.

حاجات المتلقي للمهارات الاتصالية: إن مفهوم تلقي وسائل الاتصال يمكن وصفه بـ ( نشاط سهل إلا انه يتطلب عدداً من المهارات. ومن بين تلك المهارات: القراءة والانتباه والوعي وتنطوي مهارات القراءة على الإدراك وفهم الرموز المطبوعة التي تحمل المعاني. فكلما ارتفع مستوى التحصيل العلمي كلما كثر استخدام الأفراد للوسائل الإعلامية) (٣٦، ص ٥٩). فيتطلب مهارة القراءة للمواد المطبوعة والإنصات والاستماع للمواد المذاعة والسمع والمشاهدة للتلفزيون. وتعد مهارات الإنصات والاستماع (Listening) والانتباه (Attention) من المهارات الاتصالية المهمة وهي أساس التلقي الفعال. وان لكل فرد مدى انتباه (Spanofattn) يختلف باختلاف الأفراد وظروفهم ومراحل نموهم (٢٠، ص ٢٠)

الفروق الفردية: يختلف جمهور وسائل الاتصال الجماهيري في تلقيهم للرسائل تبعاً لطول المدة الزمنية التي يتابعون اثناءها للوسيلة أو الرسالة. وعلى أساس ذلك يمكن القول إن (هناك جماهير ذات تعرض قصير Short Exposure وأخرى ذات تعرض طويل Long Exposure فمن غير الممكن تحديد المدى الزمني للتعرض القصير والطويل بصورة كمية) (٢١، ص ١٧). وتميل المجموعات الأكبر عمراً إلى متابعة وسائل الاتصال الجماهيري طبقاً لمقاييس يمكن أن نطلق عليها المصلحة الاجتماعية. (عن طريق ميلها إلى انتقاء مواد الاتصال التي تخدم بطريقة مباشرة حياة الجماعة) (١٦، ص ٩٣) مصداقية المصدر: يضع الجمهور عند استقباله للرسالة الاتصالية شخصية المرسل في الاعتبار والثقة بالمصدر هي درجة الصدق التي يوليها للمصدر والرسالة الاتصالية. وقد يؤدي عدم ثقة الأفراد بالمصدر إلى عزوفهم وانخفاض متابعتهم له. إن هدف المصدر الاتصالي من إرسال الرسائل

الجماهيرية هو الوصول إلى المتلقي إذ لا تتم العملية إلا بإيصال المتلقي الرسالة الاتصالية عن طريق قراءة رموزها المطبوعة أو مشاهدة رموزها المرئية أو الاستماع إلى رموزها المسموعة وفك تلك الرموز وإدراك ما حمله من معان وفهمها. وقد تكون ثقة الجمهور بالمصدر ليست إلا استجابة أساسها إقناع الناس بالطرف الآخر ولا تعني بالضرورة التزام المصدر فعلاً بالصدق. (فقد يثق بعض أفراد الجمهور بمصدر لا يتوفر فيه الصدق) (٤٦، ص ١٩٥).

عدم تلبية الحاجات والابتعاد عن الهدف: إن ابتعاد الرسالة عن حاجات الجماهير واهتماماتهم يعد سبباً مهماً في عزوف الأفراد عن الوسيلة الاتصالية أو قلة انفعالهم عنها. ومن المطالب التي ينبغي توفرها في الرسالة الاتصالية إنارتها الحاجات الشخصية للمستقبل وان يكون المضمون قريباً من اهتماماته. ويعزف الجمهور عن ذلك إذا ابتعدت الرسائل الإعلامية عن الاهتمام بالثقافة الاجتماعية و برغبات الجمهور.

اشترك الخبرات: يجب أن تكون هناك خبرة مشتركة بين المصدر والمتلقي لكي يضمن وصول المعنى (فعلى مستوى الاتصال الشخصي أو المحدود يكون هناك نوع من الخبرة أو اللغة المشتركة بين طرفي عملية الاتصال يتيح قدرًا كافيًا من الوضوح للمشكلة أو الرسالة بين الطرفين) (١٠، ص ٧٨). أما في حالة الاتصال الجماهيري فلا توجد في معظم الحالات هذه الرابطة التي تتصف بها العمليات الاتصالية الشخصية أو المحدودة بين المرسل وجماهير المتلقين. (إذ يختلف مفهوم الرسالة بين الطرفين نظراً لاختلاف المعرفة والمعلومات. مما يخلق حالة من عدم القدرة على الفهم المتبادل للرسالة الواحدة

بين الطرفين) (٢٨، ص ٤٨). ويؤدي العزوف عن الرسائل من قبل الجماهير عن طريق استخدام بعض المصطلحات الصعبة الفهم من قبل المرسل.

#### ثانياً: دواعي الانفصال الاعلامي:

لا بد من معرفة اهم الاسباب التي تدفع المتلقين لعملية الانفصال عن وسائل الاعلام والاتصال وعدم تقبلهم للرسائل التي تبثها حيث تباينت الاراء حول تلك الدواعي يمكن اجمالها بالنقاط التالية

١- قيود داخلية خاصة بالجمهور والتي تتركز في العمليات النفسية والعقلية (١٥، ص ١٣٣):

٢- الملل الذي يصيب المتلقي أما من الوسائل أو الرسائل الإعلامية. وإدراك العوامل التي تؤدي إلى إثارة اهتمام القراء أو المستمعين أو المشاهدين والعمل بها.

٣- الكم الهائل من المواد الإعلامية والإعلانية والدعائية في الوسائل الإعلامية كافة يتطلب البساطة في تحرير الرسالة واختيار الوقت الملائم لنشرها أو عرضها وأذاعتها. ويعزف الجمهور عن ذلك إذا أصابه الملل من كثرة الرسائل ذات المضمون الواحد والكثرة أو المبالغة في عدد القنوات والمحطات بالروتين نفسة الغالب عليها.

٤- اللغة المستخدمة في الرسالة الاتصالية: لعل هذا العامل هو الأساس لنجاح أية رسالة إعلامية (هو التشابه والمشاركة في الخبرات والأفكار بين المرسل والمتلقي) (٢٢، ص ٨٧). بحيث يستطيع المتلقي فك الرموز. ولما كانت الرسالة الجماهيرية تبث عادة إلى جمهور واسع يتألف من أفراد غير متجانسين لذا يجب أن نستبعد العناصر غير المتفق عليها. وكلما كبر حجم الجمهور ابتعد المصدر عن المعاني المختلف عليها فان استخدام المصطلحات الصعبة والأفكار غير المفهومة وغير الواضحة



يعيق عملية التعرض ويؤدي إلى عزوف المتلقي عن الرسائل المعروضة وهذه المشكلة يمكن ان نجد لها حضوراً واضحاً في اوساط المهاجرين الجدد الذي لم يستطيعوا ان يتالفوا مع اللغة الجديد وبالذات اللغة السويدية التي هي مزيج من اكثر من لغة لا تمت بجذر لغوي مشترك مع اللغة العربية ما اوجد نوعاً من الابتعاد عن الوسائل التي لا يفهم محتواها المتلقي العربي.

٥- وجود التشويش: يعد التشويش أحد مسببات الانفصال عن الوسيلة الاتصالية والتشويش كمصطلح هو أي شيء يدخل في سلسلة الاتصال لا يكون في نية المرسل كالتشويش الهندسي كأن يكون مرور طائرة فتضطرب الموجات أو عوامل تشتت الانتباه كالنطق السيئ والتشويش ثلاثة أنواع (١٨، ص ٩٨).

#### أ- التشويش الهندسي: ويشمل تشويش القناة (Channel Noise):

هو إذاعة أصوات عالية على الموجة نفسها أو بالقرب من موجة المحطة التي تبث البرامج موجات سماوية بعيدة المدى أو موجات أرضية محلية (٤، ص ٩٩).

#### ب - التشويش في دلالات الألفاظ:

هو استخدام المصدر لكلمات لا يتسع لها قاموس الجمهور اللغوي او تعابير لا تقوى بعض مستويات الجمهور أن تدركها وتفهمها وليس للجمهور معرفة بأوليائتها. ( واستخدم كلمات تحمل معنى معيناً بالنسبة إلى المصدر على حين تحمل معنى مخالفاً عند الجمهور. وهو يختص بالرموز التي تحملها الرسالة عن طريق استخدام المرسل لكلمات صعبة أو تحمل مفاهيم وأفكار غير موضوعية بالنسبة للمستقبل فيعرف الجمهور عن الوسيلة الاتصالية ) (٢٣، ص ٢٤٣).

#### ج- التشويش السيكولوجي:

يعبر عن الواقع النفسي للمستقبل وظروف تعرضه للرسالة الإعلامية. فالعمليات العقلية والنفسية التي يقوم بها المتلقي تجاه المادة الإعلامية. (تؤثر في تفاعله مع الرسالة فضلاً عن التصورات المتبعة عن المرسل ورسالته عن طريق صور مطبوعة في ذهن المتلقي يصعب تغييرها ) (٣٨، ص ٩)

#### المبحث الرابع: حاجات المهاجرين النفسية والاجتماعية من وسائل الاتصال:

إن عملية تلقي الرسالة الاتصالية تؤلف بعداً أساسياً في مجمل العملية الاتصالية والتعرف على الدوافع النفسية والاجتماعية للمهاجرين وطبيعة تعرضهم لوسائل الاتصال يعد من الدراسات التي يمكن أن يستند عليها المخططون والممارسون في رسم السياسة البرمجية. ويرتبط الحديث عن الحاجات النفسية للمهاجرين بموضوع الاغتراب والهوية وقد اجريت العديد من الدراسات الميدانية التي ربطت بين متغير الاغتراب واثرها على الهوية في مجتمعات مختلفة في العالم ومنها دراسة قام بها Sarriadee Vorakit Phokatron في العام ١٩٨٠ في تايلاند . تعرضت هذه الدراسة لمعرفة التنبؤ عن السلوك الفوضوي الناجم عن الاغتراب . ومشاعر ازمة الهوية وتقدير الذات وانعكاسه على المجتمع . حيث اجريت الدراسة على عينة مكونة من ٣٦٠ طالبا في الصف الثاني الثانوي ( الدراسة الفنية) . و ٣٠٠ طالب بالصف الثاني العام . وكانت اهم النتائج : « انخفاض تقدير ذواتهم داخل اسرهم وكانوا اكثر اغترابا عن المجتمع و يتميزون باتجاهات اكثر سلبية تجاه المدرسة واكثر ميلا للسلوك الفوضوي» .

واجريت دراسة اخرى في عام ١٩٩٩ قام بها Sankey & Houn على عينة بلغت (١٥٢) مراهقا

وهدفت الى التعرف على دور البيئة في تكوين الاغتراب الذي يسبب ازمة الهوية . وظهرت الدراسة ان للبيئة دور في حدوث الاضطرابات الاجتماعية والجناح وكذلك الاغتراب الاجتماعي (٣٢،ص٤٧) وقد ابرزت هذه الدراسات ان الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الاتصال بالرغم مما أحدثته من طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الوطني والقومي والدولي بحيث أصبحت وسائل الاتصال جزءاً من نسيج الحياة اليومية للمواطن. الا انها قد اسهمت بشكل كبير بعملية انفصاله عن مجتمعه الذي يعيش فيه بل واحيانا عن أسرته التي تسكن معه بسبب ارتباطه بهذه الوسائل الى حد كبير وهو (ما يمكن أن يحدثه هذا من آثار تتصل بأجاءاته وقيمه وأدراكاته الأمر الذي ينعكس على توجهات الرأي العام وما يتعرض له صانع القرار من ضغوط) (٤٩،ص٤٢٩).فالدافع هو الرغبة الكامنة وراء عملية الاتصال إذا كان الاتصال حاجة نفسية أو اجتماعية(٥،ص٩٨). وهذا السبب الذي يدفع بالمهاجرين الى التعلق بوسائل اعلام بلدانهم على حساب وسائل اعلام الدول التي تحتضنهم وهو ما عبر عنه باحث فرنسي بالقول « يعيش العرب بيننا في النهار لكنهم يعودون الى بلدانهم في الليل..... تربطهم الهوائيات بالبلدان الشقيقة او باصوات رؤسائهم. فكلما التقطت الهوائيات اشارات من الشرق اصبحت فرنسا بلا معنى»(٣١،ص٧٧).

ومع انتشار وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري أخذ الإنسان يعيش لحظات حرب نفسية دائمة وهو يتلقى في كل مكان مؤثرات تهدف بوسيلة أو أخرى إلى دفعه لاعتناق فكرة ما. أو شراء بضاعة ما. أو أداء عمل معين(٤٢،ص٢٧٥). وان استمرار تلقي تلك الأفكار الجديدة والقيم المختلفة وأسلوب الحياة غير الذي اعتاده، يغير في أسلوب حياته متأثراً بما يتلقاه. وبدرجة تختلف من فرد إلى آخر حسب تركيبة شخصيته وحالته النفسية والبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها ونوع الوسيلة الإعلامية ومضمونها والسياسة التي تسيروها.

وتلعب الفروقات الفردية دوراً كبيراً في دوافع التلقي للوسائل ولأن المتلقين لأية وسيلة لا يشكلون وحدة مترابطة تفهم بشكل موحد ما يوجه إليها من مضمون. (فالأفراد يختلفون في تفسيرهم للرسائل ويتباينون تبايناً كبيراً)(٢٦،ص٥٨). (بمعنى ان الإنسان يدرك أجزاء معينة من الظواهر وينتقيها حسب ما يتوفر له من خبرات سابقة. ويمكن ان تلعب السمات المعرفية دوراً في فهم الرسالة فضلاً عن خصائص الفرد المدرك)(٥٠،ص٣٣). وتعد الفروقات الفردية (٤٠،ص٣٣) الأساس في الدوافع والتعلم والشخصية والاتجاهات وما إلى ذلك من فروقات تؤدي في اختيار مضمون معين مما تعرضه الوسائل على في كيفية تفسير الجماهير إلى الرسائل وإدراكهم لها. اذ بدلاً من ان يكون جمهور المتلقين متماثلين أصبح بالأمكان النظر اليهم على أساس أسلوب عادات تلتقيهم لمضمون الوسائل وهذا يتباين من شخص لآخر. (وان احتواء الوسائل التي تبثها وسائل الاعلام الجماهيرية على حوافز معينة تتفاعل مع السمات الشخصية للمتلقين. وهذه الفروقات هي التي تفرض هذا التباين في عملية التلقي)(٣٣،ص٢٤).وان التحول في الرأي نتيجة لذلك أقل شيوعاً من التدعيم والتغير الطفيف للأراء. ولكن قد تتبع وسائل الاعلام في القيام بدور أساس في إحداث هذا التحول في الأراء. ولاسيما الأوقات التي ينتشر فيها عدم اليقين والخبرة حول أمور معينة. تحدث تغيرات في اتجاهات وقيماً جديدة قد تساعد في بعض العمليات الانتقائية والتي تعمل على إحداث التدعيم ولا تحدث في حالات يتعرض الفرد فيها لضغوط متعارضة أو حينما يضطر أن يقول شيئاً لا يؤمن به ويمارس قادة الرأي دوراً مزدوجاً في عملية الاتصال إذ يتابعون الوسيلة لمعرفة الحديث من المعلومات

ينقلون تلك المعلومات إلى المواطنين عن طريق المساجد والمقاهي والمدارس وغيرها (١٣، ص ٣٠). ويزيد عملية التلقي من معلومات الفرد فمن المعروف ان الأفراد الذين يخصصون في المتوسط لوسائل الأعلام ما لا يقل عن ست ساعات يومياً ومن المحتمل ان يحدد الساعات هذه بجعله يحصل على قدراً كبيراً من المعلومات ويحتفظ بها. وأوضحت عدداً من الدراسات الأجنبية والعربية. (ان متابعة وسائل الأعلام يزيد من معلومات الفرد بصفة عامة. والطفل بصفة خاصة. فالطفل يجلس سلبياً أمام جهاز التلفزيون و يشبه كقطعة الإسفنج التي تمتص كل ما يتعرض له) (٨، ص ١٥). وان تلقي الطفل مشاهد العنف في أفلام الكارتون أو العروض الحية للعنف (يمكن ان تزيد من احتمالية السلوك العدواني. وبعضهم يقلل أو يضعف أو يزيل حساسية صغار المشاهدين تجاه الاستجابة إلى العنف في بيئتهم) (٢٣، ص ١٧٨). وهناك دراسات خاصة بالتلقي في سياق الدور الوظيفي التي تقوم بها وسائل الأعلام في المجتمع. و من وظائفها المتعددة الإخبارية والتثقيفية والترفيه فضلاً عن وظائف أخرى تسعى وسائل الأعلام إلى تحقيقها في سياق العمل الإعلامي. (وان دراسة العلاقة الوظيفية والوسائل والجمهور هو محاولة لاستكشاف الدوافع وراء المتابعة لوسائل الأعلام) (٥٥، ص ١٤). وما قد يتحقق من إشباعات نتيجة لذلك في محاولة لخلق اتجاه وظيفي يربط بين المدخل الوظيفي ومدخل التأثيرات لا سيما فيما يتعلق بوظائف الأخبار والتنشئة وخلق الدوافع والتثقيف والتسلية وان الاتصال عملية اجتماعية ونفسية قائمة بتبادل الرموز بهدف تلبية حاجات مختلفة ( تعلمية وتثقيفية وترفيهية) ما يؤدي في النهاية إلى التأثير في السلوك الإنساني وتغيير اتجاهه. ولاسيما وسائل الأعلام التي توجه إلى أعداد كبيرة من البشر غير متجانسة مع الأعمار والاهتمامات والثقافات) (٢٤، ص ١٥). وما يقدمه التلفزيون من برامج خاصة تتعلق بالتسلية والترفيه والثقافة والأخبار كما يعمل على تدعيم ونشر الاتجاهات والاهتمامات السائدة عزلهم المضمون الإعلامي الذي يكون اهتمامه به بسيطاً أو مقدماً ويهتمون بما يحبون ويميلون إليه. فعلى سبيل المثال. إن المدفوعين لمتابعة الأحداث الجارية للجمهور وبذلك ترى إن برامج التسلية والترفيه كثيراً ما تحمل انطباعات متباينة في اتجاهات الجمهور عند تعرضهم لها. (إن المشاركة الإيجابية للجمهور في بناء معاني ولاسيما لوسائل التي يستقبلها وذلك في إطار مقارنة (نفسية - اجتماعية) او تفاعلية مع الديناميكية الثقافية للمحيط الذي ينتمي إليه هذا الجمهور) (٢٧، ص ٤٢).

إن مجتمعاتنا الإعلامية مشبعة بالوسائل المنافسة لدرجة إن الناس لا يستطيعون الاهتمام بكل شيء يوجه إليه. وبالتالي ينحصر اهتمام الجمهور التلقي في جزء محدود ما هو متاح يومياً. عن طريق يعطون للأخبار اهتماماً أكثر مما يفعل من لديهم شغف وأدراك أقل. أو من لديهم هموم عميقة بشأن صحتهم يعطون للمضمون الذي يتعامل مع القضايا الطبية اهتماماً أشد مما يعطيه من لديهم رضا أكبر عن أنفسهم من الناحية الصحية. ويتجنب الأفراد وسائل الأعلام التي تتضمن طعناً أو جريماً أو تشكيكاً لأرائهم ومعتقداتهم) (١٠، ص ١٢٣)

إن التطور التقني في ميدان الإرسال التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية. وما شهدته الساحة الإعلامية من إعداد متزايدة من القنوات التلفزيونية الفضائية التي أضفت بعداً جديداً على أنماط وعادات المشاهدة وتعرض المتلقيين في كل أنحاء العالم. أصبح أمام خيارات متعددة ومفتوحة أزاء ما يمكن استقباله من القنوات التلفزيونية الأرضية أو الفضائية في مناخ جديد تراجعت معه الرقابة الحكومية التقليدية عن خيارات المشاهدة وما أدى إليه البث الخاص بالقنوات والفضائيات الأجنبية

والعربية إلى ظهور تحديات مصداقية الخطاب الفكري والاجتماعي المنقول منها وما يترتب من آثار محتملة على المشاهدين)(١٠، ص١٢٧)

### النتائج والخلاصة:

١- إذا كان تحديد مفهوم (الانفصال الإعلامي) هو نوع من الحفر الاصطلاحي فهو أيضا تجذير لهذه المفردة التي تقترب من الحقيقة أكثر من غيرها من المصطلحات التي تتناول هذه الظواهر، فالانفصال هو نوع من انقطاع الصلة بين رسائل ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة والجمهور من جهة أخرى. وإذا كان الاصل اللغوي لها عربيا يعني «تباين المتصل وتباعده أجزاءه» فإنه يأخذ معنى آخر في الدراسات الاجتماعية والاتصالية ويتراوح في كونه قد يكون واضحا أو ضمنيا أو غامضا أو إنه عملية عدم وصول المعلومات من مصادر الأعلام إلى الجماهير أو الأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة(٥١، ص١).

٢- تعددت أنواع الانفصال فاصبحت تشمل الانفصال المباشر و الانفصال غير المباشر والانفصال المتكرر والانفصال الاستبدالي والانفصال العفوي أو الاعتباضي (أو العرضي) و الانفصال المحدود و الانفصال التعويضي و الانفصال الانتقائي.

٣- إن دوافع الانفصال النفسية تشمل معوقات الاتصال الجماهيري في عملية الانفصال والتمكين والاتاحة والانحياز والانتقائية في تلقي الرسالة الاعلامية والمهارات الاتصالية للمتلقي والظروف الفردية ومصداقية المصدر ومدى تلبية الحاجات والخبرات المشتركة.

٤- إن أهم الأسباب التي تدفع المتلقين لعملية الانفصال عن وسائل الاعلام وعدم تقبلهم للرسائل التي تبثها تشمل قيودا داخلية نفسية وعقلية خاصة بالجمهور، والملل الذي يصيب المتلقي من وسائل الاعلام، والكم الهائل من المواد الاعلامية والدعائية والاعلانية واللغة المستخدمة في الرسالة الاتصالية ووجود تشويش بأنواعه مثل التشويش الهندسي ودلالات الالفاظ والتشويش اليكولوجي.

٥- إن الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الاتصال بالرغم مما أحدثته من طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الوطني والقومي والدولي بحيث أصبحت وسائل الاتصال جزءاً من نسيج الحياة اليومية للمواطن. إلا أنها قد أسهمت بشكل كبير بعملية انفصاله عن مجتمعه الذي يعيش فيه بل واحيانا عن أسرته التي تسكن معه بسبب ارتباطه بهذه الوسائل الى حد كبير وهو (ما يمكن أن يحدثه هذا من آثار تتصل باتجاهاته وقيمه وأدراكاته الأمر الذي ينعكس على توجهات الرأي العام وما يتعرض له صانع القرار من ضغوط)(٤٩، ص٤٩). فالدافع (هو الرغبة الكامنة وراء عملية الاتصال إذا كان الاتصال حاجة نفسية أو اجتماعية)(٥، ص٩٨). وهذا السبب الذي يدفع بالمهاجرين الى التعلق بوسائل اعلام بلدانهم على حساب وسائل اعلام الدول التي تحتضنهم وهو ما عبر عنه باحث فرنسي بالقول « يعيش العرب بيننا في النهار لكنهم يعودون الى بلدانهم في الليل..... تربطهم الهوائيات بالبلدان الشقيقة او باصوات رؤسائهم. فكلما التقطت الهوائيات اشارات من الشرق اصبحت فرنسا بلا معنى»(٣١، ص٧٧)

## المصادر والمراجع

### القرآن الكريم

- ١- د. أبو أصعب . صالح خليل . الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع . عمان . ١٩٩٥ .
- ٢- أبو النجا العمري. الأتصال في الخدمة الاجتماعية. دار المعرفة الجامعية. ط١ . ١٩٨٦ .
- ٣- أبو هلاله يوسف محي الدين . نشأته. أساليبه وسائله وما يؤثر فيه. مكتبة الرسالة الحديثة. عمان. ١٩٨٧
- ٤- إسماعيل، خميس السيد . السلوك الإداري. دار ألهدنا للطباعة. ١٩٨٨
- ٥- د. إمام . إبراهيم . الإعلام والاتصال بالجماهير . مكتبة الأجلو المصرية. ط٢ . القاهرة . ١٩٧٥ .
- ٦- الأنصاري ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم . معجم لسان العرب . ج٩. المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر . ١٣٠هـ - ٧١١هـ. طبعة مصورة عن طبعة بولاق. القاهرة. بلا تاريخ نشر.
- ٧- د. بدر . أحمد . أصول البحث العلمي ومناهجه . ط٢ . وكالة المطبوعات. الكويت. ١٩٧٥
- ٨- جوهر؛صلاح الدين . علم الاتصال. مفاهيمه. نظرياته. اتجاهاته. مكتبة عين شمس. ط١ . ١٩٧٩
- ٩- د. الصادق الحمادي، الوطن، الصورة، الهوية، مقارنة لعلاقة المهاجرين العرب في اوريا بالقنوات الفضائية العربية. بحث في كتاب بعنوان« القنوات الفضائية العربية في خدمة الثقافة العربية الاسلامية. تونس، ١٩٩٨،
- ١٠- د. حسين . سمير محمد حسين. بحوث الاعلام. القاهرة: عالم الكتب. ١٩٩٩.
- ١١- د. الحضيف . محمد بن عبد الرحمن . كيف تؤثر وسائل الإعلام : دراسة في النظريات والأساليب . مكتبة العبيكان . الرياض . ١٩٩٤ .
- ١٢- محمد منير حجاب. أساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية، دار الفجر، القاهرة، ٢٠٠٢
- ١٣- د. دليو . فضل . الاتصال : مفاهيمه - نظرياته - وسائله . دار الفجر للنشر والتوزيع . القاهرة . ٢٠٠٣ .
- ١٤- د. رشاد . عبد الغفار . دراسات في الاتصال . مكتبة نهضة الشرق . القاهرة . ١٩٨٤ .
- ١٥- د. رشتي، جيهان أحمد . الأعلام الدولي بالراديو والتلفزيون. دار الفكر العربي. القاهرة. ١٩٧٩ .
- ١٦- د. رشتي . جيهان أحمد . الإعلام ونظرياته في العصر الحديث . دار الفكر العربي للنشر . القاهرة . ١٩٧١ .
- ١٧- السماعيل، محمد أزهر سعيد وآخرون. أصول البحث العلمي. ط٢ (الموصل: مطبعة جامعة صلاح الدين. ١٩٨٦) .
- ١٨- د. الشال . انشراح . مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي . دار الفكر العربي. القاهرة. ٢٠٠٠ .
- ١٩- د صيني، سعيد اسماعيل . قواعد اساسية في البحث العلمي. (بيروت: مؤسسة الرسالة.١٩٩٤).
- ٢٠- د. عدوان، نواف . المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري. إعداد لوتيريانا في الولايات المتحدة الأمريكية. ١٩٨٨.
- ٢١- العوينتي، محمد علي . دور التكتيك من الأعلام الدولي. عالم الكتب. القاهرة. ١٩٧٩
- ٢٢- ألدلي، عاطف . الدعاية الأسس النظرية والنماذج مطبعة. دار الفكر العربي. القاهرة. ٢٠٠٣

- ٢٣- الغلاييني، محمد موفق . وسائل الإعلام واثرها في وحدة الأمة . دار المنارة للنشر والتوزيع - جدة . ١٩٨٥ .
- ٢٤- د. طوينه، على . د. وسام فاضل راضي. التعرض للقنوات التلفزيونية الفضائية في اليمن. مجلة كلية المعلمين العدد ٤٢. سنة ٢٠٠٤ .
- ٢٥- د. عبد الحميد . محمد . البحث العلمي في الدراسات الإعلامية . عالم الكتب. القاهرة . ٢٠٠٠ .
- ٢٦- د. محمد عبد الحميد. دراسة جمهور في بحوث الاتصال. عالم الكتب. القاهرة. ١٩٩٣ .
- ٢٧- د. عبيد . عاطف عدلي العبد . مدخل إلى الاتصال والرأي العام : الأسس النظرية والإسهامات العربية . دار الفكر العربي . ط٣. القاهرة. ١٩٩٩ .
- ٢٨- عليان، ربحي مصطفى عثمان محمد غنيم. مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. ٢٠٠٠. ص ٤٢ .
- ٢٩- د. فهيم . فوزية . الفن الإذاعي . دار المعارف . القاهرة . ١٩٧٨ .
- ٣٠- فرج الكامل / بحوث الاعلام والرأي العام . تصميمها واجراؤها وتحليلها / دار النشر للجامعات / القاهرة ٢٠٠١
- ٣١- قباري محمد إسماعيل. علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال. منشأة المعارف. ط١. الإسكندرية. ١٩٨٤م
- ٣٢- القريوتي، محمد قاسم . السلوك التنظيمي. دراسة السلوك الإنساني. بيروت. ٢٠٠٤
- ٣٣- مرعي، توفيق . الميسر في علم النفس الاجتماعي. دار الفرقان للنشر والتوزيع. الأردن. عمان. ١٩٨٤
- ٣٤- نهى عاطف العبر / أطفالنا والقنوات الفضائية / الاكاديمية الدولية لعلوم الاعلام / دراسة ميدانية / القاهرة / ٢٠٠٥
- ٣٥- الهادي ، محمد محمد: أساليب إعداد و توثيق البحوث العلمية. المكتبة الأكاديمية. القاهرة . الطبعة الأولى. ١٩٩٠
- ٣٦- د. الهيبي . هادي ،اسس وقواعد البحث العلمي، بغداد: دراسة مطبوعة بالرونو، ١٩٨٣
- ٣٧- د. الهيبي . هادي . الاتصال الجماهيري: المنظور الجديد. الموسوعة الصغيرة . دار الشؤون الثقافية . بغداد . ١٩٩٨ .
- ٣٨- يعقوب ، عدنان . سيكولوجية الاتصال والعلاقات الإنسانية. دار النهار للنشر. بيروت. ١٩٧٩ .
- ٣٩- يعقوب غسان وجوزيف طبش. سيكولوجيا الأتصال والعلاقات الإنسانية، دار النهار للنشر، بيروت، لبنان، ١٩٧٩
- ثانياً : الكتب المترجمة :
- ٤٠- توماس . ال . ماكفايل . الإعلام الدولي: النظريات - الاتجاهات والملكية. ترجمة : د. حسين محمد نصر . د. عبد الله الكندي . دار الكتاب الجامعي . الإمارات . ٢٠٠٣ .
- ٤١- جون . ر . بيتنر . الاتصال الجماهيري - مدخل . ترجمة : د. عمر الخطيب . المؤسسة العربية للدراسات والنشر. ١٩٨٧ .
- ٤٢- تشارلز رايت. المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري. تأليف. ر. رايت. ترجمة محمد فتحي. الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة. ١٩٨٣

٤٣- م. دي فلور . س. بال روكاخ . نظريات الإعلام . ترجمة : د. محمد ناجي الجوهر. دار الأمل للنشر والتوزيع . الأردن . ١٩٩٤ .

٤٤- ملفين ل. ديفليز - ساندرابول - روكيتش . ترجمة : د. كمال عبد الرؤوف. نظريات وسائل الإعلام . الدار الدولية للنشر والتوزيع . ط٣. القاهرة. ١٩٩٢ .

٤٥- جون ر. بيتز ( مترجم ) . مقدمة في الاتصال الجماهيري . مركز الكتب الاردني - عمان . ١٩٩٠ .  
ثالثاً : المصادر الأجنبية :

46- Leggett, W. P. & K. A. Persichitte. (1998). Blood, sweat, and Tears: 50 years of technology implementation obstacles. Tech Trends, 43(3), 33-36.

47- Butler, Darrell L. & Martin Sellbom. (2002). Barriers to Adopting Technology for Teaching and Learning. E D U C A U S E Q U A R T E R L Y, 2, 22-28.

48- Scottm Cutlip and Allen H. Cennre, Effective Publicrelations, Prentice- Hall, 1967.

49- Unesco, Many Voices one world: To wards anew more Just and more efficient world information and Communication order, London, 1980.

50 -William Wells and John Burnett, Advertising: Principles & Prastese, (New Jersey, Prentice- Hall, 2000, Fifthe Edition) .

51- W. Ilb. Schramm, ed, Mass Communication, Lurbana: University of Illinois Press, 1994, pp 387-429.

52- Hoffman, L. and Hofman Review of Child Derlopment Research, New Yourk: 1974, p.33

رابعاً : البحوث والدراسات والتقارير :

٥٣- د. الدليمي . حميد جاعد . الحملات الإعلامية : التطور - المفهوم . مجلة الباحث الإعلامي . كلية الإعلام . جامعة بغداد . العدد الأول . آذار ٢٠٠٥ .

٥٤- د. الدليمي, حميد جاعد وآخرون. ((الصحون الفضائية لأستقبال البث المرئي في مدينة سرت: دراسة مسحية)) مجلة البحوث الاعلامية العدد (١٨) (بنغازي: مركز البحوث والتوثيق الاعلامي والثقافي والتعبوي . ١٩٩٩). ص ١١

٥٥- د. الهيتي . هادي . الاتصال التلفزيوني الفضائي الدولي الوافد واحتمالات تأثيره السياسي في الوطن العربي .مجلة المستقبل العربي . العدد ٢٠٥ . ١٩٩٦ .

٥٦- د. الهيتي . هادي الهيتي . مقدمة في شروط البحث العلمي. بغداد. دراسة مطبوعة بالرونو . ١٩٨٣ .

٥٧- د.الهيتي, هادي نعمان . ((ملاحظات حول حدود ومجالات استخدام مناهج وطرق وأدوات البحث العلمي في بحوث الاذاعة والتلفزيون في الوطن العربي)). مجلة شؤون عربية. العدد (٢٤) (تونس: جامعة الدول العربية. ١٩٨٣).

خامساً : المجالات :

٥٨-مجلة الإذاعات العربية . أتحاد إذاعات الدول العربية . العدد الرابع . الجزائر . ٢٠٠٠ .

٥٩- عبد العزيز حمد عبد الله الحسن, وسائل الإعلام والإعلان ..وصف نظري للعلاقة والتأثير مجلة

- عالم الإقتصاد، رقم العدد ١٦٨، تاريخ العدد ١-١-٢٠٠٦
- ١٠- د. على طوينه، د. وسام فاضل راضي، التعرض للقنوات التلفزيونية الفضائية في اليمن، مجلة كلية المعلمين العدد ٤٢، سنة ٢٠٠٤، ص ٢٤٣.
- سادساً: الرسائل والأطاريح الجامعية:
- ١١- الربيعي محمد كحط، التلقي لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية المهاجرون العرب في السويد أمودجا - دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدمارك ٢٠١١
- ١٢- الغني، محمد عبد: الصفوة المصرية والصحافة « دراسة في الاتجاهات والاشباع » . رسالة ماجستير غير منشورة ( المنيا : جامعة المنيا . كلية الآداب . ٢٠٠٢
- ١٣- شومان، محمد محمود : دور الإعلام المصري في تكوين الرأي العام « دراسة نظرية ميدانية مع تحليل لنماذج من استطلاعات الرأي التي قام بها المركز القومي للبحوث الاجتماعية » . رسالة دكتوراه غير منشورة ( القاهرة : جامعة القاهرة . كلية الإعلام . ١٩٩٤
- ١٤- القريشي ، محمد صاحب حسين عمار . عادات وأماط تعرض مدينة بغداد للبث التلفزيوني الفضائي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الأعلام، ٢٠٠٦
- ١٥- الهيتي ، هادي . الاتصال الجماهيري في العراق وسائله واتجاهاته السياسية ١٩٧٧-١٩٧٨ : دراسة ميدانية لتحديد تعرض الجمهور العراقي ومشكلاته الإتصالية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) . جامعة القاهرة . كلية الإعلام . ١٩٨٠ .
- سابعاً : المواقع الالكترونية:
- ١٦- يحيى ابو زكريا، العرب والمسلمون في السويد - عرب تايمز / <http://www.arabtimes.com/writer/html.zakaria/doc79>
- ١٧- : انفصال اعلامى تام بين العالمين العربى والامريكى، فوكس نيوز (٢٠٠٣-٢٠٠٣-٣١-١٧:٠١) <http://www.arabiyat.com/forums/archive/index.php/t-57045>
- 68- <http://www.qenshrin.com/details.php?id=20548>
- 69- <http://www.media-citizenship.eu>
- Project acronym: MEDIA & CITIZENSHIP
- Project title: Media & Citizenship: Transnational Televisions Cultures Reshaping Political Identities in the European Union
- 70- Grant Agreement number: SSH7-CT-2008-217480
- ٧١- محسن إشحار، درس النظرية والتجربة <http://www.4lycee.com/2eme-bac/phil0/42-phil0/371-nadariyawatajrib.html>
- 72- عبد الخالق السلواني وآخرون، العقلانية العلمية - <http://www.4lycee.com/2eme-bac/phil0/42-phil0/371-nadariyawatajrib.html>
- 73- [http://ar.wikipedia.org/wiki/الهِجْرَة\\_كَمَصْطَلَح\\_سِيَّاسِي](http://ar.wikipedia.org/wiki/الهِجْرَة_كَمَصْطَلَح_سِيَّاسِي)
- 7٤- <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=91133&eid=833> الصحافة والديمقراطية في السويد