

## الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي

د. رحيمة الطيب عيساني  
كلية الاتصال جامعة الشارقة

### المستخلص .

يفصح مشهد الإعلام الجديد عن أن تداخل عدد من العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقه. قد جعلت من الإعلام الجديد قضية شائكة جدا. ومحورا لنقاشات متخصصة وعامة حول مدى تأثيره على وسائل الاتصال التقليدية. وأشكال التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية. ومن ثم حقيقة العلاقة بين الجديد والتقليدي. وهي المحاور الأساس التي تناقشها هذه الدراسة.

### مقدمة:

إن نشوء المجتمع المعلوماتي هباً لتعميم ظاهرة التحول من تقديم الخدمات الإعلامية للمتلقي (السلبى) في عملية الاتصال الجماهيري. الذي يتلقى المعلومات الموجهة إليه دون مشاركة إيجابية واضحة منه. في جوانب اختيار أو إعداد أوفى أساليب نشر تلك المعلومات. عبر وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية المختلفة. إلى مشاركة عناصر التركيبة الاجتماعية الفاعلة جميعها في عملية اختيار وإعداد وتخزين وتوجيه ونشر والإفادة من المعلومات. والمشاركة المؤثرة في عملية التفاعل والإعلامي داخل المجتمع الواحد بعناصره وشرائحه كلها. وبين المجتمعات المختلفة بشكل عام. بما يوفر فرص الحوار. والتفاهم والتفاعل.

وكان من بين أبرز سمات التغيير الإعلامي البارزة قدرته العالية فيما يتعلق بالفاعلية. فلقد أكدت معظم نماذج الاتصال التقليدية. ابتداءً من نظرية شانون وويفر (Shannon & Weaver) مروراً بنظرية الطلقة السحرية Magic Bullet Theory. ونموذج نقل المعلومات على مرحلتين (Two - Step Flow) ونموذج الانتباه والإدراك الانتقائي Communication Selective وصولاً إلى نموذج ويستلي وماكلين (Of) ومفاهيمها عن حراس البوابة (Gate Keepers) على أن وسائل الإعلام التقليدية. وسائل اتصالية ذات اتجاه واحد. وتفترق إلى رجع الصدى الفوري. في حين أن التفاعل الحقيقي يتطلب نمودجاً اتصالياً ذا اتجاهين. أو اتجاهات متعددة .

ومع ظهور وسائل الاتصال الحديثة-بما تمتلكه من أدوات تفاعلية- أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة الأكثر فاعلية في العملية الاتصالية. بحيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها. وتبادل الرسائل مع المرسل. بعدما كان دوره في السابق مجرد متلق للمعلومات. وهناك من يذهب إلى أن التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح صعباً في حالات متعددة. في ظل استخدام هذه الوسائل. التي هيأت الطريق السريع للوصول إلى المعلومات. وهو ما