الفصل الثالث
نظريات الـCMC

الفصل الثالث
نظريات الـCMC

الحياة الشخصية على الانترنت:

بـدأت الأبحـاث علـى ال CMC فـي السـبعينات مـع بدايـة ظهـور الشـبكات Networksفي المنظمات و الشركات الكبيرة التي قامت بتصميم برامج تساعد على التواصل بين أعضاء المنظمات أو العاملين في الشركات.

من أمثلة هذه البرامج:

E-mail، Computer Conferencing، group decision-making software.

هناك نوعان من الوسائط في ال CMC:

1. Asynchronousالغير متزامنة أو الغير مباشرة:-

message boards ،newsgroups ،Mailing lists

2. Synchronousالمتزامنة أو المباشرة:-

graphic user world ،instant messeges ،MUDs &MOO ،Chat rooms

Media Characteristicsمواصفات السي ام سي و نظرياته:

أولا: ترشيح الاشارات تقليلها cues-filter-out

تعتبـر مـن النظريـات ال CMCالتـي تـدمج بـين نظريتـي ال SOCIAL PRESENCEو ال MEDIA RICHNESS.

النظريـة هـي أن فـي الاتصـال المباشـر fTf communication هنـاك إشـارات عديدة يمكن استخدامها لتوصيل الرسائل و التي يفتقر لها ال CMC كتعابير الوجه و الشكل و البيئة و حركات الجسم و غيرها.

وقد قام العلماء بالمقارنة بين Ftf group و CMC group و كانت النتيجة:

1. في ال CMC يتم انجاز العمل في وقت أطول
2. عدم وجود رئيس للمجموعة في الCMC
3. المشاركون متساوون ولا اختلاف بينهم
4. ال flaming من السلوكيات التي ظهرت في الCMC ومن أمثلتها:
   Name calling، swearing، insult، attacks….

Communication-Relevant Qualities Of Computer Media

ثانيا: الوقت و المكان TIME AND SPACE

المكان: لا فرق في التفاعل أو الاتصال بين شخصين في مبنى واحد أو شخصين كل منهما في بلده مختلفة عند استخدام ال CMC

الزمان: تتميز هذه التقنية بسرعة الاتصال و انتقال المعلومات خاصة في ال Synchronous Media.

ثالثا: عدم الرؤية وإخفاء الهوية Anonymity or Invisibility

عدم توافر معلومات أكيدة عن المستخدمين و يفتح ذلك المجال لتعدد الهوية و الاحتفاظ بالسرية و الخصوصية و يقلل من المخاطر الاجتماعية

لكن هناك أدوات أو برامج اتصال تسمح لنا بالاتصال بالأشخاص الذين نعرفهم فقط مثل:E-mail و Instant messages و تسمى هذه البرامج بال addressivity فهي تحتاج لعنوان للاتصال بين الأفراد مما يجعلها أكثر شخصية interpersonal في التعامل بين الأفراد و لكم عن ال FtF بأن الأخير لا يحتاج إلى عنوان.

تتميز رسائل ال CMC بأنها يمكن حفظها و نسخها و ارسالها في تواريخ محددة و أيضا يمكن تعديلها و هذا يسمح بتصحيح الأخطاء على عكس ال FtF

مقارنة وسائط الاتصال Media Comparisons

أن الهدف من استخدام الوسائط في ال CMC هو جعله كالاتصال المباشر التحادثي conversational. لذلك تم التركيز على اللغة المستخدمة و قد فرق الباحثين بين استخدام اللغة في ال CMC لتحل محل الكتابة أو المحادثة.

- **الكتابة: ال CMC و الكتابة يتشابهان في أن المتصلين لا يتواجدون و لكن في ال CMCيمكن للكاتب أن يعرف ردة فعل القارئ عن طريق الرسائل.**
- **المحادثة: اللغة المستخدمة في المحادثة عن طريق الCMC يجب أن تكون سريعة لذلك يقوم المتصلين باستخدام الاختصارات في الكلمات أو الجمل و استخدام علامات الترقيم و غيرها.**

ومن خصائص اللغة أيضا في ال CMC هي ظاهرة الFLAMING

القضايا الشخصية في السي ام سي Interpersonal Issues in CMC:

- **طريقة استخدام اللغة في السي ام سي Computer-Mediated Language Use:**

وجد الباحثون أن اللغة المستخدمة في الCMC و خاصة ال Synchronous Media يتم التلاعب بها من قبل المستخدمين لهذه التقنية و يكون التلاعب spelling و الPunctuation.

وجد الدارسون في مجال ال CMC أن هذه اللغة المستخدمة تتميز باستخدام السخرية Humour عند التخاطب أو عند أستخدام الاسماء nicknames.

عن طريق التلاعب باللغة يقوم المتصلين:

1. بتوصيل الرسائل بشكل أسرع
2. توضيح الرسائل
3. يقومون بتكوين شخصياتهم على الإنترنت

هوية المستخدمين Computer-Mediated Identities:

أن اللغة في المستخدمة في ال CMC ال Anonymity حيث أن الشخصية تكون مجهولة و هذا يجعل الشخص أكثر صدقا و جرأة.

المستخدم لتقنية ال CMC يحرر المستخدم نفسه من قيود المكان و الزمان و كأنه انسان مختلف و يقوم البعض بتكوين شخصيات تختلف كليا عن شخصياتهم الحقيقية.

توجد أيضا ظاهرة تغيير الجنس، حيث تدعي البنت أنها ولد أو العكس، و لكن يلاحظ أنه عندما يجسد جنس شخصية جنس آخر تتميز هذه الشخصية بالمثالية و الجاذبية حيث تكون stero-type personality.

هناك البعض الذين تكون علاقاتهم على CMC هي نفسها في الواقع لذلك لا تكون شخصياتهم مجهولة و لكن استخدامهم لهذه التقنية تكون لتحسين صورتهم في الحياة الواقعية.

العلاقات الانسانية Computer-Mediated Relationships

هناك فرصة أكبر لنشوء علاقات صداقة على الانترنت لعدم وجود مخاطر اجتماعية و لأن الهوية مجهولة فالمتصلين يكونون أكثر جرأة في التحدث للغرباء.

الإعجاب في ال FtF يبدأ بالإعجاب بالشكل الخارجي على عكس ال cmc فأن الإعجاب يبدأ باكتشاف وجود اهتمامات مشتركة و الاعجاب بطريقة المحادثة CONVERSATIONAL STYLE.

أن العلاقات المتكونة على الإنترنت تبدأ عادة في ال discussion أو chat public ثم تنتقل إلى ال e-mail أو instant messages ثم التلفون حتى تصبح في النهاية FtF.

إن لل cmc دور كبيرفي تقوية العلاقات بين أفراد الأسرة، فإذا كان أحد الأبناء مثلا يدرس في الخارج يمكن استخدام الإنترنت للتواصل و ذلك لانه أقل تكلفة من الوسائل كالتلفون و يوفر تسهيلات أكثر كال VIDEA CONFERENCING.

الخلاصة أن لل cmc أثر كبير في تكوين العلاقات و أيضا في تقويتها.

الجماعات Computer-Media Social Groups

مع بداية الأبحاث على ال CMC كان هناك اهتمام بالجماعات Group أو التي تسمى الوحدة Community أو ال Online-Groups

.في تقييم و تحليل الجماعات تم التركيز على ثلاث محاور:

1. التضبيط أو التنظيم المعياري Normatively regulated

المعايير المتبعة بين الجماعات في الCMC يقوم الأفراد في الجماعة بوضعها و ليس الوسيط medium.

طريقة المحادثة ' The Way Of Speaking' تصف كيف أن قيم الجماعة و معتقداتهم و البناء الإجتماعي يشمل أو يتضمن الشكل أو الاستخدام الثقافي للغة.

يمكن للجماعة أن تسأل أسئلة لا معنى لها أو تقوم بالمزاح بطرق فريدة، يكون ذلك طبيعيا و عاديا لأفراد الجماعة نفسها و لكنه غريبا للأفراد الاخرين أو للمتصلين عن طريق ال FtF.

2. الزعامة Hierarchical

الزعامة في ال cmcنادرا ما تكون موجودة لأن ال CMC يجعلهم متساوون و لا اختلاف بينهم. ولكن مع الوقت الجماعة تشكل نوع من عدم المساواة حيث يكون هناك نوعين من المستخدمين ال heavy usersو ال light users. حيث يلاحظ أن بعض المشتركين يكتبون عدد قليل من الرسائل أو المشاركات بينما البعض الاخر تكون لهم مشاركات كثيرة.

بعض البرامج في ال CMC تكون مصممة بطريقة تسمح فيها بتواجد الزعامة مثل ال MUDs حيث تسمح لبعض المستخدمين بحذف المستخدمين الاخرين أو القيام ببعض التغييرات و يكون هناك نوع من المنافسة و القوة بين الأعضاء.

3. الدعم Supporting

هناك جماعات على الإنترنت تقدم الدعم و المساعدة للمشاركين و نوع الدعم المقدم يعتمد على ما تحدده الحماعة من البداية فهناك جماعات تقدم الدعم و النصيحة و المساعدة الصحية و البعض الاخر الاجتماعية أو العاطفية و غيرها. وهناك أيضا جماعات تقوم بمناقشة موضوعات خفيفة كاهوايات مثلا و لكنها أيضا قادرة على تقديم الدعم الاجتماعي.

هذا الدعم المقدم على الإنترنت في الجماعات يتميز ان الفائدة تكون عامة فعند عرض مشكلة يقوم الجميع بمناقشتها و الإطلاع عليها فتعم الفائدة.

البعض يكون متحمس لهذه الجماعات لأنها تتغلب على حواجز الزمان و المكان و توفر اتصال بأناس لهم نفس الإهتمامات يمكن أن لا يكونوا متوفرين في الواقع. وتسمح هذه الجماعات بمناقشة مواضيع حساسة لا يمكن مناقشتها وجها لوجه. تتميز هذه الجماعات بافتقارها التعهدات الأخلاقية moral commitment. المتصلون يمكنهم الذهاب بسهولة دون الحاجة للإستئذان مثلا كما يحدث في ال FtF.

من البحوث العديدة التي أجريت تبين أن هناك عدد كبير من النظريات التي تحاول تفسير عملية الاتصال الإنساني عبر الإنترنت. وتحاول هذه النظريات توضيح العوامل التي تؤثر على عملية الاتصال من خلال الحاسوبCMC وبالتالي تحديد الجوانب التي يمكن إضافتها لهذه العملية لجعلها أكثر نجاحا وأقرب إلى الإتصال الإنساني وجها لوجه FTF. ومن هذه النظريات التالي:

1. انتشار الإبتكار/اختيار وتبني الوسائط/النقد الجماعي:

ماركس يصف نظرية النقد الجماعي للوسائط التفاعلية الذي يوجه الإنتباه بعيدا عن الفردإلى مستوى المجتمع للتحليل.

2. عنى الوسائط والمعلومات:

يقلل اللبس والغموض من خلال اختيار الوسائط.

3. العوامل السيكولوجية والاجتماعية:

الشبكات الإلكترونية يمكن أن تساعد في تعليم الكبار والتعلم مدى الحياة أنها تزيد من التفاعل،توفر فرص متكافئة وتخلق بيئة متبادلة وغير إجبارية.

4. الحضور الإجتماعي

5. التقليل من الأدلة والنماذج الإجتماعية:

للكمبيوترات آثار اجتماعية تقلل التسلسل الهرمي وتجتاز معايير وحدود المنظمة.

6. نظرية الرابطة الاجتماعية:

7. المعلومات والتأثيرات الاجتماعية:

8. اللغة والبلاغة:

- ثومبسون يصف كيفية استخدام الكمبيوتر للإتصال التفاعلي للمحادثة والكتابة.
- مهمة المتصلين في خلق وتنظيم المعلومات تتضمن اعتبارات للغرض والجمهور.أما في الإتصال عبر الشبكات فإن مهمتهم تتضمن اعتبارات لطبيعة توزيع الوسائط،التدريبات المشتركة والسياق الإجتماعي.

9. سمات الوسائط وتطورها:

- استخدام الوسائط يسهم في بناء الحضارة والمجتمعات السياسية.
- سمات الوسائط تخلق وتشتغل في السياق التاريخي والإجتماعي.
- ستيوارت يصف أن دراسة البريد صوتي تكشف أسباب الإبتكار.

في هذا المقرر سنركز على ثلاثة نظريات رئيسية للـ CMC وهي التالي:

1. الحضور الإجتماعي Social presence
2. غنى الوسائط Media richess
3. خفض الإشارات الإجتماعية Reduced social cues

نظرية الحضور الإجتماعي:

نظرية الحضور الإجتماعي تناولت المقارنة بين نوعي الاتصال من حيث الحضور الاجتماعي المباشر الذي تزيد فيه قوة التأثير عنها في الاتصال عبر الحاسوب وذلك من خلال اللغة المستخدمة اللفظية وغير اللفظية كالإشارات والإنفعالات والصوت وغيرها، الأمر الذي لا يتواجد في الإتصال عبر الحاسوب بنفس المستوى.

إن العامل الحسم وفي الاتصال بواسطة الوسائط المتعددة هو الحضور الاجتماعي والذي يشمل العديد من الابعاد المتعلقة بدرجات الاتصال الإنساني ومنها:"المودة"،" الفورية"، الأبعاد الإنسانية وغير الإنسانية".

ركز التقويم التجريبي لنموذج الحضور الاجتماعي على ما إذا كان الحضور الاجتماعي أكثر فاعلية من التأثير الإجتماعي،وكيف يمكن للحضور الإجتماعي أن يلائم المفهوم الجديد للوسائط المتعددة ويعالج المتطلبات المختلفة.

وقد تم مزج كلا الاحصائين وكانت النتيجة أن الكمية الأقل اقترحت بأن الحضور الاجتماعي أكثر فاعلية، بينما الأغلبية اقترحت بأن التأثير الإجتماعي أكثر فاعلية. وهذه النتيجة قد دعمت بأبحاث لاحقة.

وعند فرز النتائج تبين أن الغالبية تقول أن الـCMC أقل إجتماعية من FTF ولذلك فإن توصيل المعلومات يكون أقل في الكمية ولايدوم، بعكس الـFTFالذي يتميز بدوام المعلومات المقدمة من خلاله.

نظرية غنى الوسائط في ظل الوسائط الجديدة:

إن نظرية غنى الوسائط نابعا أساسا من نظرية الحضور الإجتماعي...زوكلا النظريتين تعتمد على تفعيل العلاقات الإجتماعية بوسائل الاتصال المختلفة حيث أتاح الاتصال بعدة وجوه.

نفس الأفكار المماثلة في محتوى نظرية الحضور الاجتماعي عاد إلى الظهور على السطح مرة أخرى. فالقدر الكبير من المعلومات مستمدة على نظرية الحضور الإجتماعية ويسير في خط مماثل لفكرته.

في السابق كانت عمليات الاتصال تحدث وجها لوجه، نظرا لمتطلبات العصر الحديثة نشأت الحاجة إلى استخدام وسائط متعددة لعملية الاتصال فمثلا للاتصال بين أعضاء العمل في مواقع مترامية يتطلب مثل هذا النوع من الوسائط.

تعريف غنى الوسائط:

هو القدرة على حمل المعلومات المحتملة للبيانات بأشكال مختلفة ووسائط متعددة. فهو يقوم بتفعيل العلاقات الإجتماعية بوسائل الإتصال المختلفة حيث يتاح الإتصال بعدة وجوه.

تكون التفاعلات البسيطة أكثر فعالية عن طريق بعض الوسائط مثل البريد الإلكتروني. بينما التفاعلا الإجتماعية المعقدة (مثل المفاوضات) تكون أكثر نجاحا عن طريق نظرية الحضور الاجتماعي.وفي نظرية غنى الوسائط يجب إختيار الوسط المناسب المرتبط بمهمة الإتصال المعينة، مع تنوع الوسائط المستخدمة.

المبادئ الرئيسية للنظرية:

الوسائط تختلف في نظرية غنى الوسائط في قدرتها على توصيل المعلومات والتأثير على الفهم في مدة معينة (دافت ولينجل 1986) بالإتصال وجها لوجه يكون أغنى،بينما الوسائط الأخرى قادرة على إرسال إشارات أقل أو يزود تغذية راجعة أبطأ(ومثال على ذلك:مذكرات،بريد صوتي،أو بريد إلكتروني).

الأداء يتحسن عندما تتخدم الوسائط المتعددة للمهام المختلفة، قامت عدة دراسات باختبار نظرية غنى الوسائط،النتائج لم تكن بالكامل مساندة لوسائط نظرية غنى الوسائط. نظريات غنى الوسائط كانت إحدى النظريات الرئيسية في البحث،تطبيق، واستعمال الوسائط الجديدة، تركز هذه الدراسة فقط على الوسائط الجديدة والعنصرين الرئيسيين من نظرية غنى الوسائط: الإشارات والتغذية الراجعة.

في نظريع غنى الوسائط المتعددة يتيح للمتصلين الاتصال عبر وسائط كثيرة أكثر مما توفره أي وسائط بسيطة أخرى. مما يجعل مهمات الاتصال تسير بصورة أفضل.

نظرية غنى الوسائط:

(دافت، لينجل) يفترضان انه يجب أن تتناسب خصائص الوسائط المستخدمة مع حاجات تشغيل البيانات التنظيمية.

نظرية غنى الوسائط أيضا افترضت بأن الوسائط تفوت في المعلومات (سميت تاليا الوسائط الغنية)مستندة على قدرتها لتسهيل هذا المعنى المشترك ضمن فترة وقت معطية.

صرحت النظرية بأن أربعة عوامل أثرت على هذه الوسائط الغنية:

1. قدرت الوسط لإرسال الإشارات المتعددة (ومثال على ذلك: تصريف صوتي، بوادر).
2. فورية التغذية الراجحة.
3. تشكليه اللغة.

4. والبؤرة الشخصية للوسط.

أغنى الوسائط التي افترضتها النظرية، مكن المستعملين لاتصال بسرعة أكبر وفهم الغامض يودي إلى أداء أفضل. دافت ولينجل (1986)استنتجا بأنَ استعمال الوسائط الأغنى (مثل الاجتماعات وجها لوجه) يودي إلى أداء أفضل للمهام المشبوهة (مثل التقرير)، بينما استعمال الوسائط البسيطة (مثل المذكرات المكتوبة) يؤدي إلى أداء مهام أقل شبهة.

في هذه النقطة، نظرية غنى الوسائط كانت نظرية لكيفية استعمال، وليس اختيار للوسائط دون معرفة كيفية توظيفها بطريقة فعالة، وهذا ما توصلت إلية الاختبار التجريبي الأول للنظرية.

في هذه الدراسة. نفحص اثنان من العوامل الأربعة التي تفسر تأثير وسائل الوسط الغنية (فورية التغذية الراجحة، وتعدد الإشارات).

نظرية عنى الوسائط غير دقيقة حول تعريف ومقياس الأداء في خلاصة نظرية غنى الوسائط التي تضع هيكلها التصوري تناقش الأداء في ثلاثة شروط: اتخاذ القرارات الأفضل (نوعية قرار)، تأسيس أنظمة مشتركة في المعنى (إجماع بين المشاركين),ويحسن استعمال وقت المشاركين (يتطلب وقت التوصل إلى النتائج).

قناعة المستخدم يقترح أيضا كعنصر للأداء. نعتقد بأن قناعة اتصال المرسل والمستلم يشكل عنصر أخر من الأداء. ونعتقد بأن هذا التعريف المتعدد الإبعاد (نوعية قرار، إجماع، وقت، قناعة) يزود طريق معقول للتثليث على مفهوم،، الأداء،،.

التغذية الراجعة الفورية:

التغذية الراجحة الفورية: المدى الذي يمكن وسط المستخدمين لإعطاء تعليقات سريعة على الاتصالات التي يستلمونها.

يتكون أكثر الاتصالات من جزءان: يقدم المرسل والمستلم يقبله، لنجاح الاتصال يجب كلا من المرسل أن يقبل بشكل متبادل بأن المستلم فهم الرسالة. التغذية الراجحة من المستلم إلى المرسل تلعب دورا مهما في اتصال إلى المرسل الذي فهم المستلم الرسالة.

تعدَد إشارات المعلومات:

تعدَد إشارات المعلومات يعنى عدد الطرق التي يمكن من خلالها تبليغ المعلومات، مثل النصَ (ومثال على ذلك: الكلمات المنطوقة أو المكتوبة أنفسهم)،إشارات شفهية (ومثال على ذلك نغمة الصوت)، أو إشارات لا شفهية (ومثال على ذلك: بوادر طبيعية) هناك على الأقل ثلاثة طرق نظرية متميزة التي فيها تعدد الإشارات قد يؤثر على الاتصال وفهم الرسائل.

أولاً: تمكن الإشارات الشفوية ولا شفهية المرسلين لتضمين المعلومات من خلال الكلمات نفسها عندما ترسل الرسالة. الإشارات الشفوية والغير شفوية في أغلب الأحيان تستخدم لتأكيد نقاط مهمة.

ثانياً: استعمال الوسط المطبوع متوسط منطوق مثل التفاعل الشفوي أو وجها لوجه يفرض تأخيرات وقت أ"ول لطباعة رسالة من الكلام.

ثالثاً: التأخير المتأصل في الوسط وقلة الإشارات الشفوية وغير الشفوية لهما تأثيرات هامة على التغذية الراجحة.

نظرية خفض الإشارات الاجتماعية (RSC)

تعريف نموذج RSC

هو نموذج انبثق عن استخدام الإفراد للحاسوب كوسيلة اتصال فهو يعرف الجماعة على أساس التفاعل وجها لوجه بين الإفراد، لذلك يرى هذا النموذج أن استخدام إل CMC يقلل من الواقعية النفسية.

من نتائج إل CMC كما يرى النموذج RSC:

1. ظهور عواقب نفسية في الإفراد والجماعات مؤدية لسلوك متطرف مضاد للمعايير.
2. حالة من انعدام الفردية المصاحبة للسلوك (انخفاض الوعي والمسؤولية عند الفرد مما يؤدي إلى عدم القدرة على تنظيم السلوك).

أسباب انعدام الفردية:

1. ضعف التأثير المعياري على الفرد.
2. عدم الاهتمام بالتقييم.
3. عدم فعالية التفاهم المتبادل.
4. عدم الامتناع عن فعل الشئ المخالف.

فوائد CMC في نظر RSC

يساعد على أضعاف المفاضلة في مجموعات إلFTF مما يؤدي إلى مشاركة عادلة من قبل الجميع.

نظرية RSC بين القبول والرفض

اختلف كثير من الناس حول عيوب وفوائد هذه النظرية، فمن الانتقادات التي وجهت لها:

1. ظهور صعوبات حقيقية في تفسير تأثير هذه النظرية على العلاقات الاجتماعية.
2. إن تطبيق هذه النظرية يدل على انحطاط المعرفة الذاتية المنبثقة عن العزلة الفردية.

في حين أن هناك علماء أثبتوا أن إل CMC يساعد على رفع المعادلة الذاتية، حيث أكدوا أن استخدام الكمبيوتر في التواصل، يعد مشاركة جماعية أكثر من عزلة فردية.

العوامل التي تحدد قوة العلاقات الاجتماعية عبر إلCMC

1. القابلية للرؤية.
2. القابلية للتعرف.

يعد نموذج RSC مهما في إبراز أهمية تأثيرات CMC في تقليل التلميحات الاجتماعية عبر وسائل الاتصال. لكن اختلف الناس في تأييد هذه النظرية أو رفضها كل حسب نظرته إلى العلاقات الاجتماعية.