محاضرة رقم 15:

نظرية الحضور الاجتماعي Social Presence Theory

الأهداف التدريسية:

- التعرف على مرتكزات نظرية الحضور الاجتماعي
- تلقين الطالب خصائص ومبادئ نظرية الحضور الاجتماعي
- فهم محددات وأبعاد الحضور الاجتماعي في البيئة الرقمية.

مرتكزات النظرية:

تعتبر نظرية الحضور الاجتماعي Social Presence Theory والتي ظهرت في أواخر السبعينيات من قبل كلا من Williams عام 1976 وتعتبر من النظريات الهامة التي تتناول كيفية تعبير الأفراد عن أنفسهم، وتشير هذه النظرية إلى أن الحضور الاجتماعي يوفر بنسب متباينة في شبكات التواصل الاجتماعي بناء على خصائص الوسيلة، كما أن استخدام النصوص والصور والفيديو والرموز التعبيرية وميزة الإعجاب وإعادة التغريد وغيرها في تويتر تزيد من الحضور والتفاعل الاجتماعي وتقل من فجوة عدم وجود اتصال شخصي يرى من خلالها تعابير الوجه وحدة الصوت وغيرها من التعابير الغير لفظية والتي تساعد في إيصال المعنى¹، عرّف Short وآخرون الحضور الاجتماعي بأنه "درجة بروز الشخص الآخر في التفاعل والأهمية الناتجة عن العلاقة الشخصية"² ويعرفها Heeter على أنه "الشعور بالتواجد مع الآخرين"، بينما يعرفها Biocca & Nowak على أنه "مستوى الوعي المشترك بوجود شخص آخر"³.

يرتبط الحضور الاجتماعي باستخدام أدوات الاتصال بوساطة الكمبيوتر والمنصات الإلكترونية من حيث الدرجة التي يمكن بها لأدوات التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية نقل نفس الاتصال الشخصي وجهاً لوجه،

¹ أحمد الحربي، أساليب تفاعل المغردين في السعودية نحو القضايا الترفيهية والمجادة في تويتر: دراسة مقارنة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 24، العدد 86، 2024، ص 623.

² Karel Kreijns and other, Social Presence: Conceptualization and Measurement, Education Psychology Review, 34, 2021, p 155.

³ أحمد الحربي، المرجع السابق، ص 623

والتعلم الجماعي، وديناميكيات المجموعة عند التعلم والعمل معًا في بيئة عبر الإنترنت. يؤثر الحضور الاجتماعي على الطريقة التي يتم بها التفاعل الاجتماعي في مجموعات افتراضية عبر الإنترنت¹.

تفترض نظرية الحضور الاجتماعي أن درجة الحضور الاجتماعي تقاس بدرجة وعي الأفراد بالتفاعلات الافتراضية غير الثابتة وغير الواقعية في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق الاتصال المباشر من خلال اللغة المستخدمة (اللغة اللفظية) واللغة الغير لفظية (كالإشارات والإعجاب والمشاركة) ووفق للنظرية تحقق مواقع التواصل الاجتماعي ثلاث أشكال من الحضور تتمثل في (الدفء- الألفة- الإحساس) يشير عامل الدفء إلى درجة شعور الأفراد بتواجد الآخرين والمشاركة والاتصال معهم، بينما يشير عامل الألفة إلى إدراك الأفراد بوجود علاقات قوية مع الآخرين، أما عامل الإحساس فيشير إلى المشاعر الناتجة من كل طرف تجاه الآخر كتفاعل الإعجاب والتعليقات الإيجابية، وتؤكد النظرية أنه كلما كان عام الحضور الاجتماعي قوي أدي ذلك إلى زيد من إدمان الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الحفاظ على المشاعر الإيجابية².

لا تتعلق النظرية بالتفاعلات الاجتماعية، بل بكيفية تأثير التكنولوجيا المستخدمة فيها على جوانب معينة من الإدراك الاجتماعي وتشويبه أو تعزيزه، حيث تم استخدام النظرية في البيئات الافتراضية لدراسة سلوك المستخدم، وصنف الحضور الاجتماعي إلى ثلاث مستويات³:

- **المستوى الأول:** متعلق بالمستوى الإدراكي للفرد وبمشاركة الآخرين.
- **المستوى الثاني:** الحكم الذاتي الذي يتعلق بالسلوك النفسي للآخرين.
- **المستوى الثالث:** الحضور الاجتماعي المتبادل والذي يعنى بالتفاعلات الديناميكية بين المشاركين.

فرضيات نظرية الحضور الاجتماعي

¹ Karel Kreijns and other, p140.

² أبو بكر حبيب الصالحي، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي المدرك لديهم- دراسة في إطار نظرية الحضور الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 2019، العدد66، ص ص 217، 218.

³ سالي نصار، التأثيرات النفسية والاجتماعية لتطبيقات الهواتف الذكية (TIK TOK نموذجًا)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 2022، العدد 79، 2022، ص 476.

- تفترض النظرية أنه إذا لم يكن التواصل بين المرسل والمستقبل وجها لوجه فإن هناك جزءاً مفقوداً من التقارب لعدم تمكن الشخص من رؤية تعابير الوجه، لغة الجسد المستخدمة، والانفعالات المصاحبة. ووجود الطرف الآخر يكون أكثر بروزاً في الاتصال المباشر.
- بعض الوسائل تنتج حضوراً اجتماعياً أعلى من وسائل أخرى فكلما كان استخدام الوسيلة له طابع شخصي كان الحضور الاجتماعي أعلى للمستخدم فالاتصال الذي يكون وجها لوجه والمسموع له حضور اجتماعي أعلى من الاتصال النصي.
- ينتج التفاعل باستخدام الوسائل المرئية كالفديو حضوراً اجتماعياً أقوى من غيره كالوسائل المسموعة والنصية

تتكون نظرية الحضور الاجتماعي من العناصر التالية¹:

- المدخلات: ويحددها النموذج في ثماني عوامل رئيسية هي:
 1. الدوافع: تتمثل في مبررات وأسباب التواصل.
 2. المعرفة: معلومات الفرد بشأن نظام الاستخدام ومعلوماته عن مجالات التفاعلات.
 3. المهارات الشخصية
 4. السمات الشخصية.
 5. السمات المجتمعية.
 6. عوامل السياق (الإطار الثقافي والزماني والوظيفي والبيئي والتي تلعب دوراً في تشكيل إطار استخدام الأفراد للتكنولوجيا الاتصالية في عملية التفاعل والتواصل)
 7. متغيرات الوسيلة: تشمل التفاعلية وإتاحة النص والصوت والصورة والحركة واللون ويضاف لها العوامل الشخصية التي يقوم بها الفرد أثناء التواصل مثل استخدام الفرد لاسمه الحقيقي أو المستعار.
 8. متغيرات الرسالة: جاذبية، وفائدة الرسالة، وطابعها النفسي، والاجتماعي.

¹ أبو بكر حبيب الصالحي، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالدعم الاجتماعي المدرك لديهم- دراس في إطار نظرية الحضور الاجتماعي، ص 217، 218.

- **العمليات التفاعلية:** وتشمل دخول الأفراد في عمليات تواصلية اجتماعية تفاعلية سواء من فرد لأخر، أو من مجموعة لأخرى أو من فرد لمجموعة من الأفراد وتشمل: الرسائل النصية، الرسائل الفورية، البريد الإلكتروني، المنتديات والدرشة.
- **المخرجات:** وتشمل عملية التواصل التي ينتج عنها الحوار والتفاعل والمشاركة والمبادرة من القيادة والتوجيه والتطوير والنقد انطلاقاً من أن التواجد الاجتماعي يولد لدى الأشخاص إحساساً بوجود أفراد آخرين مشاركين معهم. أو قد تحدث نتائج سلبية مثل التفوق والانسحاب والهروب، وبالتالي السلبية، والعزلة النفسية، والاجتماعية.

محددات الحضور الاجتماعي¹:

- **الفضاء الاجتماعي Social Space:** بالعودة لتعريف شورت تعريف شورت وآخرون مكوناً من جزأين، هما: "درجة بروز الشخص الآخر في التفاعل ودرجة بروز العلاقة الشخصية". ويمثل أي درجة بروز العلاقات الشخصية نتيجة التفاعلات، ويرى شورت أن تطور العلاقات الشخصية منفصلة عن بروز الشخص الآخر عندما ناقشوا أهمية معرفة شخص ما بالفعل عند استخدام وسائل الاتصال عن بعد، وبدلاً من أن يكون جزءاً من نفس بنية الحضور الاجتماعي، يُطلق على هذه البنية ذات الصلة اسم **الفضاء الاجتماعي**، الذي يعرف على أنه شبكة العلاقات الشخصية المضمنة في هياكل المجموعة من المعايير والقيم والقواعد والأدوار والمعتقدات والمثل العليا، تتجلى المساحة الاجتماعية السليمة في الشعور بالانتماء إلى المجتمع، ومناخ المجموعة، والثقة المتبادلة، والهوية الاجتماعية، وتماسك المجموعة. وعلى هذا النحو، يمكن النظر إلى المساحة الاجتماعية باعتبارها سمة من سمات المجموعة. وفقاً لمنظور الشبكة الاجتماعية فإن كل علاقة شخصية كرابطة تربط بين شخصين متواصلين حيث قد تكون هذه الروابط ضعيفة أو قوية. وبالتالي فإن المساحة الاجتماعية لها أيضاً بنية ثقافية لأن المعايير والقيم، والقواعد والأدوار، والمعتقدات والمثل العليا هي من صنع الثقافة التي طورها وحافظ عليها أعضاء المجموعة. وقد حدد فورسيث Forsyth أربعة هياكل للمساحة الاجتماعية هي: الهيكل المعياري، والهيكل العاطفي، والهيكل الاتصال، وهيكل دور وداخل هذه الهياكل، يختبر الأشخاص المتواصلون هوية اجتماعية مشتركة، وتماسكاً جماعياً، وارتباطاً بالآخرين، وثقة متبادلة، وشعوراً بالانتماء، وشعوراً بالمجتمع، ومناخاً اجتماعياً، وأجواءً منفتحة.

¹ Karel Kreijns and other, p160, 161.

- **المؤانسة Sociability:** وتعني القدرة على التواصل الاجتماعي حيث يرى شورت أن الحضور الاجتماعي يتحدد فقط من خلال السمات الجسدية لوسائل الاتصال، وبالتالي قدرتها على نقل الإشارات اللفظية وغير اللفظية التي تسمح، إلى حد ما، بتجارب الحضور الاجتماعي، وتعبر المؤانسة على قدرة أدوات التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية السماح بالتعبير عن الحضور الاجتماعي وتجربة ذلك مما يؤدي إلى ظهور مساحة اجتماعية. ويتوافق هذا التعريف مع نظرية معالجة المعلومات الاجتماعية لوالتر Walther (1993) التي تميز بين إدارة الانطباع وتكوين الانطباع في الاتصال المجتمعي؛ الانطباع هو النموذج الذهني الذي يمتلكه المرء عن الشخص الآخر. ومن خلال إدارة الانطباع، قد يعبر الأشخاص عن حضورهم الاجتماعي، ومن خلال تكوين الانطباع، قد يختبر الأشخاص الحضور الاجتماعي للأشخاص الآخرين، في هذا السياق يؤكد كلا من Weidlich and Bastiaens على أن مواقع التواصل الاجتماعي وسائط رقمية تحقق المؤانسة الاجتماعية وبالتالي الحضور الاجتماعي، ويعلل الباحثان ذلك باعتبار مواقع التواصل الاجتماعي تحوز القدرات الاجتماعية وتشمل: إمكانات التعبير عن الذات، والتخصيص، وتحميل مقاطع الفيديو والصور للمشاركة، والتعليق على رسائل الأشخاص الآخرين، والتدوين، والتجمع، واستخدام مجموعة متنوعة من الرموز التعبيرية عند المراسلة الفورية. وهو ما يفسر سبب انتشار وسائل التواصل الاجتماعي.

أبعاد الحضور الاجتماعي: أتاح مفهوم الحضور الاجتماعي بعدين أساسيين تأصل من خلالهما الحضور الاجتماعي وهما الانغماس Immersion والحضور¹ Presence:

- **الإنغماس:** يعرف Slater & Wilbur الانغماس بأنه القدرة التكنولوجية للوسيلة على توليد تجارب واقعية يمكنها إبعاد الناس عن واقعهم المادي، ويمكن قياس الانغماس بشكل موضوعي من خلال الإمكانيات التكنولوجية لوسيلة ما. حيث تكون الوسائط أكثر غامرة عندما تتمكن من تقديم "وهم شامل وواسع النطاق ومحيط وحي للواقع إلى حواس المشارك البشري".

- **الحضور:** يمثل الحضور نقيض الإنغماس فهو يعني التجربة الذاتية للوجود الفعلي في البيئة الافتراضية الوسيطة، في هذا الصدد يرى والتر بأن الناس يشعرون بمستويات مختلفة من الحضور الاجتماعي عند التفاعل عبر وسيط معين مقارنة بوسيلة أخرى. وتستند الدراسات التي تركز على كيفية تأثير الوسيلة أو الإمكانيات التكنولوجية المحددة لوسيلة ما على الحضور الاجتماعي إلى افتراض أن بعض إمكانيات الوسيلة يمكن أن تزيد أو تقلل من

¹ Catherine S Oh , Jeremy N Bailenson , Gregory F Welch, *A Systematic Review of Social Presence: Definition, Antecedents, and Implications*, Systematic Review, vol11, 2018, doi: 10.3389/frobt.2018.00114, p 2.

الحضور الاجتماعي عندما تكون جميع الظروف الأخرى متساوية وعلى النقيض من هذه الآراء التي تركز على الوسيلة فيما يتعلق بالحضور الاجتماعي، كما أكد جوزيف والثر **Joseph B. Walther** أن الأفراد قادرون على التكيف مع وسائل الاتصال المختلفة، وبالتالي يمكنهم تحقيق أهدافهم الاتصالية وفقاً لذلك، ومن هذا المنظور فإن تجربة الحضور الاجتماعي تعتمد بشكل كبير على المتفاعلين، وليس على الوسيلة نفسها، وتُعرف هذه النظرة بنظرية معالجة المعلومات الاجتماعية (SIPT).

أسئلة للمناقشة

- حدد الاختلافات النظرية بين كلا من نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية ونظرية الحضور الاجتماعي.
- اشرح علاقة نظرية معالجة المعلومات ونظرية الحضور الاجتماعي.