

ملخص محاضرات مقياس إدارق الشبكات الإجتماعية للعبة ماستر 2 تخصص الإدارق الاستراتيجية

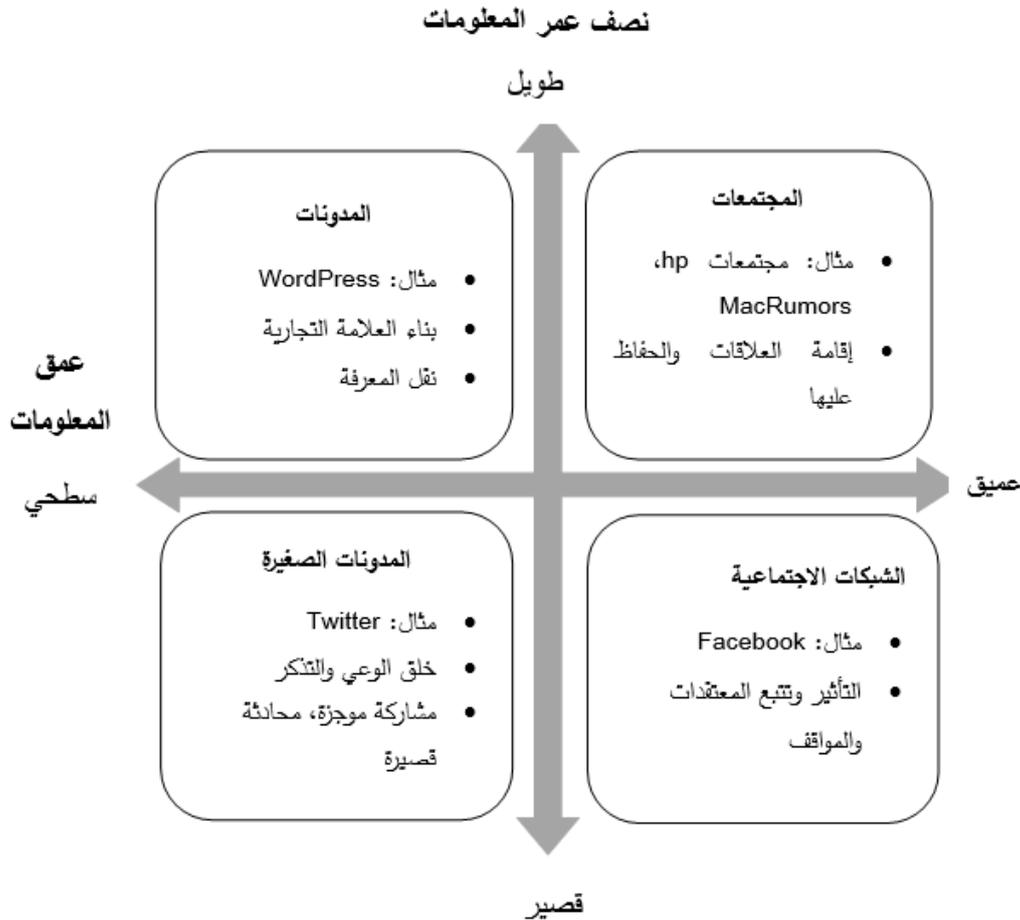
المحاضرة الثالثة: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي (2)

لغرض تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي انقسم الباحثين لفئتين رئيسيتين، اعتمدت الفئة الأولى على معايير تصنيف محددة مثل النظريات لإنشاء مصفوفات للتصنيف، فيما اعتمدت الفئة الثانية مباشرة على العناصر المشتركة بين الشبكات لتصنيفات وفق ذلك اعتمادا على نظرتها الشخصية

1. التصنيف اعتمادا على نظريات أو مصفوفات معينة

يصنفها Weinberg and Pehlivan (2011) انطلاقا من عاملين إثنين هما، (1) عمق المعلومات، و (2) نصف عمر المعلومات، وعلى أساس هذين العاملين تظهر أربعة مجموعات لشبكات التواصل الاجتماعي هي: المدونات، المجتمعات عبر الأنترنت، المدونات الصغيرة والشبكات الاجتماعية (الشكل رقم 1).

الشكل رقم (1): تصنيف Weinberg and Pehlivan (2011) لشبكات التواصل الاجتماعي



بالاعتماد على نظريات الحضور الاجتماعي Social presence و ثراء الوسائط Media richness والتي تعتبران من النظريات في مجال البحث الإعلامي وكذا نظريتي تقديم الذات Self-presentation والكشف عن الذات Self-disclosure

ملخص محاضرات مقياس إدارق الشبكات الاجتماعية للعبة ماستر 2 تخصص الإدارق الاستراتيجية

باعتبارهما من نظريات العمليات الاجتماعية صاغ (2010) Kaplan and Haenlein مصفوفة ذات بعدين لتصنيف شبكات التواصل الاجتماعي (الجدول 2).

الجدول رقم (1): مصفوفة Kaplan and Haenlein (2010)

الحضور الاجتماعي/ ثراء الوسائط		مرتفع	منخفض	الكشف عن الذات / تقديم الذات
مرتفع	متوسط			
العوامل الاجتماعية الافتراضية (مثل Second Life)	الشبكات الاجتماعية (مثل فيسبوك)	المدونات	مرتفع	
عوامل الألعاب الافتراضية (مثل World of Warcraft)	مجتمعات المحتوى (مثل يوتيوب)	المشاريع التعاونية (مثل ويكيبيديا)	منخفض	

يشير البعد الأول إلى المكونات المتعلقة بالوسائط عبر شبكات التواصل Media-related component. تنص نظرية الوجود الاجتماعي على أن وسائل الاعلام تختلف في درجة الحضور الاجتماعي أو الاتصال الصوتي والمرئي والجسدي الذي يمكن تحقيقه، يتأثر هذا الحضور بقوة العلاقة (وجه لوجه أو عبر وسيط) والفورية (متزامن أو غير متزامن)، كلما زاد الحضور الاجتماعي زاد التأثير الاجتماعي لشركاء الاتصال على بعضهم البعض. فيما تستند نظرية ثراء الوسائط على افتراض أن الهدف من أي اتصال هو حل الغموض وتقليل عدم اليقين، الوسائط تختلف في كمية المعلومات التي تسمح بنقلها في فترة زمنية معينة - أي درجة ثرائها- وبالتالي فإن بعض الوسائط أكثر فاعلية من غيرها في حل الغموض وعدم اليقين، بالتطبيق على وسائل التواصل الاجتماعي يجادل (2010) Kaplan and Haenlein بأنه يمكن استعمال ذلك لتصنيف هذه الشبكات بناء على ثراء كل شبكة ودرجة التواجد الاجتماعي الذي تسمح به.

البعد الثاني للمصفوفة يتعلق بالجانب الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي، تنص نظرية العرض الذاتي على أن الناس دائما ما تكون لديهم الرغبة في التحكم في الانطباعات التي يشكلها الآخرون عنهم عند التفاعل الاجتماعي، بهدف التأثير على الطرف الآخر لكسب المكافآت (ترك انطباع إيجابي لدى أصحابك المستقبلين مثلا)، وكذا الرغبة في إنشاء صورة تتماشى مع الهوية الشخصية، يرى (2010) Kaplan and Haenlein أن هذه النظرة تفسر دوافع استعمال الأشخاص لشبكات التواصل الاجتماعي والكشف عن الذات من خلالها، تتعلق النقطة الثانية من هذا البعد بالإفصاح عن الذات باعتباره خطوة حاسمة في تطوير العلاقات، حتى بين الغرباء مثلا، يجادل (2010) Kaplan and Haenlein أنه يمكن تصنيف شبكات التواصل بناء على درجة الإفصاح الذاتي التي تتطلبها كل شبكة ونوع العرض الذاتي الذي تسمح به.

يؤدي الجمع بين البعدين إلى ظهور 6 أنواع من شبكات التواصل الاجتماعي (الجدول 2).