

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد السبعون - الجزء الثالث - رمضان ١٤٤٥هـ - أبريل ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- توظيف الإنفوجراف السياسي في تغطية الحرب الإسرائيلية على غزة
في المواقع الصحفية العربية والأجنبية (دراسة تحليلية)
أ.م.د/ فلورا إكرام متى
١٣٣٥
-
- فعالية تطبيق ذكي مقترح على الهواتف الذكية في تنمية مهارات فن
الإلقاء والتقديم الإذاعي لدى طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية
التربية النوعية أ.م.د/ إنجي حلمي محمود إبراهيم
١٣٩٧
-
- إدارة انهيار السياق وعلاقته بالهوية المهنية لدى أعضاء هيئة التدريس
بالجامعات- في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصالات
أ.م.د/ انتصار محمد السيد سالم
١٤٨١
-
- فعالية الحملات التوعوية للقطاع المصرفي السعودي في التوعية
بالاحتيال المالي- حملة (خلك حريص) أنموذجًا «دراسة ميدانية -
المنطقة الشرقية» أ.م.د/ زكية النوريوسف مكي، في عبد الرحمن يحيى
الميموني المطيري، فاطمة حمد أحمد الحلبي، ريم عبد الحي طه
١٥٧١
-
- سيناريوهات مستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية في
ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: خلال الفترة من ٢٠٢٣ وحتى
٢٠٣٣ م د/ محمد جمال بدوي أحمد
١٦٢٣
-
- دور الحنين والارتباط بالعلامات التجارية في تشكيل اتجاهات مستخدمي
العلامة نحو الامتدادات الصادرة عنها «دراسة ميدانية على الجمهور
المصري» د/ زينب صالح عبد الفضيل جاد
١٦٧٥

١٧٣٩ ■ صورة مريض الزهايمر كما تعكسها الدراما المصرية والأجنبية- دراسة
نوعية د/ نيفين محمد عرابي حماد

١٨١٣ ■ تأثير العنف الناتج عن حرب ما بعد ٧ أكتوبر ٢٠٢٣ على سلامة
الإعلاميين الفلسطينيين بقطاع غزة د/ حنان حسن محمد الجندي

١٨٧١ ■ رؤية الخبراء لمستقبل دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إدارة منشورات
وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات «دراسة استشرافية خلال
العقد القادم (٢٠٢٤-٢٠٣٤م) د/ إيمان عبد الرحيم السيد الشرقاوي

١٩٧٩ ■ تأثير استخدام تقنيات الإعلام الحديثة على جودة التعليم الجامعي
خلال الأزمات من وجهة نظر الطلبة الفلسطينيين
روحية نعيم سليم عواد ، إيهاب أحمد عوايص

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

إدارة انهيار السياق وعلاقته بالهوية المهنية لدى أعضاء هيئة التدريس
بالجامعات- في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصالات

- **Managing Context Collapse and Its Relationship to Professional Identity Among University Faculty Members in Light of Communications Privacy Management (CPM) Theory**

أ.م.د/ انتصار محمد السيد سالم ●
أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية جامعة الزقازيق

Email: Entessar_salem@yahoo.com

ملخص الدراسة

تقدم الدراسة تمييزاً مفاهيمياً للتكيف مع السياق واستعادة السياق، وطرح استراتيجيات كيفية تعامل المستخدمين مع الواقع الاجتماعي والتقني لانهيار السياق؛ لتشمل استراتيجيات التكيف المختلفة، مع تحديد بعض المتغيرات في الدراسة للمساعدة على تحديد استراتيجيات إدارة انهيار السياق، من خلال إعادة بناء الحدود السياقية على الأبعاد النفسية والعلائقية والمكانية والزمانية، باختبار العوامل الفردية، متمثلة في (تقليل الجهد، والوعي الذاتي، ومخاوف الخصوصية)، وعوامل الجمهور، متمثلة في (عدم تجانس الجمهور، ونشاط الجمهور)؛ اعتماداً على نظرية إدارة خصوصية الاتصالات، التي تتفق مع الإطار النظري والمنهجي لإدارة انهيار السياق، وطرحت الدراسة تصوراً للتكامل النظري والمنهجي لإدارة انهيار السياق، وإدارة خصوصية الاتصالات في نطاق دراسات وسائل التواصل الاجتماعي؛ كخطوة جديدة في البحوث النوعية (الكيفية) في البيئة الرقمية، كما تضيف الدراسة عامل الهوية المهنية عاملاً جوهرياً في التكوين الثقافي والاجتماعي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات، لاستكشاف العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المتشابهة للدراسة (إدارة انهيار السياق- الهوية المهنية- إدارة خصوصية الاتصالات)، من خلال التحليل الكيفي لبيانات المقابلات المتعمقة مع (30 عضو هيئة تدريس) من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجامعات المصرية، وتضيف الدراسة بُعداً منهجياً لإثراء البحوث النوعية (الكيفية) في الدراسات العربية في مجال دراسات البيئة الرقمية، لدراسة دوافع وسلوكيات المستخدمين الاتصالية في إطار تكاملي لمنهجية البحوث الكيفية (المنهجية الإثنوغرافية/ تحليل البيانات اعتماداً على المنهجية المرتكزة/ مزج طريقة المقابلات المتعمقة مع استحداث طريقة الرجوع للخلف).

الكلمات المفتاحية: انهيار السياق- وسائل التواصل الاجتماعي- الهوية المهنية -أعضاء هيئة التدريس بالجامعات - نظرية إدارة خصوصية الاتصالات.

Abstract

Based on the theory of managing communications privacy, which is authentically consistent with the theoretical and methodological framework for managing context collapse, the study therefore proposed a vision for the theoretical and methodological integration of managing context collapse and managing communications privacy within the scope of social media studies as a new step in qualitative (qualitative) research in the digital environment. Also, The study adds the factor of professional identity as a fundamental factor in the cultural and social formation of university faculty members to explore the correlation between the intertwined variables of the study (management of context collapse / professional identity/management of communications privacy) through qualitative analysis of data from in-depth interviews with (30 faculty members) users. Social media in Egyptian universities. The study adds a methodological dimension to enrich qualitative (qualitative) research in Arab studies in the field of digital environment studies to study users' communicative motivations and behaviors within an integrated framework of qualitative research methodology (ethnographic methodology / data analysis based on grounded methodology / mixing the method of in-depth interviews with the introduction of the backward method). In an attempt to develop a theoretical and methodological vision for Arab qualitative research and studies in the field of communication and digital media studies.

Keywords: context collapse - social media - professional identity - university faculty members - communication privacy management theory

مع تقدم العصر الرقمي وتطوره، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تتخلل جوانب الممارسات اليومية، مثل العمل والتعليم والتواصل، ويصل مستخدمو هذه الشبكات الاجتماعية إلى المنصات لأسباب متعددة، منها التعبير عن أنفسهم واهتماماتهم لتنظيم عرض رقمي للذات، وقد أدى النمو السريع لمواقع الشبكات الاجتماعية إلى ظهور مخاوف وقضايا تتعلق بالعرض الذاتي للمستخدمين عبر الإنترنت⁽¹⁾. وبوصفها مكاناً مشتركاً لعرض الذات والتفاعل الاجتماعي في هذا العصر الرقمي، أدت وسائل التواصل الاجتماعي إلى إذابة الحدود بين السياقات الاجتماعية، مثل الحدود بين العام والخاص، وبين المجالات الشخصية والمهنية، فمن خلال التفاعلات الجماعية ذاتية التنظيم، لوحظ عدم وضوح الحدود بين المجالين الخاص والعام، والعملية المستمرة لإعادة بناء هوية وسائل التواصل الاجتماعي⁽²⁾.

ويجادل (Lehti L., Kallio J. (2017) بأن الروايات الشخصية كانت دائماً أداة قوية ومستخدمة على نطاق واسع، ويناقدان كيف يمكن لروايات وسائل التواصل الاجتماعي هيكلية وتنظيم الآراء المهنية المختلفة التي تؤدي دوراً حاسماً في العرض الذاتي⁽³⁾، فالأفراد ينتقلون باستمرار بين الحدود المختلفة (على سبيل المثال: الجسدية والنفسية والزمنية والعلائقية)، ويعيدون تحديد أدوارهم وهوياتهم وقواعد سلوكهم الخاصة بالسياق، والحدود الواضحة تُمكن الأفراد من تنظيم عوالم اجتماعية معقدة وفوضوية في مجموعات ذات معنى، مما يبسط العمليات المعرفية التي ينطوي عليها تبديل الأدوار الاجتماعية المتعددة والهويات عبر سياقات اجتماعية مختلفة⁽⁴⁾، ويُعرف هذا الانحلال، الذي يجمع المجموعات المتنوعة من الجماهير في مجموعة واحدة، مما يسبب صعوبات في التفاعلات بين الأشخاص والعرض الذاتي غير الفعال، باسم انهيار السياق⁽⁵⁾.

وقد استكشفت الأدبيات السابقة كيفية سنّ مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي تدابير استراتيجية للتعامل مع مشكلات انهيار السياق⁽⁶⁾، لكن معظم هذه الدراسات التجريبية ركّزت على البُعد العلائقي بمنظور ضيق، واستكشفت استراتيجيات المواجهة دون تقديم تفسيرات كافية لعمليات صنع القرار والدوافع الأساسية لاستراتيجية التعامل، وبذلك، لا تزال توجد فجوة بحثية تسعى الدراسة الحالية لسدها، فمعظم الأبحاث السابقة في انهيار السياق تميل إلى فحص انهيار السياق على البُعد العلائقي فقط، ووسائل التواصل الاجتماعي لا تلمس الحدود الاجتماعية والعلائقية فحسب، بل أيضاً الحدود المكانية والزمانية⁽⁷⁾، إضافة إلى الحدود النفسية بين الهويات المميزة للفرد جميعها، التي قد تثير استراتيجيات إدارة متميزة⁽⁸⁾.

ولعالجة الثغرات في الأدبيات السابقة، تأخذ هذه الدراسة ذاتية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الاعتبار، وتهدف إلى تحقيق فهم دقيق لانهيار السياق، من الناحية النظرية والكيفية، وعلى هذا النحو، تقدم هذه الدراسة عدة إسهامات أدبية: أولاً: تشرى نطاق استراتيجيات التكيف مع انهيار السياق، من خلال تقديم تمييز واضح بين استعادة السياق والتكيف مع السياق، من منطلق أن الجهات الفاعلة الاجتماعية يمكنها إما تكيف عروضها الذاتية لتتماشى مع الجماهير غير المتجانسة والمترابطة (أي التكيف مع السياق)، أو استعادة سياقات محددة عن طريق تحديد أنواع مختلفة من الحدود السياقية (أي استعادة السياق)، بناءً على هذا التمايز المفاهيمي، تطرح الدراسة نطاقاً للتكيف مع السياق واستعادة لتوصيف الأساليب متعددة الأوجه، للتعامل مع انهيار السياق وتحديد الطبيعة الديناميكية للسلوكيات البشرية على وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً: تتبنى الدراسة منظوراً أعمق يتمحور حول الفاعل الاجتماعي، مما يؤدي إلى إبراز ذاتية الأفراد وفاعليتهم، بدلاً من تبني منظوراً يتمحور حول وسائل الإعلام نفسها (الذي يؤكد التغييرات الهيكلية التي تجلبها تكنولوجيا الاتصال إلى الممارسات اليومية للمستخدمين)⁽⁹⁾.

وفي هذا السياق، وجد بريسكوت وآخرون (2013) أن المواقف تجاه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتكيف معها يمكن أن تختلف اعتماداً على المهنة⁽¹⁰⁾، ومهنة التدريس في الجامعات على وجه الخصوص تتمتع ببيئة عمل تتميز تقليدياً بالعمل غير المحدود، وظروف العمل المرنة، والاستقلال المهني، وقد خلقت الرقمنة مشكلة ترسيم الحدود فيما يتعلق بظروف العمل السابقة، مثل الفصل بين العمل والترفيه، ويبدو الجدول بوضوح في أن رغبة أعضاء هيئة التدريس بالجامعات في التطوير والتكيف تتعلق بكيفية الممارسة، في هذا النهج الاجتماعي والثقافي المتمركز حول الموضوع، وهذا نهج تم تصوره استجابة للوضع الحالي في عدد من مجتمعات اليوم⁽¹¹⁾، خاصة عندما يتعلق الأمر بالبحث في القضايا المتعلقة بالمعرفة الذاتية وهوية وفاعلية أعضاء هيئة التدريس بالجامعات.

وفي عام 2010، سلط دالي الضوء على الارتفاع الهائل في الدراسات التي توفر ثروة من البيانات، توضح أن رأس المال الاجتماعي والشبكات الاجتماعية تتوسط ممارسات أعضاء هيئة التدريس والمعرفة والتطوير المهني، وكان لهذه النتائج تأثير حقيقي في الهوية المهنية لأعضاء هيئة التدريس⁽¹²⁾. فالهوية المهنية للفرد (الموضوع المهني) لا تقل أهمية عن الظروف الاجتماعية والثقافية للسياق الاجتماعي (الواقع الاجتماعي الذي نعيش فيه)، أي الظرفية والسياقية، فيبدو أن الظروف (الاجتماعية والثقافية) والهوية المهنية، منفصلان من الناحية التحليلية، لكنهما يشكلان بعضهما، ويمكن أن يساعدنا في فهم أعضاء هيئة التدريس في حياتهم العملية والاجتماعية معاً في مجتمع رقمي، نظراً لأن الرقمنة ظاهرة تغيير مع إمكانية التأثير في مفاهيم أعضاء هيئة التدريس عن هويتهم المهنية⁽¹³⁾.

وتظهر استراتيجيات مختلفة لبناء الهوية المهنية وعرضها، اعتماداً على أدوار وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن تعلم الاستراتيجيات والتفاعلات التنظيمية الدفاعية والمتكيفة من خلال متابعة روايات وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن أن تنشأ هذه الروايات ليس فقط من زملاء العمل أو غيرهم من المهنيين، ولكن أيضاً من أشخاص غير معروفين شخصياً⁽¹⁴⁾.

ومفهوم الهوية المهنية له وجود طويل في العمل الأكاديمي، لأن الهوية المهنية ترتبط بالسلوك والقيم والاتجاهات المهنية لعضو هيئة التدريس، ويمكن التنبؤ بالسلوك الافتراضي لهؤلاء المهنيين على وسائل التواصل الاجتماعي للتحكم في الخصوصية الافتراضية وعدم إظهار العالم الشخصي، ومن الأفضل فهم كيفية عمل الهوية المهنية في إدارة انهيار السياق، لأن "الطبيعة المعقدة للهوية عبر الإنترنت تتطلب استكشاف بيانات غنية، مثل الآراء والملاحظات"⁽¹⁵⁾، لذلك، تضيف الدراسة تأثير عامل الهوية المهنية عاملاً جوهرياً في التكوين الثقافي والاجتماعي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات في المجتمع، كونها تتبلور تعبيراً عن دمج الذاتية والعوامل الخارجية (ثقافة المجتمع)، إذ يُظهر المستخدمون الذاتية في بناء أدوارهم وسياقاتهم الاجتماعية والحفاظ عليها عبر المنصات الرقمية⁽¹⁶⁾، ويساعد ذلك على الحصول على رؤية أكثر شمولاً لديناميكيات إدارة خصوصية الاتصالات واستعادة السياق⁽¹⁷⁾، بدلاً من أن يشمل جميع العواقب المحتملة لهذه الظاهرة⁽¹⁸⁾، وفهم التفاعل بين الجهات الفاعلة الاجتماعية والفرص التكنولوجية بشكل أفضل⁽¹⁹⁾، وذلك اعتماداً على نظرية إدارة خصوصية الاتصالات (CPM) communication privacy management نظراً لأنها النظرية الأقرب إلى هدف الدراسة، وتتوافق بدرجة كبيرة مع منهجية الدراسة في الكشف عن إدارة انهيار السياق، وذلك في إطار التكامل النظري والمنهجي لإدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي.

تحديد موضوع الدراسة:

يعد انهيار السياق حقيقة اجتماعية تفرضها بنية وسائل التواصل الاجتماعي على المستخدمين، إذ يحدث انهيار السياق على منصات التواصل الاجتماعي عند دمج مجموعات مختلفة في جمهور واحد، ومع ذلك يمكن للمستخدمين إدارة هذا الموقف عبر مجموعة من الأساليب السلوكية.

وتعد قواعد القرار الأساسية وراء اختيارات المستخدمين عملية معقدة، إذ يحتاج المستخدمون إلى النظر في دوافعهم واهتماماتهم الداخلية وتغيير ممارساتهم وفقاً للتغيرات الخارجية التي تسببها عوامل الجمهور، وتتميز هذه القرارات بذاتية

المستخدمين وفاعليتهم في معالجة انهيار السياق، وتوفر مجالاً للدراسة المنهجية للعملية الديناميكية لإدارة الانطباع داخل البيئات الاجتماعية، ومن هنا تختبر الدراسة ذاتية المستخدمين وفاعليتهم فيما يتعلق بالبيئة الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي، وتطور نطاقاً نظرياً يحدد منهجياً سلوكيات التأقلم لدى المستخدمين للتخفيف من انهيار السياق، لتعزيز فهم استراتيجيات التكيف الشاملة والمُعقَّدة التي يستخدمها الأشخاص لمعالجة انهيار السياق، إذ يمكن للمستخدمين التخفيف من هذه المشكلة من خلال مشاركة المعلومات التي تناسب جميع المجموعات (أي التكيف مع السياق)، أو من خلال استعادة الحدود السياقية (استعادة السياق).

وعلى هذا الأساس، تقدم الدراسة تمييزاً مفاهيمياً للتكيف مع السياق واستعادة السياق، وطرح استراتيجيات لكيفية تعامل المستخدمين مع الواقع الاجتماعي والتقني لانهيار السياق، إذ يخدم كلا النهجين هدف مواءمة العرض الذاتي مع الجمهور بشكل صحيح ليشمل استراتيجيات التكيف المختلفة، مع تحديد بعض المتغيرات في الدراسة للمساعدة على تحديد استراتيجيات إدارة انهيار السياق، من خلال إعادة بناء الحدود السياقية على الأبعاد النفسية والعلائقية والمكانية والزمانية، باختبار العوامل الفردية، متمثلة في (تقليل الجهد، والوعي الذاتي، ومخاوف الخصوصية)، وعوامل الجمهور، متمثلة في (عدم تجانس الجمهور، ونشاط الجمهور)، لتحديد اعتماد استراتيجيات محددة، اعتماداً على نظرية إدارة خصوصية الاتصالات، التي تتفق بشكل أصيل مع الإطار النظري والمنهجي لإدارة انهيار السياق؛ هذا المزيج بين تأكيد ذاتية الفاعل وتأثير العوامل المتداخلة في انهيار السياق يُمثل تكاملاً نظرياً ومنهجياً، كخطوة جديدة في البحوث الكيفية في نطاق دراسات وسائل التواصل الاجتماعي.

كما تضيف الدراسة عامل الهوية المهنية عاملاً جوهرياً في التكوين الثقافي والاجتماعي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات، كونها تمثل مزيجاً من الذاتية مع العوامل الخارجية (ثقافة المجتمع) لاستكشاف العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المتشابهة للدراسة (إدارة انهيار السياق- الهوية المهنية- إدارة خصوصية الاتصالات)، من خلال التحليل الكيفي

لبيانات المقابلات المتعمقة مع (30 عضو هيئة تدريس) من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجامعات المصرية.

ومن هنا يمكن بلورة موضوع الدراسة في التساؤل الآتي: "ما استراتيجيات إدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية المهنية لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصالات communication privacy management (CPM) theory".

أهمية الدراسة:

تقدم هذه الدراسة عدداً من الإسهامات المهمة في الأدبيات المتعلقة بانهيار السياق، وكذلك في مجال الاتصالات الرقمية، كما يلي:

أولاً: تضيف الدراسة بعداً منهجياً لإثراء البحوث النوعية (الكيفية) في الدراسات العربية في مجال دراسات البيئة الرقمية، لدراسة إدارة خصوصية الاتصالات، وإدارة انهيار السياق، في محاولة لطرح تصور نظري ومنهجي في إطار تكاملي للبحوث والدراسات الكيفية العربية في مجال دراسات الاتصال والإعلام الرقمي.

ثانياً: تكشف هذه الدراسة منهجياً عن قواعد القرار لإدارة انهيار السياق، بما في ذلك (تقليل الجهد، والوعي الذاتي العام والخاص، ومخاوف الخصوصية)، وعوامل الجمهور، متمثلة في (عدم تجانس الجمهور، ونشاط الجمهور)، وتسهم هذه النتائج برؤى جديدة لفهم المشهد المعقد لعملية صنع القرار لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي المتعلقة بكيفية التنقل بين انهيار السياق، والتكيف، والاستعادة، وبناء الحدود السياقية، مما يثري المعرفة عن ذاتية الفاعلين الاجتماعيين وفاعليتهم فيما يتعلق بتقنيات الوسائط الرقمية.

ثالثاً: يمكن أن تقدم نتائج الدراسة أثراً عملياً لشركات ومصممي وسائل التواصل الاجتماعي، إذ يمكن لتطبيقات الوسائط الاجتماعية أن تخفف من ضغوط المستخدمين عند التعامل مع انهيار السياق، مما قد يزيد من فرصهم في الاحتفاظ بالمستخدمين النشطين.

رابعاً: تضيف الدراسة متغير الهوية المهنية، كونه يمثل بعداً اجتماعياً وثقافياً مؤثراً لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، خاصةً لمن يهتمون بارتباط مهنتهم بالعرض

الذاتي في خلق الانطباع لدى جمهور وسائل التواصل الاجتماعي؛ للوقوف على مستوى تأثيره في عملية اتخاذ القرار في العملية الديناميكية للاتصال الرقمي عند التعامل مع انهيار السياق.

خامساً: تضيف الدراسة بُعداً منهجياً لإثراء البحوث النوعية (الكيفية) في الدراسات العربية في مجال دراسات البيئة الرقمية، لدراسة دوافع وسلوكيات المستخدمين الاتصالية في إطار تكاملي لمنهجية البحوث الكيفية (المنهجية الإثنوغرافية/ تحليل البيانات اعتماداً على المنهجية المرتكزة/ مزج طريقة المقابلات المتعمقة مع استحداث طريقة الرجوع للخلف)، في محاولة لوضع تصور نظري ومنهجي للبحوث والدراسات الكيفية العربية في مجال دراسات الاتصال والإعلام الرقمي.

عرض الأدبيات السابقة:

تعرض الباحثة الأدبيات السابقة وفقاً لمتغيرات الدراسة الحالية في موضوع البحث، بما يحقق الاستفادة منها في جميع الجوانب المنهجية والنظرية والتطبيقية، على النحو الآتي:
دراسات المحور الأول: الأدبيات السابقة في إطار انهيار السياق:
يتضح من خلال عرض الأدبيات السابقة تنوع استراتيجيات إدارة انهيار السياق وفقاً للمحاور الفرعية الآتية:

فيما يتعلق بإدارة الخصوصية والإفصاح عن الذات، بحثت دراسة Yixin Zou, & et (20)²⁰ al, 2024، ضمن سياقات محددة إلى أي درجة تتعلق مخاوف خصوصية كبار السن وتختلف السلوكيات عبر السياقات، والعوامل المؤثرة في نقاط الضعف في الخصوصية، وأجريت مقابلات شبه منظمة مع 43 من كبار السن في الولايات المتحدة، وأظهر التحليل مخاوف الخصوصية في سيناريو الرعاية الصحية، فقد استخدم كبار السن استراتيجيات نشطة مختلفة لحماية خصوصيتهم، وأكدت النتائج الحاجة إلى إعادة النظر في مناقشة ضعف الخصوصية والشيخوخة. ورَكَز Whittaker, Steve 2023²¹ في دراسته على فهم كيفية عمل العرض الذاتي على وسائل التواصل الاجتماعي؛ بفحص كيفية تقديم الأشخاص لأنفسهم من خلال مقارنة شخصيتهم خارج الإنترنت مع العروض التقديمية الذاتية على Snapchat و Facebook و Instagram والرسائل النصية ومكالمات الفيديو، واستخدمت الدراسة أساليب مختلطة، فجمعت بين استطلاعات الرأي

الشخصية الخمسة الكبار والمقابلات، لاستكشاف اختلافات العرض الذاتي بين وسائل الإعلام، ووجدت اختلافات موثوقة بين الوسائط والعروض التقديمية الذاتية خارج الإنترنت. ونظراً لتحقيق اختلاف استراتيجيات العرض الذاتي باختلاف الجمهور، قدّمت دراسة Jessica, Vitak 2022⁽²²⁾ نموذجاً يتضمن تكوين الشبكة والإفصاح والاستراتيجيات القائمة على الخصوصية ورأس المال الاجتماعي، وأشارت النتائج إلى أن حجم الجمهور وتنوعه يؤثران في عمليات الإفصاح واستخدام إعدادات الخصوصية المتقدمة، وأن مخاوف الخصوصية وإعدادات الخصوصية يؤثران في عمليات الإفصاح بطرق مختلفة، كما أن خصائص الجمهور والإفصاح تتبأ بسد رأس المال الاجتماعي. وقدّمت دراسة Oliver L. Haimson 2023⁽²⁴⁾ نهجاً جديداً لتمكين المشاركين من التفكير في تحولات الهوية السابقة، عن طريق إظهار تصورات مشاعر المشاركين لبيانات الوسائط الاجتماعية الخاصة بهم، عن طريق المقابلات مع 20 من مستخدمي Tumblr، الذين احتفظوا بنوع من المدونات يسمى "المدونات الانتقالية" لمشاركة بيانات نصية شخصية مطولة على فترات طويلة من الزمن، مما مكّن من تحليل المشاعر الطويلة وتصورها.

وافترضت دراسة كل من Lucas Amaral Lauriano and Thiago Coacci 2023⁽²⁵⁾ مواقع وخدمات الشبكات الاجتماعية مساحات آمنة تظهر تأثيرات غير مقصودة لانهايار السياق في الموصومين، لتمكين التعايش بين جماهير مختلفة - أي انهيار السياق الذي يسمح لجمهور متزايد وغير مرئي بالوصول بسهولة إلى المعلومات المتعلقة بالوصمة التي يتعرض لها الشخص، وفي تحليل نوعي طوّرت الدراسة نموذجاً يوثق الديناميكيات اليومية لانهايار السياق في معضلة الإفصاح، وأظهرت النتائج رد فعل، إذ يعتمد معظم الموظفين النسخ المتطابق، ويحاولون عكس مستويات الإفصاح وجهاً لوجه على خدمات الشبكات الاجتماعية.

وللحصول على فهم إرشادي للبعد الزمني للخصوصية، اقترحت دراسة Yun 2023⁽²⁶⁾ Zhang & et al, 2023 مفهوم مخاوف الخصوصية بأثر رجعي واستكشاف سوابقه، من خلال نموذج إطار تكامل السياق على 276 مشاركاً، وأظهرت النتائج أن تجارب

تغيير الحياة وأهمية المعلومات تؤثر في مخاوف إدارة الانطباع بأثر رجعي، التي بدورها تؤثر في مخاوف الخصوصية بأثر رجعي، ويوفر هذا العمل رؤية جديدة للبعد الزمني للخصوصية، ويقدم آثاراً عملية لتصميم أدوات الخصوصية المؤقتة للتخفيف من مخاوف المستخدمين. ومن خلال إجراء 26 مقابلة مع المراهقين بحثت دراسة Robyn Vanherle⁽²⁷⁾ ما إذا كانت استراتيجيات إدارة الخصوصية تؤدي دوراً في قرارات المراهقين بالكشف عن منشورات الكحول المختلفة عبر ميزات SNS المختلفة، وأكدت نتائج هذه الدراسة الدور المهم لإمكانيات الميزات، وكشف المراهقون عن استبعاد جماهير معينة (مثل الأقران والآباء)، من خلال تكييف إعدادات الخصوصية، أو عن طريق اختيار مزيد من الميزات الخاصة بشكل استراتيجي قبل مشاركة منشورات الكحول المخالفة على هذه الميزات.

وفي سياق مشابه، تناولت دراسة Nomy Bitman 2023⁽²⁸⁾ عملية اتخاذ القرار الفردي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ذوي الإعاقة كما استخلصت من التحليل النوعي للمقابلات المتعمقة، فأولاً، يقدم هؤلاء الأشخاص الذين تمت مقابلتهم مجموعة واسعة من التصورات عن النشاط المتعلق بالإعاقة في وسائل التواصل الاجتماعي، وثانياً، تؤدي هذه التصورات إلى مجموعة من الدوافع، التي تعكس حسابات المخاطر والفوائد المختلفة فيما يتعلق بالكشف العلني عن أنفسهم بوصفهم معاقين، وثالثاً، يتجلى من خلال التصميم الاستراتيجي لأدائهم الناشط في المجالين الخاص والعام.

وقد أجرت دراسة Masur Philipp K. 2023⁽²⁹⁾ تحليلاً متعمقاً للمعايير الوصفية والذاتية للإفصاح اللفظي والمرئي على فيسبوك وإنستغرام، باستخدام دراسة استقصائية مع 863 مشاركاً، وكشفت النتائج أن المعايير تتبأت بشكل إيجابي ومستقل بالإفصاح عن الذات، بغض النظر عن منصة أو نوع الكشف عن الذات (البصري مقابل اللفظي)، مع التحكم في المتنبئات الشائعة الأخرى للإفصاح عن الذات، بما في ذلك الفوائد والمخاطر المتصورة من الكشف عن الذات.

وقدمت دراسة Patrick Yung Kang Lee 2023⁽³⁰⁾ لـ 20 مشاركاً من مختلف الأعمار والخلفيات 8 سيناريوهات تأملية، ووجدت أن (رهاب الشبيه) الإمكانيات المسيئة

لاستساخ الذكاء الاصطناعي لاستغلال هوية الفرد وإزاحتها تثير ردود فعل عاطفية سلبية؛ و(تجزئة الهوية) إنشاء نسخ طبق الأصل من الفرد الحي يهدد تصوره الذاتي المتناسك والفريد من نوعه.

وفيما يتعلق بإدارة الملف الشخصي، اهتمت دراسات بدراسة انهيار السياق في إطار إدارة الملف الشخصي، فاستطلعت دراسة Dilara Keküllüoglu 2023⁽³¹⁾ آراء 336 من مستخدمي تويتر لفهم وعيهم بتغير المعلومات المرئية للعامة بناءً على نوع الحساب، مما قد يتسبب في إفصاحات غير مقصودة، خاصة عندما يتفاعل المستخدمون، ووجدت أن المشاركين على دراية برؤية معلومات ملفاتهم الشخصية والتغريدات الفردية، ومع ذلك، فإن إمكانية رؤية الموضوعات والقوائم والتفاعلات التي تُتابع مع الحسابات المحمية تكون مرئية للعامة.

كما استخدمت دراسة Ofir Turel, Hamed Qahri-Saremi 2023⁽³²⁾ تحليل الملف الشخصي الكامن لـ (370) مستخدماً متناقضاً لـ SNS من خلال التركيز على سياق ما بعد التبنّي، والنتائج السلوكية المرتبطة بها، من حيث أنماط استخدام خدمات ومواقع الشبكات الاجتماعية، وقد دعمت النتائج الفرضيات، وأكدت صحة الاختيارات المحتملة من مجموعة من أنماط استخدام خدمات ومواقع التواصل الاجتماعي بعد التبنّي، كنتائج معقولة لاستجابات مواقف مستخدمي خدمات ومواقع التواصل الاجتماعي للتناقض.

وفيما يتعلق بإدارة الممارسات التشاركية والجمهور النشط، اختبرت دراسة Ziv Epstein & etal 2023⁽³³⁾ القلق ذا الصلة بانهايار سياق وسائل التواصل الاجتماعي، إذ يدمج عديد من الجماهير وأنواع المحتوى في سياق واحد، وهو ما يمكن تخفيفه، كما اقترحت الدراسة عن طريق تنظيم المحتوى والجمهور بشكل موضوعي وبدلاً من ذلك، يمكن أن تؤكد نماذج المنصات بناء الاتصالات بين المحتوى بدلاً من مشاركة المحتوى مباشرة مع الجمهور.

وبعيداً عن سياق المشاعر، ارتكز محتوى دراسة Lindsey Meeks 2023⁽³⁴⁾ على نظرية الاختيار العقلاني وتأطيره، وتحليل علاقة انهيار السياق بإدارة الخصوصية

والتنوع في عرض الأخبار ومشاركتها عبر الإنترنت، وأظهرت النتائج أن زيادة انهيار السياق يرتبط بمشاركة الأخبار على فيسبوك، ومن المرجح أن ينظر الأشخاص إلى تنوع أصدقائهم على فيسبوك على أنه تنوع تواطؤ السياق.

وقدمت دراسة Alex Georgakopoulou (35), 2023 موقفاً سردياً كممارسة منهجية معتمدة لمشاركة الحياة كأخبار عاجلة، التي تظهر ارتباطاتها الوثيقة بقابلية رواية القصة من ناحية، ومع اختيار الجمهور من ناحية أخرى، مع التركيز على حالات فيسبوك في دراسة الحالة الأولى، وتؤدي التعقيدات في حياة الملصق من خلال اتخاذ موقف سردي إلى مزيد من القصة نتيجة لاهتمام الجمهور، وفي الحالة الثانية، يُعدُّ اتخاذ المواقف السردية بمثابة آلية لإسقاط جماهير محددة وأنواع محددة من الاستجابات.

وركزت دراسة Christine M. Tardy 2023 (36) على عشرة علماء أوبئة لديهم متابعة قوية على منصة تويتر، بتحليل 143 تغريدة عالية ومنخفضة التفاعل في عدد من المجالات ذات الصلة بالنوع: أنواع التغريدات وعناصرها، وموضوعات التغريد، والأغراض، والجماهير، وهويات المؤلف، وأوضحت الدراسة أن "علم التغريد" يتضمن استخدام مجموعة من أنواع وهويات تويتر الناشئة التي تعمل معاً على إشراك جماهير متنوعة لأغراض معينة.

وباستخدام بيانات المسح، بحثت دراسة Brian E Weeks 2024 (37) في تنبؤات البرمجيات الحرة والمفتوحة المصدر، إضافة إلى علاقتها بعدد من أشكال التعبير السياسي عبر الإنترنت، وأشارت النتائج إلى أن التنوع الأيديولوجي لشبكات الأشخاص على الإنترنت يعزز استخدامهم للبرمجيات الحرة والمفتوحة المصدر، وهو ما يرتبط بدوره بانخفاض أنواع عديدة من التعبير السياسي عبر الإنترنت. وبحثت دراسة Amana Kaskazi&etal, 2023 (38) في المعلومات والممارسات السياسية التشاركية للشباب المهمشين من خلال أربع مجموعات تركيز تضم 23 مراهقاً لمعالجة هذا الفهم المحدود، وأشارت النتائج إلى أن المراهقين يتلقون المعلومات والأخبار السياسية من أعضاء شبكاتهم الاجتماعية عبر الوسائط الرقمية أكثر من وسائل الإعلام القديمة، لأنها تمكنهم من تأكيد فاعليتهم في القضايا الاجتماعية والسياسية التي يشعرون أنهم

مرتبطون بها، بما في ذلك التعرض للمعلومات غير المرغوب فيها، ورد الفعل الاجتماعي المحتمل لنشر المحتوى الذي يمكن أن يعده الآخرون يمثل الركود في النشاط.

وباستخدام بيانات المقابلات النوعية، استكشفت دراسة Kim و Tofoletti & etal, 2023⁽³⁹⁾ فهم النساء وممارساتهن للحفاظ على سلامتهن وسلامة الآخرين عند مشاركة الصور الغنية بالمعلومات عن أجسادهن في أثناء ممارسة الرياضة وأنشطة اللياقة البدنية على إنستغرام، وحددت النتائج أن المعرفة بإمكانيات منصة Instagram وجماهيرها، إلى جانب الأخلاقيات الشخصية، تسهم في ممارسة عملية صنع القرار لدى المرأة عند نشر محتوى النشاط البدني المنتج ذاتياً. في حين كان الغرض من دراسة Ebru Surucu-Balci & Gökçay Balci 2023⁽⁴⁰⁾ التحقق لتحديد أنواع المشاركات من نوع منشورات Facebook التي تساعد خطوط الرحلات البحرية على بناء الجسور والترابط بين رأس المال الاجتماعي، وسلّطت النتائج الضوء على أن نوع الوسائط، الذي يتضمن دوافع الركاب، وصورة السفينة، يساعد على إنشاء جسر وترابط رأس المال الاجتماعي، بينما يساعد نوع المحتوى على إنشاء رأس مال اجتماعي جسري. وبحثت دراسة Andrew M. Guess et al, 2023⁽⁴¹⁾ في تأثيرات خوارزميات موجز فيسبوك وإنستغرام خلال الانتخابات الأمريكية لعام 2020، إذ أدى إخراج المستخدمين من الخلاصات الخوارزمية إلى تقليل الوقت الذي يقضونه على المنصات ونشاطهم بشكل كبير، كما انخفضت كمية المحتوى من الأصدقاء والمصادر المعتدلة، مع جماهير مختلطة أيديولوجياً رأوا زيادة على فيسبوك.

واستكشفت Keith N. Hampton & Inyoung Shin 2023⁽⁴²⁾ الوعي بأحداث الحياة الكبرى من خلال الوسائط، وباستخدام بيانات الاستطلاع، وجدت الدراسة أن الرسائل النصية والتعليق على فيسبوك، والحصول على مزيد من الأصدقاء على فيسبوك، يرتبط بالوعي بالأحداث المرغوبة. وطبقت دراسة Andrew Beers & etal, 2023⁽⁴³⁾ طريقة تحويلات المشاركة المشتركة، لتحويل شبكات البيانات الاجتماعية إلى صور يمكن تتبعها باستخدام القدرات التفسيرية لهذه الطريقة، وأجرت دراسة حالة موسعة للانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2020 على تويتر، والإسهام في

تحليل تجريبي للمشاركة؛ لتحديد وتمييز عدد من الهياكل في شبكة الخطاب هذه، بما في ذلك الحسابات الجسرية، ومجتمعات المتابعة، وأصدرت الدراسة تعليمات برمجية مفتوحة المصدر لإنشاء شبكات المشاركة من Twitter وبيانات التفاعل المنظمة الأخرى. واقتُرحت دراسة 2023Yu Tian & Baohua Zhou⁽⁴⁴⁾ نموذجاً نظرياً جديداً للنظر في العوامل الاجتماعية لحجم الشبكة وعدم تجانسها للتأثير في إرهاق WeChat المتصور لدى الأفراد، استناداً إلى عينة تمثيلية وطنية مكونة من 6002 من مستخدمي WeChat الصينيين البالغين، وأظهرت النتائج وجود علاقة منحنية إيجابية كبيرة بين الحجم وإرهاق WeChat، واقتُرحت الدراسة نموذجاً جديداً لدراسة التأثير المباشر لهياكل الشبكة (الحجم وعدم التجانس) في ظاهرة التعب في WeChat، والتأثير غير المباشر لخصائص الشبكة في التعب الزائد عبر وساطة الشبكات الاجتماعية، وإدارة الانطباع، والخوف من فقدان الشيء (FOMO).

وفيما يتعلق بإدارة آثار انهيار السياق، من خلال اعتماد منهج إثنوغرافي عبر الإنترنت يتكون من لقطات شاشة لمنشورات WeChat Moment ومقابلات شبه منظمة، والاعتماد على المعرفة الإثنوغرافية للباحثين للمشاركين، بحثت دراسة Xiaofang Yao 2021⁽⁴⁵⁾ في كيفية استفادة المشاركين في هذه المساحة عبر الإنترنت من التفاوض على عرضهم الذاتي وإدارة آثار انهيار السياق، وأظهر التحليل أن الممارسات المترو-لغوية أسهمت في ضبط المحتوى ذاتياً، والتلاعب بإمكانية الوصول، والتعويض عن محو الأمية في المشهد اللغوي عبر الإنترنت. في حين أخذت دراسة Amit Pinchevski 2023⁽⁴⁶⁾ ادعاءات اضطراب ما بعد الصدمة الأخيرة من قبل مشرفي المحتوى العاملين لدى Microsoft وGoogle نقطة انطلاق لمناقشة الطبيعة المتغيرة للصدمة في سياق وسائل التواصل الاجتماعي والثقافة الخوارزمية، بقدر ما تكون صدمة المشرفين على المحتوى موجودة كحالة سريرية، لا يمكن وصفها أثراً جانبياً عرضياً، وتنتقل المناقشة بعد ذلك إلى التكهّن بإمكانية استخدام الخوارزميات لتحديد المحتوى المؤلم المحتمل وما الذي يعنيه ذلك لفهم الصدمة، خاصة كتجربة وسيطة.

وتناولت دراسة Zoe Hurley 2023⁽⁴⁷⁾ حالة ثلاث نساء كوميديات مؤثرات على وسائل التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط؛ للنظر في كيف يمكن لعروضهن الفكاهية على إنستغرام أن تستكشف السياق المنهار لوسائل التواصل الاجتماعي، ويوضح أنماط الفكاهة المحجبة التي تنتقل في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بشكل عام، أوضحت الدراسة الأهمية السياسية لضحك نساء الشرق الأوسط والكوميديا الناشئة في صياغة "الهزل" (المهزلة)، و"التهمك" و"السخرية". ومن أجل دراسة التأثير السلبي الذي يعاني منه مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي الذين واجهوا انهيار السياق، أُجريت دراسة⁽⁴⁸⁾ Loh, Jennifer and walsh, michael, 2023 على 200 من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وأُجريت تجربة شبه طولية للتحقيق في تأثيرهم في ظل انهيار السياق (صورة شخصية محرجة تسربت عبر الإنترنت)، على وجه التحديد، هدفت هذه الدراسة إلى التمييز بين التأثير السلبي الناتج عن سوابق انهيار السياق المختلفة (الخطأ الذاتي، أو خطأ النظام، أو الخيانة من صديق مقرب)، وأشارت النتائج إلى أن انهيار السياق كان مرتبطاً إيجابياً بالتأثير السلبي. واستخدمت دراسة Jennifer Walsh & Michael James 2023⁽⁴⁹⁾ الإطار النظري لديفيس ويورجنسون لانهايار السياق (أي تواطؤ السياق وتصادم السياق)، ونظرية عمل الوجه لإرفنج جوفمان، لدراسة العوامل المرتبطة بظروف انهيار السياق المختلفة في مرحلتين (شبه تجريبية في المرحلة 1، وأسئلة مفتوحة في المرحلة 2)، مع السيناريوهات لفحص ما إذا كان القصد أثر ضمن تواطؤ السياق وتصادم السياق في إدراك المشاركين لفقدان الوجه والتأثير، واختارت (151) من طلاب السنة الأولى من التعليم العالي، طُلب منهم الرد على سيناريوهات انهيار السياق الافتراضية عبر الإنترنت، وأظهرت النتائج أن انهيار السياق له تأثير كبير في فقدان المشاركين لواء الوجه والتأثير (المشاعر).

دراسات المحور الثاني: دراسات الهوية المهنية في إطار انهيار السياق
فيما يتعلق بالهوية المهنية والعرض الذاتي، تناولت Patrick L. Lê 2024⁽⁵⁰⁾ دراسة كيفية قيام الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام الفرنسية الكبرى ببناء هويات محدودة على تويتر، من خلال مزج هويتهم المهنية مع هويتهم الشخصية، وغالباً ما تلمس وسائل

التواصل الاجتماعي الحدود بين الهويات الشخصية والمهنية، وقد وُقِّر لهم تويتير بصفته منصة مستقلة عن وسائل الإعلام الخاصة بهم، مكاناً جديداً للتعبير عن الذات وفرصة لبناء هويات جديدة عبر الإنترنت.

واستكشفت دراسة Ashim Malhotra,etal,2023⁽⁵¹⁾ النظريات التعليمية والأدبيات الموجودة التي تصف تأثير البيئات التعليمية للكلية أو الجامعة التاريخية للسود (HBCU) في التطور الشخصي والمهني للطلاب السود، وفحص الأدبيات المتعلقة بتكوين الهوية المهنية (PIF) في تعليم الصيدلة والتواصل المهني، واستنتجت الدراسة أنه يمكن لبيئات تدريب الصيدلة أن تدعم الطلاب من الأقليات في أثناء تطوير هوياتهم المهنية في السعي لتحقيق وظائف مجزية.

ورأت دراسة Jeffrey CL Looi ,etal 2023⁽⁵²⁾ أنه يمكن أن يكون لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الأطباء النفسيين فوائد عديدة للتواصل، من خلال تصوير شخصية المشارك، ولكن أيضاً توجد مخاطر محتملة على الهوية المهنية والسمعة من نشر المواد، إضافة إلى تعليقات الآخرين على منشوراتهم، واقترحت الدراسة وجود درجة أكبر من عرض الهوية الأدائية للمشاركين، التي تصف العرض الذاتي لأفضل جوانب شخصية المشارك، واتضح الاهتمام بدراسة المؤثرين في هذا المجال، من خلال أكثر من دراسة؛ منها دراسة Noha Atef, etal, 2023⁽⁵³⁾ من خلال تحليل العرض الذاتي الذي قدّمه 12 طبيباً مصرياً أنشأوا مدونات فيديو متعلقة بالصحة على YouTube و Facebook، وقرنت المقابلات المتعمقة وبيانات مجموعة التركيز مع تحليل الخطاب النقدي لـ 48 مدونة فيديو للتحقيق في كيفية بناء هؤلاء الأطباء لصورهم كمحترفين في مجال الصحة (أطباء)، وصانعي محتوى (مؤثرين)، بالاعتماد على النهج الدرامي الذي يتبعه جوفمان لفحص "الوجوه"، تبين أن عرضهم الذاتي عبارة عن تفاوض بين دورين: دور مؤثر جزئياً، أو منشئ محتوى على وسائل التواصل الاجتماعي، وطبيب جزئي، أو مقدم خدمة صحية.

في السياق نفسه، ونظراً لإيلاء اهتمام أقل لرفاهية المؤثرين في اقتصاد الاهتمام النقدي، الذي يفرض توترات بين الرغبة في الأصالة والعروض الذاتية لأصحاب النفوذ في

التفاعلات عبر الإنترنت، باستخدام المقابلات المتعمقة والنتوغرافيا منهجية، بحثت دراسة Alysha Hacheyetal, 2023⁽⁵⁴⁾ كيف أثار قرار التعامل مع موضوع كوفيد-19 على وسائل التواصل الاجتماعي في رفاهية المؤثرين أثناء الوباء، وتبنت نظرية تقرير المصير للكشف عن كيف أدت الطبيعة المثيرة للجدل للموضوع إلى صراعات داخلية للعرض الذاتي للمؤثرين.

وفي سياق مشابه، حلّت دراسة Paola Sedda & Oihana Husson 2023⁽⁵⁵⁾ الطريقة التي يشارك بها المؤثرون في وسائل التواصل الاجتماعي، الذين يعملون في سياق مجتمعات الممارسة، في إعادة تعريف الاحتراف والممارسات المهنية في مجالات الاتصالات باستخدام نهج منهجي يعتمد على المقابلات والملاحظة الإثنوغرافية وتحليل الخطاب وتحليل المحتوى النوعي، وتتنظر وجهة نظر الدراسة إلى المهنيين بوصفهم جهات فاعلة في التغيير، يعيدون باستمرار صياغة خطابهم عن "الاحتراف" بناءً على المطالب العامة، وظهور قضايا سياسية ومجتمعية جديدة.

وباختبار تأثير النوع عاملاً وسيطاً بين الهوية المهنية وعرض الذات، وجدت دراسة Aparna Gonibeed, Syed Imran Saqib 2023⁽⁵⁶⁾ تنظيم الهوية وإنشاء الهوية عملية معقدة عند التوسط فيها على وسائل التواصل الاجتماعي، إذ تكون الإشارات والمبادئ التوجيهية للمحترفين غامضة، ووجدت الدراسة أيضاً أن هذا التنظيم الذاتي بالنسبة للرجال مدفوع بالضغط للتوافق مع هوية "رجل الشركة" المثالي، بينما بالنسبة للنساء يكون مدفوعاً بالحاجة إلى التوافق مع التوقعات المجتمعية والثقافية، بينما استكشفت دراسة Michelle Tao and Nicole B. Ellison 2023⁽⁵⁷⁾ أفكار البالغين الناشئين عن كيفية تطور العرض الذاتي لحسابهم الثانوي على Instagram، بالاعتماد على بيانات المقابلة التي جمعت من الإناث البالغات الناشئات، ووصف المشاركات كيف تطورت سلوكياتهن في مشاركة المحتوى على Instagram، خاصة فيما يتعلق بإدارة محتوى العرض الذاتي السلبي، ووصف بعض المشاركات الصعوبات التي يطرحها انهيار السياق المرتبط بالعرض على شبكتين مختلفتين.

وفي سياق مختلف، باستخدام التصور القائم على القدرات، بحثت دراسة Shan Jiang, (58) S.M. ASCE 2023 في الآلية التنبؤية للمهنية من منظور الهيكل التكيفي، وقدمت بيانات المسح المستمدة من 202 من فرق مشروع البناء أدلة تجريبية للنموذج المقترح، وأشارت النتائج إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتفاعلها مع بروز الهوية المهنية يساهم في مرونة فريق المشروع، على وجه الخصوص، يفيد بروز الهوية المهنية مرونة فريق المشروع عندما يكون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالمشروع مرتفعاً، والعكس.

وأشارت دراسة Holly J. Humphrey, MD, MACP 2021⁽⁵⁹⁾ إلى أن إيجاد التوازن بين الفرص والمخاطر التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي لا يزال تحدياً مهنة الطب والمجتمع، إذ تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في بناء الشبكات ومشاركة المعلومات وزيادة التعاون خارج التخصصات والمؤسسات، وبقدر ما تشجع وسائل التواصل الاجتماعي التركيز المستمر على الذات، فإنها تهدد قدرة جميع الأفراد على تحقيق هذا المستوى من النمو، وتستخدم "المقاييس البديلة" للنشاط عبر الإنترنت على نحو متزايد مقياساً للتأثير الأكاديمي.

وعن دور الروايات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل أعمال الهوية المهنية، قدمت دراسة Claudine Bonneau 2023⁽⁶⁰⁾ إسهامات ذات شقين؛ أولاً، توضح أنه على الرغم من أن النماذج الأولية تعمل قوة تنظيمية مهمة للهوية عبر الإنترنت، فإنها تفعل ذلك من خلال عدم تحديد الهوية، وثانياً، توضح كيف أن عمل الهوية بالنسبة للبدو الرقميين يتضمن تقييم الذاتيات المتاحة استطرادياً، وسلّطت النتائج الضوء على تعقيدات هوية العمل للمهن "الجديدة"، التي يضيف الطابع الرومانسي عليها، وتحقيق الدخل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وخارجها.

وبالاعتماد على الممارسة التواصلية، المتمثلة في "العمل بصوت عالٍ" (WOL)، ومن خلال تحليل 5000 تغريدة زراعية، أشارت دراسة Riley M., Robertson B. 2021⁽⁶¹⁾ إلى كيف يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تمكّن المزارعين من التعبير عن وجهات

نظرهم، وعكسها في التواصل مع الجماهير الزراعية وغير الزراعية، وكيف يمكن أن يعمل هذا التواصل والممارسات على (إعادة) بناء هوياتهم الزراعية. وفيما يتعلق بإعدادات الخصوصية والعرض الذاتي والهوية المهنية، ومن خلال المقابلات مع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة، وبالاعتماد على المفاهيم النسوية للضعف والكشف عن وسائل التواصل الاجتماعي ومنح الخصوصية، اقترحت دراسة Kristen Barta, et al, 2023⁽⁶²⁾ تصنيفاً نسبياً لضعف وسائل التواصل الاجتماعي (FSMV)؛ لوصف كيف تعمل وسائل التواصل الاجتماعي على تمكين أشكال الضعف المختلفة عن الإعدادات الشخصية، وتحدي الأطر التي تعادل الضعف مع الخطر/ الضرر، وناقشت الآثار المترتبة على التصميم المتعلق بالتحكم الدقيق في الملف الشخصي والمحتوى وإعدادات الخصوصية. واستكشفت دراسة Samantha Ryan Szczyrek 2023⁽⁶³⁾ كيفية تصورات وخبرات طلاب الدراسات العليا للتأثير في التنقل عبر هويتهم الرقمية أثناء تنقلهم في السياق المنهار بين الهوية الأكاديمية والهوية الشخصية على شبكات التواصل الاجتماعي، وأكدت الدراسة الظاهرة الأدائية لدى طلبة الدراسات العليا، سواء حدثت بعلم أو بغير علم عند بناء القرارات الملاحية على تحقيق الذات، وانهيار السياق، والهويات الأكاديمية والشخصية، والتأثير الاجتماعي، وثقافة الاستدعاء.

وفيما يتعلق بإدارة الانطباع والهوية المهنية، قُيِّمَت دراسة Caleb T. Carr, et al, 2023⁽⁶⁴⁾ تجريبياً تصورات الجمهور عن الموظفين ومؤسساتهم بعد إعادة التبريد، وكشفت النتائج أن الجمهور يشكل انطباعات عن الأفراد بناءً على المحتوى المُعاد تغريده وإعادة تغريده، وأشارت إلى أنه قد تُقدِّم خدمة أفضل لأصحاب العمل من خلال مطالبة الموظفين بحذف الإشارة إلى صاحب العمل في حساباتهم الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي، ويسهم هذا البحث في فهم كيفية تأثير سمعة الموظف والسمعة التنظيمية بمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي الشخصية للموظفين.

في حين بحثت دراسة Pawel Korzynski, et al, 2023⁽⁶⁵⁾ عن متابعي الشركات بجمع معلومات يومية عن المحتوى الذي أُنشأ، مثل منشورات الوظائف، وردود أفعال

المستخدمين على المنشورات، وملفات تعريف الموظفين خلال فترة 44 يوماً، وأظهرت الدراسة أن المحتوى الذي تنتجه الشركات والمستخدمون والموظفون (بوساطة المجموعات) على منصات التواصل المهنية، يخلق فرصة لتأسيس قادة رأي في الشركات، وعملت دراسة Guruprasad Gadgil 2023⁽⁶⁶⁾ على بناء وتقييم نموذج إدارة انطباعات مفارقة خصوصية المتحولين جنسياً (TPPIM) على مواقع الشبكات الاجتماعية (IM)، ولم تجد الدراسة أي علاقة مباشرة بين مفارقة الخصوصية وشخصية وسائل التواصل الاجتماعي للأفراد المتحولين جنسياً، ومع ذلك، لحماية خصوصياتهم، يستخدمون استراتيجيات مختلفة لإدارة الانطباعات على وسائل التواصل الاجتماعي، تتوسط في العلاقة بين مفارقة الخصوصية وشخصياتهم على وسائل التواصل الاجتماعي. وعرضت دراسة Franzisca Weder 2023⁽⁶⁷⁾ بيانات حديثة من سلسلة من المقابلات المقارنة، التي أجريت في أوروبا الوسطى، تتضمن السردية التحادثية عن مجموعات المهارات والمهن، والاتصال المهني، من مجموعة من ممارسي العلاقات العامة والصحفيين، وأظهرت النتائج أن أدوار عينة الدراسة في سياق التحولات المجتمعية والبيئات الإعلامية المتغيرة والمتقاربة باستمرار، ويُنظر إلى التواصل المهني بازدياد على أنه عملية إبداعية مشتركة للدخول، والبدء، وأحياناً الإدارة، ومن ثم قيادة الخطابات والمحادثات العامة. وحددت دراسة Jeffrey P. Carpenter 2023⁽⁶⁸⁾ المفاهيمية ووضعت سياقاً لظاهرة المؤثرين في التعليم، ومؤثري وسائل التواصل الاجتماعي، وهوية المعلم، وقدمت الدراسة أمثلة تجريبية لكيف يمكن أن يؤثر مؤثرو التعليم في ممارسات المعلمين الآخرين وفلسفاتهم وهوياتهم المهنية، ونظرت الدراسة في الآثار المترتبة على صعود المؤثرين في مجال التعليم.

كما استهدفت دراسة Cameron W. Piercy & etal 2023⁶⁹ رابط تحديد النشاط للنموذج الهيكلي لتحديد الهوية، من خلال استغلال السلوك الذي يسنه مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي، وأوضحت هذه الدراسة أن مشاركة الانتماء في مكان العمل عبر الإنترنت والهوية التنظيمية يرتبطان ببعضهما، ويحركهما تفضيلات تكامل الشبكة (أي تداخل الأشخاص)، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والهوية التنظيمية.

التعقيب على الأدبيات السابقة:

التعقيب على دراسات المحور الأول، فيما يتعلق بانهيار السياق:

- يتضح تركيز الأدبيات السابقة على دراسة انهيار السياق (التكيف مع السياق، أو استعادة السياق)، في إطار عام، ولم تهتم الأدبيات السابقة بتكامل الدراسة للمجالين معاً، مما يمثل ثغرة في الأدبيات السابقة.

- تشير استراتيجيات المواجهة المذكورة في الأدبيات السابقة إلى تعدد وتعقيد سلوكيات المستخدم، لذا من المهم التمييز المفاهيمي بين تكيف السياق واستعادة السياق، بناءً على ما إذا كان المستخدمون يستعيدون سياقاً محدداً عبر الإنترنت للعرض الذاتي.

- لم يتضح جلياً من عرض الأدبيات السابقة الفهم الكافي لكيفية قيام مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ببناء الحدود السياقية، إذ يُظهر المستخدمون الذاتية في بناء أدوارهم وسياقاتهم الاجتماعية والحفاظ عليها على المنصات الرقمية.

- أشارت نتائج الأدبيات السابقة إلى بعض متغيرات انهيار السياق من خلال الوعي الذاتي العام والخاص، ومخاوف الخصوصية، وكذلك عوامل الجمهور، متمثلة في (التشاركية والجمهور النشط)، بينما أغفلت متغيرات لا تقل أهمية في هذا النطاق، منها تكامل العلاقة بين العوامل الذاتية وعوامل الجمهور، إذ تسهم في فهم المشهد المعقد لعملية صنع القرار لدى المستخدمين، وهو ما تستهدفه الدراسة الحالية.

- على الرغم من أهمية العلاقة الترابطية بين الدوافع والسلوك الاتصالي في الدراسات الإعلامية والاتصالية، لم تُظهر الأدبيات السابقة الاهتمام بالتفاعل الديناميكي، الذي يشير إلى وجود آلية أساسية محتملة بين دوافع المستخدمين واهتماماتهم وسلوكياتهم، لذلك تتبنى الدراسة الحالية هذا المنظور من خلال اختبار العوامل الفردية، متمثلة في (تقليل الجهد، والوعي الذاتي، ومخاوف الخصوصية)، وعوامل الجمهور، متمثلة في (عدم تجانس الجمهور ونشاطه) في تحديد اعتماد استراتيجيات محددة.

- على الرغم من طبيعة عمل انهيار السياق بالعوامل المتعلقة أساساً بالهوية، فإنه كان عمل الأدبيات السابقة ينصب على دراسة انهيار السياق في معزل عن المتغيرات الوسيطة، وتكتفى بإرجاع دراسة انهيار السياق إلى المتغيرات المستقلة والتابعة فقط، إلا أن بعض الدراسات اهتمت بتأثير متغير النوع على الرغم من ترابط المتغيرات الفعلية لانهيار

السياق ومواجهته، خاصة فيما يتعلق بالفئات الأكثر حرصاً على السمعة والهيبة التنظيمية لانتماءاتها المهنية، ومن هنا ترى الدراسة الحالية أهمية دراسة متغير الهوية المهنية في قرارات إدارة انهيار السياق لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات.

- فيما يتعلق بالموضوعات، ارتكزت معظم دراسات انهيار السياق على البحث في التكيف مع السياق، وربما كان استعادة السياق ظهر ضمناً في بعض الدراسات، ولم تصرح الأدبيات السابقة بدراساتها لاستراتيجيات استعادة السياق، أو إدارة انهيار السياق بشقيه التكيف واستعادة السياق.

- فيما يتعلق بالمنهجية، اعتمدت الأدبيات السابقة بصورة كبيرة على التحليل الكيفي والمقابلات شبه المنظمة مع المشاركين وفقاً لمنهجية البحوث النوعية، إلا أنه توجد بعض الدراسات اعتمدت على المنهج التجريبي وفقاً للهدف من الدراسة، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة موضوع الدراسة الحديث نسبياً في الدراسات الإعلامية والاتصالية الرقمية، لذلك وجدنا أن معظم الأدبيات السابقة معتمدة منهجياً دراسات استكشافية، لذلك تعتمد منهجية الدراسة الحالية على المقابلات شبه المنظمة، إضافة إلى دمج طريقة التمرير للخلف مع المقابلات المتعمقة، ليسمح ذلك بمشاهدة الآثار الرقمية في حساباتهم الشخصية، مما يوفر للدراسة سيناريوهات محددة لتحليل حياة المشاركين عبر الوسائط الرقمية.

ولمعالجة الثغرات في الأدبيات، تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق فهم دقيق لانهيار السياق، من الناحية النظرية والكيفية، على النحو الآتي:

أولاً، تشرى نطاق استراتيجيات التكيف مع انهيار السياق، من خلال تقديم تمييز واضح بين استعادة السياق والتكيف مع السياق، وتحديد الطبيعة الديناميكية للسلوكيات البشرية على وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً، بدلاً من تبني منظور يتمحور حول وسائل الإعلام، تتبنى الدراسة منظوراً أعمق يتمحور حول الفاعل الاجتماعي، مما يؤدي إلى إبراز ذاتية الأفراد وفعاليتهم.

التعقيب على دراسات المحور الثاني، فيما يتعلق بعلاقة الهوية المهنية بانهيار السياق - ارتكزت معظم هذه الدراسات في علاقة الهوية المهنية بعرض الذات على وسائل التواصل الاجتماعي.

- كما تبين أهمية دور الروايات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل أعمال الهوية المهنية.

- هدفت بعض الأدبيات إلى مشاركة بيانات نصية شخصية مطولة على مدى فترات طويلة من الزمن، مما مكّن من تحليل المشاعر الطولية وتصورها بمزيج منهجي بين التحليل النوعي والحديث السردى، مما أسهم في تطوير البحوث النوعية في مجال الاتصالات والاعلام الرقمي.

- توفر الأبحاث المتعلقة بممارسات إدارة الخصوصية في نطاق الهوية المهنية آلية نظرية مهمة لمساعدتنا على فهم أفضل للأشخاص الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية، وخاصة أولئك المتعاملين مع انهيار السياق.

- أشارت النتائج إلى أن الحاجة إلى التعبير عن الذات، والحاجة إلى الحفاظ على استمرارية الهوية الذاتية والمهنية، لهما تأثيرات كبيرة في انهيار السياق المتصور، ولكن تختلف في الاتجاهات.

- تظهر الأدبيات السابقة أن تجارب تغيير الحياة وأهمية المعلومات تؤثر في مخاوف إدارة الانطباع بأثر رجعي، وبدورها تؤثر في مخاوف الخصوصية بأثر رجعي، وهو ما يوفر رؤية جديدة للبعد الزمني للخصوصية، ويقدم آثاراً عملية لتصميم أدوات الخصوصية المؤقتة للتخفيف من مخاوف المستخدمين.

- وأظهرت النتائج أن انهيار السياق له تأثير كبير في التأثير (المشاعر) على المشاركين، وهو ما يدعو إلى إجراء مزيد البحوث وتركيزها على دراسة آثار انهيار السياق في الفئات الأكثر حساسية مهنية في المجتمع.

- تنظر الأدبيات السابقة إلى المهنيين على وسائل التواصل الاجتماعي بوصفهم جهات فاعلة في التغيير، يعيدون باستمرار صياغة خطابهم باحترافية بناءً على المطالب العامة، وهو ما يتماشى مع أهداف الدراسة الحالية.

- في حين أغفلت الأدبيات السابقة في هذا المحور دراسة متغير الهوية المهنية عاملاً مؤثراً في استراتيجيات اتخاذ القرار في إدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما تتبناه الدراسة الحالية.

- فيما يتعلق بالموضوعات، انصب اهتمام معظم الأدبيات السابقة على علاقة الهوية المهنية بعرض الذات وإدارة الانطباع والتشاركية كمتغيرات أساسية في إدارة التكيف مع السياق، وقد عنيت دراسات قليلة بإعدادات الخصوصية وإدارة الملف الشخصي في إدارة التكيف مع السياق المنهار، وأغفلت هذه الدراسات دراسة الهوية المهنية مؤثراً في استعادة السياق، أو كونها عاملاً فاعلاً في إدارة عملية القرار لانهيار السياق.

- فيما يتعلق بالمنهجية، أوضحت الأدبيات في هذا المحور أهمية الاعتماد على بيانات المقابلة والتحليل النوعي للبيانات الشخصية لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي نظراً لطبيعة الهدف من موضوعات الدراسة، المرتكزة أساساً على دراسة عرض الذات وإدارة الانطباع لدى الجمهور، إلا أنه توجد دراسات بنت منهجيتها على أساس تجريبي في هذا المجال، ونظراً لطبيعة الهدف من الدراسة الحالية، فقد بنت الدراسة منهجيتها على المقابلات شبه المنظمة، لإيجاد سيولة في المحتوى والشكل والعروض، ويمثل في حد ذاته الاختيار الصحيح لدراسة عمليات التعبير عن الهويات المهنية⁽⁷⁰⁾، إضافة إلى دمج طريقة التمرير للخلف مع المقابلات المتعمقة

أوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

فيما يتعلق بكلا المحورين محل الدراسة، فإن الدراسة الحالية استفادت من الدراسات السابقة في تحديد متغيرات الدراسة، بعد إدارة انهيار السياق يحوي التكيف مع السياق واستعادة السياق، في تكامل عملية إدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي، وتحديد الدراسة الحالية للمنهجية المستخدمة في الدراسة بصفتها دراسة استكشافية، لذلك تعتمد منهجية الدراسة الحالية على المقابلات شبه المنظمة، إضافة إلى دمج طريقة التمرير للخلف مع المقابلات المتعمقة، ليسمح ذلك بمشاهدة الآثار الرقمية في حساباتهم الشخصية، مما يوفر للدراسة سيناريوهات محددة لتحليل حياة المشاركين عبر الوسائط الرقمية.

وقد أفادت الدراسات السابقة الدراسة الحالية في تحديد عينة الدراسة من المشاركين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية، وفقاً لما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة، من أهمية التطبيق على الفئات الأكثر تأثراً بانهيار السياق، والأكثر اهتماماً بإدارة الانطباع وعرض الذات لدى الجمهور، وتحديد عامل الهوية المهنية متغيراً مؤثراً في قرار عملية إدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي، ولتماشيها مع أهميتها التكوينية والتنظيمية لدى أعضاء هيئة التدريس من المشاركين عينة الدراسة.

أهداف الدراسة:

يتبلور الهدف الرئيسي للدراسة في استكشاف استراتيجيات إدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية المهنية لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية، في إطار نظرية إدارة خصوصية الاتصالات، وعليه تسعى هذه الدراسة للتحقق من الأهداف الفرعية الآتية:

أولاً: استكشاف كيفية إدارة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لخصوصية الاتصالات، لتحديد استراتيجيات إدارة الخصوصية في البيئة الرقمية في الحالتين المنهارة سياقياً وتحديد الاستراتيجيات كقرارات استباقية لإدارة الخصوصية لحماية انهيار السياق.

ثانياً: استكشاف كيفية إدارة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لانهيار السياق، لتحديد استراتيجيات استعادة السياق من خلال دراسة أبعاد (إعادة بناء الحدود السياقية على الأبعاد النفسية والعلائقية والمكانية والزمانية).

ثالثاً: اختبار دور العوامل الفردية، متمثلة في (تقليل الجهد، والوعي الذاتي، ومخاوف الخصوصية)، وعوامل الجمهور، متمثلة في (عدم تجانس الجمهور، ونشاط الجمهور)، في تحديد اعتماد استراتيجيات محددة لإدارة انهيار السياق - اختبار ذاتية المستخدمين وفعاليتهم فيما يتعلق بالبيئة الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي وتطوير نطاق نظري يحدد منهجياً سلوكيات التأقلم لدى المستخدمين للتخفيف من انهيار السياق.

رابعاً: تسليط الضوء على الدور المهم لذاتية المستخدمين في هذا العصر الرقمي، وكشف الديناميكيات المعقدة بين المستخدمين والجماهير والقدرات التكنولوجية، مع تقديم رؤى

نقدية لسلوكيات المستخدمين في التعامل مع انهيار السياق لوضع استراتيجيات التعامل مع هذه الظاهرة على المدى البعيد.

خامسا: الكشف عن دور الهوية المهنية في التأثير في استراتيجيات إدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي.

سادسا: اكتشاف وتحديد الحدود العملية للعلاقة المتشابكة بين المتغيرات محل الدراسة (إدارة انهيار السياق/ الهوية المهنية/ نظرية إدارة خصوصية الاتصال).

سابعاً: وضع تصور للتكامل النظري والمنهجي لإدارة انهيار السياق وإدارة خصوصية الاتصالات في البيئة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي.

ثامناً: تسعى الدراسة لدعم وتطوير البحوث النوعية (الكيفية) في الدراسات العربية، وبخاصة اعتماد المنهجية الإثنوغرافية في تحليل البيانات، واعتماد منهجية البحث النظري المرتكز (انتساباً للنظرية المجردة) أو (المرتكزة) لاستكشاف آلية إدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالهوية المهنية، منهجاً نوعياً (كيفياً) في الدراسات الاعلامية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات الآتية:

السؤال الأول: ما الاستراتيجيات التي يتبناها مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية لإدارة خصوصية الاتصالات، وما استراتيجيات تكييف واستعادة السياق في مجال الحدود النفسية والعلائقية والمكانية والزمانية؟

السؤال الثاني: ما الدوافع والمخاوف وقواعد القرار وراء اختيارات المستخدمين لتكييف السياق واستراتيجيات استعادة السياق في إدارة انهيار السياق؟

السؤال الثالث: كيف تؤثر العوامل الفردية، متمثلة في (تقليل الجهد، والوعي الذاتي، ومخاوف الخصوصية)، وعوامل الجمهور، متمثلة في (عدم تجانس الجمهور ونشاط الجمهور)، في تحديد اعتماد استراتيجيات محددة لإدارة انهيار السياق؟

السؤال الرابع: ما دور وفاعلية ذاتية المستخدمين فيما يتعلق بالبيئة الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في سلوكيات التأقلم لدى المستخدمين للتخفيف من انهيار

السياق وإدارة الخصوصية، والكشف عن الديناميكيات المعقدة بين المستخدمين والجمهير والقدرات التكنولوجية في هذا العصر الرقمي؟

السؤال الخامس: إلى أي مستوى يؤثر عامل الهوية المهنية كعامل جوهري في التكوين الثقافي والاجتماعي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات لتحديد استراتيجيات إدارة خصوصية الاتصالات وإدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي؟

السؤال السادس: كيف يمكن توصيف الحدود العملية بين المتغيرات المتشابكة للدراسة (إدارة انهيار السياق/ الهوية المهنية/ إدارة خصوصية الاتصالات) في إدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي؟

السؤال السابع: ما حدود التكامل بين إدارة انهيار السياق وإدارة خصوصية الاتصالات في البيئة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي؟

الإطار النظري والمعرفي للدراسة:

نظرية إدارة خصوصية الاتصالات communication privacy management theory (CPM)

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية إدارة خصوصية الاتصالات communication privacy management theory (CPM) نظراً لأنها النظرية الأقرب إلى الهدف من الدراسة، وتتوافق بشكل كبير مع منهجية الدراسة في الكشف عن إدارة انهيار السياق، وذلك في إطار التكامل النظري والمنهجي لإدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي، فمن خلال البحث الذي أُجري لبناء نظرية وتطوير الأفكار الناشئة عن بناء نظرية CPM، تتحدى النظرية عدداً من المفاهيم الأساسية المتعلقة بالخصوصية والإفصاح والسرية⁽⁷¹⁾.

وتتكون نظرية إدارة خصوصية الاتصالات من: ملكية الخصوصية، ويحتوي هذا المكون على معلوماتنا الشخصية التي لا يعرفها أحد سوانا، والتحكم في الخصوصية، ويتضمن هذا المكون مشاركة المعلومات الشخصية مع شخص آخر، واضطراب الخصوصية: ويؤدي هذا المكون دوراً عندما يتعذر على مالكي المعلومات الاتفاق بشكل متبادل على الكشف عن تلك المعلومات⁽⁷²⁾.

وتتضمن النظرية ثوابت الافتراض: الافتراضات الجدلية الخاصة بالعام والخاص، وافتراضات إدارة الخصوصية، وافتراضات الاستعارة الحدودية⁽⁷³⁾، وتشرح نظرية إدارة خصوصية الاتصالات لبيرونو CPM (1991) قرارات تبادل المعلومات من خلال دمج المفاهيم المعقدة لحدود المعلومات وتنسيق الحدود واضطراب الحدود، مع التأكيد أنه يمكن للأفراد تحديد من سيشارك في ملكية المعلومات⁽⁷⁴⁾. ويعنى ذلك أن المبدأ الأساسي هو حدود المعلومات المشتركة، التي تُنشأ بشكل مشترك بين المالكين والمقربين الذين لديهم السيطرة على الوصول إلى المعلومات⁽⁷⁵⁾، وتختلف حدود المعلومات المشتركة من كونها مفتوحة تماماً إلى مغلقة اعتماداً على الموقف، مما يسمح بمشاركة المعلومات بشكل عام، أو الاحتفاظ بها خاصة⁽⁷⁶⁾، في حين تزداد سماكة الحدود عندما تكون المشاركة العامة غير مرغوب فيها، ويكون تدفق المعلومات مقيداً، ويضعف عند تشجيع المشاركة العامة وتدفق المعلومات بحرية⁽⁷⁷⁾.

ولم يدمج الباحثون سلوكيات التحكم في المعلومات، أو يعدوا التحكم في المعلومات يجب أن يتكيف مع التغيرات السياقية، وتكشف القليل عن الارتباطات الداخلية المحتملة، وقد كانت هناك دعوات لاستكشاف كيفية تجاوز العوامل التحفيزية من خلال الظروف السياقية⁽⁷⁸⁾، وهنا ستعلق التغييرات الفورية في السياق بالبيئة الدقيقة التي يتصورها المستخدمون أثناء مشاركة المعلومات⁽⁷⁹⁾.

ومن المبادئ الأساسية لنظرية إدارة خصوصية الاتصالات، أن يعتقد الأفراد أن لديهم الحق في امتلاك معلوماتهم الشخصية والتحكم فيها، ويتحكم الأشخاص في معلوماتهم الشخصية من خلال مجموعة من قواعد الخصوصية، وعندما يشارك فرد معلوماته الشخصية مع شخص آخر، يصبح الشخص الآخر مالِكاً مشاركاً لتلك المعلومات المحددة، وأنه يجب على المالكين المشاركين للمعلومات الشخصية التفاوض والتوصل إلى اتفاق متبادل لقواعد خصوصية إخبار الآخرين، أما إذا لم يتوصل المالكون المشاركون إلى اتفاق متبادل أو يتبعوا قواعد الخصوصية، فإن اضطراب الحدود يميل إلى الحدوث⁽⁸⁰⁾.

ويميل الأشخاص إلى التحكم في معلوماتهم الخاصة من خلال مجموعة من قواعد الخصوصية، وتحدد قاعدة نفاذية الحدود مقدار وعرض وعمق الكشف عن المعلومات،

ومن أجل الحفاظ على سيطرة قوية على المعلومات، ينشئ الأشخاص حدوداً أقوى للمعلومات وسيلة لحماية تلك المعلومات المحددة، وتتضمن قاعدة الارتباط الحدودي التعامل مع حدود الأفراد، من خلال بناء نظام مميز من الروابط التي يحاول الأشخاص الحفاظ عليها بتقليل الروابط مع أشخاص آخرين معينين⁽⁸¹⁾. وتتنبأ النظرية بأن التوترات الجدلية جوهر إدارة المعلومات الخاصة، وبعبارة أخرى، من خلال تجاوز الحاجة إلى الخصوصية والانفتاح في وقت واحد، ويتخذ الأفراد قرارات بشأن طريقة إدارة الخصوصية⁽⁸²⁾، وتُعد هذه التوترات مهمة لأنها تدعم أهمية الاعتراف بالتفاعل بين الأفراد والمجموعة فيما يتعلق بالخصوصية، ومن الناحية النظرية، التي كانت مهمة إلى حد كبير بتأمين الحماية للذات وتقييد الوصول إلى الآخرين، فإن السماح بالتوتر بين الإخبار والإخفاء يفتح الباب للنظر في دور الآخرين في إدارة الخصوصية، ونتيجة لذلك، يصبح الآخرون، جزءاً بارزاً من تنظيم الخصوصية⁽⁸³⁾.

وتؤكد النظرية أن الناس يشعرون بالتضارب بشأن الكشف عن المعلومات، وأنهم يختبرون آلية الدفع والجذب، بمعنى أنهم يريدون المشاركة، لكنهم يريدون أيضاً الاختباء، ويعرف أيضاً باسم جدلية الانفتاح والانغلاق⁽⁸⁴⁾، وتقترح النظرية أيضاً أن التعايش بين الفوائد والمخاطر يؤثر في حدود المعلومات⁽⁸⁵⁾، إذ يمكن أن تشمل الفوائد العرض الذاتي أو تلبية الاحتياجات، أو الحصول على الاعتراف، أما المخاطر فهي خسائر محتملة، مثل تسرب المعلومات أو سوء استخدامها⁽⁸⁶⁾، علاوة على ذلك، استكشفت الدراسات عموماً الآثار المستقلة لكل قاعدة حدودية⁽⁸⁷⁾.

إذا لم يتوصل المالكون المشاركون إلى اتفاق متبادل، أو يتبعوا قواعد الخصوصية، فإن اضطراب الحدود يميل إلى الحدوث، وتستخدم "الحدود" استعارة لوصف الفصل بين المعلومات الخاصة والعامة، وتتحكم حدود الشخص في درجة الكشف عن المعلومات، فإذا تم الكشف عن المعلومات لشخص ما، يجب حدوث تفاوض واتفاق متبادل للكشف عن المعلومات للآخرين، وتتضمن قاعدة الارتباط الحدودي التعامل مع حدود الأفراد من خلال بناء نظام مميز من الروابط التي يحاول الأشخاص الحفاظ عليها بتقليل الروابط مع أشخاص آخرين معينين⁽⁸⁸⁾.

وتوضح نظرية CPM خمس قواعد حدودية، مصنفة على أنها "أساسية" و"محفزة"⁽⁸⁹⁾، والقواعد الأساسية أكثر استدامة، وتشمل القيم الثقافية والتوجه الجنساني، في حين تشمل القواعد التحفيزية الحافز والسياق ونسبة المخاطر إلى الفوائد، وهي أكثر استجابة للتغيرات حسب ما تقتضيه الظروف، وقد توصل إلى أن الدافع والسياق لهما تأثير في تشكيل حدود المعلومات⁽⁹⁰⁾.

ويعكس الدافع الحاجة الجوهرية الفردية إلى الحفاظ على حدود المعلومات، التي ترتبط بعامل خاص بالفرد، حين يمكن لظروف صدمات الحياة أن تقسر التغيرات في الطلب الفوري في مواقف معينة، مثل بيئة عمل جديدة⁽⁹¹⁾، وترتبط بالتأثيرات الشائبة والمعاملة بالمثل والمكافآت والالتزام والسمعة عوامل مثل الثقة والميل إلى تقدير المعلومات، حددت على أنها خاصة بالفرد، ويتشكل السياق من خلال عوامل مادية واجتماعية وبيئية⁽⁹²⁾.

وطُبقت نظرية CPM لشرح مشكلات خصوصية المعلومات الناشئة عن تكنولوجيا المعلومات الجديدة، وينطبق ذلك أيضاً عند استكشاف تصورات الموظفين لانتهاكات الخصوصية أو القيود الخاصة بالسياق للكشف عن المعلومات في مكان العمل⁽⁹³⁾.

انهيار السياق:

تستمد الجذور النظرية لانهيار السياق من منظور جوفمان (1959)، الذي يشير إلى أن الأفراد يؤديون تغييرات في أنفسهم خلال تفاعلاتهم اليومية، ووصف جوفمان السياقات الاجتماعية بأنها تحتوي على مرحلة أمامية، إذ يؤدي الأفراد الأدوار الاجتماعية ويقدمونها، وخلف الكواليس ينتبهون إلى الأفكار والمشاعر الشخصية، ويشير هذا التمايز إلى أهمية سياقات التفاعلات الاجتماعية⁽⁹⁴⁾. وقد اعتمدت بويد وزميلها مفهوم انهيار السياق لوصف كيف تسوي وسائل التواصل الاجتماعي بين الجماهير المتعددة وغير المرئية المتصلة بالشبكات في سياق واحد⁽⁹⁵⁾، إذ يحدث انهيار السياق عند جمع جماهير متباينة معاً عن غير قصد، مما يؤدي إلى عدم وضوح الذات العامة والخاصة⁽⁹⁶⁾، ويؤدي انهيار السياق إلى عدم التوافق بين العرض الذاتي الذي يقصده الأفراد وتوقعات الجماهير من مختلف الدوائر الاجتماعية⁽⁹⁷⁾.

ولاحظت الأدبيات السابقة استراتيجيات مختلفة للتعامل مع هذا الاختلال؛ وتتضمن إحدى الاستراتيجيات الشائعة إنشاء قوائم أصدقاء متعددة (التجميع)، وتعديل إعدادات الخصوصية (التصفية أو الحظر أو إلغاء الصداقة)، للتنقل بين التفاعلات مع جماهير مختلفة⁽⁹⁸⁾، وتوجد طريقة أخرى تتمثل في الاحتفاظ بحسابات مميزة على وسائل التواصل الاجتماعي، لفصل جهات الاتصال المهنية عن الأصدقاء أو العلاقات الشخصية الأخرى، كما بينت دراسة (Darr C. R., DossE. F) (2022)⁽⁹⁹⁾ أنه لتجنب الجمهور غير المرغوب فيه على حساباتهم الأساسية من قبل الجمهور، يغير بعض المستخدمين سلوكيات العرض الذاتي بسبب انهيار السياق، على سبيل المثال عن طريق الانسحاب من وسائل التواصل الاجتماعي⁽¹⁰⁰⁾، وقد لا يخفض آخرون بالضرورة حجم المشاركة، لكنهم يتبنون استراتيجية "مقاس واحد يناسب الجميع" من خلال تقييد التنوع اللغوي للمحتوى الذي يشاركونه⁽¹⁰¹⁾، أي أنهم يقيدون عرضهم الذاتي ليتوافق مع توقعات جمهورهم "الأكثر صرامة" - سواء كان هذا الجمهور يتألف من الشبكة بأكملها، أو منصات محددة، أو مجموعات متميزة- ويصف هوجان (2010) هذه الاستراتيجية بأنها استراتيجية "القاسم المشترك الأدنى"⁽¹⁰²⁾.

وبعد الصياغة الأصلية لانهيار السياق، ظهر تطوران نظريان في أجندة الأبحاث الحديثة: الأول: في حين أن التركيز الأصلي للمفهوم كان علائقياً، ومن ثم يعتمد على الحدود غير الواضحة بين مجموعات الجمهور، فقد بدأ الباحثون في تحديد الأبعاد المتعددة التي يحدث فيها انهيار السياق، على سبيل المثال، نظراً لوجود المحتوى الذي يشارك على وسائل التواصل الاجتماعي باستمرار⁽¹⁰³⁾.

كما يواجه المستخدمون أيضاً انهيار السياق على المستوى الزمني، عبر ما يسمى "انهيار الوقت"، أي أن المحتوى القديم الذي أنشأ في سياق سابق قد يعطل الانطباع الحالي للفرد، مما يخلق مشكلات في الحفاظ على استمرارية الهوية الذاتية للفرد مع جماهير غير معروفة في السياقات المستقبلية⁽¹⁰⁴⁾.

الثاني: يتعلق بقدرة المستخدمين على الاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية، وقد ميز ديفيس ويورجنسون (2014) بين تواطؤ السياق وتصادم السياق بناءً على قصد

المستخدمين؛ إذ يحدث تواطؤ السياق عندما يخلط الفاعلون الاجتماعيون مجموعات مختلفة من الجمهور معاً عن عمد لإنشاء شبكة اجتماعية كبيرة وغير متجانسة، بهدف تعزيز رأس المال الاجتماعي، في المقابل، تحدث تصادمات السياق عندما تجتمع سياقات متنوعة عن طريق الخطأ دون علم المستخدمين، ويسلط التركيز على القصدية الضوء على ذاتية المستخدمين وفعاليتهم، وتعمل هذه التطورات النظرية على تعزيز فكرة انهيار السياق، وتدفع إلى إعادة التفكير في استراتيجيات المواجهة⁽¹⁰⁵⁾.

تكيف السياق واستعادته:

يؤدي انهيار السياق إلى طمس الحدود بين الذوات العامة والخاصة والمهنية، وقد برز عاملاً مهماً محور بحث فيما يتعلق بالهوية المهنية، ومع ذلك، فإن الظروف التي يحدث فيها انهيار السياق كانت مهمة تجريبياً في الأدب⁽¹⁰⁶⁾.

ويعمل السياق إطاراً يحدد الجمهور ومعنى هوية الفرد وقواعد السلوك، وفي أثناء التفاعلات وجهاً لوجه، تُحدّد السياقات الاجتماعية بحدود مادية ومرئية مثل الجدران، مما يمكن الأفراد من تمييز الدور الذي يجب القيام به، والمعايير السلوكية التي يجب الالتزام بها، ومن هم الجمهور⁽¹⁰⁷⁾، على العكس من ذلك، يُحفّز المستخدمون عبر الإنترنت للتعامل مع حالة عدم اليقين، وعدم القدرة على التنبؤ بالمعايير السلوكية أو العواقب الشخصية المحتملة لأفعالهم الناجمة عن غياب الحدود الملموسة، وتشير استراتيجيات المواجهة المذكورة في الأدبيات السابقة إلى تعدد سلوكيات المستخدم وتعقيدها، لذا من المهم التمييز المفاهيمي بين تكيف السياق واستعادة السياق، بناءً على ما إذا كان المستخدمون يستعيدون سياقاً محدداً عبر الإنترنت للعرض الذاتي⁽¹⁰⁸⁾.

يشير التكيف مع السياق إلى تعديل العرض الذاتي للفرد دون محاولة إعادة بناء الحدود الموجودة مسبقاً، ويأخذ المستخدمون انهيار السياق أمراً مسلماً به، إذ يُراقبون ويعدلون عروضهم التقديمية الذاتية لتلبية توقعات الجماهير الكبيرة وغير المتجانسة المتصلة بالشبكات، لذلك يميلون إلى تقديم ذات موحدة أو مشاركة معلومات خالية من السياق (على سبيل المثال: "الحجم الواحد" استراتيجية تناسب الجميع)، وبما أن الذات متعددة الأوجه وتتكون من هويات مختلفة، فإن لدى المستخدمين الرغبة في الحفاظ على انطباع

جيد، وكذلك الرغبة في عرض جوانب متنوعة من الذات، يمكن التعبير عنها من خلال مجموعة من الاختلافات، من التقلبات الطفيفة في أنماط اللغة إلى تغييرات كبيرة في الرأي أو الشخصية أو الأصالة⁽¹⁰⁹⁾.

لكن تقديم ذات موحدة دون أي سياق قد يصبح مرهقاً ويحد من حرية التعبير عن الذات، ومن ثم، فإن التكيف مع السياق لا يمثل النطاق الكامل لاستراتيجيات التكيف مع انهيار السياق⁽¹¹⁰⁾.

من ناحية أخرى، تشير استعادة السياق إلى الاستراتيجيات التي تساعد المستخدمين على إعادة بناء واحد أو أكثر من السياقات المناسبة لعرضهم الذاتي في النظام البيئي لوسائل التواصل الاجتماعي، فهو يعكس مساعي المستخدمين في (إعادة) إنشاء السياقات على طول الحدود الجسدية أو النفسية أو الزمنية أو العلائقية، حتى يتمكنوا من التنقل بين الصور الذاتية المختلفة، واختيار جمهورهم المستهدف، واتباع أنماط أو معايير سلوكية معينة وفقاً لذلك، وتعمل استعادة السياق على تسهيل العرض الذاتي وإدارة العلاقات بشكل أكثر فاعلية للمستخدمين في العالم الرقمي، والفرق الرئيسي بين النهجين هو أنه من خلال التكيف مع السياق، يعمل المستخدمون فقط على تغيير الطرق التي يمثلون بها أنفسهم لتتناسب مع معايير الجماهير الحالية، دون أي محاولات لفصل الحدود السياقية؛ على النقيض من ذلك، من خلال استعادة السياق، يبنون بشكل استباقي أنواعاً مختلفة من الحدود لإنشاء سياقات واضحة ومتميزة، ضمن السياق، يحاذون صورة ذاتية محددة لتناسب الجماهير المستهدفة والمعايير السياقية المحدودة⁽¹¹¹⁾.

الحدود السياقية:

تعد استعادة السياق عملية أكثر تعقيداً بالمقارنة مع التكيف مع السياق، إذ تستلزم رسم حدود سياقية عمداً، ومن ثم تلقي هذه الدراسة مزيداً من الضوء على تفعيل استعادة السياق عبر حدود التجزئة، وتشمل الحدود المادية والمكانية والزمانية والمعرفية والنفسية والحدود العلائقية التي تعمل على تمييز كيان عن آخر⁽¹¹²⁾.

ويسهم غياب الحدود المادية والملموسة في البيئات الرقمية في عدم اليقين المحيط بأنماط السلوك التي تقتصر تقليدياً على سياقات اجتماعية مكانية وزمانية محددة، على هذا

النحو، فإن استعادة السياق تدفع الأفراد إلى التعامل مع مجموعات جمهور أكثر تحديداً ومقصودة ضمن حدود محددة جيداً، تتعلق بالأبعاد النفسية أو العلائقية أو المكانية أو الزمنية.

الحدود النفسية، هي "السياج العقلي" الذي يتخذه الشخص لأداء دور اجتماعي محدد⁽¹¹³⁾، وتقترح نظرية الحدود أن يبني الأفراد حدوداً حول عملهم وحياتهم الشخصية لضمان الفصل الواضح بين هذه الأدوار⁽¹¹⁴⁾، ويدير الأفراد بفاعلية متطلبات الأدوار المتضاربة من خلال ضبط الحدود النفسية بين الأدوار والتنقل فيها⁽¹¹⁵⁾، ويمكن لأي شخص الوصول إلى دور معين من خلال استدعاء خصائصه المعيارية عقلياً، حتى عندما يكون موجوداً جسدياً في موقع مختلف⁽¹¹⁶⁾.

وتعمل التصنيفات العقلية للأدوار آلية إرشادية لسلوكيات الأفراد اليومية، عندما يُنظر إلى سياق معين بشكل غامض، فإن الدور الاجتماعي يوجه هابتوس السلوكيات ومخيلة الجماهير المحتملة في هذا الصدد، تسمح الحدود النفسية للمستخدمين بصياغة السياقات عمداً، لكن استراتيجيات فصل الحدود النفسية تظل غير واضحة، ومقارنة بالحدود النفسية، فقد وثقت أهمية إدارة الحدود العلائقية والمكانية والزمانية في الأدبيات السابقة، إن لم يكن بشكل شامل، ولاحظت دراسات مستفيضة أنه يمكن للمستخدمين فصل الحدود العلائقية بمساعدة الميزات التكنولوجية⁽¹¹⁷⁾ (على سبيل المثال، تعديل إعدادات الخصوصية)، ومع ذلك، حتى في التفاعلات خارج الإنترنت، قد لا يكون مجرد الفصل بين الجماهير كافياً دائماً لشرح مفهوم السياق، ويمكن أن تختلف الأنماط السلوكية والأعراف الاجتماعية عبر المساحات، ومن ثم يصبح من الأهمية بمكان استكشاف كيفية (إعادة) بناء المستخدمين للسياق من خلال فصل الحدود المكانية أو الزمانية.

في العالم الرقمي، لم تعد الحدود المكانية ترسم المساحات المادية، بل تميز المساحات أو الأقاليم الافتراضية، وقد أظهرت الأبحاث أن المستخدمين قسّموا المناطق على صفحاتهم الرئيسية على فيسبوك لتصوير جوانب متعددة لهوياتهم، وتمييز الأداء الذي قدم هويتهم

الحالية لأرشفة الذكريات الشخصية والاجتماعية؛ إذ يمتلك المستخدمون أيضاً حسابات متعددة على النظام الأساسي نفسه لتقديم صور ذاتية مختلفة⁽¹¹⁸⁾.

فيما يتعلق بالحدود الزمنية، تشير بعض الدراسات إلى أن المستخدمين في بعض الأحيان يحدفون المحتوى القديم، أو يعتمدون على الطابع الزمني للتعامل مع التحديات الناجمة عن الرؤية المستمرة لبيانات وسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى ذلك، توسعت مجموعة أدوات إدارة انهيار السياق بشكل كبير في السنوات الأخيرة، وبذلك، فإن الميزات التكنولوجية المطورة حديثاً تُمكن المستخدمين من مشاركة المحتوى المرئي خلال نافذة زمنية محدودة لمعالجة الحدود الزمنية، ومع ذلك، فإن فاعلية وآثار آليات وضع الحدود الزمنية هذه لا تزال قيد الاستكشاف، وقد أقرت الأدبيات مجتمعة بعدد من الاستراتيجيات المتعلقة باستعادة السياق، مع التركيز بشكل أساسي على الحدود العلائقية، لكن تعدد الحدود السياقية والميزات التكنولوجية الدقيقة تتطلب إجراء فحص شامل لكيفية تقسيم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي للحدود على أبعاد مختلفة⁽¹²⁰⁾. في مواجهة واقع السياق المنهار، لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي خيارات متعددة، بما في ذلك التكيف مع الموقف باستخدام تعبيرات ذاتية موحدة أو أنماط لغة أو استعادة سياقات محددة لتلبية احتياجات العرض الذاتي الخاصة بهم، باختصار، يختار المستخدمون بين استراتيجيات استعادة السياق وتكييف السياق، ومع ذلك، تفتقر الأدبيات الموجودة إلى تفسيرات واضحة للدوافع أو الاهتمامات أو قواعد القرار الأولية التي تحكم اختيارات الأفراد بين هذه الاستراتيجيات⁽¹²¹⁾.

الهوية المهنية:

توصف الهوية المهنية بأنها مجموعة متجانسة من الذات المهنية والشخصية، مع الأخذ في الاعتبار أهمية فهم الذات المهنية والتفاعلات والهياكل، وقد أثار سترايكر وبورك (2000) تحديات في كيفية ربط هذين المنظورين لنظرية الهوية⁽¹²²⁾.

وأجريت دراسات الهوية المهنية على نطاق واسع من قبل الباحثين في العلوم الاجتماعية والطب والأعمال والإدارة وعلوم الاتصالات والمعلومات، وشُرحت الأبعاد المتعددة للهوية، مثل العرق أو الثقافة أو الطبقة أو الدين أو الجنس، وترتكز هذه الدراسات على أسس

تجريبية، باختبار الأدوار المهنية في المهن المختلفة جزءاً من الهوية المهنية تجريبياً⁽¹²³⁾⁽¹²⁴⁾.

وكشفت الأدبيات أن الإحساس المتماسك والمتسق للذات المهنية ضمن الهوية المهنية يمكن الحفاظ عليه من خلال مجموعة متنوعة من المشاركة الفردية والجماعية والاستثمار الذاتي طوال الحياة المهنية⁽¹²⁵⁾، وفي دراسة نوعية طويلة عن تطوير الهوية المهنية، سلط هونغ وآخرون (2017) الضوء على ثلاثة أبعاد لبناء الهوية المهنية: التعددية مقابل الوحدة، والاجتماعية مقابل الفردية، والانقطاع مقابل الاستمرارية⁽¹²⁶⁾. وقد استكشف Jones S. R., McEwen M. K. (2000) أبعاد تطوير الهوية المهنية فيما يتعلق بوحدة الذات، وطريقة التفاوض على البيئة الاجتماعية، والنمط المتغير أو المستمر مع مرور الوقت⁽¹²⁷⁾، وتشرح هذه الأبعاد عملية التحول إلى محترف في سياقات اجتماعية مختلفة، ولكن لا تزال هذه العملية غير معقدة، وتُفسر عملية التحول بواسطة بناء أو تطوير أو إنشاء أو تكوين الهوية المهنية، وبغض النظر عن استخدام هذه المفاهيم المختلفة، فإنها جميعها مترابطة من خلال عملية البناء الاجتماعي، التي تعدّ عنصراً أساسياً في تطوير الهوية المهنية⁽¹²⁸⁾.

الهوية المهنية في إطار انهيار السياق علي وسائل التواصل الاجتماعي:
تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في الحياة المهنية، بالتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يعمل الأشخاص ويعيشون حياة افتراضية في الشبكات الاجتماعية والمجتمعات عبر الإنترنت، ويتجاوز الاتصال الافتراضي الحدود الجغرافية، ويتضمن نطاقاً واسعاً من المستخدمين غير المعروفين جسدياً وغير المرتبطين، وتحت وسائل التواصل الاجتماعي الأفراد على بناء هوياتهم عبر الإنترنت، والتفاوض والتحقق من مطالبات الهوية، والأهم من ذلك، تفعيل هويات متعددة⁽¹²⁹⁾.

وفي الوقت الذي تفتح فيه وسائل التواصل الاجتماعي فرصاً جديدة للأفراد للتعريف بأنفسهم ومهنتهم، تثير أيضاً تحديات، لذلك اقترح كل من (Huang-Horowitz and Freberg 2016) نموذجاً مفاهيمياً لوظيفة رسالة الهوية المهنية، وسميت رسائل الهوية المهنية على أنها داخلية، وحددت رسائل وسائل التواصل الاجتماعي على أنها خارجية،

ومن منظور الهوية المهنية وبنائها في وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن التنبؤ افتراضياً بكيفية تمثيل الفرد لهويته المهنية⁽¹³⁰⁾.

وفي وسائل التواصل الاجتماعي، تؤدي تغييرات الهوية المهنية من خلال الأدوار المهنية إلى انهيار السياق، الذي يعني إنشاء هويات متعددة للشبكات الاجتماعية مع توقعات مختلفة للسلوك في الشبكات الاجتماعية، ويتشابك الأفراد ويمزجون بين الأدوار المهنية والشخصية، وكذلك الأدوار العامة والخاصة فيما يتعلق مباشرة ببناء الهوية المهنية في وسائل التواصل الاجتماعي⁽¹³¹⁾. وبذلك، فإن وسائل التواصل الاجتماعي ليست محايدة فيما يتعلق ببناء الهوية المهنية وتطورها، ولكنها يمكن أن تكون أدوات لتشكيل الهويات المهنية للأفراد⁽¹³²⁾.

وفي الأدبيات العلمية المتنامية المتعلقة بالهوية المهنية ووسائل التواصل الاجتماعي، ينصب التركيز الرئيسي على التواصل الشبكي، مع أنه ما زال يوجد نقص في الأدبيات العلمية التي تركز على بناء الهوية المهنية وتطورها في وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال تسليط الضوء على الجوانب المتعلقة بالتقارب بين الذات المهنية والشخصية⁽¹³³⁾. وقد أثبت بينكارد وآخرون (2017) أن الروايات التفاعلية المتنوعة في وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تحفز الأفراد على مواصلة الأنشطة الصعبة، والإسهام في الشعور بالهدف الحقيقي للمهنة المختارة والعمل الذي يعد جوانب مهمة في بناء الهوية المهنية⁽¹³⁴⁾.

بغض النظر عن المنصب الوظيفي أو الوضع المهني، يمكن للشخص أن يحدد بحرية، ويعبر عن اهتماماته، ويبنى ويشارك شخصية مهنية في وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الشبكات المستخدمة على نطاق واسع لنشر النصوص الشخصية⁽¹³⁵⁾، ومع أن الشخص غالباً ما ينخرط في أنشطة افتراضية من خلال السعي للتعبير عن الهويات الشخصية، إلا أن الهويات المهنية والشخصية في المواقع الافتراضية تتداخل وتتكامل وتتشابك بطرق مختلفة⁽¹³⁶⁾.

وقد ودرس أشفورت وآخرون. (2016) التعريف الشخصي كجزء من بناء الهوية المهنية، ورسم إطار مفاهيمي مع الفرد والمنظمة كجهات فاعلة متنافسة، وأظهر أن وسائل

التواصل الاجتماعي لا تسمح للجمهور المهني بالنمو فحسب، بل توفر أيضاً فرصاً جديدة للعرض المهني: إمكانية نقل العرض الذاتي من الشخصي إلى المهني، والعكس، ومناقشة القضايا المهنية المثيرة للجدل في وسائل التواصل الاجتماعي⁽¹³⁷⁾.

وفي دراسات الاتصال، تركز أبحاث الهوية المهنية على الأدوار المتعددة للذات المتغيرة باستمرار⁽¹³⁸⁾، التي تتأثر بنصوص وسائل التواصل الاجتماعي المستلمة، التي تنعكس في الروايات الشخصية الافتراضية⁽¹³⁹⁾ المستوحاة من المعرفة المهنية والمهارات والخبرات والتفاعلات الاجتماعية للشخص، وتنعكس في المحتوى المنشور بشكل مفتوح⁽¹⁴⁰⁾.

وتُعرف الذات المهنية عادةً على أنها احتضان مماثل، أو إنشاء علاقات منفصلة، أو مقاومة بناء الهويات الرقمية⁽¹⁴¹⁾، وتُناقش إعادة البناء المستمر للذوات المتعددة في السلم التكنولوجي الاجتماعي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذي وضعه سي. لي وبيرونوف (2008)، وعند البحث في الهوية المهنية، من المهم تقييم الأدوار الاجتماعية للمستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي، ومع أن التواصل في المنظمات معقد للغاية بطبيعته، إلا أن الباحثين يحددون أدواراً مهنية محددة لوسائل التواصل الاجتماعي ويلاحظون بناء أدوار متعددة مرتبطة بالهوية المهنية⁽¹⁴²⁾.

وقد أبرز جين وآخرون (2014) أنه في وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن تقديم الدعم المعلوماتي والعاطفي، وحددا نوعين من المشاعر تؤثر في الهوية المهنية: المشاعر المستقلة (مثل القلق والتقدير والخوف)، والعواطف المعتمدة على الإسناد (مثل الغضب والازدراء والاشمئزاز)، وتساءل عن كيف تؤثر هذه الأطراف بنشاط في تغيير الدور المهني في وسائل التواصل الاجتماعي والهوية المهنية⁽¹⁴³⁾.

الهوية المهنية وانهايار السياق في الإطار المؤسسي الأكاديمي:

أظهرت المراجعة المنهجية للأدبيات أنه في العروض التقديمية لذوات متعددة على وسائل التواصل الاجتماعي، أخفى الأفراد الحدود بين المجالين الخاص العام، ويمكن ملاحظة ذلك بشكل أساسي في عملية مستمرة لإعادة بناء ذوات متعددة⁽¹⁴⁴⁾، وقد كشف ألفيسون وساندبرج (2013) في دراستهما عن كيفية تأثر القيود المؤسسية والمعايير المهنية بوسائل التواصل الاجتماعي، وقالوا إنه بالنسبة للأكاديميين، كان من الأسهل بناء هوياتهم المهنية

عندما يفصلون بين حياتهم المهنية والشخصية⁽¹⁴⁵⁾. على العكس من ذلك، تحدى فان ديك (2013)، الذي قال "لديك هوية واحدة" ودمج الأدوار العامة والخاصة، بناء الهوية البحثية في وسائل التواصل الاجتماعي في سياقات مهنية مختلفة⁽¹⁴⁶⁾.

ويبحث في الهوية المهنية بصفاتها أحد أبعاد ثقافة المستهلك الشبكية المتأثرة بالمناخ التنظيمي من جهة، والقيم والأعراف والمعتقدات الشخصية من جهة أخرى؛ إذ ترتبط الهوية المهنية بالظروف المؤسسية والأعراف المهنية، وقد ناقش ألفيسون وساندبرج (2013) أن البيئة الاجتماعية المؤسسية، والمعايير المهنية، والرقابة المعيارية والقيم والمعايير والظروف المؤسسية الداخلية يمكن أن تساعد على تطوير افتتاح وسائل التواصل الاجتماعي و"الاتصالات الافتراضية"⁽¹⁴⁷⁾، ويمكن أن تؤثر المنظمة بشكل غير مباشر في الانفتاح المهني للشخص، ويمكن أن تتحكم في الخصوصية الافتراضية⁽¹⁴⁸⁾.

ويدعي ألفيسون وساندبرج (2013)، بدراسة هوية مهنة معينة في قنوات التواصل الاجتماعي، حيث يظهر الأشخاص مهاراتهم ويقدمون صوراً مثالية مصطنعة للهويات المهنية بأنه يمكن إنشاء الهويات المهنية بشكل مصطنع؛ ليس فقط من قبل الأفراد أنفسهم، ولكن أيضاً من خلال توظيف متخصصين معتمدين في وسائل التواصل الاجتماعي، والبحث في بناء ذوات افتراضية متعددة يتم على المستوى الجزئي (الفردية) ودراسة تأثير التنظيم (المؤسسية)، ومنصات التواصل الاجتماعي (المالكين)، وهوية الشخص لها اهتمامات مختلفة؛ فالأفراد يريدون بناء علاقات وتقديم أنفسهم لجماهير مهنية وشخصية مختلفة⁽¹⁴⁹⁾، على العكس من ذلك، يرى فان ديك (2013) أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست مراحل محايدة من الأداء الذاتي، بل هي أدوات قوية لإعادة بناء الذوات المتعددة باستمرار⁽¹⁵⁰⁾، وادعى فان ديك (2013) أن الشخص ليس لديه هويات متعددة، ومع وجود منصات مختلفة لوسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن الهوية، وفقاً لفان ديك، تظل واحدة⁽¹⁵¹⁾.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

انهيار السياق: يعني إنشاء هويات متعددة للشبكات الاجتماعية مع توقعات مختلفة للسلوك في الشبكات الاجتماعية، حيث يتشابك الأفراد ويمزجون بين الأدوار المهنية

والشخصية، وكذلك الأدوار العامة، ويحدث انهيار السياق عند جمع جماهير متباينة معاً عن غير قصد، مما يؤدي إلى عدم وضوح الذات العامة والخاصة⁽¹⁵²⁾.

ويحدد إجرائياً في هذه الدراسة على أنه عدم التوافق بين العرض الذاتي الذي يقصده أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية وتوقعات الجماهير المتباينة معاً عن غير قصد، مما يؤدي إلى عدم وضوح الذات العامة والخاصة.

التكيف مع السياق: تعديل العرض الذاتي للأفراد دون محاولة إعادة بناء الحدود الموجودة مسبقاً لتقديم عروضهم التقديمية الذاتية لتلبية توقعات الجماهير الكبيرة وغير المتجانسة والمتصلة بالشبكات⁽¹⁵³⁾، رغبة في الحفاظ على انطباع جيد، لذلك يميلون إلى تقديم ذات موحدة أو مشاركة معلومات خالية من السياق⁽¹⁵⁴⁾.

استعادة السياق: يشير إلى الاستراتيجيات التي تساعد المستخدمين على إعادة بناء واحد أو أكثر من السياقات المناسبة لعرضهم الذاتي في النظام البيئي لوسائل التواصل الاجتماعي، فهو يعكس مساعي المستخدمين في (إعادة) إنشاء السياقات على طول الحدود الجسدية أو النفسية أو الزمنية أو العلائقية، حتى يتمكنوا من التنقل بين الصور الذاتية المختلفة، واختيار جمهورهم المستهدف، واتباع أنماط أو معايير سلوكية معينة وفقاً لذلك⁽¹⁵⁵⁾.

الهوية المهنية: توصف الهوية المهنية بأنها مجموعة متجانسة من الذات المهنية والشخصية مترابطة من خلال عملية البناء الاجتماعي⁽¹⁵⁶⁾، وتحدد الهوية المهنية إجرائياً في هذه الدراسة على أنها مجموعة متجانسة من الذات المهنية والشخصية، مترابطة من خلال عملية البناء الاجتماعي مباشرة بأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية، وتظهر بوضوح في ملفاتهم الشخصية وعرضهم الذاتي على وسائل التواصل الاجتماعي.

الإطار المنهجي للدراسة:

لقد ثبت أن نتائج البحوث النوعية ضرورية للنهوض بالبحوث الإعلامية⁽¹⁵⁷⁾، وتوجد أساليب نوعية عديدة للباحثين للاختيار من بينها لتحقيق مثل هذا التقدم، ومن بينها علم الظواهر والإثنوغرافيا والنظرية المرتكزة، وتوجد منهجيات نوعية أخرى موجودة، قد

يختار الباحث استخدامها إذا كان بإمكانه تبرير استخدامه لها والدفاع عن اختياره للمنهجية من خلال توضيح كيفية ذلك⁽¹⁵⁸⁾.

نوع الدراسة ومنهجها: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وتفسيرها في وضعها الراهن، ولا تقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة؛ بل تتعداه لتحليل العلاقات المتبادلة فيها، والوصول إلى استنتاجات وخلصات لما يمكن عمله لتغيير الظروف والعوامل المحيطة بالظاهرة موضوع البحث نتيجة إجراء هذا النوع من الدراسات، وبما أن موضوع الدراسة يتعلق بظاهرة نريد وصفها وتقديم معلومات شاملة ومفصلة عنها، لذا تعتمد الدراسة على المناهج الآتية:

1- منهج المسح Survey بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك عن طريق مسح عينة من الأدبيات السابقة في منهجية البحوث الإعلامية، وكذلك المقابلة المتعمقة مع الأكاديميين بالجامعات المصرية.

2- المنهج التفسيري Interpretive approach: هو المنهج الذي يمكن أن يستخدمه الباحثون والعلماء لشرح لماذا تعمل ظواهر معينة بالطريقة التي تعمل بها، وغالباً ما يشار إليه على أنه منهج تفسيري لأنه يستخدم للإجابة عن أسئلة مثل ماذا ولماذا وكيف⁽¹⁵⁹⁾.

3- المنهج الاستقرائي Inductive approach: وهو المنهج الذي يمكن أن يستخدمه الباحثون والعلماء في وضع النظريات والأحكام العامة، من خلال التجارب والملاحظات والمعلومات عن ظاهرة الدراسة التي تتقلهم بنتائج عامة يمكن من خلالها التحول من الجزء إلى الكل؛ إذ يهدف الاستدلال الاستقرائي إلى تطوير نظرية، وينتقل الاستدلال الاستقرائي من ملاحظات محددة إلى تعميمات واسعة النطاق⁽¹⁶⁰⁾.

مجتمع الدراسة وعينتها:

حددت عينة الدراسة من خلال عينة عمدية من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية (الحكومية/ الخاصة)، وعمدت الدراسة إلى تمثيل العينة للتخصصات الأكاديمية المتنوعة (العلمية والأدبية)، مع ضمان تمثيل الدرجات العلمية لعضو هيئة

التدريس (مدرس/ أستاذ مساعد/ أستاذ)، وقد استتحت الدراسة الهيئة المعاونة من عينة الدراسة للتمثيل القانوني لعضو هيئة التدريس وفقاً لقانون تنظيم الجامعات المصري. وشارك في الدراسة ما مجموعه (30 مشاركاً) من أعضاء هيئة تدريس (19 ذكراً، و11 أنثى)، في الفترة ما بين أغسطس 2023 وديسمبر 2023، وكان متوسط عمر المشاركين الذين تمت مقابلتهم يتراوح من 30 إلى 60 عاماً، باستثناء إن كان من بين المشاركين (3) أساتذة متفرين (أكبر من 60 عاماً)، وهذا تماشياً مع طبيعة عينة الدراسة وتمثيلها لكل الدرجات العلمية والمسميات الوظيفية لعضو هيئة التدريس.

ويملك خمسة عشر عضو هيئة تدريس (مشارك) ممن تمت مقابلتهم حسابين أو أكثر على وسائل التواصل الاجتماعي، وأحياناً حسابين على مستوى المنصة الواحدة، وأفاد معظم الأشخاص الذين تمت مقابلتهم أنهم، إلى جانب فيسبوك بصفتها المنصة الأكثر شعبية في مصر، أحياناً ما ينشرون على منصات ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، ومنها تويتر، وكان لدى عينة المشاركين في المتوسط ما بين 1000 و1500 صديقاً على منصة فيسبوك.

أدوات الدراسة وأساليبها:

وفقاً للهدف من الدراسة، استخدمت الدراسة أداة المقابلة المتعمقة شبه المنظمة مع عدد (30) من الأكاديميين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية، فمن خلال المقابلة الشخصية يمكن أن تحصل على معلومات متعمقة عن الموضوع قيد الدراسة، التي تحتوي على أسئلة مفتوحة للحصول على معلومات مفيدة عن الموضوع⁽¹⁶¹⁾، ونظراً للطبيعة المرنة والتفاعلية والشخصية للمقابلة النوعية شبه المنظمة، بصفتها الأداة الأنسب لدراسة الذاتية والهوية، إذ توفر الطبيعة المركزة للمقابلة شبه المنظمة مرونة في المحتوى، ويمثل في حد ذاته الاختيار الصحيح لدراسة عمليات التعبير عن الذات وعن الهويات المهنية، والمقابلة المتعمقة شبه المنظمة لها حدودها؛ فالمقابلات توفر أيضاً عدداً من الإمكانيات والمعضلات الأخلاقية حتى عندما لا يتعلق موضوع البحث بشيء خاص بشخصي، في مساحة مقابلة نوعية متعمقة تتطلب قدراً معيناً من سرد التجربة المعيشة، يمكن أن تظهر بعض المعلومات غير المتوقعة⁽¹⁶²⁾، لذا يجب على الباحثين الذين يعملون

بهذه المنهجية أن يتصرفوا بأمانة ونزاهة، مما يضمن عدم الخداع فيما يتعلق بالأهداف والنطاق والجوانب الأخرى من الدراسة، ومن الأهمية بمكان التطبيق على المشاركين مع علمهم الموافقة بعد الكشف عن موضوع الدراسة بالضبط، والكشف عن كيفية المقابلة لحماية هوية كل مشارك وحقه في الخصوصية والسلامة⁽¹⁶³⁾.

استُخدمت الأسئلة شبه المنظمة لتوجيه المقابلات، وركزت على تجارب المشاركين الشخصية في إدارة الخصوصية وانهيار السياق، والتفاعلات اليومية على وسائل التواصل الاجتماعي، والدوافع والمخاوف بشأن تكرار النشر على وسائل التواصل الاجتماعي، والعرض الذاتي والكشف عن الذات على منصات التواصل الاجتماعي، واستراتيجيات تنظيم فئات الجمهور المختلفة ومنشوراتهم على وسائل التواصل الاجتماعي.

وتماشياً مع الأبحاث السابقة، ومنها دراسة (Michael & Jeffrey 2017)⁽¹⁶⁴⁾، ودراسة (Robards & Møller 2019)⁽¹⁶⁵⁾ لفهم كيفية إدارة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لانهيار السياق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أفضل، دمجت الدراسة طريقة التمرير للخلف مع المقابلات المتعمقة، ليسمح ذلك بمشاهدة الآثار الرقمية في حساباتهم الشخصية، مما يوفر للدراسة سيناريوهات محددة لتحليل حياة المشاركين عبر الوسائط، وبناءً عليه، طلبنا من المشاركين من أعضاء هيئة التدريس الذين تمت مقابلتهم إطلاعنا على آخر ثلاثة إلى خمسة منشورات على موقع فيسبوك (بصفته الأكثر شعبية واستخداماً في مصر وفقاً لنتائج البحوث السابقة)، مع شرح تفاصيل هذه المنشورات، وتماشياً مع استخدام الأدبيات السابقة لهذه التقنية، سمحت الدراسة للمشاركين في مناقشات مرنة عن سلوكياتهم وأفكارهم في وقت نشر تلك المنشورات، وقد وصل إجمالي عدد المشاركات 120 مشاركة من 22 شخصاً ممن وافقوا على التمرير للخلف ممن تمت مقابلتهم، وقد ساعدت المشاركات المستلمة التحليل النوعي لتجارب المشاركين وقدمت رؤى قيمة عن العوامل المشاركة في عملية صنع القرار.

طريقة الدراسة ومنهجية تطبيقها:

استُخدم تحليل الأدبيات السابقة والمقابلات المتعمقة شبه المنظمة لعينة الدراسة لمراجعة وتقييم الفئات بناءً على أهداف الدراسة، وتوفر هذه الطريقة هيكلًا لتنظيم الفئات

بشكل معقول، بحيث يمكن تحديد الفئات المناسبة⁽⁵⁸⁾، وبناءً عليه، استُخدم تحليل الأدبيات بجانب تحليل المقابلات، لتطوير التصور النظري، واقتراح اتجاهات للدراسات التطبيقية المستقبلية لإدارة خصوصية وإدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي⁽¹⁶⁶⁾.

اعتمدت الدراسة على كل من المنهجية الإثنوغرافية ومنهجية البحث النظري المرتكز لاستكشاف آلية إدارة خصوصية الاتصال، وإدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالهوية المهنية، منهجاً نوعياً (كيفياً) في الدراسات الإعلامية، وترجع أسباب اختيار هذه الطريقة إلى ما يلي:

أولاً، تحاول هذه الدراسة استكشاف كيفية إدارة خصوصية الاتصال، وإدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي، كمنهج نوعي للدراسات الإعلامية ومن الأنسب استخدام طريقة البحث النوعي لحل مشكلة الكيفية.

ثانياً، نظراً للأبعاد المختلفة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، يجب أن تفوت طرق التحليل التقليدية الموجهة نحو البيانات الإحصائية الكثير من المعلومات النوعية المهمة، ومزايا المنهجية الإثنوغرافية والنهج النظري المرتكز على التحقيق من خلال تكامل البيانات، وتحسين المفهوم، وتمشيط الفئات يمكن أن ينتج نموذجاً نظرياً كاملاً لإدارة خصوصية الاتصال وانهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي، ولا تتطلب هذه الطريقة من الباحث تحديد متغيرات محددة والعلاقات بينها مسبقاً، أو طرح افتراضات نظرية، ولكن من خلال البيانات التجريبية، ومن خلال تحليل البيانات الأولية، يكون من الممكن افتراض آلية لكيفية خصوصية الاتصال وإدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي.

نتائج تحليل البيانات:

استخدمت هذه الدراسة المقابلات المتعمقة بصفتها الطريقة الرئيسية لتطبيق الدراسة، من خلال الحصول على بيانات عن أفكار وممارسات وتجارب الأشخاص الذين تمت مقابلتهم، وحاولت الدراسة تحديد موضوعات ذات معنى لدراسة الدوافع والاستراتيجيات وقواعد القرار المرتبطة بإدارة خصوصية الاتصال وانهيار السياق،

وأجري التحليل الموضوعي النظري للبيانات النوعية، وهذا نهج من أعلى إلى أسفل مدفوع بمعالجة أسئلة بحثية محددة⁽¹⁶⁷⁾.

خلال المرحلة الأولية من التحليل، استخدمنا الترميز المفتوح لتحديد مجموعة من الفئات الأساسية والأفكار الأولية المرتبطة بأسئلة البحث، بعد ذلك عملنا على فحص هذه الرموز وتقييمها، ومن خلال تحديد أوجه التشابه والأنماط والروابط فيما بينها، جمعنا رموز معينة في موضوعات أولية، وفي المرحلة النهائية، دمج هذه الموضوعات الأولية في موضوعات أشمل تتوافق مباشرة مع أسئلة الدراسة وأهدافها، وإعادة النظر في الاقتباسات والرموز والموضوعات الفرعية لضمان تماسك الموضوعات الرئيسية وتميزها، وبناءً عليه يناقش تحليل البيانات وفقاً لثلاثة محاور أساسية (الموضوعات الرئيسية):

المحور الأول: إدارة خصوصية الاتصالات في إطار تطبيق النظرية

المحور الثاني: استراتيجيات (كيف السياق) وفقاً لمتغير الهوية المهنية، بتحليله إلى فئتين رئيسيتين وفقاً للهدف من الدراسة:

أولاً: (تواطؤ السياق/ تصادم السياق) وعلاقته بالهوية المهنية

ثانياً: استراتيجيات إدارة انهيار السياق (كيف السياق) وفقاً لمتغير الهوية المهنية

المحور الثالث: استراتيجيات وقواعد قرار إدارة انهيار السياق وعلاقته بالهوية المهنية، في هذا المحور، بعد إجراء تحليل متعمق لبيانات المقابلة، ظهر موضوعان رئيسيان أساساً للإجابة عن أسئلة الدراسة والتحقق من أهدافها:

أولاً: استراتيجيات تجزئة الحدود لاستعادة السياق وعلاقته بالهوية المهنية

ثانياً: قواعد قرار إدارة انهيار السياق وعلاقته بالهوية المهنية

المحور الأول: إدارة خصوصية الاتصالات في إطار تطبيق نظرية (CPM)

تبين نتائج تحليل بيانات الدراسة أن المستخدمين عبر وسائل التواصل الاجتماعي استخدموا استراتيجية حجب المعلومات عن الآخرين قاعدة لحماية الخصوصية، وأن حجب المعلومات يتوقف على درجة المخاطر المتوقعة، أي أن المعلومات الخاصة تتغير في درجات المخاطر بناءً على التداعيات المتصورة للكشف والإخفاء، فتُحجب المعلومات الأكثر حساسية مقابل المعلومات الأقل حساسية، كذلك توجد استراتيجية تزيف المعلومات، واستراتيجية البحث عن المعلومات؛ إذ يُعد البحث عن المعلومات من شريك العلاقات قبل

الكشف عن المعلومات جزءاً مهماً من عمليات تشكيل الحدود والتنسيق، كما توجد علاقة بين تزييف المعلومات وحساسية المعلومات، ولل فروق الفردية دور في إدارة الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن طرح التفاصيل فيما يلي:

استراتيجية حجب المعلومات:

وفقاً لنظرية CPM، يمكن أن تكون الحدود المحيطة بالمعلومات الخاصة قابلة للاختراق إلى حد ما، وينظم الأشخاص النفاذية من خلال سن قواعد مختلفة للوصول إلى الحدود والحماية، وفي ظل ظروف الحد الأدنى من المخاطر، من المرجح أن تسود قواعد الوصول إلى الحدود، مما يؤدي إلى مستويات عالية من الإفصاح، وعندما يُنظر إلى مخاطر الكشف على أنها كبيرة، تسود قواعد حماية الحدود، ويؤدي ذلك إلى مزيد من نتائج الحجب⁽¹⁶⁸⁾.

وعلى الرغم من أن حجب المعلومات قاعدة حماية وُثِّقت جيداً في سياقات التعامل مع الآخرين، فإنه لم يتحقق فيه مطلقاً عبر الإنترنت، ومع ذلك، توجد بعض الأدلة تشير إلى أن حجب المعلومات استراتيجية تستخدم لحماية الخصوصية في المواقف الاتصالية⁽¹⁶⁹⁾. وربما يرى بعض المستخدمين أن تهديدات الخصوصية سبب للانسحاب الكامل من التواصل، ومن ثم، في سيناريوهات التعامل مع الآخرين، فإن حجب المعلومات قاعدة يستخدمها المشاركون للحد من الكشف وحماية الخصوصية الشخصية في سياقات CPM يتضح ذلك من تصريح أ.ع:

أفضل إخفاء بعض البيانات في ملفي الشخصي، وأرى أنه من الأفضل ألا أكشف عن تلك المعلومات، سواء الشخصية أو المهنية أو العائلية.

يتبين أن المعلومات هنا يقصد بها المشارك البيانات الأساسية والمعلومات في الملف الشخصي، أي خصوصية البيانات الشخصية Privacy of personalData، وليس المعلومات أو الأخبار التشاركية، وقد عرفها روجر بأنها رغبة الشخص في التحكم أو على الأقل التأثير بشكل كبير في كيفية التعامل مع بياناته الشخصية⁽¹⁷⁰⁾.

ويوجد اتفاق على أن مصطلح خصوصية البيانات مترادف مع مصطلح الخصوصية المعلوماتية، ويقصد به أيضاً حق المستخدم في التحكم في المعلومات التي تخصه، بينما ارتبط مصطلح الخصوصية المعلوماتية على وجه الخصوص بالبيئة الرقمية. وترى نظرية

CPM أن جودة العلاقة تتأثر عندما لا يُسمح لأي معلومات بالمرور عبر الحدود، بمعنى آخر، يؤدي الكشف إلى تطوير العلاقة، ومن دون الكشف، غالباً ما تنتهي العلاقات، وهذا ما يفسر سبب وجود بعض الإفصاح وبعض الامتناع في معظم العلاقات⁽¹⁷¹⁾، يقول م. م: أوافق على قبول الصداقة مع شخص يحجب بعض معلوماته عن الآخرين، ولكن توجد معلومات لا بد من الإفصاح عنها حتى أقبل التواصل مع الآخرين. وهو ما تنص عليه نظرية CPM، بأن حماية الخصوصية وقواعد الوصول لا توجه فقط ما إذا كان الأشخاص يكشفون أو يخفون المعلومات، ولكن أيضاً ما المعلومات التي تُحجب أو يُكشف عنها ضمن العلاقة⁽¹⁷²⁾.

استراتيجية حجب المعلومات تتوقف على درجة المخاطر المتوقعة:
لأن جميع المعلومات الشخصية لا تحمل الدرجة نفسها من المخاطر "تتغير المعلومات الخاصة في درجات المخاطر بناءً على التداعيات المتصورة للكشف والإخفاء"، على حد قول برونو⁽¹⁷³⁾.

ما يتعلق بعرض المنشورات وتشاركتها، فبعض المعلومات يُكشف عنها أو تُحجب وفقاً لأهمية الكشف عنها، كما تقترح النظرية بأن يطور الأفراد قواعد الخصوصية، إذ يُنظر إلى المعلومات على أنها أكثر خطورة في الكشف عنها، ومن المرجح حجبها، وقد وجد بعض الباحثين أن الأشخاص يستخدمون قواعد حماية تجنب الموضوعات لمساعدتهم على اتخاذ قرار بشأن تجنب مناقشة موضوعات محفوفة بالمخاطر بشكل خاص من أجل حماية أنفسهم⁽¹⁷⁴⁾.

حجب المعلومات الأكثر حساسية:
من خلال تطبيق فكرة التداعيات المتصورة على إدارة الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، قد يرفض المستخدمون الكشف عن أنواع معينة من المعلومات وسيلة لحماية أنفسهم، مع الكشف عن معلومات أخرى من أجل الحصول على مزيد من الأصدقاء والتواصل، ويشير منطق النظرية إلى أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يطورون قواعد لحجب المعلومات التي تحمل مستويات مختلفة من المخاطر والكشف عنها، لذلك، قد يكشف الأشخاص عن معلومات شخصية عندما تكون الثقة وفوائد الكشف عالية، أو قد يحجبون معلومات شخصية أكثر حساسية عندما يكون ذلك ممكناً⁽¹⁷⁵⁾.

وقد كشفت تحليل بيانات المقابلة في هذه الدراسة فكرة أن المشاركين من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي قد يطورون قاعدة لحجب أنواع معينة من المعلومات (مثل الأنواع الأكثر حساسية) وسيلة لحماية خصوصيتهم، فيقول س. ي: كلما كانت المعلومات أقرب من مستوى الخصوصية الشديدة أكون أكثر حرصاً على عدم الكشف عنها.

استراتيجية تزييف المعلومات (استراتيجية الخداع): تتبأ نظرية CPM بوجود استراتيجية أخرى لحماية الخصوصية، تتمثل في تزييف المعلومات؛ إذ يتيح تزييف المعلومات للفرد تجربة فائدة الكشف عنها مع الحفاظ على خصوصيته بهذه الطريقة، ويمكن تصور الخداع على أنه قاعدة لحماية الخصوصية تحد من الكشف، وبذلك تحمي حدود الخصوصية، ويمكن أن يحدث الخداع أثناء التنسيق الحدودي أو نتيجة لاضطراب الحدود⁽¹⁷⁶⁾، فقد يختار المستخدم تزوير أو تزييف بعض المعلومات بدلاً من حجبها وسيلة للحفاظ على العلاقة، مع الاحتفاظ بملكية المعلومات الخاصة، على سبيل المثال، يقول ح. ب:

لا أتعهد تزييف المعلومات، ولكن أضطر إلى إخفاء بعض المعلومات أو تغييرها، سواء بصياغة أخرى، أو وضعها في إطار ذي معنى معين كنوع من التوازن بين حماية خصوصيتي وعدم خسارة العلاقات الافتراضية.

يتضح من هذا التصريح أنه عندما يقوم الأشخاص عن عمد بتزييف المعلومات كقاعدة لحماية الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تعمل عن طريق الحد من التعرض، ومن ثم المخاطر المرتبطة بالكشف عن المعلومات الشخصية، وقد ينتج الخداع عبر وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً عن اضطراب الحدود، مما يسمح للمستخدم بالحفاظ على خصوصية معلوماته مع تلبية توقعات الجمهور بالملكية المشتركة للمعلومات، وبعبارة أخرى، يُعرف الخداع من وجهة نظر متلقي المعلومات في هذا السياق⁽¹⁷⁷⁾.

كما كشفت نتائج التحليل وجود علاقة بين تزييف المعلومات وحساسية المعلومات، إذ تشير أبحاث العلاقات الشخصية أيضاً إلى أن كذب الشخص يعتمد على نوع المعلومات المطلوبة، كما تتبأ نظرية CPM بأن الكشف عن المعلومات الحساسة يجعل الشخص يشعر بأنه أكثر عرضة للخطر من الكشف عن أنواع أخرى من المعلومات، لأن خطر الكشف المتصور يختلف باختلاف نوع المعلومات⁽¹⁷⁸⁾، يقول ه. ج:

أنا مستعد للكشف عن معلومات حول آرائى أو حتى ممارستى المهنية أكثر من استعدادى للكشف عن معلومات عن حالتى المادية.

وتؤكد هذه الفكرة أن المشاركين على وسائل التواصل الاجتماعي يطورون قواعد لأنواع المعلومات التي يجب تزييفها بناءً على تداعيات الكشف عنها، بمعنى آخر يعمل المستخدمون على تزوير أو تزييف أنواع المعلومات الأكثر حساسية وليس الأقل حساسية وسيلة لحماية خصوصيتهم، كما هو موضح سابقاً، وكما أنها توازي أيضاً أبحاث الكشف عن الذات، التي وجدت قدراً أكبر من حجب المعلومات الأشد خصوصية أو الأكثر حساسية خلال المراحل الأولى من العلاقات الشخصية⁽¹⁷⁹⁾.

استراتيجية البحث عن المعلومات:

وفقاً لنظرية CPM، يعد البحث عن المعلومات عن صديق العلاقات قبل الكشف عن المنشورات جزءاً مهماً من عمليات تشكيل الحدود والتنسيق، ويمكن النظر إلى البحث عن المعلومات كقاعدة تنظم الروابط الحدودية من خلال مساعدة الشخص على تحديد ما إذا كان سيبدأ ارتباطاً حدودياً مع صديق جديد، ويعد البحث عن المعلومات جزءاً من تحليل التكلفة والعائد الذي يمر به القائم بالإفصاح لتحديد مخاطر الكشف عن المعلومات إلى الشريك، ومن ثم التحكم فيها⁽¹⁸⁰⁾، لذلك، فإن تقييم مصداقية الصديق الافتراضي قبل الكشف عن المعلومات من خلال تحديد ما إذا كان المتلقي سيستخدم المعلومات بمسؤولية يعد عنصراً أساسياً في تكوين الحدود، يقول ن.ج:

يتوقف الكشف عن المعلومات الخاصة للآخرين على توقع كيفية تعاملهم واستخدامهم لتلك المعلومات.

وتشرح نظرية CPM أنه بعد إنشاء الروابط، فإن قرار الكشف عن المعلومات الخاصة للآخرين يتضمن التفاوض بشأن توقعات كيفية إدارة المعلومات بمجرد الكشف عنها، ومن ثم، فإن التنسيق الحدودي يتضمن التفاوض بشأن القواعد المتعلقة بنفاذية الحدود والملكية المشتركة، على سبيل المثال، تحديد من خارج الحدود السياقية سيكون له حق الوصول إلى المعلومات بمجرد الكشف عنها، وبالنسبة للمفصح، فإن الغرض من عمليات التنسيق هو تقييم مخاطر الكشف، لذلك، فإن الحصول على معلومات عن الشخص المقرب أمر بالغ الأهمية لقرار الكشف⁽¹⁸¹⁾، عند وجود درجة عالية من عدم اليقين بشأن

الشريك، تتوقع نظرية CPM وجود مزيد من المعلومات التي يبحث عنها قبل قرار الكشف عن المعلومات الخاصة.

الفروق الفردية في إدارة الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: تنص نظرية CPM على أن قواعد الخصوصية قد تختلف حسب الموقف اعتماداً على دوافع الفرد أو تحليل التكلفة والعائد، ولكنها قد تتحد أيضاً في أنماط متسقة من الإفصاح بناءً على معايير أكثر استقراراً، مثل جنس الفرد أو ثقافته أو تجارب حياتية معينة، وتجد دراسات العلاقات الثنائية بعض الأنماط المتسقة لكشف المعلومات وإخفائها على أساس الجنس، على سبيل المثال، يبدو أن النساء يكشفن عن معلومات أكثر من الرجال بشكل عام⁽¹⁸²⁾، وفي تحليل بيانات الدراسة، تقول ن. م:

أنا بالفعل أغلق ملفي الشخصي، ولا أفضل عرض بياناتي الشخصية أو معلوماتي للعامة، وإنما للأصدقاء فقط.

وتقول س.ع:

لا أقبل طلب صداقة من حساب ملفه الشخصي مغلق إلا إذا كان الأشخاص الذين أعرفهم شخصياً.

بينما يقول ح.غ:

لا أفكر في أن أغلق ملفي الشخصي، ولا أمانع في قبول طلب صداقة من حسابات تغلق ملفها الشخصي.

وقد ترجع الاختلافات إلى الاختلافات في كيفية التنشئة الاجتماعية للرجال والنساء، أو توقعات دور الجنس، أو في كيفية استخدام الرجال والنساء معايير مختلفة في تحديد المعلومات الخاصة والتحكم فيها⁽¹⁸³⁾.

وتتفق نتائج الدراسة مع بعض الأدلة من الدراسات السابقة على وجود اختلافات بين الجنسين في إدارة الخصوصية عبر الإنترنت، فقد وجدت الدراسات اختلافات كبيرة في كيفية استجابة الرجال والنساء لقضايا الخصوصية عبر الإنترنت؛ إذ تعرب النساء عن قلق أكبر بشأن خصوصيتهن على الإنترنت، ويفدن بأنهن يقدمن معلومات غير كاملة للآخرين⁽¹⁸⁴⁾.

مناقشة نتائج تطبيق نظرية إدارة خصوصية الاتصالات في نطاق انهيار السياق: تُظهر النتائج استراتيجيات الكشف عن الذات والمعلومات والعلاقات الشخصية التي كانت بمثابة الأساس لهذه الدراسة، وتوضح النتائج أن التكيف مع المواقف الاتصالية

تتضمن ديناميكيات التوازن في البيئة الرقمية كما في المواقف الحياتية وجهاً لوجه، وبذلك تسهم نظرية CPM في مجال انهيار السياق، وتم تأكيد الدليل على أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يستخدمون الاستراتيجيات التي تنبأت بها نظرية CPM، بما في ذلك حجب المعلومات، والخداع، والبحث عن المعلومات، وتوضيح نتائج الدراسة أن المستخدمين يديرون خصوصيتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال قراراتهم بالكشف عن معلومات عن أنفسهم أو إخفائها للآخرين من الجمهور، على وجه الخصوص، في هذه الدراسة حجب المعلومات والتزييف استراتيجيات لإدارة الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد تطرقت الدراسة أيضاً لعوامل تشمل النوع، والقلق بشأن مشكلات الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ونوع المعلومات المطلوبة، التي قد تؤثر أو لا تؤثر في قرارات الإفصاح أو الحجب.

وتشير الدراسة إلى أن المستخدمين عبر وسائل التواصل الاجتماعي يقيمون حدوداً للمعلومات الشخصية، ويشكلون قواعد لتحديد متى يكشفون عن المعلومات للآخرين، كما تنبأت بذلك نظرية CPM، وهي قواعد منهجية انهيار السياق، على سبيل المثال، تؤكد النتائج أنه، كما هو الحال في التواصل بين الأشخاص، يكون الأشخاص أكثر عرضة للاعتماد على الخداع أو تزييف المعلومات، ويقبل احتمال الكشف عن معلومات أكثر حساسية في سياقات انهيار السياق. ووفقاً لنظرية CPM، قد ينظم المستخدمون عبر وسائل التواصل الاجتماعي الوصول إلى المعلومات الشخصية عن طريق جعل الحدود حول أنواع مختلفة من المعلومات أكثر أو أقل نفاذية (أي "أكثر سمكاً" أو "أرق")، اعتماداً على درجة المخاطر المتصورة التي ينطوي عليها الكشف بشكل أو بآخر (حساسية المعلومات)⁽¹⁸⁵⁾، وبذلك، تسلط عمليات التنسيق الحدودي التي لوحظت في هذه الدراسة الضوء كذلك على كيفية استخدام المستخدمين عبر وسائل التواصل الاجتماعي لحسابات المخاطر والفوائد لتحديد ما يجب الكشف عنه في العلاقات، وهي معادلة مشابهة لحسابات إدارة انهيار السياق كما سيتضح في عرض نتائج هذا المحور.

وتشير ردود المشاركين إلى أن التجارب السلبية السابقة مع الكشف عن المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي في سياقات خصوصية الاتصالات قد تكون السبب الرئيسي

لحجب المعلومات الشخصية، وبذلك تمثل التجارب المباشرة عنصراً فعالاً في كيفية تحديد المستخدمين استراتيجيات إدارة خصوصية الاتصالات، وتشير هذه النتيجة أبحاثاً مستقبلية لدراسة تنبؤات نظرية CPM عن كيفية تأثير الاضطراب الحدودي في قرارات الإفصاح في سياقات انهيار السياق.

وتوفر نتائج هذه الدراسة بطرق منهجية ما تتنبأ به نظرية CPM من عدد من جوانب السلوك عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي لوحظت في هذا البحث، التي يمكن عدها أساساً للبدء في وضع تصور لقرارات إدارة خصوصية الاتصالات الخاصة بالمستخدمين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهي المنهجية نفسها التي اتبعتها الدراسة في استكشاف دوافع وسلوكيات المستخدمين في التعامل مع انهيار السياق، وبذلك تقدم النتائج خطوة استباقية لدعم نظرية إدارة الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في نطاق انهيار السياق في الدراسات العربية.

وبشكل عام، تشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أن الأشخاص قد يتوخون الحذر عند تقديم معلوماتهم الشخصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لأنهم يعلمون أنه لن تكون لديهم فرصة كبيرة بشأن قواعد الخصوصية المقبولة للطرفين، وللتعامل مع هذا الأمر، قد يجربون مزيداً من المعلومات الخاصة، ويقدمون الحد الأدنى لتحقيق هدفهم، وفي ظل الظروف التي لا تسمح فيها قواعد الخصوصية المحددة مسبقاً بالتفاوض، يكتفي الأشخاص بتقديم الحد الأدنى فقط من المعلومات للحصول على ما يريدون⁽¹⁸⁶⁾، ومن خلال صياغة قرارات تقديم المعلومات أو حجبها، سواء بصدق أو خطأ، من حيث نظرية إدارة خصوصية الاتصالات، تساعد هذه الدراسة على فهم قرارات الخصوصية التي يتخذها المستخدمون أثناء معاملاتهم على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن فكرة إدارة الحدود لها أسس نظرية عند تطبيقها على هذا السياق.

كما كشف التحليل أن أحد الاختلافات الرئيسية في نظرية CPM لإدارة الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو أن نظرية CPM تركز على الإفصاحات "الخاصة"، أو الكشف عن المعلومات غير المتاحة للعامة، أو التي لم يُكشف عنها للأشخاص قبل ذلك؛ إذ يُصور الكشف عن المعلومات في إدارة الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق أوسع ليشمل المعلومات التي قد تكون متاحة للجمهور، ولكن لا

يمكن الوصول إليها إلا من خلال بعض الجهد والمعلومات التي لا يريد القائم بالكشف عنها خارج علاقة معينة، أو ربطها بأنواع أخرى من المعلومات عنها مخزنة في قواعد البيانات الإلكترونية⁽¹⁸⁷⁾.

المحور الثاني: استراتيجيات (تكيف السياق) وفقاً لمتغير الهوية المهنية
 فيما يتعلق باتجاهات المشاركين نحو دور عامل الهوية المهنية في إدارة انهيار السياق، يمكن أن يكون لدى الجمهور الفعلي آراء إيجابية وسلبية في كثير من الأحيان، كتحديات تواجه العينة من الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في مهنة التدريس بالجامعات، لأنهم لا يمثلون أنفسهم فقط على وسائل التواصل الاجتماعي، وإنما يمثلون العاملين بالمهنة عموماً، ويمكن أن يواجهوا عواقب محرجة أو تهدد حياتهم المهنية بناءً على منشوراتهم على وسائل التواصل الاجتماعي، وبناءً عليه تُعرض نتائج التحليل في هذا المحور في المحاور الفرعية الآتية وفقاً للهدف من الدراسة:

أولاً: (تواطؤ السياق/ تصادم السياق) وعلاقته بالهوية المهنية
 يمكن أن تتبع المواقف الإشكالية من دمج الجماهير الشخصية والمهنية عند التواصل، فيحدث انهيار السياق (تواطؤ السياق) أو (تصادم السياق)⁽¹⁸⁸⁾، وقد كشف تحليل بيانات المقابلات أن المشاركين يشعرون بالاستياء والحرص أثناء المواقف في سياق تواطؤ السياق، بصورة أوضح مما تكون عليه في سياق تصادم السياق، إلا أن المشاركين الذين عانوا من التواطؤ في السياق شعروا بقدر أقل من السلبية مقارنة بالذين عانوا من تصادم السياق أثناء تشابك السياقات الاجتماعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ولأن الدراسة وجهت الأسئلة للمشاركين في إطار ربطها بالهوية المهنية، فقد ظهرت النتائج معبرة عن العلاقة الضمنية بين المتغيرات الأساسية لتكيف انهيار السياق والهوية المهنية، من خلال توجيه أسئلة عن شعور المشارك إذا تعرض لمواقف مرتبطة بعرض صور أو منشورات أو الكشف عن معلوماته الخاصة من قبل الأصدقاء المضافين على حسابه الشخصي، وتتطوي على قدر من الحرج أو نشرها دون موافقته، أو الإشارة إليه في منشورات فيها إساءة، سواء مباشرة أو غير مباشرة، وقد ظهر ذلك بوضوح في مقولات المشاركين كما ستظهر في تحليل المقابلات.

فعلى سبيل المثال، عبر المشارك أ. م عن تصادم السياق بشعوره بالحرج بقوله:

أشعر بالحرَج إذا نُشرت صورة أو منشور على صفحتي الشخصية دون موافقتي، وبخاصة إذا كان يتعلق الأمر بالمساس بحياتي المهنية. وعلَّق س.ع على مشاعره المرهونة بالموقف في إطار المهنة عندما يقدم صديق معلومات خاصة عنه للعامة، فيقول عن رد فعله:

أكد سأغضب من أي شخص ينشر صورة أو منشورًا يتضمن محتوى غير جاد على حسابي الخاص، ولكن سأشعر بالغضب أكثر إذا كان حدوث ذلك يؤثر في حياتي المهنية على وجه الخصوص.

أما ن. و فيقول:

مؤكد سأشعر بالاستياء إذا نُشرت صور أو منشورات على صفحتي الشخصية دون إذني، أو الإشارة لي في منشورات غير لائقة، إلا أنني أزداد غضبا إذا كانت تهددني اجتماعيا ومهنيا. تتضمن هذه العبارات مشاعر عاطفية متعددة الأوجه كرد فعل داخلي ضد الشخص المسؤول عن التصرفات غير المسئولة فيما يخص عرض منشورات تهدد الهوية المهنية. وأفاد أ.ع:

أشعر بالقلق الشديد تجاه رد فعلي، لأننا جميعا مسئولين عن الحفاظ على احترام الآخرين، وحفظ هيبه مهنة الأستاذ الجامعي. ويمكن أيضا أن ينظر إلى السلوك على أنه شيء مفهوم كشكل من أشكال الترهيب عند بعض المشاركين، تقول د.ع:

قد يعتقد البعض أن نشر معلومات أو الإشارة إلى الأصدقاء في منشور به حرج أو إساءة أمر عادي على سبيل المزاح، لكني لا أعتبرها مزحة.

ويقول ح. ب:

لا يمكن قبول أن أُعرض سمعتي للخطر لأنني كنت أحاول الاستمتاع فقط بنشر منشور غير لائق بمكانتي ووضعى الاجتماعى والمهنى. فقد عبّر عن شعوره بالخوف على سمعة الشخص وشعوره بالسوء الذي نشأ من تصادم السياقات.

وأشارت ن.م:

أعتقد أنه يجب على الأصدقاء أن يأخذوا رأيي أولاً قبل نشر منشور على صفحتي، وبخاصة زملاء المهنة المُضافين على حسابي. وفي المقابل، كان بعض المشاركين أقل انزعاجاً مقارنة بالمشاركين السابقين، فقد أفادوا بأن قلقهم على مكانتهم الاجتماعية والمهنية يعتمد على نوع المنشورات، وتوضيح المقولات

الآتية هذا القلق ودرجته:

يقول ع. ز:

يتوقف القلق من المنشور اعتماداً على مغزاه، فإذا كان غير مقبول اجتماعياً وأخلاقياً لا أقبل نشره، وإذا كان مقبولاً اجتماعياً وأخلاقياً، لا أمانع نشره.

وتقول م. س:

يعتمد القلق على المعنى الفعلي للمنشور، ومدى تحقيقه للعواقب المسيئة لمكانتى المهنية والاجتماعية.

وفى التصريح الأخير اعتراف صريح بأولوية العواقب على المهنة في المقام الأول والمكانة المرتبطة بها.

ثانياً: استراتيجيات إدارة انهيار السياق (تكيف السياق) وفقاً لمتغير الهوية المهنية اعتمد المشاركون عدة استراتيجيات لإدارة انهيار السياق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى استخدام مرتفع نسبياً من إعدادات الخصوصية؛ بعضها يتراوح بين (عزل أصدقاء) (وإلغاء الصداقة) أو (الخروج من المجموعات)، وينتهج البعض استخدام (قبول طلب الصداقة من أشخاص معينين فقط) في وسائل التواصل الاجتماعي، في هذه الحالة، يستخدم المشاركون استراتيجيات على وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على ما يشبه السيطرة على المشاركين، وبعض الاستراتيجيات المتبعة من المشاركين لأنواع محددة من المعلومات، وخاصة تلك التي من المحتمل أن تمس بمهنته ومكانته الاجتماعية والعلمية، على سبيل المثال، يقول ح. ب:

أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي فقط للحصول على الأخبار والتواصل مع عدد قليل من الأصدقاء المقربين.

ويقول ي. س:

أتأكد من إعدادات الخصوصية الخاصة بي أنه يمكن للأصدقاء فقط رؤية منشوراتي، وأحتاج إلى الموافقة على النشر على صفحتى قبل ظهورها على حسابى الشخصى.

وتقول س. ع:

أحاول الحفاظ على خصوصية جميع حساباتى، لذا أغلق إمكانية المشاركة، ولا أسمح بمشاركة منشوراتى دون الموافقة المسبقة منى.

وتشير هذه الممارسات إلى أن الإجراءات الوقائية التي يفعاها المشاركون فيما يتعلق بأنفسهم على وسائل التواصل الاجتماعي تمثل الإدارة الدقيقة لوسائل التواصل الاجتماعي، وبعضهم يتجنب النشر عن حياته الشخصية وعمله. كما تقترح و.ق:

أفضل عدم النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي لأسباب مهنية أو شخصية قدر الإمكان. وهذا يدل على أن ما اكتُشف من الردود المفتوحة المقدمة من المشاركين الذين عانوا من تصادم السياق، وكان المشاركون في هذا المعنى حذرين للغاية بشأن ما يُنشر على وسائل التواصل الاجتماعي للتأكد من الحفاظ على الشكل المناسب واللائق عند التواصل مع الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي. يقول ع.م:

أحاول ألا أنشر أي شيء من شأنه أن يكشف أو يمس مكانتي الاجتماعية والمهنية، لذلك أنشر المعلومات الإيجابية فقط، لتعكس أنني أعيش حياة اجتماعية مستقرة. استراتيجية للحد من انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي، لذلك فهو واضح ويحذر التداول، على سبيل المثال، تقول م.ص:

على الرغم من أنني نشطة على وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنني حذرة جداً من نشر معلومات لها خصوصية شديدة.

وتقول ص.ع:

كثيراً ما يعجبني منشورات الأشخاص الآخرين، لكنني لا أتفاعل مع منشوراتهم. ويضيف م.م:

أحاول ألا أنشر كثيراً عن أخبار العمل حتى يراى الناس بطبيعتي الاجتماعية وليس شخصيتي في العمل.

وتقول ع.ع:

أتأكد دائماً من أن ما أنشره معناه واضح حتى لا يساء فهمه بشكل غير صحيح. ويفيد ذلك بأنه من الإدارة الدقيقة لانهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي التعامل معها بطريقة تضمن أكبر قدر من تقليل المخاطر والتعرض، الذي قد يحدث عن طريق تقليل أداء الفرد ومستوى فاعليته.

المحور الثاني: استراتيجيات وقواعد قرار إدارة انهيار السياق وعلاقته بالهوية المهنية
 أولاً: استراتيجيات تجزئة الحدود لاستعادة السياق وعلاقته بالهوية المهنية.

ثانياً: قواعد قرار إدارة انهيار السياق وعلاقته بالهوية المهنية.

أولاً: استراتيجيات تجزئة الحدود لاستعادة السياق وعلاقته بالهوية المهنية
 ظهرت أربعة استراتيجيات رئيسية لاستعادة السياق:

- دخول دور والخروج من دور.
- التصفية.
- الحفاظ على مساحات متعددة.
- الانقطاع الذاتي.

وقد أتاحت هذه الاستراتيجيات للمشاركين إنشاء حدود نفسية وعلائقية ومكانية وزمانية لاستعادة السياق، وكشفت النتائج أيضاً أن العوامل الفردية (تقليل الجهد والوعي الذاتي، ومخاوف الخصوصية)، وعوامل الجمهور (عدم تجانس الجمهور، ونشاط الجمهور)، شكّلت قرارات المشاركين في التخفيف من مشكلات انهيار السياق.

- استخدم المشاركون كلاً من التكيف مع السياق واستعادة السياق آليات للتكيف، وقد شمل تكيف السياق الموصوف في المقابلات النشر بشكل أقل تكراراً وأقل تنوعاً، لذلك تكيفوا مع السياق المنهار من خلال تقليل أنشطة العرض الذاتي.

- يُظهر تحليل منشورات فيسبوك التي شاركها المشاركون في طريقة التمرير للخلف التي انتهجتها الدراسة أنه عند النشر للعامة، ومن ثم إلى جماهير غير متجانسة ومنهارة، فقد شاركوا محتوى بعيداً عن المحتوى الشخصي بوصفه قابلاً للتشارك ومناسباً لأعضاء المنصة بأكملها، بحيث يتجنبون النزاعات أو الأضرار المحتملة، في المقابل، تضمنت المنشورات التي تم تقييد الوصول إليها لجمهور محدد مواداً عن موضوعات متعلقة بصور شخصية، وصور عائلية وأفكار شخصية وعواطف، وأوضح المشاركون أن هذا المحتوى يعكس شخصياتهم أو هوياتهم أو مواقفهم أو حياتهم الخاصة.

- استخدم المشاركون استراتيجيات تجزئة الحدود على الأبعاد النفسية والعلائقية والمكانية والزمانية لاستعادة السياقات لتقديم الصور الذاتية والعرض الذاتي، واعتمد

هذه الاستراتيجيات منفصلة أو مشتركة مع استراتيجيات أخرى، كما يوضح تحليل البيانات فيما يلي:

الحدود النفسية: استراتيجية دخول دور والخروج من دور
يعمل إدخال دور والخروج من دور جنباً إلى جنب لتنظيم عملية وضع الحدود النفسية وإسقاط عرض الأدوار الاجتماعية المختلفة عبر السياقات، من خلال الدخول إلى دور أساسي والخروج من الأدوار الأخرى، يُنشئ الأفراد سياقاً لأداء الصورة المطلوبة للدور المحدد وتصور الجماهير الأكثر ملاءمة لرؤية هذا الدور⁽¹⁸⁹⁾.

وتكشف بيانات المقابلة أن المشاركين استخدموا الحدود النفسية للدخول في الدور الاجتماعي أو الخروج من الدور لإسقاط السياقات الاجتماعية في أذهانهم، على اعتبار أن كل شخص يمتلك أدواراً اجتماعية متعددة، فقد أدخل المشاركون أدوارهم المفضلة عند العرض الذاتي، متمثلة في الهوية المهنية كعضو هيئة تدريس، مثال المشارك أس، الذي يقول:

لأنني أستاذ في الجامعة، أمثل فئة مهنية واجتماعية لها احترامها وتقديرها الاجتماعي، وهو ما يجعلني أخير المنشورات التي أشارتها على حسابي الشخصي، حتى لا يفقد عضو هيئة التدريس الجامعي احترامه ووقاره خاصة أمام طلابنا.
ويتفق معه ف. م في الاحتفاظ بالدور الاجتماعي المهني كعضو هيئة تدريس أمام طلابه، فيقول:

أراجع بدقة منشوراتي قبل النشر حفاظاً على مكانتي الاجتماعية أمام طلابي، لذلك أحياناً أتحقق من الأشخاص المقصودين قبل النشر.
في الحالتين السابقتين، أصبحت الحدود النفسية للدور الاجتماعي للأستاذ الجامعي، مما جعل السياق يتمحور حول طلابهم، أي أن الهوية المهنية هي التي وجهت ممارسات العرض الذاتي على المنصة، وبطريقة أخرى، أشار عدد من المشاركين إلى إخفاء شخصياتهم العامة من موقع فيسبوك، ولم يكشفوا عن أنفسهم إلا لأصدقائهم المقربين في سياق (خلف الكواليس)، كما أُشير في الإطار النظري، وفقاً لجوفمان بصفته الخروج من الدور لتجنب القيود المرتبطة بالهويات الاجتماعية وتقديم الذات العامة، التي تلتزم

بالمعايير الصارمة مخرجاً للتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم الشخصية التي لم تكن بالضرورة متوافقة مع التوقعات العامة⁽¹⁹⁰⁾.

وتبين من التحليل أن استخدام استراتيجية الدخول والخروج من الدور في بعض الأحيان أدت إلى تفعيل استراتيجيات أخرى، مثل فصل الحدود المكانية أو العلائقية، مثل إنشاء سياقات خلف الكواليس وفقاً لتعبير جوفمان، من خلال تجزئة الحدود المكانية (باستخدام حساب فيسبوك آخر أو منصة وسائط اجتماعية أخرى).

فيقول ن. و:

الأصدقاء مختلفون في طبيعة تفهم مغزى المعلومات التي أشاركها، لذلك لدي حساب على موقع فيسبوك وكذلك على تويتر، لأتمكن من التواصل مع الأصدقاء، سواء في العمل أو في حياتي الخاصة والعائلية حسب الهدف من المنشور.

الحدود العلائقية (التصفية):

تصور الدراسات السابقة استخدام الإمكانيات الاجتماعية التقنية لإدراج الجمهور واستبعاده بصفته (تصفية)⁽¹⁹¹⁾، وقد استخدم المشاركون التصفية من أجل إدارة شبكاتهم الاجتماعية وحدود العلاقات الخاصة بهم، بإدارة وصول الجماهير إلى ملفاتهم الشخصية، ومن المشاركين من يراجع قوائم الأصدقاء بدقة للتأكد من عدم تمكن بعض الجماهير من الوصول إلى منشوراتهم قبل النشر على حساباتهم الشخصية، وقد ساعدت عملية التصفية المشاركين على صياغة سياق من خلال اختيار الجماهير المناسبة أو عدم رؤية غيرهم مناسبة لمشاركة المنشور، تقول س. ع:

أتعمد تحديد الجمهور عند نشر المنشورات الشخصية والعاطفية والصور الشخصية، فأتجنب النشر للعامة، وأكتفى بالأصدقاء فقط في كل مرة أشارك فيها صوراً شخصية أو مناسبات خاصة.

ويشرح هذا الإجراء توافق المشاركين للحدود العلائقية مع الحدود النفسية لمواءمة أدوار محددة مع الجماهير.

الحدود المكانية (الحفاظ على مساحات متعددة):

يشير تحليل البيانات إلى اتباع استراتيجيات لتجنب التدقيق من جانب الجماهير المنهارة على حسابات فيسبوك الأساسية الخاصة بهم، فقد أنشأ المشاركون وعرضوا شخصيات مختلفة عبر مساحات افتراضية مختلفة ووجود حسابات متعددة على منصة واحدة، كما

بنى المشاركون أيضاً حدوداً مكانية للحصول على سياق خلف الكواليس لإمكانية التعبير الشخصي بحرية، وأنشأ المشاركون مساحة خاصة استخدموا فيها أسماء مستعارة مجهولة، واحتفظوا بمجموعة صغيرة من الأصدقاء الذين قد يتواصلون معهم أيضاً عبر فيسبوك، كما تقول أ.ن:

الحفاظ على مسافة اجتماعية معينة مع الأصدقاء، وتقليل التفاعل، يسمح بالكشف عن مشاعري الشخصية وأفكاري الداخلية بدرجة أكبر من الأريحية.

ويقول ه.ح:

لدي حسابان على موقع فيسبوك أستخدم أحدهما للأصدقاء المقربين فقط لعرض المنشورات الخاصة بحياتي الشخصية والعائلية، بينما الآخر يكون للعامة لعرض المنشورات الأخرى.

يتبين من السابق أنه من خلال الحفاظ على مساحات متعددة، ينوع المشاركون الإفصاحات الذاتية عبر سياقات تصفية الجماهير انتقائياً، وهذا يعني أن فصل المجالات المكانية يؤدي بطبيعة الحال إلى تجزئة الحدود العلائقية، ولكن فائدته تمتد إلى ما هو أبعد من استراتيجية تصفية الجمهور، ووفقاً لذلك، تمكن المشاركون من التمييز بين هوياتهم، على سبيل المثال، يقول أ.ع:

أجأ إلى عدم إظهار الاسم الحقيقي بالحساب الشخصي على منصة معينة، أو في أي حساب آخر على المنصة نفسها.

الحدود الزمنية (الانقطاع الذاتي):

استخدم المشاركون الانفصال أو الانقطاع الذاتي وسيلة لفصل الحدود الزمنية واستعادة السياقات الزمنية، ويشير الانقطاع الذاتي إلى التجزئة النشطة لصورة الفرد الذاتية الحالية عن هوياته الماضية، ويعد فصل الحدود الزمنية ذا أهمية خاصة عندما يواجه الأفراد تحولات مفاجئة في أدوارهم الاجتماعية مع مرور الوقت، ويمكن الانقطاع الذاتي مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي من صياغة سياق سريع الزوال للعروض التقديمية المندفعة التي قد تكون غير مناسبة في سياقات زمنية مختلفة⁽¹⁹²⁾، لذلك أزال المشاركون منشوراتهم السابقة (إما بحذفها أو إخفائها)، ومن خلال هذه الإجراءات منعوا استخدام العروض التقديمية السابقة عبر وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين انطباعات حالية أو مستقبلية، وكان هذا الإجراء منسوباً بوضوح للمشاركين من درجة مدرس نظراً

لتحوله من الدور الاجتماعي في وظيفة مدرس مساعد إلى ترقيته لدرجة مدرس، إذ تقول أ. ن:

قد نشرت بالفعل في وقت سابق بعض المنشورات العاطفية للتعبير عن الحالة المزاجية السيئة التي تعرضت لها نتيجة ضغوط العمل كمدرس مساعد، لكنني لا أراها مناسبة الآن لمشاركتها على حسابي في الوقت الحالي.

وهو ما يوضح التجزئة النشطة لصورة الفرد الذاتية الحالية عن هويته الماضية، إذ تُفصل الحدود الزمنية خاصة عندما يواجه الأفراد تحولات مفاجئة في أدوارهم الاجتماعية (المهنية هنا) مع مرور الوقت.

ثانياً: قواعد قرار إدارة انهيار السياق وعلاقته بالهوية المهنية حددت الدراسة مجموعة من قواعد القرار التي أثّرت في اختيارات المشاركين بين التكيف مع السياق واستراتيجيات استعادة السياق، ويمكن تصنيف قواعد القرار هذه حسب ما إذا كانت تتعلق بالعوامل الفردية أو عوامل الجمهور.

العوامل الفردية في إدارة انهيار السياق:

العامل الأول: تقليل الجهد أو إنفاق الجهد المتصور

يعني اتباع المشاركين استراتيجيات للجهد المبذول في إدارة شبكاتهم الاجتماعية بإنفاق الوقت الكافي في تنظيم الأصدقاء أو مراجعة الملفات الشخصية لطلبات الصداقة أو الأصدقاء الحاليين، مع الاعتماد على المهارات التقنية⁽¹⁹³⁾، وقد اعتمدت هذه الاستراتيجية على وجهتين من جانب المشاركين:

1- من قال لديه الوقت الكافي والمهارات التقنية لإدارة انهيار السياق، فإنهم ينظمون

تحديث قوائم "التصفية" الخاصة بهم لإدارة الحدود العلائقية، مثلما تقول ش. ف:

لا أنشر على صفحتي إلا ما يناسب رؤيته للجميع، سواء العامة أو الأصدقاء، حتى لو كان النشر على فترات متباعدة، فأنا أراه الأنسب لمكانتي في العائلة والمهنة، ولا أفضل عمل أكثر من حساب شخصي.

وهذا يعني اعتماد استراتيجيات سهلة نسبياً، كاختيار استراتيجية التكيف مع السياق بدلاً من الاستراتيجيات الأخرى، لذا فقد قاموا إما بمشاركة ما يسمى "المحتوى الآمن" أو خفضوا كثافة النشر.

2-الوجهة الأخرى لمن اختاروا إنشاء ملفات تعريف إضافية لتوفير الجهد، كما أوضح

س.و:

إنشاء حساب جديد يحتاج إلى جهد ووقت، ولكن على المدى الطويل يوفر كثيرا من الوقت، فلا أضطر إلى اختيار من يمكنه رؤية منشوري أو من لا يستطيع رؤيته في كل مرة.

من هنا يتبين أن الجهود المستمرة المبذولة في إدارة مجموعات جمهور مختلفة، أو ملفات تعريف بعض المشاركين إلى الانتقال إلى منصات أخرى، بينما قلل آخرون أنشطة العرض الذاتي.

العامل الثاني على المستوى الفردي (الوعي الذاتي):

يقصد بالوعي الذاتي الدرجة التي يدرك بها الشخص مظهره وأدائه أمام الآخرين (الوعي الذاتي العام)، أو المشاعر والأفكار الداخلية (الوعي الذاتي الخاص)⁽¹⁹⁴⁾.

وقد تبين من تحليل البيانات أن للوعي الذاتي دوراً مهماً في اختيار استراتيجيات سهلة، لأنه يتطلب من المشاركين الأخذ بعين الاعتبار الشخصية أو المشاعر التي يرغبون في الكشف عنها، مما يحفزهم على بناء سياق لمثل هذه الإفصاحات، وعلى الرغم من أن التكيف مع السياق أقل تطلباً من استعادة السياق، فإن المشاركين الذين يقودهم الوعي الذاتي ما زالوا يفضلون استراتيجيات استعادة السياق على حساب الوقت والجهد المعرفي، وهي نتيجة تختلف مع نتائج عامل تقليل الجهد السابق ذكرها.

ويمكن تفسير تأثير عامل الوعي الذاتي على وجهتين:

الأولى: الوعي الذاتي العام: فقد قاد الأفراد إلى إنشاء حدود واضحة بين الأدوار الاجتماعية وزيادة انتباههم للأبعاد العلائقية أو المكانية أو الزمانية لجمهورهم، وقد شكّل الوعي الذاتي العام القوي ممارساته في رسم الحدود النفسية والحدود العلائقية، وتبين ذلك من قول ح.ب:

أنتظر التفاعل من الأصدقاء على حسابي، خاصة عندما أشارك منشورا

يتعلق بالترقيات أو الفعاليات العلمية.

ويفسر ذلك ارتباط الوعي الذاتي العام بمواءمة الأدوار الاجتماعية المتنوعة للفرد، وعلى وجه الخصوص المرتبطة بالهوية المهنية بشكل مناسب مع الجماهير المناسبة.

وعلى النقيض من ذلك، يسعى الأشخاص ذوو الوعي الذاتي الخاص للتعبير عن المشاعر والأفكار العاطفية، لذلك أنشأوا سياقات خلف الكواليس⁽¹⁹⁵⁾، فقد أوضح ذلك أ. ش بقوله:

أحتاج أحياناً إلى مساحة أعبر فيها بحرية عن مشاعري وأفكاري العاطفية دون التقيد بمعايير التعبير اللفظية أو الاضطرار إلى قول غير الحقيقة من أجل إيجابية انطباعات الآخرين عنى.

ويتعلق العامل الثالث على المستوى الفردي بمخاوف الخصوصية:

جعلت المخاوف المتعلقة بالخصوصية المشاركين يرسمون الحدود بحذر شديد، حتى يتمكنوا من الحفاظ على التوازن بين الحرية بعرض الذات وتجنب الأضرار المحتملة، من ناحية أخرى، اضطر بعض المشاركين إلى التكيف مع السياق لتجنب الجهد المبذول في النظر في مخاطر الخصوصية، ومع ذلك، كان تأثير المخاوف المتعلقة بالخصوصية متشابكاً مع الوعي الذاتي وتقليل الجهد، مما دفع المشاركين إلى النظر في هذه العوامل بترابط لتحديد الاستراتيجية المحددة التي يجب استخدامها، وظهرت تلك النتائج من تصريح أ. ص بقولها:

أشعر بالاستياء من اقتباس منشوراتي على حسابي الشخصي وتداولها إلى أشخاص آخرين دون الإشارة إلى أنه منقول من مصدر حسابي، وهو ما يجعلني أتخذ إجراءات لحماية الخصوصية الممكنة.

عوامل الجمهور في إدارة انهيار السياق:

فيما يتعلق بعوامل الجمهور، فُسر هذا العامل وفقاً لوجهتين:

الأولى: عدم تجانس الجمهور

كان عدم تجانس الجمهور أمراً فاصلاً في تحديد كيفية إدارة انهيار السياق؛ إذ تسبب الإضافة المستمرة الجديدة، خاصة مع تزايد عدد الأصدقاء أو المتابعين، فإن هذه العملية عادة ما تجعل العلاقة أكثر تعقيداً، وتصبح الحدود العلائقية أكثر تشابكاً، وبذلك، تحتاج إلى جهد أكبر في الممارسات الاتصالية، ولتفادي هذه المشكلة يتبع المشاركون استراتيجية التصفية، التي تكون أيضاً غير فعالة في بعض الأحيان من وجهة نظر المشاركين، وهنا ينتهج المشاركون استراتيجيات بديلة، مثل التوقف الذاتي أو الحفاظ على مساحات متعددة، يقول ه. ح:

أضطر أحياناً إلى التوقف عن قبول إضافة أصدقاء جدد، وأحياناً أخرى

لا أقبل إلا إضافة أصدقاء معينين.

ويقول أ.ع:

لدي أكثر من حساب شخصي على منصة فيسبوك وحدها، وأستخدم الحساب الملائم لعرض منشورات لأصدقاء معينين عندما أجد ضرورة لذلك.

الثانية: نشاط الجماهير

يعد نشاط الجماهير عاملاً آخر على مستوى الجمهور، والجمهور النشط هو الجمهور الذي يكون منتهياً للغاية ويستجيب لمحتوى الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي⁽¹⁹⁶⁾، والمعضلة هنا عندما يفسر الجمهور المنشورات التي يشاركها المشاركون على حساباتهم بقلق زائد، خاصةً من جانب المقربين، فكما يقول ع.ن:

الأهل والأقارب والأصدقاء المقربون يحاولون مضمون المنشور العادي إلى قضية عميقة تحتاج إلى شرح وتفسير على غير الواقع، والغريب في الأمر أن بعضها يخص المجال المهني وليس الشخصي.

وفي سياق مشابه، تقول ش.ف:

أكون مضطرة في بعض الأحوال إلى عرض منشورات لا تتوافق مع حالتى المزاجية الراهنة حتى لو كانت مستقرة تجنباً لتحويل معنى المنشور إلى معنى مغاير للواقع من أصدقاء معينين.

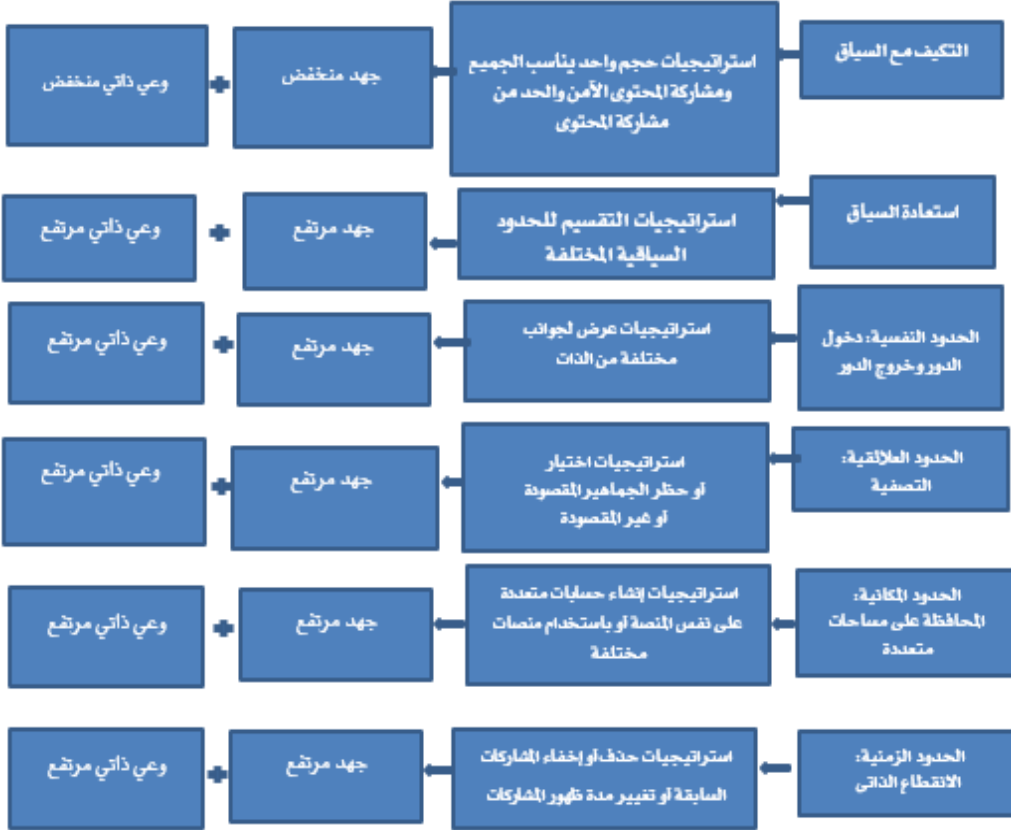
وهذا يقودنا إلى أن الاهتمام المفرط من جانب الجماهير النشطة جعل المشاركين يدركون عدم فاعلية التكيف مع السياق، مثل مشاركة منشورات غير مهمة.

مناقشة النتائج:

تقترح الدراسة شكل (1)، الذي يطرح ملخصاً لاستراتيجيات التكيف مع السياق واستعادة السياق، إلى جانب قواعد القرار التي تؤثر في اختيار استراتيجيات التكيف المحددة كما كشفتها نتائج تحليل البيانات:

شكل (1)

استراتيجيات إدارة انهيار السياق والعوامل المحددة لقواعد القرار كما تقترحه الدراسة الحالية



يشير الجهد إلى الإدراك الشخصي للفرد للوقت والموارد المعرفية اللازمة لإنفاقها .
 - يشير الوعي الذاتي إلى إدراك الأفراد لسلوكياتهم والتركيز على مشاعرهم وأفكارهم.

يكشف الشكل السابق، الذي تقترحه الدراسة الحالية لاستراتيجيات إدارة انهيار السياق والعوامل المحددة لقواعد القرار في اختيار الاستراتيجيات وفقاً لمعادلة المتغيرات من وجهة نظر المشاركين، فقد أصبح الوصف يربط بين المفاهيم التي طرحتها الدراسة والاستراتيجيات التي يختارها المشاركون وفقاً لذاتية المستخدم والفاعل الاجتماعي، كما بينت الدراسة في إطارها النظري حساب كل من إنفاق الجهد المتصور ومستوى الوعي

الذاتي لدى المشاركين بكيفية وعوامل الاختيارات، فأصبح هناك مخطط لوزن المتغيرات، ومن ثم تأثيرها في قرار الاختيار، كما يتضح من الشكل السابق، الذي يشير إلى النتائج الآتية التي توصلت إليها الدراسة:

- يتحقق التكيف مع السياق باتباع المستخدمين استراتيجيات متنوعة بين استراتيجية حجم واحد يناسب الجميع، ومشاركة المحتوى الآمن، أو الحد من مشاركة المحتوى وتنوعه، مما يعني أن التكيف مع السياق المنهار يكون من خلال ضبط العرض الذاتي لجمهور واسع وغير متجانس، ويستلزم من المستخدم جهداً منخفضاً، إضافة إلى وعي ذاتي منخفض، وبذلك، فهو يشير إلى استراتيجيات أقل نشاطاً تهدف إلى استباق الأحكام السلبية المحتملة من الجماهير، ومن ثم تقييد التنوع والاختلاف في العرض الذاتي، وهذا لا يعني أن التكيف مع السياق يتجاهل الجمهور، لأن المشاركين يعدلون سلوكياتهم وفقاً لخصائصهم.

-ومن ناحية أخرى، تعكس استعادة السياق محاولات الأفراد لعرض العرض الذاتي للجمهور المستهدف، وهذا يعني المقارنة مع التكيف مع السياق، وتتضمن استعادة السياق استراتيجيات أكثر استباقية ومتنوعة، وتضع صورة ذاتية معينة ضمن السياق المقصود مع الجماهير المستهدفة، ويعني ذلك اتباع استراتيجيات تقسيم الحدود السياقية المختلفة، مع إنفاق جهد أعلى بوعي ذاتي مرتفع، وهنا تأكيد ذاتية الفاعل الاجتماعي في ظل متغيرات تقنية واتصالية مرتفعة⁽¹⁹⁷⁾، إذ تعكس استراتيجيات تجزئة الحدود لاستعادة السياق من خلال الحدود النفسية والحدود العلائقية والحدود المكانية والحدود الزمنية الوزن بين إنفاق جهد مرتفع بوعي ذاتي مرتفع، بدرجة أكثر نشاطاً بهدف التعقيب على انهيار السياق باستعادة السياق من خلال تعديل سلوكياتهم الاتصالية مع الجماهير⁽¹⁹⁸⁾.

-يوفر نطاق التكيف مع السياق واستعادته إطاراً لفهم الاستجابات المتنوعة للمستخدمين لانهايار السياق، وتبسيط الضوء على الدوافع والأهداف والتوجهات المنطوية على السلوكيات عبر وسائل التواصل الاجتماعي. من هنا يتبين أن التكيف مع السياق واستعادته ليسا متعارضين ولا منفصلين، إنما يعني ذلك أن المستخدمين لديهم المرونة اللازمة لاستخدام كلتا الاستراتيجيتين في وقت واحد دون التقييد باختيار نهج واحد على

حساب الآخر، ومع ذلك، فإن إمكانية الدمج أو المزاوجة بين استعادة السياق والتكيف لا يلغي الفروق المفاهيمية بينهما، إذ يحتفظ كل نهج بخصائصه الاتصالية⁽¹⁹⁹⁾.

يتمحور تكيف السياق حول تكيف المستخدمين مع الجماهير المنهارة، في حين تركز استعادة السياق على الاستخدام النشط للمستخدمين للإمكانيات التكنولوجية لتلبية الاحتياجات المتنوعة المتعلقة بالعرض الذاتي، والكشف عن الذات، وإدارة الخصوصية. يوجد عاملان رئيسيان يحددان سلوكيات المستخدمين إلى جانب التكيف والاستعادة، هما (الوعي الذاتي وبذل الجهد)، إذ يميل المستخدمون، متأثرين بالوعي الذاتي، إلى التقليل بين إصدارات مختلفة من الذات، مما يستلزم استعادة السياقات لمختلف العروض الذاتية أو الكشف عن الذات، في هذه الأثناء يحفز إنفاق الجهد المستخدمين على تجنب إنفاق وقت كبير أو جهد معرفي في فصل الحدود السياقية.

في الحالات التي يصبح فيها تفعيل استراتيجيات استعادة السياق مرهقاً أو شاقاً، يميل المستخدمون إلى اعتماد استراتيجيات التكيف لحماية شخصياتهم وحساباتهم الأساسية، لذلك، فإن اختيار استراتيجيات التكيف المحددة يعتمد على كيفية وزن الناس للوعي الذاتي مقابل إنفاق الجهد، ويوفر هذا العمل رؤية جديدة لبعد الخصوصية، ويقدم آثاراً عملية لتصميم أدوات الخصوصية المؤقتة للتخفيف من مخاوف المستخدمين⁽²⁰⁰⁾.

يتضح ديناميكية انهيار السياق والتكيف والاستعادة، لأن السياقات التي استعيدت غالباً ما تتكرر مرة أخرى (أي الانتقال من استعادة السياق إلى إعادة انهيار السياق)، وغالباً ما يضطر مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي إلى إعادة بناء السياقات (أي الانتقال من استعادة السياق إلى إعادة انهيار السياق)، والانتقال من إعادة انهيار السياق إلى استعادة السياق للاستجابة للمواقف الاتصالية المختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي⁽²⁰¹⁾.

وفيما يتعلق بدور الهوية المهنية في إدارة خصوصية الاتصالات وإدارة انهيار السياق، يتبين أن الهوية المهنية مفهوم متغير قيد التطوير دائماً، وتتمتع وسائل التواصل الاجتماعي بأهمية متزايدة في بناء الهويات المهنية في المجتمع، لأنها توفر أماكن يعرض فيها الأفراد تجاربهم الحياتية والمهنية، لأنها تعكس مجموعة متنوعة من السمات المتعلقة بالمناصب الفردية في سياقات مهنية مختلفة، ويجعل الأفراد يؤدون شخصيات معينة في الساحة

الاجتماعية والمهنية، إذ تتيح وسائل التواصل الاجتماعي التعبير عن الهوية المهنية، والهويات الرقمية والمهنية على وسائل التواصل الاجتماعي تحقق فرص الاندماج في الأكاديميين كأعضاء هيئة تدريس وتشكيل التواصل والمشاركة الأكاديمية والمهنية⁽²⁰²⁾، وإنشاء حضور عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد يساعد في حياتهم الشخصية والمهنية، ويستفيدون اجتماعياً ومادياً من انتمائهم لمؤسسة التعليم العالي، ومع ذلك، قد يؤدي هذا التنقل أيضاً إلى تعريض هويتهم الأكاديمية أو السمعة العلمية داخل المؤسسة عند وضعها جنباً إلى جنب مع الاستخدام الشخصي من المواقع للتواصل مع الأصدقاء والعائلة ومشاركة الصور والآراء الشخصية⁽²⁰³⁾.

الهوية المهنية مرنة وديناميكية، مما يعني أن معظم الأفراد لديهم تصورات وتجارب مختلفة تؤثر في كيفية تعاملهم مع هويتهم المهنية على الشبكات الاجتماعية في البيئة الرقمية، ويمكن أن تكون الطريقة التي يقدم بها أعضاء هيئة التدريس أنفسهم فاعلة وإيجابية من منظور التواصل، ولكنها قد تُشكّل أيضاً مخاطر وتحديات عند التفكير في أن السمعة قد تعتمد على نقرة واحدة أو زيارة الملف الشخصي⁽²⁰⁴⁾، لذلك، فإن شبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين لاستقطاب المستخدمين بين مواقعهم الأكاديمية خارج الإنترنت.

وتشير الممارسات إلى أن الإجراءات الوقائية التي يقوم بها المستخدمون فيما يتعلق بأنفسهم على وسائل التواصل الاجتماعي تمثل الإدارة الدقيقة لوسائل التواصل الاجتماعي، إذ اعتمد المشاركون عدة استراتيجيات لإدارة خصوصية الاتصالات وإدارة انهيار السياق، تشير إلى استخدام مرتفع نسبياً من إعدادات الخصوصية للحفاظ على ما يشبه السيطرة على المشاركين، وبعض الاستراتيجيات التي يتبعها المشاركون لأنواع محددة من المعلومات، وخاصة تلك التي تحتمل المساس بمهنته ومكانته الاجتماعية والعلمية⁽²⁰⁵⁾.

ترتبط الهوية المهنية بالظروف المؤسسية والأعراف المهنية من جهة، والقيم والأعراف والمعتقدات الشخصية من جهة أخرى، كما يمكن أن تساعد على تطوير انفتاح وسائل التواصل الاجتماعي والاتصالات الافتراضية، ويمكن أن تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر

في انهيار السياق وإدارة الجمهور له، وبالطبع يمكن أن تتحكم في الخصوصية الافتراضية⁽²⁰⁶⁾، وتوفر بذلك نتائج الدراسة المتعلقة بممارسات إدارة الخصوصية آلية نظرية مهمة لمساعدتنا على فهم أفضل للأشخاص الذين يستخدمون خدمات الشبكات الاجتماعية، وخاصة أولئك المتنافسين مع انهيار السياق⁽²⁰⁷⁾.

وفيما يتعلق بنتائج إدارة خصوصية الاتصالات، تبين نتائج تحليل بيانات الدراسة أن المستخدمين عبر وسائل التواصل الاجتماعي استخدموا استراتيجية حجب المعلومات عن الآخرين قاعدة لحماية الخصوصية، ويتوقف حجب المعلومات على درجة المخاطر المتوقعة، أي أن المعلومات الخاصة تتغير في درجات المخاطر بناءً على التداعيات المتصورة للكشف والإخفاء، فتُحجب المعلومات الأكثر حساسية مقابل المعلومات الأقل حساسية، وتشير نتائج الدراسة هنا إلى العلاقة الطردية بين كل من درجة مخاطر الكشف عن المعلومات وقواعد حماية الحدود المرتبطة بحجب المعلومات، فعندما يُنظر إلى مخاطر الكشف على أنها كبيرة، تسود قواعد حماية الحدود، ويؤدي ذلك إلى مزيد من نتائج الحجب، وبطريقة مغايرة في بعض المعلومات، يؤدي الكشف عنها إلى تطوير العلاقة، ومن دون الكشف، غالباً ما تنتهي العلاقات، وهذا ما يفسر سبب وجود بعض الإفصاح وبعض الامتناع في معظم العلاقات، لذلك ينتهج المستخدمون استراتيجية الخداع أو تزييف المعلومات قاعدة لحماية الخصوصية، فقد يختار المستخدم تزوير بعض المعلومات أو تزييفها بدلاً من حجبها وسيلة للحفاظ على العلاقة مع الاحتفاظ بملكية المعلومات الخاصة؛ إلا أن المستخدمين الأكثر حرصاً في أثناء تشكيل الحدود والسياقات مع الآخرين يتعمدون انتهاج استراتيجية البحث عن المعلومات مسبقاً عن شريك العلاقات قبل الكشف عن المعلومات كجزء مهم من عمليات تشكيل الحدود والتسيق.

وكما يوجد تشابك للحدود والسياقات، يوجد أيضاً تشابك للاستراتيجيات التي ينتهجها المستخدمون، كالعلاقة بين تزييف المعلومات وحساسية المعلومات، مما يشير إلى ديناميكية التفاعلات المستمرة في إدارة الخصوصية على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن للفروق الفردية حسب النوع دوراً في إدارة الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فمن المحتمل بصورة كبيرة أن يكون للمتغيرات الوسيطة الأخرى دور في إدارة

خصوصية الاتصالات على وسائل التواصل الاجتماعي، وهنا تدعو الدراسة البحوث المستقبلية لتناولها بالدراسة عاملاً وسيطاً للوقوف على تأثيراتها في تحديد الاستراتيجيات الاتصالية في نطاق إدارة الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. تصور الدراسة للتكامل النظري والمنهجي لإدارة انهيار السياق وإدارة خصوصية الاتصالات:

نناقش هنا تصور الدراسة للتكامل النظري والمنهجي لإدارة انهيار السياق وإدارة خصوصية الاتصالات فيما أوضحت نتائج الدراسة، بما يشير إلى استخدام مرتفع نسبياً من إعدادات الخصوصية في كلتا الحالتين، يستخدم المشاركون استراتيجيات على وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على ما يشبه السيطرة على المشاركين، وبعض الاستراتيجيات المتبعة من المشاركين للمعلومات الخاصة، أو لأنواع محددة من المعلومات، وخاصة تلك التي يحتمل أن تمس بمهنتهم ومكانتهم الاجتماعية والعلمية، إذ تتفق نتائج تطبيق نظرية إدارة خصوصية الاتصالات ونتائج إدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بإعدادات الخصوصية، فيمكن أن تكون الحدود المحيطة بالمعلومات الخاصة قابلة للاختراق إلى حد ما، وينظم الأشخاص النفاذية بسن قواعد مختلفة للوصول إلى الحدود والحماية، وفي المسار نفسه، اعتمد المشاركون عدة استراتيجيات لإدارة انهيار السياق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وتعتمد قرارات انتهاج استراتيجيات إدارة الخصوصية في إطار نظرية CPM واستراتيجيات إدارة انهيار السياق على الوزن بين متغيرين: أحدهما التكلفة، والآخر العائد، ومن ثم يحكم قرار الاستراتيجيات المتبعة في كلتا الحالتين فاعلية المستخدم ووعيه الذاتي، وقد صرحت بوضوح منهجية إدارة انهيار السياق عن هذه المعادلة، وتُطبق عملياً في إدارة خصوصية الاتصالات.

كما تتشابه توجهات كل من نظرية CPM ومنهجية إدارة انهيار السياق في أن حماية الخصوصية وقواعد الوصول لا توجه فقط ما إذا كان الأشخاص يكشفون المعلومات أو يخفونها، ولكن أيضاً المعلومات التي تُحجب أو يُكشف عنها ضمن العلاقة، أما ما يتعلق بعرض المنشورات وتشاركتها، فبعض المعلومات يُكشف عنها أو تُحجب وفقاً لأهمية الكشف عنها، وربما يرى بعض المستخدمين أن تهديدات الخصوصية سبب للانسحاب

الكامل من التواصل، ومن ثم، في سيناريوهات التعامل مع الآخرين، فإن حجب المعلومات أو إخفاءها قاعدة يستخدمها المشاركون للحد من الكشف وحماية الخصوصية الشخصية في سياقات CPM وإدارة انهيار السياق.

كما تؤكد كل من نظرية CPM ومنهجية إدارة انهيار السياق أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يطورون استراتيجيات قواعد لحجب المعلومات التي تحمل مستويات مختلفة من المخاطر والكشف عنها، فقد أثبتت نتائج تحليل بيانات الدراسة أن نوع المعلومات وتداعيات الكشف عنها لدى شريك الاتصال هي المعضلة الحقيقية في استراتيجيات الكشف عن المعلومات أو إخفائها عن الجمهور، فالأفراد يستخدمون قواعد حماية تجنب الموضوعات لمساعدتهم على اتخاذ قرار بشأن تجنب مناقشة موضوعات محفوفة بالمخاطر، خاصة من أجل حماية أنفسهم بتطبيق فكرة التداعيات المتصورة على إدارة الخصوصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد يرفض المستخدمون الكشف عن أنواع معينة من المعلومات وسيلة لحماية أنفسهم، مع الكشف عن معلومات أخرى للحصول على مزيد من الأصدقاء والتواصل.

وتمثل كل من نظرية CPM ومنهجية إدارة انهيار السياق عملية مرنة وديناميكية، إذ تعاد سياقات المفاهيم المكونة لكل منهما في عملية تبادلية وتتابعية، مما يعني أن معظم الأفراد لديهم تصورات وتجارب مختلفة تؤثر في كيفية تعاملهم مع هويتهم المختلفة على الشبكات الاجتماعية في البيئة الرقمية، وأن تكون الطريقة التي يقدم بها الأفراد أنفسهم فاعلة وإيجابية من منظور التواصل.

نؤكد في هذه الدراسة أن نظرية CPM ومنهجية إدارة انهيار السياق ينتهجان استراتيجية متشابهة في الالتفاف حول المعلومات المراد الكشف عنها أو حجبها؛ فنظرية CPM تتنبأ بوجود استراتيجية لحماية الخصوصية تتمثل في تزييف المعلومات، إذ يتيح تزييف المعلومات للفرد تجربة فائدة الكشف عنها مع الحفاظ على خصوصيته بهذه الطريقة، إذ يمكن تصور الخداع على أنه قاعدة لحماية الخصوصية تحد من الكشف، وذلك تحمي حدود الخصوصية، وكذلك يمكن أن يحدث الخداع في أثناء التنسيق الحدودي أو نتيجة لاضطراب الحدود في السياق نفسه، كقاعدة لحماية الخصوصية عبر

وسائل التواصل الاجتماعي في انهيار السياق، فتستخدم استراتيجيات تجزئة الحدود على الأبعاد النفسية والعلائقية والمكانية والزمانية لاستعادة السياقات لتقديم الصور الذاتية والعرض الذاتي، سواء تُعتمد هذه الاستراتيجيات منفصلة أو مشتركة مع استراتيجيات أخرى على المنصة.

ويعمل عنصر التوقعات بفاعلية شديدة في كل من إدارة خصوصية الاتصالات وإدارة انهيار السياق على التوازي؛ فتقييم مصداقية الشريك قبل الكشف عن المعلومات من خلال تحديد ما إذا كان المتلقي سيستخدم المعلومات بمسؤولية يعد عنصراً أساسياً في تكوين الحدود، فكما تظهر النتائج أنه بعد إنشاء الروابط، فإن قرار الكشف عن المعلومات الخاصة للآخرين يتضمن التفاوض بشأن توقعات كيفية إدارة المعلومات بمجرد الكشف عنها، ومن ثم، فإن التنسيق الحدودي يتضمن التفاوض بشأن القواعد المتعلقة بنفاذية الحدود والملكية المشتركة، وفي طريقة التمير للخلف التي انتهجتها الدراسة، تبين أنه عند النشر للعامة، ومن ثم إلى جماهير غير متجانسة ومنهارة، فقد شاركوا محتوى بعيداً عن المحتوى الشخصي بوصفه قابلاً للتشارك ومناسباً لأعضاء المنصة بأكملها، بحيث يتجنبون النزاعات أو الأضرار المحتملة، وهو ما يجعل الأفراد ينتهجون استراتيجيات أخرى، مثل التصفية، من أجل إدارة شبكاتهم الاجتماعية وحدود العلاقات الخاصة بهم من خلال إدارة وصول الجماهير إلى ملفاتهم الشخصية، ومن المشاركين من يراجع قوائم الأصدقاء بدقة للتأكد من عدم تمكن بعض الجماهير من الوصول إلى منشوراتهم قبل النشر على حسابه الشخصي، وقد ساعدت عملية التصفية المشاركين على صياغة سياق من خلال اختيار الجماهير المناسبة، أو عدم رؤية غيرهم مناسبة لمشاركة المنشور على حسابات فيسبوك الأساسية الخاصة بهم.

وفيما يخص إدارة خصوصية الاتصالات وإدارة انهيار السياق، بانتهاج استراتيجيات مناسبة في إطار الخداع المقبول من وجهة نظر المشاركين في الدراسة، من أجل حماية الخصوصية، فإن اختلفت الطريقة أو المفهوم إلا أن الاستراتيجية ذات هدف واحد، هو التوازن بين الذات والتوقعات العامة، عن طريق إخفاء شخصياتهم العامة على وسائل التواصل الاجتماعي، وعدم الكشف عن أنفسهم إلا لأصدقائهم المقربين في سياق (خلف

الكواليس)، كما أشرنا في الإطار النظري، وفقاً لجوفمان، بوصفه الخروج من الدور لتجنب القيود المرتبطة بالهويات الاجتماعية، وتقديم الذات العامة التي تلتزم بالمعايير الصارمة، مخرجاً للتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم الشخصية التي لم تكن بالضرورة متوافقة مع التوقعات العامة، أو كما أنشأ المشاركون وعرضوا شخصيات مختلفة عبر مساحات افتراضية مختلفة، ووجود حسابات متعددة على منصة واحدة، كما بنى المشاركون أيضاً حدوداً مكانية للحصول على سياق خلف الكواليس لإمكانية التعبير الشخصي بحرية، وأنشأ المشاركون مساحة خاصة استخدموا فيها أسماء مستعارة مجهولة، واحتفظوا بمجموعة صغيرة من الأصدقاء الذين قد يتواصلون معهم أيضاً عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

توصيات الدراسة:

استخدمت الدراسة منهجاً بحثياً استكشافياً ونوعياً؛ نظراً للمعرفة المحدودة عن إدارة خصوصية الاتصالات واستعادة السياق، وقواعد إدارة انهيار السياق، خاصة في الأدبيات والدراسات العربية، لذلك اعتمدت منهجية الدراسة على المقابلة المتعمقة للحصول على بيانات جديدة، وتحليل رؤية المشاركين في أثناء المقابلة (باتباع المنهجية الإثنوغرافية)، إضافة إلى اتباع (طريقة التمرير للخلف)، التي انتهجتها بعض الدراسات السابقة في دراسة انهيار السياق، لذلك اعتمدت الدراسة على المنهج المرتكز في تحليل بيانات المقابلة، وتطرح الدراسة إمكانية استخدام البيانات الكمية، مثل أبحاث المسح أو التصميم التجريبي أو التكامل المنهجي بين الدراسات الكمية والكيفية، لدراسة الدرجة التي تتبأ بها العوامل الفردية والجمهور بخيارات المستخدمين لإدارة خصوصية الاتصالات وانهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي.

من المحتمل بصورة كبيرة أن يكون للمتغيرات الوسيطة دور في إدارة خصوصية الاتصالات وإدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي، لذلك توصي الدراسة بأخذها في عين الاعتبار في البحوث المستقبلية، لاختبار هذه المتغيرات للوقوف على حدود تأثيرها في العملية الاتصالية وقواعد القرار لدى المستخدمين في نطاق إدارة خصوصية الاتصالات وإدارة انهيار السياق على وسائل التواصل الاجتماعي.

-كما توصي الدراسة بإجراء بحوث كيفية مقارنة في إطار خصوصية الاتصالات وانهايار السياق على المجتمعات الافتراضية بصورة موسعة، خاصة في إطار سياقات اجتماعية وسياسية وثقافية مغايرة، مما يثري البحوث المقارنة في مجال الاتصال الاعلام الرقمي في البيئات الرقمية سريعة التطور.

- تدعو الدراسة إلى تعزيز الكفاءة الرقمية لدى أعضاء هيئة التدريس لتجربة أشكال جديدة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لذلك تدعو الدراسة إلى البحث في دراسة العلاقة الارتباطية بين الكفاءة الرقمية وإدارة المستخدمين للإمكانيات التكنولوجية في تبني الاستراتيجيات الاتصالية لإدارة الحسابات الشخصية والحسابات التنظيمية المهنية. -نظرا لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بزيادة من قبل عديد من أعضاء هيئة التدريس للاستخدام الشخصي والتعليمي في التعليم العالي، توصى الدراسة باستكشاف استراتيجيات العرض الذاتي لأعضاء هيئة التدريس على الحسابات التعليمية والمهنية، مع إجراء دراسات تحليلية وكيفية لتحليل وتفسير السياق وعوامل انهايار السياق وإدارة الانهايار على هذه الحسابات.

-تطرح الدراسة دعوة الباحثين لإجراء مزيد من البحوث لدراسة العلاقة التشابكية والمقارنة بين الممارسات الاتصالية المهنية (التنظيمية) والشخصية للتخصصات الأخرى لفئات أخرى على وسائل التواصل الاجتماعي، خاصةً الشخصيات المؤثرة في المجتمع المصري والعربي، في نطاق منهجية البحوث الكيفية (النوعية) لإثراء البحوث العربية في مجال دراسات الاتصال والإعلام الرقمي.

مصادر الدراسة ومراجعها:

1-Samantha,Ryan,Szcyrek(2023)Navigating Digital Identity as Graduate Students: Perceptions and Experiences Influencing Performativity in Higher Education Journal of Business Research Volume 166, November 2023, 114119

<https://www.proquest.com/openview/04a451780c8cee5ff136eceb071c4c9e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

2-ChildJ. T., PetronioS.(2011). Unpacking the paradoxes of privacy in CMC relationships: The challenges of blogging and relational communication on the internet. In WrightK. B., WebbL. M.(Eds.), Computer-mediated communication in personal relationships(pp. 21-40).

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09523987.2011.576512>

- 3-Lehti L., Kallio J. (2017). Participation in an online social policy discussion: Arguments in focus. *Discourse, Context & Media*, 19, 58-65. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695816300708>
- 4- Beam M. A., & et al, (2018). Context collapse and privacy management: Diversity in Facebook friends increases online news reading and sharing. *New Media & Society*, 20(7), 2296–2314. <https://doi.org/10.1177/1461444817714790>
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=Context%20collapse%2
- 5- Marwick A. E., boyd D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133
<https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=I%20tweet%20honestly%2C%20I%20
- 6-Darr C. R., Doss E. F. (2022). The fake one is the real one: Finstas, authenticity, and context collapse in teen friend groups. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(4), zmac009. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac009>
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=The%20fake%20one%2
- 7-Brandtzaeg P. B., Lüders M. (2018). Time collapse in social media: extending the context collapse. *Social Media+ Society*, 4(1), 2056305118763349
doi.org/10.1177/2056305118763349
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=Time%20collapse%20in
- 8-Triggs A. H., Møller K., Neumayer C. (2021). Context collapse and anonymity among queer Reddit users. *New Media & Society*, 23(1), 5–21. <https://doi.org/10.1177/1461444819890353>
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=Context%20collapse%20volume=23&pages=5-21
- 9-Brandtzaeg P. B., Lüders M. (2018), op.cit.
- 10-Ahmad Goodarzi et al, (2023)) Iranian High School Students' Self-presentation on a National Educational Social Networking Site: A Reciprocation of “Field”, “Habitus”, and “Doxa” Iranian Evolutionary and Educational Psychology 2023, 5(2): 41-63 Volume 5, Issue 2 (June 2023)
https://ieepj.hormozgan.ac.ir/browse.php?a_id=470&sid=1&slc_lang=en&ftxt=0
- 11-Pennie White (2023) Reflections on Developing Academic Identity During the Pandemic Research and Teaching in a Pandemic World pp 527–544
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-19-7757-2_35
- 12-Nada Dabbagh, et al, (2015) Using social media to develop personal learning environments and self-regulated learning skills: a case study Vol. 3, No. 3, pp 163–183 • October 12, 2015
<https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJSMILE.2015.07230>
- 13-Roumbanis Viberg, A & et al, (2019): Teacher educators’ perceptions of their profession in relation to the digitalization of society. *Journal of Praxis in Higher Education*, 1(1)
<https://journals.hb.se/jphe/article/view/80>

- 14-Lehti L., Kallio J. (2017). Participation in an online social policy discussion: Arguments in focus. *Discourse, Context & Media*, 19, 58-65.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695816300708>
- 15-Bullingham Liam, Vasconcelos Ana (2013). 'The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 39, 101–112.
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0165551512470051>
- 16-WisniewskiP., LipfordH., WilsonD.(2012) Fighting for my space: Coping mechanisms for SNS boundary regulation. Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 609–618). NY: Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2207676.2207761>
- 17-AshforthB. E., KreinerG. E., FugateM.(2000). All in a day's work: Boundaries and micro role transitions. *Academy of Management Review*, 25(3), 472–491
<https://doi.org/10.5465/amr.2000.3363315>
<https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.2000.3363315>
- 18-MichikyanM., DennisJ., SubrahmanyamK.(2015). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55–64
<https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2167696814532442>
- 19-KiniS., Pathak-ShelatM., JainV.(2022). Conceptualizing “filter-ing”: Affordances, context collapse, and the social self online. *International Journal of Communication*, 16, 21
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18388>
- 20-Yixin Zou,&etal,(2024) Cross-Contextual Examination of Older Adults' Privacy Concerns,Behaviors, and Vulnerabilities
<https://petsymposium.org/popets/2024/popets-2024-0009.pdf>
- 21-Whittaker, Steve(2023)Understanding How Social Norms and Affordances Explain Self-Presentation on Social MediaVolume 60, Issue 2,<https://doi.org/10.1177/2329488420955215>
<https://escholarship.org/uc/item/4c07w087>
- 22-Jessica, Vitak (2022) The Impact of Context Collapse and Privacy on Social Network Site Disclosures*Journal of Broadcasting & Electronic Media*Volume 56, Issue 4Pages 451-470 | <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.732140>
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08838151.2012.732140?scroll=top&needAccess=true>
- 23-Xinlin Yao, &etal (2023)Beyond disclosure: the role of self-identity and context collapse in privacy management on identified social media for LGBTQ+ people*Journal of Documentation* Volume 79 Issue 3
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JD-04-2022-0080/full/html>
- 24-Oliver L. Haimson(2023)Uncovering Personal Histories: A Technology-Mediated Approach to Eliciting Reflection on Identity Transitions *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*Volume 30 Issue 2Article No.: 23pp 1–28<https://doi.org/10.1145/3504004>

<https://dl.acm.org/doi/full/10.1145/3504004#d1e1546>

25-Lucas Amaral Lauriano and Thiago Coacci (2023) Losing Control: The Uncertain Management of Concealable Stigmas When Work and Social Media Collide *Academy of Management Journal* Vol. 66, No. 1

<https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amj.2020.0586>

26-Yun Zhang, &etal, (2023) A right to be forgotten': retrospective privacy concerns in social networking services *Behaviour & Information Technology* Volume 42, 2023 - Issue 7 Pages 829-850

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0144929X.2022.2046162>

27-Robyn Vanherle (2023) Only for Friends, Definitely Not for Parents: Adolescents' Sharing of Alcohol References on Social Media Features *Mass Communication and Society* Volume 26, - Issue 1 Pages 47-73

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205436.2022.2035767>

28-Nomy Bitman (2023) Which part of my group do I represent?': disability activism and social media users with concealable communicative disabilities *Information, Communication & Society* Volume 26, 2023 - Issue 3 Pages 619-636

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2021.1963463>

29-Philipp K. Masur (2023) The Impact of What Others Do, Approve Of, and Expect You to Do: An In-Depth Analysis of Social Norms and Self-Disclosure on Social Media <https://doi.org/10.1177/20563051231156401> <https://orcid.org/0000-0003-3065-7305>

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20563051231156401#bibr40-20563051231156401>

30-Patrick Yung Kang Lee (2023) Speculating on Risks of AI Clones to Selfhood and Relationships: Doppelgänger-phobia, Identity Fragmentation, and Living Memories *ACM Journals, Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, Vol. 7, No. CSCW1

<https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3579524>

31-Dilara Keküllüoglu (2023) Twitter has a Binary Privacy Setting, are Users Aware of How It Works? *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* Volume 7 Issue CSCW1 Article No.: 104pp 1-18 <https://doi.org/10.1145/3579537>

<https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3579537>

32-Ofir Turel, Hamed Qahri-Saremi (2023) Responses to ambivalence toward social networking sites: A typological perspective *Volume 33, Issue 2* Pages 385-416 <https://doi.org/10.1111/isj.12407>

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/isj.12407>

33-Ziv Epstein &etal (2023) The social media context interferes with truth discernment *Science Advances* Vol. 9, No. 9

<https://www.science.org/doi/full/10.1126/sciadv.abo6169>

34-Lindsey Meeks (2023) Blue bird in a coal mine: How 2020 Democratic presidential candidates framed climate change on Twitter *Journal of Information Technology & Politics* Volume 20, Issue 2, Pages 169-183

<https://doi.org/10.1080/19331681.2022.2069182>
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19331681.2022.2069182>
35-Alex Georgakopoulou:(2023)Sharing the Moment Now as Breaking News
<https://ego-stg.kdl.kcl.ac.uk/sections/sharing-life-in-the-moment-as-small-stories-participation-social-relations-and-the-curation-of-selves/>
36-Christine M. Tardy(2023)How epidemiologists exploit the emerging genres of twitter for public engagement,English for Specific Purposes,Volume 70, April 2023, Pages 4-16
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0889490622000539>
37-Brian E Weeks(2024) Too scared to share? Fear of social sanctions for political expression on social media *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 29, Issue 1, January 2024, zmad041, <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmad041>
<https://academic.oup.com/jcmc/article/29/1/zmad041/7394121?login=false>
38-Amana Kaskazi&etal,(2023)Engagement at the margins: Investigating how marginalized teens use digital media for political participationVolume 25, Issue 1,<https://doi.org/10.1177/14614448211009460>
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14614448211009460?casa>
39-Kim Toffoletti&etal,(2023)Visibility and Vulnerability on Instagram: Negotiating Safety in Women’s Online-Offline Fitness SpacesAn Interdisciplinary Journal ,Volume 45, Issue 8 Pages 705-723
<https://doi.org/10.1080/01490400.2021.1884628>
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01490400.2021.1884628>
40-Ebru Surucu-Balci & Gökçay Balci(2023)Building social capital in cruise travel via social network sites *Current Issues in Tourism*, Volume 26, - Issue 7
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2022.2047904>
41-Andrew M. Guess &etal,(2023)How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign? Vol 381, Issue 6656pp. 398-404
DOI: 10.1126/science.abp9364
<https://www.science.org/doi/abs/10.1126/science.abp9364>
42-Inyoung Shin &Keith N. Hampton(2023)New media use and the belief in a just world: awareness of life events and the perception of fairness for self and injustice for others *Information, Communication & Society* Volume 26, 2023 - Issue 2: Revisiting Networked China: Challenges for The Study of Digital Media and Civic Engagement Pages 388-404
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1950804>
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2021.1950804>
43-Andrew Beers &etal,(2023):Followback Clusters, Satellite Audiences, and Bridge Nodes: Coengagement Networks for the 2020 US Election , Vol. 17 (2023)
<https://doi.org/10.1609/icwsm.v17i1.22126>
<https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/22126>
44-Yu Tian& Baohua Zhou (2023)Network matters: An examination of the direct and mediated influences of network size and heterogeneity on WeChat fatigue *Computers in Human Behavior*Volume 139, February 2023, 107489
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563222003090>

- 45-Xiaofang Yao(2021)Metrolingualism in online linguistic landscapesInternational Journal of Multilingualism Volume 20, 2023 - Issue 2Pages 214-230
<https://doi.org/10.1080/14790718.2021.1887197>
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14790718.2021.1887197>
- 46-Amit Pinchevski(2023) Social media’s canaries: content moderators between digital labor and mediated trauma,Volume 45, Issue 1
<https://doi.org/10.1177/01634437221122226>
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/01634437221122226>
- 47-Zoe Hurley(2023)Laughable Resistance? The Role of Humour in Middle Eastern Women’s Social Media Empowerment,The Palgrave Handbook of Gender, Media and Communication in the Middle East and North Africa pp 489–507
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-11980-4>
- 48-Loh, Jennifer and walsh, michael,(2023)Time Heals: Context Collapse, Social Media and the Waning of Negative Affect. 44 Pages
<https://ssrn.com/abstract=4359610> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4359610>
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4359610
- 49- Michael James Walsh& Jennifer (M.I) Lohand(2023) Social Media Context Collapse:The Consequential DifferencesBetween Context CollusionVersus Context Collision journals.sagepub.com/home/smsDOI: 10.1177/20563051211041646
<https://researchsystem.canberra.edu.au/ws/portalfiles/portal/46832734/20563051211041646.pdf>
- 50-Patrick L. Lê (2024)Enjoying the Betwixt and Between: Liminoid identity construction on Twitterand Michel W. LanderVolume 44, Issue 9,
<https://doi.org/10.1177/01708406231166808>
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/01708406231166808#bibr9-01708406231166808>
- 51-Ashim Malhotra,etal,(2023)A Critical Appraisal of Educational Theory to Examine HBCU and Black Students’ Professional Identity FormationAmerican Journal of Pharmaceutical Education Volume 87, Issue 11
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0002945923005612>
- 52-Jeffrey CL Looi,etal (2023)Remaining on course, online: Reflections and recommendations on more effective psychiatrist participation in online chat forums in the context of social media dynamics,Volume 31, Issue 5
<https://doi.org/10.1177/10398562231186244>
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/10398562231186244>
- 53-Noha Atef, etal,(2023) Influencers” or “Doctors”? Physicians’ Presentation of Self in YouTube and Facebook VideosInternational Journal of Communication Vol 17
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/19700>
- 54-Alysha Hachey,etal,(2023)No filter: navigating well-being in troubled times as social media influencers Journal of Marketing Management, Volume 39, 2023 - Issue 11-12Pages 1098-1131
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0267257X.2023.2218858>

- 55-Paola Sedda& Oihana Husson(2023)Social Media Influencers: A New Hybrid Professionalism in the Age of Platform Capitalism? pp 281–304
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-31278-6_13
- 56-Aparna Gonibeed, &Syed Imran Saqib (2023)Regulating professional identities in the epoch of social media: exploring the process of identity creation for IT workers in India, *Information Technology & People*Volume 36 Issue 3
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ITP-08-2021-0626/full/html>
- 57-Michelle Tao and Nicole B. Ellison(2023) It’s Your Finsta at the End of the Day Kind of?: Understanding Emerging Adults’ Self-Presentational Changes on Secondary Accounts<https://doi.org/10.1177/20563051231152812>
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20563051231152812>
- 58-Shan Jiang, S.M.ASCE(2023)Fostering Resilience in Project Teams: Adaptive Structuration Perspective,*Journal of Management in Engineering*Volume 40, Issue 1<https://doi.org/10.1061/JMENEA.MEENG-5615>
<https://ascelibrary.org/doi/abs/10.1061/JMENEA.MEENG-5615>
- 59-Holly J. Humphrey, MD, MACP(2021)Social Media, Professional Identity Formation, and the Practice of Medicine: To Tweet or Not to Tweet Center for Social ConcernsBaruch Schwarz*Interdisciplinary Journal of e-Skills and Lifelong Learning*Accelerated Professional Identity Development Through Social Network Sites
<https://socialconcerns.nd.edu/social-media-professional-identity-formation-and-the-practice-of-medicine-to-tweet-or-not-to-tweet/>
- 60-Claudine Bonneau(2023) Romanticisation and monetisation of the digital nomad lifestyle: The role played by online narratives in shaping professional identity workVolume 30, Issue 1<https://doi.org/10.1177/13505084221131638>
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13505084221131638>
- 61-Riley M., Robertson B. (2021) ‘#farming365 – Exploring Farmers’ Social Media Use and the (Re)presentation of Farming Lives’, *Journal of Rural Studies* Volume 87, October 2021, Pages 99-111<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.08.028>
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0743016721002643>
- 62-Kristen Barta,etal,(2023)Toward a Feminist Social Media Vulnerability Taxonomy*Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*Volume 7Issue CSCW1 pp 1–37,<https://doi.org/10.1145/3579533>
<https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3579533>
- 63-Samantha,Ryan,Szcyrek(2023),op.cit.
- 64-Caleb T. Carr, etal, (2023) Posts are my own”: effects of social media disclaimers on perceptions of employees and their organizations from tweets and retweets*Corporate Communications: An International Journal* Volume 28 Issue 5
<https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1356-3289/vol/28/iss/5>
- 65-Pawel Korzynski, etal, (2023)Corporate opinion leadership on professional social media , *Management Decision* Volume 61 Issue 1
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MD-07-2021-0950/full/html>

- 66-Guruprasad Gadgil(2023)Mediation of transgender impression management between transgender privacy paradox and Trans Facebook Persona: A trans perspectiveComputers in Human Behavior Volume 143, June 2023, 107700
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563223000511>
- 67--Franzisca Wederetal, etal,(2023)Curating conversations in times of transformation: Convergence in how public relations and journalism are “Doing” communicationVolume 12, Issue 2,<https://doi.org/10.1177/2046147X231154550>
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2046147X231154550>
- 68-Jeffrey P. Carpenter(2023)The education influencer: A new player in the educator professional landscapeJournal of Research on Technology in Education Volume 55, - Issue 5 Pages 749-764 |
<https://doi.org/10.1080/15391523.2022.2030267>
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15391523.2022.2030267>
- 69-Cameron W. Piercy&etal(2023)The Structuration of Identification on Organizational Members’ Social MediaInternational Journal of Business CommunicationVolume 60, Issue 2 <https://doi.org/10.1177/2329488420955215>
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2329488420955215>
- 70-Pengxiang Li,etal (2023):From context adaptation to context restoration: strategies, motivations, and decision rules of managing context collapse on WeChat , *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 29, Issue 1, January 2024, zmad043, <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmad043>
<https://academic.oup.com/jcmc/article/29/1/zmad043/7420464?login=false>
- 71-Sandra Petronio(2010) Communication Privacy Management Theory: What Do We Know About Family Privacy Regulation? 2010 Volume2, Issue3Pages 175-196<https://doi.org/10.1111/j.1756-2589.2010.00052.x>
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1756-2589.2010.00052.x#b68>
- Communication Privacy Management Theory-Disclosure Of Information72-
in Interpersonal Communication, Organisational Communication
<https://www.communicationtheory.org/communication-privacy-management-theory-disclosure-of-information/>
- 73-Sandra Petronio and Wesley T. Durham (2015) Communication Privacy Management Theory Significance for Interpersonal Communication
https://us.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/64506_book_item_64506.pdf
- 74-Yu Wang, Daqing Zheng, Yulin Fang(2023) Public information sharing in enterprise social networks: a communication privacy management perspective
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/INTR-09-2022-0745/full/html>
- 75-Hinde, C. and Ophoff, J. (2020), “The technological panopticon: electronic monitoring and surveillance within the workplace: employee turbulence through perceptions of privacy infringement”, in Anthony, V. (Ed.), IFIP Working Group 8, p. 15.Proceeding of 2020 Dewald Roode Workshop on Information Systems Security ResearchAmes, IA, USA11/11.13

- 76-Li, K., Cheng, L. and Teng, C.-I. (2020), "Voluntary sharing and mandatory provision: private information disclosure on social networking sites", *Information Processing and Management*, Vol. 57 No. 1, pp. 102-128.
- 77-Petronio, S. and Durham, W.T. (2015), *Communication Privacy Management Theory*, John Wiley & Sons, Edison, NJ.
- 78-Kehr, F., Wentzel, D. and Mayer, P. (2013), "Rethinking the privacy calculus: on the role of dispositional factors and affect", *Proceedings of the International Conference on Information Systems (ICIS 2013)*, Atlanta, GA, USA, Milan, Italy, AIS Association for Information
- Yu Wang, Daqing Zheng, Yulin Fang(2023) op,cit.79-
- 80-Kehr, F., Wentzel, D. and Mayer, P. (2013) op,cit.
- 81-Communication Privacy Management Theory, op,cit.
- 82-Petronio, S. (2002). *Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure*. Albany: State University of New York Press.
<https://muse.jhu.edu/book/4588>
- 83-Prost, A. (1991). Public and private spheres in France. In A. Prost & G. Vincent (Eds.), *A history of private life* (pp. 3–103). Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University.
https://scholar.google.com/scholar_lookup?hl=en&publication_year=1991&pages=3-103&author=A.+Prost&title=A+history+of+private+life
- 84-Communication Privacy Management Theory, op,cit.
- 85-Petronio, S. (2002),op,cit.
- 86-Chen, J.V., Nguyen, H.V.V. and Ha, Q.-A. (2020), "Understanding location disclosure behaviour via social networks sites: a perspective of communication privacy management theory", *International Journal of Mobile Communications*, Vol. 18 No. 6, pp. 690-713.
- 87-Ibid
Communication Privacy Management Theory,op,cit.88-
- 89-Petronio, S. and Durham, W.T. (2015), *Communication Privacy Management Theory*, John Wiley & Sons, Edison, NJ.
<https://muse.jhu.edu/book/4588>
- 90-Petronio, S. (2002) ,op,cit.
- 91-Ibid
- 92-Sandra Petronio(2010) ,op,cit.
- Hinde, C. and Ophoff, J. (2020)93-
- 94-GoffmanE.1959The presentation of self in everyday lifeDoubleday
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315775357-52/presentation-self-everyday-life-erving-goffman>
Edition 2nd Edition2018
- 95-boydD ,MarwickA (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133 .
<https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=I%20tweet%20honestlySociety&volume=13&pages=114-133

- 96-Loh, Jennifer and walsh, michael, (2023) Time Heals: Context Collapse, Social Media and the Waning of Negative Affect. 44 Pages Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4359610> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4359610>
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4359610
- boydD MarwickA(2011), ,op.cit.97-
 boydD MarwickA(2011) ,op.cit.98-
- 99-Darr C. R., DossE. F.(2022). The fake one is the real one: Finstas, authenticity, and context collapse in teen friend groups. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(4), zmac009. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac009>
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=The%20fake%20one%20Mediated%20Communication&volume=27&pages=zmac009
- 100-WisniewskiP., LipfordH., WilsonD.(2012). Op.cit.
- 101-Gil-LopezT., &etal,(2018). One size fits all: Context collapse, self-presentation strategies and language styles on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(3), 127–145
 . <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy006>
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=One%20size%20fits%20all%3A%20Context%20collapse%2C%20self-
- 102-HoganB.(2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377–386
<https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=The%20presentation%20of%20self
- 103-boydD. M.(2008). Taken out of context: American teen sociality in networked publics. University of California
<https://www.proquest.com/openview/9cc930ef134daf46c17434d2992e8251/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>
- 104-BrandtzaegP. B., LüdersM.(2018). Op.cit.
- 105-KiniS., Pathak-ShelatM., JainV.(2022). Op.vit.
- 106-Jennifer ,Lohand &Michael ,Walsh(2023)Social Media Context Collapse:The Consequential DifferencesBetween Context Collusion Versus Context CollisionDOI: 10.1177/20563051211041646
journals.sagepub.com/home/sms
<https://researchsystem.canberra.edu.au/ws/portalfiles/portal/46832734/20563051211041646.pdf>
- 107-DavisJ. L., JurgensonN.(2014). Context collapse: Theorizing context collusions and collisions. *Information, Communication & Society*, 17(4), 476–485
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.888458>
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2014.888458>
- 108-AshforthB. E., KreinerG. E., FugateM.(2000). Op.cit.
- 109-ZhaoX., & etal.(2013). The many faces of Facebook: Experiencing social media as performance, exhibition, and personal archive. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–10). NY: Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2207676.2207761>

- 110-Goffman E. (1959) The presentation of self in everyday life Doubleday
- 111-Nippert-Eng C. E. (1996). Home and work: Negotiating boundaries through everyday life. University of Chicago Press
<https://books.google.com.eg/books?hl=ar&lr=&id=KEHjTYnTMUC&oi=fnd&pg=PP16&ots=5qe4ArFLbU&sig=1->
- 112-Michaelsen S., Johnson D. E. (1997). Border theory: The limits of cultural politics. U of Minnesota Press
<https://books.google.com.eg/books?hl=ar&lr=&id=7KdEVrpYFoIC&oi=fnd&pg=PR5&ots>
- 113-Ashforth B. E., Kreiner G. E., Fugate M. (2000). Op.cit.
- 114-Nippert-Eng C. E. (1996). Home and work: Negotiating boundaries through everyday life. University of Chicago Press
<https://books.google.com.eg/books?hl=ar&lr=&id=KEHjTYnTMUC&oi=fnd&pg=PP16&ots=5qe4ArFLbU&sig=1->
- 115-Ashforth B. E., Kreiner G. E., Fugate M. (2000) ,op.cit.
- 116-Nippert-Eng C. E. (1996). op.cit.
- 117-Litt E., Hargittai E. (2016). The imagined audience on social network sites. *Social Media+ Society*, 2(1), 2056305116633482
<https://doi.org/10.1177/2056305116633482>
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305116633482>
- 118-Darr C. R., Doss E. F. (2022). Op.cit.
- 120-Brandtzaeg P. B., Lüders M. (2018). Op.cit.
- 121-Nasser M. Sabah (2023): The Impact of Social Media-Based Collaborative Learning Environments on Students' Use Outcomes in Higher Education, *International Journal of Human-Computer Interaction* Volume 39, 2023 - Issue 3 ,Pages 667-689
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10447318.2022.2046921>
- 122-Stryker S., Burke P. J. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63, 284-297.
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=The+past%2C+present%2C+a
- 123-Jones S. R., McEwen M. K. (2000). A conceptual model of multiple dimensions of identity. *Journal of College Student Development*, 41, 405-414.
<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=b6135ba3537d5960c6580df5f80ae1ef649ec7d4>
- 124-Li X., Hou Z. J., Jia Y. (2015). The influence of social comparison on career decision-making: Vocational identity as a moderator and regret as a mediator. *Journal of Vocational Behavior*, 86, 10-19.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0001879114001225>
- 125-Akkerman S. F., Meijer P. C. (2011). A dialogical approach to conceptualizing teacher identity. *Teaching and Teacher Education*, 27, 308-319.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0742051X10001502>
- 126-Hong J., Greene B., Lowery J. (2017). Multiple dimensions of teacher identity development from pre-service to early years of teaching: A longitudinal study. *Journal of Education for Teaching*, 43, 84-98.

- <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02607476.2017.1251111>
 127-Jones S. R., McEwen M. K. (2000). A conceptual model of multiple dimensions of identity. *Journal of College Student Development*, 41, 405-414.
<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=b6135ba3537d5960c6580df5f80ae1ef649ec7d4>
 128-Leeds-Hurwitz W. (2009). Social construction of reality. In Littlejohn S., Foss K. (Eds.), *Encyclopedia of communication theory* (pp. 892-895). Thousand Oaks, CA: SAGE.
https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=Social+construction+of+reality&author=
 129-Stets J. E., Serpe R. T. (2016). *New directions in identity theory and research*. New York, NY: Oxford University Press.
https://books.google.com.eg/books?hl=ar&lr=&id=_vfmDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&ot
 130-Huang-Horowitz N. C., Freberg K. (2016). Bridging organizational identity and reputation messages online: A conceptual model. *Corporate Communications: An International Journal*, 21, 195-212.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/CCIJ-06-2014-0034/full/html>
 131-Davis J. L., Jurgenson N. (2014). Context collapse: Theorizing context collusions and collisions. *Information, Communication & Society*, 17, 476-485.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2014.888458>
 132-van Dijck J. (2013). "You have one identity": Performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35, 199-215.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443712468605>
 133-Bian L., Leslie S. J., Cimpian A. (2017). Gender stereotypes about intellectual ability emerge early and influence children's interests. *Science*, 355, 389-391.
<https://www.science.org/doi/full/10.1126/science.aah6524>
 134-Pinkard N., Erete S., Martin C. K., McKinney de, Royston M. (2017). Digital Youth Divas: Exploring narrative-driven curriculum to spark middle school girls' interest in computational activities. *Journal of the Learning Sciences*, 26, 477-516.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10508406.2017.1307199>
 135-Papacharissi Z. (2012). Without you, I'm nothing: Performances of the self on Twitter. *International Journal of Communication*, 6, 1989-2006.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1484>
 136-Jameson D. A. (2014). Crossing public-private and personal-professional boundaries: How changes in technology may affect CEOs' communication. *Business and Professional Communication Quarterly*, 77, 7-30.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2329490613517133>
 137-Ashforth B. E., Schinoff B. S., Rogers K. M. (2016). "I identify with her," "I identify with him": Unpacking the dynamics of personal identification in organizations. *Academy of Management Review*, 41, 28-60.
<https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.2014.0033>
 138-Copes H., Leban L., Kerley K. R., Deitzer J. R. (2016). Identities, boundaries, and accounts of women methamphetamine users. *Justice Quarterly*, 33, 134-158.

- <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07418825.2014.897365>
139-Stets J. E., Serpe R. T. (2016). *New directions in identity theory and research*. New York, NY: Oxford University Press.
https://books.google.com.eg/books?hl=ar&lr=&id=_vfmDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8
- 140-Dabbagh N., Kitsantas A., Al-Freih M., Fake H. (2015). Using social media to develop personal learning environments and self-regulated learning skills: A case study. *International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments*, 3, 163-183.
<https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJSMILE.2015.072300>
- 141-Hong J., Greene B., Lowery J. (2017). Multiple dimensions of teacher identity development from pre-service to early years of teaching: A longitudinal study. *Journal of Education for Teaching*, 43, 84-98.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02607476.2017.1251111>
- 142-Jin Y., Liu B. F., Austin L. L. (2014). Examining the role of social media in effective crisis management: The effects of crisis origin, information form, and source on publics' crisis responses. *Communication Research*, 41, 74-94.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650211423918>
- 143-Ibid.
- 144-Pinkard N., Erete S., Martin C. K., McKinney de, Royston M. (2017). Op.cit.
- 145-Alvesson M., Sandberg J. (2013). Has management studies lost its way? Ideas for more imaginative and innovative research. *Journal of Management Studies*, 50, 128-152.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1467-6486.2012.01070.x>
- 146-van Dijck J. (2013). Op.cit.
- 147-Alvesson M., Sandberg J. (2013). Op.cit.
- 148-Grajales F. &.etal, (2014). Social media: A review and tutorial of applications in medicine and health care. *Journal of Medical Internet Research*, 16, e13.
<https://www.jmir.org/2014/2/e13>
- 149- Alvesson M., Sandberg J. (2013). Op.cit.
- 150-van Dijck J. (2013). Op.cit.
- 151-Grajales F. &.etal, (2014). Op.cit.
- 152-Davis J. L., Jurgenson N. (2014). Op.cit.
- 153-Loh, Jennifer and walsh, michael, (2023) Time Heals: Context Collapse, Social Media and the Waning of Negative Affect. 44 Pages Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4359610> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4359610>
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4359610
- 154-ZhaoX., SalehiN., NaranjitS., AlwaalanS., VoidsS., CosleyD.(2013),op,cit.
- 155- Ibid
Op,cit)Leeds-Hurwitz, 2009(156-
- 157-Hunter, D., McCallum, J. and Howes, D. (2019) Defining Exploratory-Descriptive Qualitative (EDQ) research and considering its application to healthcare. *Journal of Nursing and Health Care*, 4<https://eprints.gla.ac.uk/180272/7/180272.pdf> ,(1)

- <https://pressbooks.pub/scientificinquiryinsocialwork/chapter/7-1-types-of-research/>
158- Adi Bhat البحث الاستكشافي: التعريف والأنواع والخصائص
- https://www.questionpro.com/blog/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%ABD9%88%D8%A7/#Exploratory_research_Definition
- 159-Hunter, D., McCallum, J. and Howes, D. (2019) op.cit.
<https://eprints.gla.ac.uk/180272/7/180272.pdf>
- <https://pressbooks.pub/scientificinquiryinsocialwork/chapter/7-1-types-of-research/>
160-Raimo Streefkerk. (2023). Inductive vs. Deductive Research Approach | Steps & Example
<https://www.scribbr.com/methodology/inductive-deductive-reasoning>
- 161-Hunter, D., McCallum, J. and Howes, D. (2019) op.cit.
- 162-Piacentini, M. and Mailer, G. (2006) Symbolic Consumption in Teenagers' Clothing Choices, *Journal of Consumer Behaviour* 3 (3): 251–262.
- 163-Kvale, S. (1996) Interviews: An introduction to qualitative research interviewing, CA: Sage.
- 164-Michael & Jeffrey(2017)Context collapse and privacy management: Diversity in Facebook friends increases online news reading and sharing
DOI:10.1177/1461444817714790
https://www.researchgate.net/publication/318027589_Context_collapse_and_privacy_management_Diversity_in_Facebook_friends_increases_online_news_reading_and_sharing
- 165-MøllerK., RobardsB.(2019). Walking through, going along and scrolling back: Ephemeral mobilities in digital ethnography. *Nordicom Review*, 40(s1), 95–109
<https://doi.org/10.2478/nor-2019-0016>
<https://sciendo.com/article/10.2478/nor-2019-0016?tab=figure-e-tabelle>
- 166-Kutsyuruba, B. (2017), “Using document analysis methodology to explore educational reforms and policy changes in post-Soviet Ukraine”, *Reimagining Utopias*, Sense Publishers, Rotterdam, pp. 199-214.
- 167-Kutsyuruba, B. (2017),op.cit.
- 168-Petronio, S. (2002). Op.cit.
- 169-Miriam J. Metzger(2007) Communication Privacy Management in Electronic Commerce *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 12, Issue 2, 1 January 2007, Pages 335–361, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00328.x>
<https://academic.oup.com/jcmc/article/12/2/335/4582963?login=false>
- 170-Roger Clarke, " personalia page", 2008
- 171-Petronio, S. (2002),op.cit
- 172- Ibid
- 173-Sandra Petronio and Wesley T. Durham(2015),op.cit.
- 174-Afifi, W. A., & Guerrero, L. K. (2000). Motivations underlying topic avoidance in close relationships. In S.Petronio(Ed.), *Balancing the Secrets of Private Disclosures*(pp. 165–179). Mahwah, NJ: Erlbaum
https://books.google.com.eg/books?hl=ar&lr=&id=YFauBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=sJORfWmUhU&sig=Llp-RmLF9C_h46IyalXtoZwk5uI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

175-Ibid

176-Communication Privacy Management Theory,op.cit.

177-Sandra Petronio and Wesley T. Durham (2015) op.cit.

178-Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York: Holt, Rinehart, & Winston
<https://psycnet.apa.org/record/1973-28661-000>

179-Ibid

180-Sandra Petronio and Wesley T. Durham(2015) op.cit.

181- Miriam J. Metzger(2007),op.cit.

182-Sandra Petronio and Wesley T. Durham (2015) op.cit.

183-Petronio, S. (2002) op.cit.

184-Sheehan, K. B. (1999). An investigation of gender differences in on-line privacy concerns and resultant behaviors. *Journal of Interactive Marketing*, Volume 13, Issue 4, 24–38[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6653\(199923\)13:4<24::AID-DIR3>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6653(199923)13:4<24::AID-DIR3>3.0.CO;2-O)

[https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1002/%28SICI%291520-](https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1002/%28SICI%291520-6653%28199923%2913%3A4%3C24%3A%3AAID-DIR3%3E3.0.CO%3B2-O)

[6653%28199923%2913%3A4%3C24%3A%3AAID-DIR3%3E3.0.CO%3B2-O](https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1002/%28SICI%291520-6653%28199923%2913%3A4%3C24%3A%3AAID-DIR3%3E3.0.CO%3B2-O)

185-Sandra Petronio and Wesley T. Durham (2015) op.cit.

186- Miriam J. Metzger2007, op.cit.

187- Ibid

188-MøllerK., RobardsB.(2019) op.cit.

189-AshforthB. E., KreinerG. E., FugateM.(2000) ,op.cit.

190-Ibid

191-KiniS., Pathak-ShelatM., JainV.(2022). Op.cit.

192-BrandtzaegP. B., LüdersM.(2018). Op.cit.

193-Alvesson M., Sandberg J. (2013). op.cit.

194-DavisJ. L., JurgensonN.(2014). Op.cit.

195-Ibid.

196-DavisJ. L., JurgensonN.(2014).op.cit.

197-Jin Y., Liu B. F., Austin L. L. (2014). Op.cit.

198-AshforthB. E., KreinerG. E., FugateM.(2000). op.cit.

199-MichaelsenS., JohnsonD. E.(Eds.). (1997). *Border theory: The limits of cultural politics*. U of Minnesota Press

<https://books.google.com.eg/books?hl=ar&lr=&id=7KdEVrpYFoIC&oi=fnd&pg=PR5&ots>

200- Yun Zhang &etal (2023) A right to be forgotten: retrospective privacy concerns in social networking services *Behaviour & Information Technology* Volume 42, - Issue 7Pages 829-850

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0144929X.2022.2046162>

201-Nasser M. Sabah(2023),op.cit.

202-Kohtamäki, V., & Balbachevsky, E. (2018). *University autonomy: From past to present. Theoretical and Methodological Perspectives on Higher Education Management and Transformation: An advanced reader for PhD students*.

- https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/28911/Theoretical_and_Methodological_Perspectives_On_Higher_Education.pdf?sequence#page=181
- 203-Uerz, D., Volman, M., & Kral, M. (2018). Teacher educators' competences in fostering student teachers' proficiency in teaching and learning with technology: An overview of relevant research literature. *Teaching and Teacher Education*, 70, 12–23. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000423641900002?SID=EUW1ED0F7886zBT9WVcfUw8HAA5UB>
- 204-Hökkä, P., & Eteläpelto, A. (2014). Seeking new perspectives on the development of teacher education: A study of the Finnish context. *Journal of Teacher Education*, 65(1), 39–52. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0022487113504220>
- 205-Kohtamäki, V., & Balbachevsky, E. (2018). Op.cit.
- 206-KiniS., Pathak-ShelatM., JainV.(2022). Op.cit.
- 207-Lindsey Meeks(2023),op.cit.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 70 April 2024 - part 3

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.