

نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي: الخصوصية والتواصل في ضوء إمكانات وسائل التواصل الاجتماعي

## The Social Media Privacy Model: Privacy and Communication in the Light of Social Media Affordances

Sabine Trepte/[sabine.trepte@uni-hohenheim.de](mailto:sabine.trepte@uni-hohenheim.de)

Department of Media Psychology, School of Communication, University of Hohenheim, Stuttgart 70599, Germany

\* ترجمة: أ.د. دليو فضيل - \*2.د. جنح أمين

<sup>1</sup> - كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري - جامعة قسنطينة 3 - (الجزائر) [fdeliou@yahoo.fr](mailto:fdeliou@yahoo.fr)

<sup>2</sup> - جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - (الجزائر) [achraf.amine18@yahoo.com](mailto:achraf.amine18@yahoo.com)

تاريخ الاستلام: 2020/09/08؛ تاريخ المراجعة: 2020/09/12؛ تاريخ القبول: 2020/10/12

### ملخص:

تم تعريف الخصوصية على أنها التحكم الانتقائي في تشارك المعلومات، حيث يكون التحكم هو الأساس. ومع ذلك، أصبح التحكم في معلومات المستخدم الفردي أكثر صعوبة في ضوء وسائل التواصل الاجتماعي. في هذا المقال النظري، أعرض كيف أن مصطلح التحكم أصبح جزءاً من عملية التنظير حول الخصوصية، وأطور فهماً للخصوصية عبر الإنترنت التواصلي باعتباره الآلية الأساسية التي يتم من خلالها تنظيم الخصوصية. فكان الترويج النظري لهذا المقال في شكلي تعريف للخصوصية ونموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي. يعتمد هذا النموذج على أربعة مقترحات: يتم تصور وتقدير الخصوصية في وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متبادل. وبالتالي، لا يمكن تحقيقها دائماً من خلال التحكم الذاتي. ويتمثل البديل في كون التواصل البيئي (بين الأشخاص) هو الآلية الأساسية لضمان خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي. أخيراً، تعمل الثقة والمعايير كآليتين لبلورة التواصل الخصوصي. الكلمات المفتاحية: الخصوصية؛ التحكم؛ وسائل التواصل الاجتماعي؛ الإمكانات؛ الاتصال؛ نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي؛ تعريف الخصوصية.

### Abstract

Privacy has been defined as the selective control of information sharing, where control is key. For social media, however, an individual user's informational control has become more difficult. In this theoretical article, I review how the term control is part of theorizing on privacy, and I develop an understanding of online privacy with communication as the core mechanism by which privacy is regulated. The results of this article's theoretical development are molded into a definition of privacy and the social media privacy model.

The model is based on four propositions: Privacy in social media is interdependently perceived and valued. Thus, it cannot always be achieved through control. As an alternative, Interpersonal communication is the primary mechanism by which to ensure social media privacy. Finally, trust and norms function as mechanisms that represent crystallized privacy communication.

**Keywords:** Privacy, Control, Social Media, Affordances, Communication, Social Media Privacy Model, Definition of Privacy

في النظريات التقليدية والحالية حول الخصوصية، ينظر إلى التحكم على أنه مصطلح مهم. إن غالبية منظري الخصوصية يعتبرون التحكم وسيلة لتنظيم الخصوصية ثم اختبارها (Altman, 1975; Burgoon, 1982; Petronio, 2002). يتمثل الافتراض الأساس في أنه كلما زاد عدد المستخدمين الذين يمكنهم التحكم في الوصول إلى حياتهم الشخصية، أو - بشكل أكثر تقنية - إلى بياناتهم، زادت الخصوصية التي يشعرون بها. كما أن الفهم الأكثر حداثة لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي هو أنهم بحاجة إلى التحكم لتحقيق الخصوصية والتقرير الذاتي لمصير المعلومات (Marwick & boyd, 2014). يقول ما بين 80% و 90% من الأمريكيين (Madden & Rainie, 2015) والأوروبيين (European Commission, 2015) أنه مهم بالنسبة لهم التحكم في تحديد من يمكنه الحصول على معلومات عنهم وما هي المعلومات التي يتم جمعها عنهم (أنظر أيضًا: Sarikakis & Winter, 2017).

ليس هناك شك في أن المستخدمين يواجهون تراجعاً في التحكم في المعلومات أثناء اتصالهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي. نظرًا لطبيعتها الشبكية، لا تسمح تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين بالتحكم في ما يفعله الأصدقاء أو المعارف أو المؤسسات أو الشركات بالمعلومات والصور والقصص التي تتم مشاركتها عبر الإنترنت (Marwick & boyd, 2014)، علاوة على ذلك، يشغل الاتصال عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيزاً متزايداً من حياة المستخدمين، وتقوم معظم التطبيقات والأجهزة الحديثة بتجميع المعلومات وممارسة التحكم الآلي (Anderson, Rainie, & Duggan, 2014). كرد فعل على الكميات المتزايدة من البيانات التي يتم تبادلها وعلى طبيعتها الاجتماعية، يرى 91% من المستخدمين أنهم فقدوا التحكم في كيفية جمع معلوماتهم الشخصية واستخدامها من قبل الأصدقاء والمعارف والزلاء (Quinn, 2014) وخاصة من قبل الشركات والحكومات (Madden, 2014).

يمكن وصف هاتين الملاحظتين - فهم الخصوصية على أنها تحكم من جهة والشعور بتقلص التحكم في المعلومات أثناء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من جهة أخرى - على أنهما مشكلة تحكم في الخصوصية. في الجزء المتبقي من هذا المقال، سأقترح فهمًا للخصوصية يتناسب مع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمتطلبات الناشئة عن هذه القضية.

### العلاقة بين الخصوصية والتحكم:

تعتبر الخصوصية مفهومًا تم تناوله وتحديده في تخصصات مختلفة للغاية، ووفق منظورات وصفية وتجريبية ومعيارية (Sevignani, 2016; Trepte & Reinecke, 2011). في البداية، كانت الخصوصية تعتبر حقًا من حقوق

الإنسان ويتم تعريفها بأنها "الحق في أن تترك وحدك" (Warren & Brandeis, 1890, p. 75). لاحقاً وبصورة أكثر تحديداً، تم تعريف الخصوصية على أنها "مطالبة الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات بأن يحددوا بأنفسهم متى وكيف وإلى أي مدى يتم إيصال المعلومات المتعلقة بهم إلى الآخرين" (Westin, 1967, p. 7) أو "التحكم الانتقائي في الوصول إلى الذات". (Altman, 1975, p. 24).

أما التحكم في المعلومات فنادرًا ما تم تعريفه، وقد خصت تعريفاته الأكثر شيوعًا إما الجانب الثابت أو السلوكي (المتغير) من التحكم: فالتحكم في المعلومات يعني في المقام الأول أن مالكي جزء معين من المعلومات لديهم خيار معرفة متى وإلى أي مدى سيكشفون أو يحجبون المعلومات الشخصية (Crowley, 2017; Tavani, 2007). يكون هنا التحكم ثابتًا، وتكون المسألة متعلقة فقط بنسبة زيادته أو نقصانه وجوده أو عدم وجوده. كما يمكن فهمه كخيار أو آلية متاحة. بعد ذلك، يمكن أن تكون ممارسة التحكم ديناميكية (على سبيل المثال، تقييد الوصول إلى المعلومات، التمييز بين الجماهير، الرقابة الذاتية، التشفير)، أو غامضة (على سبيل المثال، تلطيف الحقيقة، أو التعتيم على المعلومات، أو الانخراط في أشكال أخرى من الكشف الجزئي)، أو سلبية (على سبيل المثال، حذف المعلومات من غير قصد) (Crowley, 2017; Ochs & Büttner, 2018). في هذا الفهم السلوكي إلى حد ما، يتم تنفيذ التحكم في المعلومات ومعايشته من قبل الفرد. في كلا المنظورين، يتمحور التحكم حول الفرد وحول الصيغة الفردية في اتخاذ القرارات.

تم تكريس غالبية نظريات الخصوصية لصالح نموذجين - متناقضين إلى حد ما - : سأطلق على النموذج الأول "الخصوصية كتحكم" لأن الخصوصية والتحكم هنا مرتبطان بقوة، والنموذج الثاني "الخصوصية والتحكم"، لأن التعامل هنا، يتم مع الخصوصية والتحكم على أنهما بنيتان منفصلتان مع علاقات مشروطة. سأقترح بعد ذلك منظورًا ثالثًا يعيد تعريف معنى التحكم وتأثيره، والظروف التي يصبح فيها التحكم مهما. وسيتم تلخيص هذا المنظور في نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي.

### النموذج 1- الخصوصية كتحكم:

في العمل الأساس الذي قام به "ألتمان" (Altman 1975) وفي نموذج تنظيم الخصوصية للكشف عن الذات (Derlega, Metts, Petronio, & Margulis, 1993)، تم تقديم التحكم باعتباره آلية حاسمة بالنسبة للخصوصية. أشارت تصورات أكثر حداثة أيضًا إلى التحكم كشرط مسبق للخصوصية (Petronio, 2002). ففي تصوراتهما الأولى عن الخصوصية، أشار كل من "براندايس" و "وارين" (Warren and Brandeis 1890) إلى

الخصوصية على أنها الحق في التحكم في ما ينشره الآخرون عتًا. وفي نظرة عامة حول نظريات الخصوصية، قام كل من "سميث" "ديناف" و"تشو" (Smith, Dinev, and Xu (2011) باستقصاء 448 منشورًا حول الخصوصية. ووجدوا أنه -إلى جانب فهم الخصوصية كقيمة- فإن فهمها التصوري كتحكم كان مهيمنا في العلوم الاجتماعية.

أشارت الغالبية العظمى من الباحثين في موضوع الخصوصية إلى التحكم باعتباره سلوكًا ديناميكيًا في عملية تنظيم الخصوصية لإتاحة الوصول أو منعه. اقترح "آلتمان" (Altman (1975 نموذجًا إجرائيًا من ثلاث خطوات: أولاً، يقوم الفرد بتقدير المستوى المرغوب من الخصوصية؛ ثم يقوم بتنظيم الخصوصية من خلال التحكم في حدود العلاقات الشخصية؛ وبعد ذلك، يقوم مرة أخرى بتقدير مستوى الخصوصية الذي تم تحقيقه. في هذا النموذج التدفقي يصبح الدور الحاسم للتحكم بارزا. على أساس هذه الفكرة، أوضحت "بيترونيو" (Petronio (2002 كيف أن التحكم هو محرك إدارة الخصوصية. فحسب فهمها، يدير الفرد وينسق القواعد بشكل مشترك مع الآخرين أثناء التفاعل معهم. هنا، مرة أخرى، فإن التحكم لا يقتصر فحسب على السلوك الذي يمكن من خلاله اكتساب الخصوصية، بل إن التحكم هو أيضًا وسائل يتم من خلالها قياس الوضع الراهن للخصوصية، وبالتالي سيعزز مدى الانخراط في تنظيم الخصوصية بشكل أكبر من خلال ممارسة التحكم.

أشار الباحثون في موضوع الخصوصية أيضًا إلى مسألة "ما يتم التحكم فيه". هنا، على وجه الخصوص، تم تناول التحكم في الوصول إلى الحدود والتحكم في تدفق التفاعل على أنها موضوعات أو عمليات وجب التحكم فيها (Johnson, 1974; Wolfe & Laufer, 1974). علاوة على ذلك، فإن التحكم في المنبهات التي تؤثر على شخص ما تم التعبير عنها كأشياء يجب التحكم فيها (Wolfe & Laufer, 1974). أوضح "مارغوليس" (Margulis (1977 أن التحكم يشير إلى جميع الأمور التي يتم تبادلها بين الأفراد: "تمثل الخصوصية، ككل أو جزء، التحكم في المعاملات بين شخص (أشخاص) وآخر(ين) (...)" (ص. 10).

في بعض النظريات، تم استخدام التحكم والخصوصية بالمعنى نفسه تقريبًا. على سبيل المثال، ذكر "ديرلوجا" و آخرون (Derlega et al. (1993 أن " (..) الخصوصية تمثل التحكم في كمية ونوع تبادل المعلومات التي يمتلكها الأشخاص مع بعضهم البعض" (ص. 67). ثم ميّز "بورغون" (Burgoon (1982 بين أربعة أبعاد للخصوصية، وكلها تشير إلى مقدار التحكم الذي يمتلكه الفرد: يشير امتلاك الخصوصية الفيزيائية إلى ما إذا كان الفرد يتحكم في الحدود الفيزيائية وإلى أي مدى. وتشير الخصوصية الاجتماعية إلى مدى التحكم الذي يتصوره الفرد عن وصول الآخرين إلى بيئاته. أما الخصوصية النفسية فتشير إلى مدى التحكم الذي يتصوره الفرد حول المدخلات والمخرجات العاطفية

والمعرفة. أخيراً، تشير الخصوصية المعلوماتية إلى مقدار التحكم الذي يتصور الفرد امتلاكه حول استخدام البيانات الشخصية. في هذا التصور، تعد القدرة على ممارسة التحكم هي المفتاح لإدراك خصوصية الفرد، وبالتالي تنظيمها. لقد تناولت العديد من الدراسات التجريبية العلاقة بين التحكم والخصوصية، ولكن قلة فقط من هذه الدراسات دعمت فكرة أن سلوك الخصوصية مرتبط بالتحكم في المعلومات (Brandimarte, Acquisti, & Loewenstein, 2013).

باختصار، أكدت الدراسات التي استندت إلى هذا النموذج الأول على فكرة أن الأفراد يمارسون التحكم لتحقيق الخصوصية. وفي المقابل فإن تحقيق الخصوصية لا يتم إلا في حالة تنفيذ مستوى معين من التحكم بنجاح والحفاظ عليه باعتباره وضعاً قائماً. ومع ذلك، فإن مفاهيم الخصوصية هذه تشير إلى علاقة خطية بين الخصوصية والتحكم. إنهم يفترضون أنه " (..) كلما زاد تحكم الفرد في تبادل المعلومات، زاد مقدار الخصوصية التي يتمتع بها في علاقاته الاجتماعية" (Derlega et al., 1993, p. 67). ومع ذلك، لم تجد الأبحاث التجريبية السابقة علاقة خطية بين الخصوصية والتحكم، وبالتالي، هناك عدم توافق بين الافتراض النظري بأن الخصوصية والتحكم مرتبطان ارتباطاً وثيقاً من جهة والبيانات التجريبية النادرة التي تدعم هذه الفكرة من جهة أخرى.

## النموذج 2- الخصوصية والتحكم:

في وسائل التواصل الاجتماعي، لا يمكن لأي شخص تنفيذ التحكم بسهولة لأن المعلومات الشخصية يتم تبادلها بين العديد من الأطراف ومع مجموعة واسعة من التطبيقات. يرى المستخدمون بأن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر إرباكاً وصعوبة وتعقيداً فيما يتعلق بممارستهم التحكم في معلوماتهم الشخصية مقارنة بممارستهم التواصل المواجهي (Marwick & Boyd, 2014; Quinn, 2014). عبّر "و" (Woo, 2016) عن هذا الإرباك أثناء محاكاة الأفكار المفترضة للمستخدم بقوله: "انصل بي، من فضلك، وأعطني الفوائد، ولكن ما زلت لا أريد التخلي تمامًا عن تحكمي (لكني لا أعرف كيف أحصل على ذلك التحكم)" (ص 954). بعبارة أخرى، يرغب المستخدمون في الاستفادة من الطبيعة الشبكية لوسائل التواصل الاجتماعي، وهم مدركون بشكل مؤلم عجزهم عن التحكم، لكنهم لم يجدوا بعد حلولاً لكيفية تلبية احتياجاتهم الخاصة بكل من الإشباع والتحكم في المعلومات. كما تم أيضاً إجراء دراسات حول عملية تقدير مخاطر الخصوصية والإشباع الاجتماعية تحت مظلة حساب الخصوصية (Trepte et al., 2017, 2020).

وفي نفس سياق الشعور بأن المستخدمين يرغبون في التحكم في المعلومات، رغم كون هذا التحكم يبدو متعارضا مع الطبيعة الشبكية لوسائل التواصل الاجتماعي، ففكر "مور" (1997) Moor ولاحقاً "نافاني" (2007) Tavani في العلاقة بين الخصوصية والتحكم، ورأيا بأن التحكم والخصوصية يجب أن يُنظر إليهما على أنهما بنيتان منفصلتان وأن الخصوصية والتحكم يخدمان وظائف مختلفة للغاية. اعتمادا على نظرية "الوصول المقيد / الرقابة المحدودة/ للخصوصية" (RALC)، عرّف هذان المؤلفان الخصوصية بكونها تخص حماية الفرد من التطفل وجمع المعلومات من قبل أطراف ثالثة. لقد اعتبرا بأن التحكم في عصر المعلومات أمر مستحيل، علاوة على ذلك "يمكن أن يكون لنا تحكم ولكن لا توجد خصوصية و تكون لنا خصوصية ولكن من دون تحكم" (Tavani & Moor, 2001, p. 6). اقترحا أنه يجب فصل الخصوصية عن التحكم بحيث تكون الخصوصية مفهوماً وقيمة يتم تعريفها بكونها الحماية من وصول الآخرين إلى المعلومات، في حين أن التحكم هو إحدى الآليات التي يمكن استخدامها لإدارة الخصوصية وتبسيطها. يمكن ممارسة التحكم من خلال الاختيار أو الموافقة أو التصحيح. في تدفق عملية تبادل المعلومات الرقمية، يختار الأشخاص المواقف وفقاً لأهداف الاتصال الخاصة بهم، مستوى الوصول، واحتياجات الخصوصية الناشئة (Trepte & Masur, 2017) ثم، يتم الحفاظ على الخصوصية من خلال عمليات الموافقة، وأخيراً، تسمح التصحيحات للأشخاص باستعادة خصوصيتهم عند فقدانها أو كونها محل تهديد. بالنسبة لنموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي التالي، سأشير إلى هذه الفكرة القائلة بأن التحكم هو آلية من بين آليات أخرى، وسأشرح أنه بالنسبة لجميع العمليات (أي الاختيار، الموافقة، التصحيح)، يتعين على الأفراد الاتصال بالآخرين ونقل دوافعهم وأهدافهم.

من خلال نظرية التكامل السياقي، تناولت "نيسانوم" (2010) Nissenbaum أيضاً المتطلبات السياقية باعتبارها شروطاً حدودية بصرف النظر عما إذا كان التحكم آلية وظيفية أم لا. واقترحت أن تتراوح مجموعتنا النظرية: تلك التي تشير إلى الخصوصية باعتبارها قيماً على الوصول وتلك التي تشير إلى الخصوصية باعتبارها شكلاً من أشكال التحكم. في نظرية التكامل السياقي، وصفت "نيسانوم" (2010) Nissenbaum التحكم بأنه "مبدأ اتصالي" واحد (ص 145) يحدد كيفية تبادل المعلومات. أما مبادئ الاتصال الأخرى فأهمها المعاملة بالمثل والسرية. ويكون التحكم كمبدأ اتصال مناسباً فقط إذا كان يتلاءم مع السياق الخاص، والموضوع الذي يتحدث عنه المستخدمون، ونوع المعلومات التي سيتبادلونها، والفاعلين الذين يتواصلون معهم. من وجهة النظر هذه، يمكن أن تكون هناك خصوصية دون تحكم في المواقف التي يكون فيها التحكم غير مناسب أو غير متاح. (Laufer & Wolfe, 1977)

دفعت نظريات الخصوصية الحالية بفكرة التحكم، كسمة ديناميكية للموقف، خطوة هامة نحو الأمام. وفقاً للنموذج الإجرائي للخصوصية لـ"ديانلين" (Dienlin, 2014)، يقوم الأفراد بتقييم إمكانية التحكم في السياق والسلوك. يضيف "مازور" (Masur, 2019) في نظريته للخصوصية الظرفية والكشف عن الذات تحليلاً لما يتم التحكم فيه من خلال الترابط الشخصي (على سبيل المثال، العلاقة بين شركاء التفاعل) والعوامل الخارجية (على سبيل المثال، هندسة الغرفة). يمكن التحكم في هذه العوامل الشخصية والخارجية بدرجات مختلفة تبعاً للموقف المعني وبالتالي تحقيق مستويات مختلفة من الكشف عن الذات. يُفهم الكشف عن الذات في الجزء المتبقي من هذا المقال على أنه "نقل متعمد لمعلومات حول الذات إلى شخص آخر أو مجموعة من الأشخاص" (Masur 2019, p. 70).

إن فكرة أن الخصوصية والتحكم ليسا مرتبطين بالضرورة تم دعمه من خلال دراسات سابقة (Saeri, Ogilvie, La Macchia, Smith, & Louis, 2014). على سبيل المثال، أظهر الرباعي "زلاطولاس" ويلزر "هيريكو" و"هولبل" (Zlatolas, Welzer, Heričko, and Hölbl, 2015) أن معايير الخصوصية والسياسات والوعي - وليس التحكم في الخصوصية - كانت مرتبطة بالكشف عن الذات لدى عينة تشمل 67 من السلوفينيين المستخدمين للفيسبوك. وفي عينة تشمل 249 أمريكياً من مستخدمي الفيسبوك وجد كل من "جينغو" و"فيترانو" و"تانيجا" (Taneja, Vitrano, and Gengo, 2014) أن تصور التحكم السلوكي ونية الانخراط في السلوك المرتبط بالخصوصية منفصلان. قام "إيستان" وآخرون (Eastin et al., 2016) بإجراء دراسة حول كيفية توقع المتغيرات المختلفة لنشاط تجارة الهاتف المحمول ووجدوا أن عنصر التحكم هو الذي أوضح أقل قدر من التباين. وعلى وجه الخصوص كانت الثقة و الاتجاه نحو تجارة الهاتف المحمول أكثر دلالة من مؤشر التحكم. إن الأفراد الذين أدركوا أنهم يتحكمون في بياناتهم الشخصية لم يشعروا بالضرورة أنهم يتمتعون بمزيد من الخصوصية ولم ينخرطوا بشكل متزايد في الكشف عن ذواتهم. علاوة على ذلك، تم تحديد الثقة والمعايير كالتين بديلتين مهمتين للخصوصية (Brandimarte et al., 2013; Eastin et al., 2016; Nissenbaum, 2010; Zlatolas et al., 2015).

سأشير لاحقاً إلى كلا النتيجتين في نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي.

### تفاعل الإمكانيات والتحكم والخصوصية:

قد يشير عدم وجود علاقة بين الخصوصية والتحكم إلى أن التفاعل بين المتغيرين ليس خطياً بل هو في الواقع أكثر تعقيداً (Laufer & Wolfe, 1977). ستكون العلاقة بين التحكم والخصوصية أكثر وضوحاً إذا تم تبين الشروط الحدودية لوسائل التواصل الاجتماعي التي تجعل التحكم آلية وظيفية في موقف ما وغير عملية في موقف آخر.

## وسائل التواصل الاجتماعي وشروط حدود خصوصيتها:

عرّف كل من "كاير" و"هايس" (Carr and Hayes, 2015) وسائل التواصل الاجتماعي بأنها "(..) قنوات تعتمد على الانترنت وتتيح للمستخدمين استغلال التفاعل والتواجد الذاتي الانتقائي، إما فوراً أو بشكل غير متزامن، مع جماهير واسعة ومحدودة لنتج قيم محتوى المستخدمين وتصور التفاعل مع الآخرين" (ص 50). كما أشارا إلى أن تفاعل المستخدمين سيتأثر بشكل متزايد بإمكانات وسائل التواصل الاجتماعي. علاوة على ذلك، تميزت وسائل التواصل الاجتماعي بمحتواها ومستخدميها وبنيتها التحتية في التعريفات (Howard & Parks, 2012). ومن أبرز الأمثلة عن وسائل التواصل الاجتماعي هي مواقع الشبكات الاجتماعية (مثل فيسبوك و إنستغرام و لينكدان و غوغل+) ومنصات الوسائط المتعددة (على سبيل المثال، يوتيوب و سلايدشير و ساوند كلاود) ومدونات الويب (على سبيل المثال، اليوميات الشخصية للأمهات أو الباحثين أو المؤثرين الذاتيين أو المأجورين) والمدونات الصغيرة (مثل، تويتر). في سعيهم الحديث من أجل تطوير تعريف لوسائل التواصل الاجتماعي، أشار الباحثون إلى حقيقة أن قنوات وسائل التواصل الاجتماعي تُفهم شكلياً على أنها وسائل اتصال جماهيرية لكنها تحتوي في المقام الأول على تفاعلات شخصية للمستخدم وتعمل على ديمومتها (Carr & Hayes, 2015; Papacharissi, 2010) بهذا المعنى، يمكن اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي جماهير شخصية (Schmidt, 2014). نتيجة لذلك، لا يمكن للمستخدمين دائماً تحديد الخطوط غير الواضحة إلى حد ما بين الاتصالات الشخصية والعامة أو بين الاتصالات الخاصة والمهنية.

إنهم يشعرون أن السياقات تنهار وتتقارب ((Papacharissi, 2010; Vitak, 2012) باختصار، تميز وسائل التواصل الاجتماعي بالشروط الحدودية التالية: بالمحتوى وتدقيقه واستخداماته الأخرى (Howard & Parks, 2012)؛ وبممارسات الاتصال التي يعتبرها المستخدمون خياراً لهم لممارسة التحكم أو لتحقيق الخصوصية بوسائل أخرى؛ وبإمكانات وسائل التواصل الاجتماعي (Carr & Hayes, 2015). سوف أحلل، فيما يلي، كيفية ارتباط تفاعل هذه الشروط الحدودية بالتحكم وكيف تحدّد تصورات وسلوكيات الخصوصية المختلفة. تلخص المعلومات الإضافية الواردة في الجدولين 1 و 2 المرفقين في الرابط الموالي هذا الاقتراح النظري: [/https://osf.io/xhqjv](https://osf.io/xhqjv).



### الشرط الحدودي الأول لوسائل التواصل الاجتماعي - المحتوى وتدقيقه واستخداماته:

ما الذي يسعى الفرد للتحكم فيه بالضبط؟ كلما كان فهمنا لما يسعى الأفراد التحكم فيه أسرع، كان تقييمنا لإمكانية تجربة التحكم في وسائل التواصل الاجتماعي أفضل. وفقاً لمعظم الدراسات، تشير المعلومات الشخصية إلى المحتوى الذي يسعى الأشخاص للتحكم فيه من أجل الحفاظ على خصوصيتهم في وسائل التواصل الاجتماعي. حيث وصف "ميتزغر" (Metzger, 2004) المعلومات الشخصية بأنها المحتوى الذي يجب التحكم فيه. ومن جهته اقترح "كوين" (Quinn, 2014) طبقات مختلفة لكيفية الحفاظ على الخصوصية. في "طبقة المحتوى" يؤدي شعور المستخدمين بعدم التحكم إلى تقييد المعلومات التي ينشرونها أو حتى إلى نشر معلومات خاطئة. أما "ساريكاكيس" و"وينتر" (Sarikakis and Winter, 2017) فأضافا، على أساس دراستهما الكيفية، أن المستخدمين لا يفرقون بين المعلومات الشخصية والبيانات الشخصية. وبدلاً من ذلك، فهما يحددان درجة العلاقة الحميمة أو الخصوصية اللازمة لجزء معين من المعلومات أو البيانات.

بعد ذلك، إلى جانب المعلومات الشخصية، يجب الأخذ بعين الاعتبار شرط تدقيق المحتوى واستخداماته. ما يلفت انتباه دعاة وسائل التواصل الاجتماعي على وجه التحديد هو إرسال المعلومات عبر الإنترنت وأرشفتها وبيعها. وهم يؤكدون مخاوف المستخدمين بشأن مدى محدودية تحكمهم في تدفق المعلومات الشخصية واستخدامها (Marwick & boyd, 2014; Quinn, 2014; Tsay-Vogel, Shanahan, & Signorielli, 2018). مما يشير إلى الأشكال التي تتخذها المعلومات الشخصية، وإلى أين ينتهي بها الأمر وكيف يتم استخدامها.

### الشرط الحدودي الثاني لوسائل التواصل الاجتماعي - ممارسات التحكم:

إن الممارسة النشطة للتحكم تعبر عن التقرير الذاتي لمصير المعلومات، مما يعني وجود سلطة على المعلومات وقدرة على التصرف في القرارات المتعلقة بهذه المعلومات. وبدوره، فإن فقدان التحكم يعني أن الخيارات السلوكية الأخرى بعيدة المنال وأن الفردانية (Buss, 2001) والسلطة والقدرة مهددة بشدة (Brummett & Steuber, 2015). يرافق التحكم أيضاً تجنب المخاطر: حيث يحدد المستخدمون أهم أجزاء المعلومات التي يريدون التحكم فيها كمحتويات رسائل بريدهم الإلكتروني، ومحتويات محادثاتهم الفورية، وموقعهم (Cho, Lee, & Chung, 2010). وطالما أنهم يتحكمون في هذه المعلومات، يمكنهم تجنب التعرض للمضايقة أو التخويف أو الاستغلال المالي من قبل الشركات أو المراقبة من قبل المؤسسات الحكومية.

كيف يتم تنفيذ التحكم وتحقيقه؟ أولاً، يمكن تعريف التحكم في المعلومات على أنه تصور فردي بأن لديه أو لديها خياراً بشأن حجب المعلومات أو الكشف عنها (Crowley, 2017; Johnson, 1974). الاختيار هو الخطوة الأولى ويحدد ما إذا كان يمكن ممارسة التحكم وإلى أي درجة (Wolfe & Laufer, 1974)، ثم في الخطوة التالية، عندما يكون الاختيار متاحاً، يجب أن يتم تفعيله. وهناك نوعان من ممارسات التحكم بشكل ديناميكي في وسائل التواصل الاجتماعي هما الموافقة والتصحيح (Tavani, 2007). تشير الموافقة إلى مدى قبول المستخدمين نقل جزء معين من المعلومات. أما التصحيح فيعني أن المستخدمين قادرون على التراجع عن هذه الموافقة. ففي حين تم تحديد الاختيار منذ فترة طويلة على أنه ممارسة للتحكم (Johnson, 1974)، تم اقتراح الموافقة والتصحيح كممارستين لوسائل التواصل الاجتماعي (Tavani, 2007). علاوة على ذلك، يمكن أيضاً وضع التحكم في المعلومات موضع التنفيذ من خلال التشارك الانتقائي للمعلومات، والرقابة الذاتية، والتمييز بين الجماهير، والتشفير (Ochs & Büttner, 2018). حيث يتم توجيه كل هذه الخيارات من قبل الفرد ويمكن اعتبارها تتمحور حول الأنا. سيكون من المهم أيضاً العثور على مصطلحات لسلوكيات تنظيم الخصوصية بين الأشخاص.

### الشرط الحدودي الثالث لوسائل التواصل الاجتماعي: الإمكانيات

يمكن أن تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بعدة إمكانيات. إن مصطلح الإمكانيات (affordances)، الذي اقترحه "جيبسون" (Gibson [1979] 2014) في البداية، يعني أن الخصائص البيئية (السياقية) لكيان معين ليست ثابتة ولكن يتم إدراكها وتجربتها بشكل مختلف وتشكيلها من قبل البشر. وفي حالة وسائل التواصل الاجتماعي، يكون هذا الفهم أكثر من مناسب. وبالطبع تؤثر عملية تشكيل أو "تقديم" (Gibson, [1979] 2014, p. 78) المعلومات من طرف وسائل التواصل الاجتماعي على استخدامها اللاحقة. فعلى سبيل المثال، ينظم المستخدمون المراهقون خصوصيتهم من خلال "إخفاء المعلومات الاجتماعية داخل نصوص غير سرية" (social steganography)، باستخدام لغة مجازية لا يفهمها سوى أقرانهم ولكن ليس آبائهم، وذلك بدلاً من إدارة متابعتهم من خلال نشر قوائم أصدقائهم وحظر آبائهم أو أقرانهم بشكل آلي (boyd, 2014). وبالطبع، قد يؤثر ابتكار واستخدام هذا النوع من اللغة المجازية على أسلوب المستخدمين في الاتصال والتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. لقد ثبت عدة مرات أن مجموعة مختارة من أربع إمكانيات تعتبر ذات أهمية خاصة بالنسبة لوسائل التواصل الاجتماعي: إغفال الهوية، وإمكانية النشر، والترايب، والاستمرارية (boyd, 2008; Evans, Pearce, Vitak, & Treem, 2017; Treem & Leonardi, 2012). تسمح إمكانيات إغفال الهوية والنشر للمستخدمين بممارسة التحكم. وعلى النقيض من ذلك،

تتحدى إمكانات الارتباط والاستمرارية قدرة المستخدمين على ممارسة التحكم. إن كل من مجموعة الإمكانيات - التي تعزز التحكم (الجدول 1، المعلومات الإضافية المرفقة) وكذلك التي تتحدها (الجدول 2، المعلومات الإضافية المرفقة) - لها آثار مختلفة على (1) توافر ممارسات التحكم، (2) إقرار التحكم، (3) المعايير الذاتية للخصوصية و (4) الآليات الخارجة عن التحكم (ستظهر هذه الآثار بالخط المائل عند الإشارة إليها فيما يلي ويتم تلخيصها في الجدولين 1 و 2 المرفقين في الرابط المذكور أعلاه).

### إغفال الهوية:

يوضح إمكان إغفال الهوية فكرة أن فاعلي وسائل التواصل الاجتماعي الآخرين مثل الأشخاص، المؤسسات أو الشركات الخاصة الأخرى لا يعرفون مصدر الرسالة أو المرسل (Evans et al., 2017). عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، من النادر أن يكون مستخدمها غير معروف لدى الآخرين أو أن يستخدمها مع إغفال هويته (Rainie, Kiesler, Kang, & Madden, 2013). ومع ذلك، لا يزال إغفال الهوية موضع تقدير في بعض الأحيان. على سبيل المثال، يمكن للمستخدمين الذين يعلقون على مشاركات المستخدمين الآخرين في منتديات مساعدة الذات أو المنتديات السياسية أن يقرروا إبقاء تفاعلاتهم مغلقة. بالإضافة إلى ذلك، قد يستخدم مستخدمو مواقع المواعدة، على الأقل بشكل جزئي أو مؤقت، هذه المواقع بشكل مجهول (Ramirez, Bryant, Erin, Fleuriet, & Cole, 2015). إن إغفال الهوية ليس مسألة "تشغيل" أو "عدم تشغيل" ("موافقة" أو "رفض") ولكنه مرن وقابل للتطوير (Evans et al., 2017). لقد أثار إغفال الهوية اهتمامًا هائلاً في الأبحاث حول الاتصال بوساطة الكمبيوتر (Qian & [CMC] Joinson, 2001). هنا، يعتبر إغفال الهوية على وجه التحديد وسيلة للتحكم في وصول أفراد (Qian & Scott, 2007) علاوة على ذلك، أثناء الاتصال بالإنترنت مع إغفال الهوية، يمكن للفرد أن يقرر بآلية نوع المعلومات التي يجب مشاركتها ومع من يشاركها وما يجب حجبها (Qian & Scott, 2007)، كما أن متلقي الرسالة أثناء هذا النوع من التواصل لا يمكنه أن يتعامل بسلوكيات إنترنتية مواجهة، ولذلك، فإن التحكم يكون بيد المرسل (Ben-Ze'ev, 2003).

يكون التحكم في المحتوى وتدقيقه واستخداماته ممكناً لأنه، في حالة إغفال الهوية، يتم فصل كل هذه الأشياء عن المستخدم. وعلى الرغم من أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تتيح إغفال الهوية بالكامل، إلا أن المستخدمين يبقون أحياناً منشوراتهم مغلقة بهدف واضح وهو ممارسة التحكم (Rainie et al., 2013). على سبيل المثال، يخفون موقعهم أو يحذفون ملفات تعريف الارتباط حتى لا تتمكن الشركات من التعرف عليها. قال أحد المشاركين في مقابلة

في إطار دراسة أجراها كل من "ساريكاكيس" و"وينتر" (Sarikakis and Winter, 2017) : "حسناً، عندما أستخدم أسماء وهمية أو عناوين بريد إلكتروني وتواريخ ميلاد مزيفة، أعتقد أن هذا هو عنصر التحكم الوحيد الذي يمكنك محاولة الحصول عليه" (ص 9). وعلى الرغم من ذلك، هناك جانبان، قد يجذبان من تصورنا للتحكم. أولاً، يعرف المستخدمون أنهم يتركون آثاراً وراءهم، وبمجرد نشرهم للمحتوى على الإنترنت - حتى لو تم نشره بشكل مغفل - فقد يكون من الممكن تعقبهم بسبب المعلومات الأخرى التي تركوها على الإنترنت؛ ثانياً، قد يتم استخدام إغفال الهوية بشكل محدود فقط (على سبيل المثال، من خلال ترك اسم الشخص وليس عنوانه)، ويقر المستخدمون أنه في حالة الغفل الجزئي للهوية، فإنهم يشعرون بالتحكم جزئي فقط، وبالتالي بخصوصية جزئية فقط (Rainie et al., 2013). ما هي الممارسات المتاحة للمستخدمين للقيام بالتحكم؟ أولاً، يمكن اعتبار التواصل بشكل مجهول عبر الإنترنت مسألة اختيار. اقترحت "وو" (Woo, 2016) أن إغفال الهوية - أو على النقيض من ذلك، كشفها - هو أهم قضية في الخصوصية عبر الإنترنت. مضيفة أنه يجب أن يكون لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، "جزر" من إغفال الهوية. بل إنها شجعت الناس على الكذب وعدم إفشاء بعض الأسرار بهدف استعادة التحكم والاستقلالية. ثانياً، بالرغم من ذلك، يتطلب سياق إغفال الهوية، أن تكون الموافقة والتصحيحات منفصلتين نسبياً عن المستخدم لأتفا عبارة عن ممارستين مرتبطين بالهوية.

يمكن أن يكون إغفال الهوية بمثابة إقرار بالتحكم عن طريق التموهية أو الكذب بشأن هوية المرء أو تركها غير محددة لبعض التطبيقات والمناسبات. كما قد يترك الأشخاص مصدر رسائلهم غير معروف. وبالطبع قد يتم تطبيق ممارسات التحكم هذه عند التفاعل مع بعض المستخدمين دون آخرين. وباختصار يرتبط توفير إغفال الهوية بالتحكم في المعلومات، والذي تم إثباته أيضاً في الدراسات التجريبية. (Fox & McEwan, 2017).

في الدراسات السابقة حول الخصوصية، لعب إغفال الهوية دوراً مهماً. هنا، تم فهمه على أنه "نوع" من الخصوصية من بين أنواع أخرى مثل العزلة أو الحميمية أو التحفظ (Pedersen, 1999; Westin, 1967). وباختصار، يسمح إغفال الهوية للمستخدمين بممارسة التحكم، وبالتالي فهي تزيد من الخبرة الشخصية للفرد في الخصوصية من خلال عدم إمكانية التعرف عليه على الإطلاق أو عن طريق تقديم أجزاء من هويته الشخصية بشكل انتقائي (Smith et al., 2011; Woo, 2016).

## إمكانية النشر:

تتمثل "إمكانية النشر" (Editability) في "الإمكان" (Affordance) الذي تم تناوله سابقاً في النموذج الشخصي المفرط (Walther, 1996): يقدم مرسلو الرسائل عبر الإنترنت أنفسهم بشكل انتقائي عبر الإنترنت عن طريق إرسال الإشارات والرسائل الإيجابية عن أنفسهم والتي يريدون أن يعرفها الآخرون. بالإضافة إلى ذلك، وعلى الرغم من أن نشر هوية الفرد يعد جزءاً من أي تفاعل اجتماعي، فإن منصات وسائل التواصل الاجتماعي توفر مزيداً من الحرية من حيث ماهية هذه التفاعلات وكيف ومتى يتم نشرها. حيث يتيح النشر للمستخدمين تكرار الرسائل أو تعديلها أو قبولتها أو إنشائها، وبالتالي تكرار وتعديل وصياغة مظهرهم الشخصي.

تتيح إمكانية النشر لمرسل الرسالة التحكم في المحتوى وفي تدفقه وفي استخداماته لأن المستخدمين لديهم فرصة لتغيير منشوراتهم أو حتى حذفها (Treem & Leonardi, 2012). علاوة على ذلك، يمكن للمستخدمين التحكم في التدفق وزيادة استخدام المحتوى الخاص بهم من خلال تشكيل قوائم الأصدقاء الذين يتواصلون معهم عبر الإنترنت أو باستخدام ملف تعريف خاص أو عام بهم (Ellison & boyd, 2013). إن توافر ممارسات التحكم يكون مدعوماً بشكل كبير من خلال إمكانات وسائل التواصل الاجتماعي التي تتيح النشر (Fox & McEwan, 2017). فللمستخدمين خياران، إما نشر أفكارهم بشكل حدسي تلقائي أو تمثيل إشاراتهم غير اللفظية بشكل تصويري. ويمكن اعتبار النشر توثيقاً (enactment) ديناميكياً للتحكم لأن المستخدمين يختارون عمداً ما يجب الكشف عنه لجمهور معين أو ما يجب حجبها عنها (Crowley, 2017). علاوة على ذلك، فإن القيام بتصحيحات للمشاركات والقرارات الشخصية أمر متاح كما يمكن أيضاً اعتباره بمثابة إقرار للتحكم (Crowley, 2017).

كما قد يؤدي التحكم في تدفق المعلومات إلى تعزيز التجارب الذاتية للخصوصية. ففي أبحاث الخصوصية، غالباً ما تُفهم ممارسة التحكم في تدفق التفاعل على أساساً أنها مترادفة مع الخصوصية أو مع مبدأ تواصلية ضمن الخصوصية (Nissenbaum, 2010).

## الترايط:

تُستخدم منصات التواصل الاجتماعي بشكل أساسي لأنها توفر للمستخدمين فرصة للتواصل مع الآخرين والبقاء على اتصال بهم. لقد أوضح المستخدمون فكرة أن الاتصال هو أهم دافع لهم لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية (Quinn, 2016). وبالتالي، فإن إحدى أهم إمكانات التواصل الاجتماعي هي العلاقات الترابطية التي يتم إنشاؤها أو الحفاظ عليها بين شركاء التفاعل (Ellison & boyd, 2013; Treem & Leonardi, 2012).

لكن يبدو أنه لا يمكن الجمع بين إمكانيتي الترابط والتحكم في المحتوى وتدقيقه واستخداماته لأنهما أمران غير متوافقين بشكل لافت للنظر. في دراستهما المقطعية، أوضح كل من "فوكس" وماك إيوين" (Fox and McEwan, 2017) أن التحكم المعلوماتي والارتباطات الشبكية مرتبطان سلبيًا. حيث يمارس التحكم من طرف شخص فردي، وبالتالي يكون دور هذا الفرد مركزيًا إن لم يكن مسؤولاً بالكامل عن تحقيق الخصوصية عبر التحكم. ويتم التعبير عن هذا بوضوح في فهم المستخدمين الحالي للتحكم. وعلى سبيل المثال، اعتبر المشاركون في دراسة "سريكاكس ووينترز" (Sarikakis and Winters, 2017) الفرد هو "التحكم" الشرعي في الخصوصية (ص. 6). كما يرى، "بويد" (boyd, 2014) بأن ممارسة التحكم بهدف تحقيق الخصوصية تتطلب من الفرد اهتمامه الكامل، بالإضافة إلى قوته ومعرفته ومهاراته. وستكون ممارسة التحكم الوحيدة المتاحة هي الانسحاب الكامل (أي عدم المشاركة) وقبول السلبيات التي تنتج عن مثل هذا القرار. بعد ذلك، يمكن استخدام **ممارسات** غامضة وسلبية للتحكم، ولكن تبقى لها السلبيات نفسها.

وباختصار، فإن التحكم كقضية وكمفهوم يأخذ منظور **الفرد**. بمعنى آخر، إنه "حاجة تتمحور حول الأنا" (Papacharissi, 2010, p. 144). وعلى النقيض من ذلك، فإن الارتباط هو مفهوم بيئي تشاركي. إذ من المحتمل جدًا أن ينتهي تحكم شخص ما عند النقطة التي يبدأ فيها تحكم شخص آخر. ومن ثم، فبقدر ما تعد شبكة الويب الاجتماعية عالما مترابطًا يشمل أطرافًا أخرى، فإن التحكم لن يكون الوسيلة الكفيلة بضمان الخصوصية أو بممارستها. على أساس هذه الاعتبارات - وهذا سيكون مهمًا للمقترحات القادمة حول خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي - أصبحت الوسائل والآليات الأخرى لضمان التجربة الشخصية للخصوصية ضرورية: يتواصل المستخدمون مع بعضهم البعض لضمان الخصوصية. علاوة على ذلك، إذا لم يكن الاتصال ممكنًا، فإنهم يختارون شركاء اتصال - أفرادًا ومنظمات ومؤسسات - يمكنهم الوثوق بهم. لقد ثبت أن الثقة أمر حاسم لضمان تصور الخصوصية والكشف عنها لاحقًا عبر الإنترنت (Metzger, 2004). يمكن تأسيس الثقة من خلال التواصل الشخصي (Petronio, 2002) والمعايير التي يمكن للمستخدم الفردي الاعتماد عليها (Saeri et al., 2014). على هذا النحو، في المقترحات القادمة وفي نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي، سيتم تصور الثقة والتواصل والمعايير باعتبارها الآليات الأساسية لضمان الخصوصية خارج نطاق التحكم.

### الاستمرارية:

تتعلق القدرة على البقاء بمدى استمرارية (Persistence) التعبيرات والمحتويات عبر الإنترنت (boyd, 2014)، وبفكرة أنه بعد نشر المعلومات الشخصية عبر الإنترنت، يتم تسجيلها وأرشفتها تلقائيًا وبالتالي يمكن تكرار ظهورها (boyd, 2008). وهذا يعني أن البيانات تظل متاحة بالشكل نفسه على مدى فترات طويلة من الزمن ولجماهير متنوعة وغير متوقعة (Evans et al., 2017; Treem & Leonardi, 2012). شدد بعض المؤلفين على النتائج

الإيجابية التي قد تكون للاستمرارية، أي أنها تسمح بدوام المعرفة، وتخلق أشكالا صلبة من التواصل وتدعم نمو المحتوى (Treem & Leonardi, 2012)، وتتيح الأصالة وطول العمر (boyd, 2008).

مع ذلك، ونظرًا لأن الاستمرارية تشتمل على الطبيعة اللانهائية وغير المحدودة للبيانات عبر الإنترنت، فإنها تعبر أيضًا عن فقدان التحكم الذاتي في مصير المعلومات. يبدو أن الاستمرارية لا تتوافق مع التحكم. إنها توحى بفكرة أن التحكم في المحتوى وفي تدفقه واستخداماته أمر مستحيل لأنه بمجرد نشر المعلومات الشخصية عبر الإنترنت، فإنها لم تعد تحت سيطرة المرسل. فيما يتعلق بممارسات التحكم، يمتلك مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي خيار الانسحاب تمامًا من التفاعلات عبر الإنترنت، وعدم نشر معلوماتهم، وبالتالي تجنب استمرارها. في الوقت نفسه، سيمنعهم ذلك من الحصول على الفوائد التي لا تعد ولا تحصى والتي تأتي مع مشاركة البيانات، وبالتالي لا يبدو أن الأمر يبقى مرتبطًا بمسألة حرية الاختيار. كما أنه، وبمجرد اختيار المشاركة، تنخفض ممارسات التحكم الأخرى مثل الموافقة والتصحيح المعتبر. أخيرًا، فبمجرد منح الموافقة، تنقص بعد ذلك، فرص الشخص في تصحيح الاتصال السابق عبر الإنترنت. حيث يعرف المستخدمون أنهم لا يتحكمون في مدى استمرارية بياناتهم، وهذا يقلل بشكل كبير من تجربتهم الشخصية في الخصوصية (Rainie et al., 2013). يمكن اعتبار الافتقار إلى التحكم في المعلومات الشخصية بسبب استمرار جميع أنواع المعلومات عبر الإنترنت أحد القضايا الرئيسة الراهنة للحياة على الإنترنت والتجربة الشخصية للخصوصية. للرد على احتياجات المستخدمين للتنبؤ بالاستمرارية وفهمها (Rainie et al., 2013)، يبدو أن التواصل والثقة والمعايير هي طرق مناسبة لضمان الخصوصية.

### نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي:

تعتمد خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي على العمليات البنينة الخاصة بالكشف المتبادل عن المعلومات والتواصل (Altman, 1975; Petronio, 2002). علاوة على ذلك، يمكن اعتبارها قيمة يتم تطويرها بشكل مشترك من خلال الانخراط في التواصل والتي يتم التعبير عنها من خلال تصور مشترك (Nissenbaum, 2010; Smith et al., 2011). على أساس هذه الاعتبارات، أقترح:

### الاقترح 1. يتم تصور الخصوصية وتقديرها بشكل مترابط.

على عكس الخصوصية، فإن التحكم يتمركز في الفرد، حيث يمارس الفرد التحكم باعتباره محور أناته (Papacharissi, 2010; Sarikakis & Winter, 2017). تهدف منصات وسائل التواصل الاجتماعي إلى الارتباط والترابط والتواصل الاجتماعي ويمكن وصفها بأنها متمحورة اجتماعيا (Ellison & boyd, 2013). نتيجة

لذلك، لا يمكن تحقيق خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كافٍ من خلال ممارسة التحكم. فالآليات الأخرى ضرورية لضمان خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي.

**الاقتراح 2.** لا يمكن تحقيق الخصوصية بشكل مُرضٍ من خلال ممارسة التحكم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

بدلاً من السعي إلى تحقيق التحكم كهدف نهائي للخصوصية، فإن العكس ضروري لتجربة الخصوصية في وسائل التواصل الاجتماعي. حيث يحتاج المستخدمون إلى التواصل باستمرار مع بعضهم البعض وكذلك مع المؤسسات والشركات لضمان خصوصيتهم. إنهم بحاجة إلى الانخراط في عمليات التداول والتواصل بين الأفراد. فالتواصل بين الأشخاص يفهم على أنه تفاعلات بين المستخدمين وكذا بين المستخدم الفردي والآخرين الذين يمثلون أطرافاً ثالثة مثل المؤسسات والشركات. تُعرّف المداولات على أنها تفاعل غير رسمي أو مؤسسي بين مستخدمي الإنترنت (وحتى مع ممثلي الحكومات أو المؤسسات أو الشركات)، يشمل اتخاذ قرارات عقلانية-نقدية وهدفاً جاداً لإيجاد الحلول (Burkhalter, Gastil, & Kelshaw, 2002).

**الاقتراح 3.** الاتصال بين الأشخاص هو آلية يمكن من خلالها ضمان خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مترابط وتنفيذها.

ومع ذلك، لا يمكن أن تصاحب جميع إجراءات وخطوات استخدام الوسائط عبر الإنترنت عمليات تواصل. بالنسبة للعديد من الأسئلة المتعلقة بالخصوصية، إن لم يكن معظمها، يمكن للناس الاعتماد على التجارب السابقة. هنا، يتبلور التواصل والمداولات في نتيجة مستقرة قائمة على علاقة أو حتى على حل ما، أي الثقة (أو عدم الثقة) والمعايير (أو انعدام المعايير). ويمكن تعريف الثقة على أنها استباق وتوقع لسلوك شخص أو مؤسسة ما بما يقلل من عدم اليقين (Waldman, 2018, p. 4). هذا وقد ثبت بأن الثقة تضمن الخصوصية على أساس التواصل طويل الأمد والروابط الموثوقة (Saeri et al., 2014). كما يمكن تصور الثقة كعامل حاسم للتأثير في قرارات الإفصاح عن الذات وكنتيجة للتواصل (Saeri et al., 2014). وفي المقابل، فإن انعدام الثقة -الذي لم يتم تناوله بعد في أبحاث الخصوصية- يمثل تهديداً للخصوصية، ولذلك فهو يتطلب المبادرة بالتواصل. ففي دراسة كيفية حول تصورات الخصوصية، أظهر الثلاثي "تاتش، ماسور وتريني" (Teutsch, Masur, and Trepte, 2018) أن بعض مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي أدركوا أنهم فقدوا التحكم واستبدلوا الثقة بالتحكم. حيث قال أحد المشاركين في المقابلة، "حسناً، الخصوصية هي الثقة المطلقة بين شركاء المحادثة... المطلقة، واليقين المطلق أن موضوع المحادثة



سيبقى في هذا المجال" (p.7). ومن جهته، اقترح "إشهور" (Eichenhofer, 2019) أن "نموذج الثقة" يجب أن يشير إلى منظور أكثر حداثة بشأن تنظيم الخصوصية من خلال الثقة، وذلك على النقيض من تنظيم الخصوصية عبر التحكم أو التقرير الذاتي لمصير المعلومات.

في حالة تنظيم الخصوصية، تدخل كل من المعايير الاجتماعية والتشريعية حيز التنفيذ (Gusy, 2018; Spottswood & Hancock, 2017; Utz & Krämer, 2009). تُفهم المعايير الاجتماعية على أنها ضغط اجتماعي للانخراط في نوع معين من السلوك ويتم تأسيسها من خلال ما يوافق عليه الآخرون (المعايير أو القواعد الزجرية) وما يفعلونه بالفعل (المعايير الوصفية) (Saeri et al., 2014). وعلى الرغم من أن القواعد التشريعية تصوغها قرارات المحاكم (الاجتهادات القانونية)، وينظمها القانون (ولا تقوم على أساس مراعاة الآخرين)، إلا أنها تشترك مع المعايير الاجتماعية من حيث أنها تفرض سلوكًا معينًا وتسمح بفرض عقوبات في حالة عدم الالتزام بهذا السلوك. أظهرت الأبحاث السابقة أن الثقة والمعايير هما مفتاحا الحصول على الخصوصية (Marwick & boyd, 2014; Quinn, 2014). وبالطبع، يكون التواصل ضروريا لتأسيس الثقة والمعايير.

#### الاقترح 4. تعمل الثقة والمعايير كآليات خصوصية تمثل اتصالات الخصوصية المتبلورة:

أقترح أن التحكم والاتصال رافقهما توازن جديد عبر وسائل التواصل الاجتماعي: التحكم بصدد فقدان مزيد من التحكم والتواصل بصدد اكتساب مزيد من القوة. بعبارة أخرى، لا يعتمد المستخدمون فقط على التحكم ويسعون لتحقيقه في المقام الأول، ولكنهم يسعون جاهدين للتواصل بشأن الخصوصية لتأسيس المعايير والثقة وحتى في بعض الأحيان لاستعادة التحكم. وفي الواقع، يتم التعبير عن ترابط الخصوصية وإبرازها من خلال التواصل بين الأشخاص. إن هذا التحول الاجتماعي الناشئ في نظرية الخصوصية تم إقراره أيضًا في تعريف الخصوصية:

أعرّف الخصوصية من خلال تقييمات الفرد ل (أ) مستوى الوصول إلى هذا الشخص في تفاعله أو علاقته مع الآخرين (الأشخاص والشركات والمؤسسات) و(ب) لتوفر آليات التحكم والتواصل بين الأشخاص والثقة والمعايير لتشكيل هذا المستوى من الوصول من خلال (ج) الإفصاح (شبه البديهي) عن الذات باعتباره تنظيمًا للخصوصية السلوكية و(د) تحكما وتواصلًا بين الأشخاص وتداولًا، وكوسائل لضمان تنظيم الخصوصية (بطريقة أكثر تعقيدًا إلى حد ما). إذن، في وسائل التواصل الاجتماعي، يتأثر توافر الآليات التي يمكن تطبيقها لضمان الخصوصية بشكل حاسم بالمحتوى الذي تتم مشاركته وإمكانات وسائل التواصل الاجتماعي التي تحدد كيفية استخدام هذا المحتوى بشكل أكبر.

سأخص، في ما يلي، الأساس المنطقي النظري الذي تم تطويره في هذا المقال في خضم التسلسل الزمني لعملية التواصل. وعلاوة على ذلك، سأوضح كيف أن تقييمات خصوصية الفرد المشار إليها في المقترحات الأربعة تؤدي في النهاية إلى أشكال مختلفة من سلوكيات تنظيم الخصوصية. العملية موضحة في الشكل 1. أما الخطوات التالية فهي لجعل النموذج متاحًا لأي دراسة أميريقية.

يشير الجزء الأول من مخطط التدفق إلى التقييم الذاتي والأولي لمستخدم الوسائط الاجتماعية: يتمتع جميع البشر بمستويات وصول فردية يرون أنها ملائمة ومريحة إلى حد ما. إن مستوى الوصول هذا هو بُعد قابل للقياس والتكميم ويتنوع بين المستويات العالية والمنخفضة ويعبر عن رغبة الفرد في الكشف عن نفسه. في المقابل، فإن هدف الاتصال متجذر في الموقف القائم ويحدد ما يجب تحقيقه في هذا الموقف بالذات. إن أهداف التواصل الخاصة بالفرد في وسائل التواصل الاجتماعي متنوعة ومراعاهما عند تقييم الخصوصية أمر مهم. يمكن فهمها على الأرجح على أنها سيناريو نوعي لما يريد الفرد المستخدم ويحتاجه للتواصل معه في موقف معين. ومن ثم، فإن نقطة الانطلاق لكل اعتبار بشأن الخصوصية هي الأسئلة المطروحة بوعي إلى حد ما: كيف أشعر، وما الذي أحتاجه، وما هو هديني في هذا الموقف بالذات؟

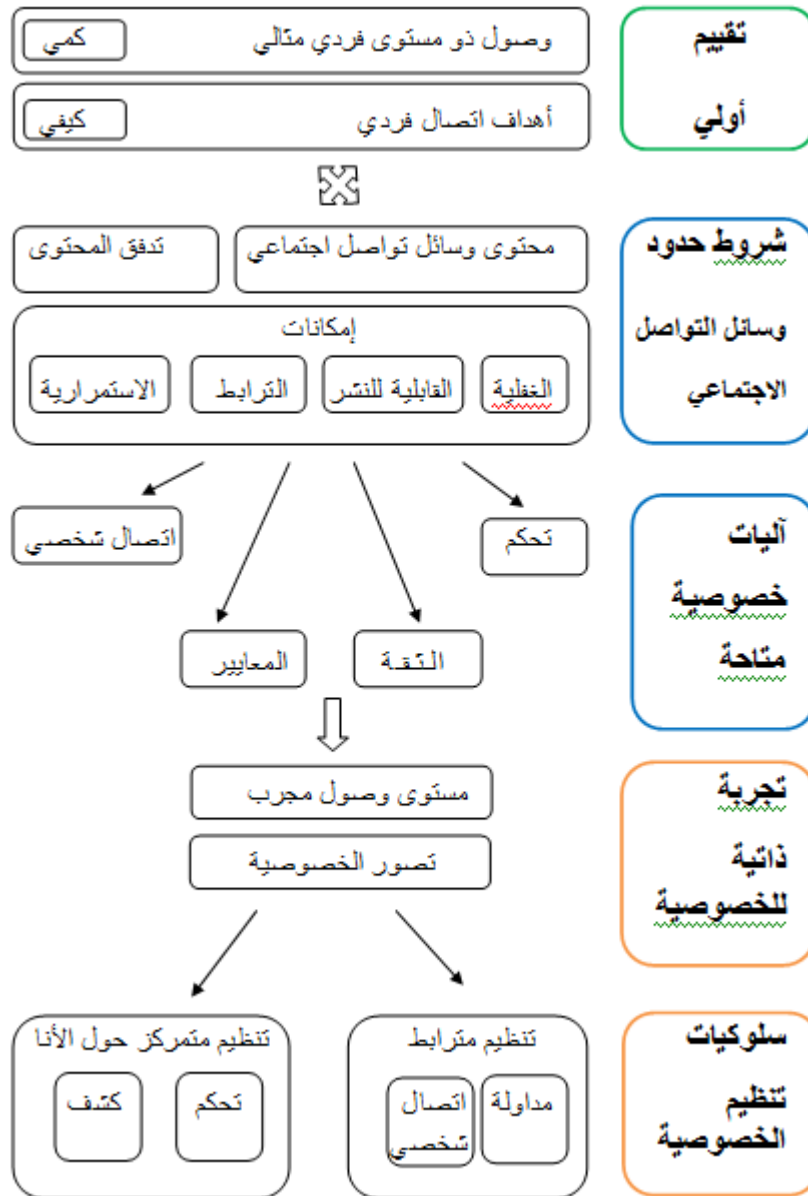
يشير الجزء الثاني من النموذج إلى شروط حدود وسائل التواصل الاجتماعي التي تتم مواجهتها. هنا، يتفاعل المحتوى والإمكانات ديناميكياً (كما هو موضح بعلامة الضرب) مع التقييم الأولي للفرد. يوازن الفرد المستوى المثالي للوصول وأهداف الاتصال الخاصة به مقابل شروط حدود وسائط التواصل الاجتماعية من خلال النظر في المحتوى الذي تتم مشاركته، وأين؟ وكيف يمكن أن يتدفق من مستخدم أو مؤسسة إلى أخرى؛ وكيف يمكن استخدامه. إن محتوى الوسائط الاجتماعية يصبح ديناميكياً عند عرضه ومشاركته. تمثل الإمكانات هذه الديناميكية، وتشكل، جنباً إلى جنب مع تصرفات الفرد وأهدافه، آليات الخصوصية المتاحة: التحكم والثقة والمعايير والتواصل بين الأشخاص. ومن ثم، يقوم المستخدمون بتقييم ما إذا كان لديهم خيار، وما إذا كان بإمكانهم الاعتماد على الثقة أو المعايير، أو ما إذا كانوا سينخرطون (أو يتعين عليهم الانخراط) في عملية تواصل بين الأشخاص.

يشير الجزء الثالث من النموذج إلى التجربة الذاتية للخصوصية. حيث يواجه الفرد مستوى معيناً من الوصول الذي ينتج عن أهداف الفرد من ناحية وشروط حدود وسائل التواصل الاجتماعي وآليات الخصوصية المتاحة لتنظيم الخصوصية بنشاط من ناحية أخرى. تُفهم هذه التجربة هنا على أنها تراكم غير مصقّى للمحفزات الخارجية

والاحتياجات الداخلية، ثم تؤدي إلى إعادة تقييم أكثر تفصيلاً، أي تصور الخصوصية الذي يمكن أن يكون شفهيًا، ويمكن الوصول إليه أمريكيًا.

ينتج عن تصور الخصوصية أشكال مختلفة من سلوكيات تنظيم الخصوصية. أولاً، ينتمي الإفصاح الذاتي للمستخدم الفردي إلى سلوكيات التنظيم الأكثر بديهية ويتضمن جميع المعلومات التي تمت مشاركتها عمدًا (أو عدم مشاركتها) مع الآخرين، وفي حالة توفر آلية التحكم في الخصوصية واعتبارها مناسبة لهدف اتصالي معين، يمارس المستخدمون التحكم بشكل نشط ومتعمد من خلال تقييد الوصول إلى المعلومات، والتمييز بين مكونات الجمهور، والرقابة الذاتية، والتشفير؛ أو بالأحرى من خلال إضفاء الغموض على الحقيقة، والتعتميم على المعلومات. وعندما لا تسمح آليات الخصوصية بالتنظيم المتعمد والأناي -نسبياً- للخصوصية (على سبيل المثال، عندما لا يكون للأفراد تحكم جزئي على الأقل)، تتدخل سلوكيات التنظيم الأخرى. فقد ينخرط الفرد في التواصل بين الأشخاص أو حتى المداولات للتفاوض وتنظيم الخصوصية بشكل متبادل. يتدخل التواصل والتداول والتحكم بين الأشخاص، كسلوكيات تنظيمية على المستوى الفوقي، عندما لا تكون سلوكيات الخصوصية بديهية، أو عندما تنهار السياقات، أو عندما يتطلب موقف معين مزيدًا من التفصيل و / أو التواصل.

سوف تتناوب عملية الاتصال الموضحة في الشكل 1 في تدفق مستمر من التقييمات وإعادة التقييم بمجرد أن تؤدي ردود أفعال الآخرين إلى تغييرات في الظروف المحيطة أو عندما تتغير الأهداف أو الاحتياجات الشخصية. سأناقش فيما يلي قدرات وعواقب الافتراضات النظرية للنموذج. ما هي التأثيرات المحتملة وما هي المزالق والفرص التي ستحدث إذا تم استبدال التحكم بالتواصل والثقة والمعايير؟



الشكل 1: نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي

تحديات نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي:

يعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في صميم التواصل البشري ويقدم كل مزاياه العديدة مثل ممارسة حرية التعبير أو الوصول إلى الأشخاص في ظروف معيشية حرجة وتزويدهم بالدعم الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، تقدم وسائل التواصل الاجتماعي مزايا خاصة لأنها موجودة في كل مكان ومستقلة عن الزمان والمكان. فهي، على سبيل المثال،

تسمح للناس بالتواصل عبر الحدود في أراضي الأصدقاء والأعداء والشياطين، وتمنح لمستخدميها حرية كبيرة. هذه الحرية - وهذه مرة أخرى واحدة من المزايا الرئيسة للتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي - غالبًا ما تكون مستقلة عن الوضع المحلي أو الثقافي للمستخدم. إن الحرية ترتبط تاريخيًا ارتباطًا وثيقًا بالخصوصية. في العصور الوسطى، اقتضت الحرية على أولئك الذين لديهم أرض (Moore, 1984). فأولئك الذين يمتلكون الأرض هم من يتمتعون بحرية سحب أراضيهم أو منحها أو تقييد الوصول إليها. وفي المقابل، فإن "غير الأحرار"، الذين ليس لديهم أراضيهم أو ممتلكاتهم الخاصة، لم يكن لهم الحق في الخصوصية. بهذا المعنى، فإن الحرية هي الأصل في تشريع وتحديد مرجعية الخصوصية (Gusy, 2018).

بالنسبة لوسائل التواصل الاجتماعي وعوالم الإنترنت، ترتبط الحرية بالخصوصية ارتباطًا وثيقًا. ومع ذلك، فإن أفكار الممتلكات وحق الملكية لا تبدو قابلة للتطبيق بالكامل بعد الآن. لقد أصبحت الحدود والممتلكات غامضة لأنه، في كثير من الأحيان، يُنظر إلى البيانات والمعلومات الشخصية على أنها سلع مشتركة بمجرد ظهورها على الإنترنت. لخصت "نيسنباوم" (Nissenbaum, 2010) عملها حول التكامل السياقي بالكلمات الآتية: "لدينا الحق في الخصوصية، ولكن ليس من حقنا التحكم في المعلومات الشخصية ولا تقييد حق الوصول إلى هذه المعلومات" (p.231). وأقرت بأنه بالنسبة لوسائل التواصل الاجتماعي، الخصوصية هي بالأحرى قيمة وتصور.

فإذا كانت الحدود والممتلكات ذات طبيعة دائمة، فعلى النقيض من ذلك، تخضع القيم والتصورات للتأويل والتغيير. إن هذا الفهم للخصوصية، باعتبارها خاضعة للتأويل والتغيير، يجعلها قضية اتصالية. ففي نهاية المطاف قد يؤدي التواصل حول الخصوصية إلى الثقة، وإذا تمت مشاركته بنجاح في مجتمع ما، فسيؤدي ذلك إلى المعايير الاجتماعية والتشريعية. ومع ذلك، لا يمكن فهم التواصل على أنه عملية طويلة وشاقة سَظْهَر لنا الحل أخيرًا وتقودنا إلى نور الخصوصية. بل العكس هو الصحيح. ففي وسائل التواصل الاجتماعي، يعد التواصل حول مشاركة البيانات واستخدام البيانات الشخصية وتدفعها هو الحل نفسه. لأن التقييم المستمر والنقدي وإعادة التقييم والتواصل الديناميكي، هي العملية الوحيدة التي ستتيح لنا الفرصة لضمان الخصوصية كواحدة من أهم قيم المجتمعات المتحضرة.

يتم التعبير عن الصفة الترابطية للخصوصية وإبرازها من خلال التواصل بين الأشخاص. وفي الواقع، تشهد الخصوصية "تحولًا اجتماعيًا" في وسائل التواصل الاجتماعي وخارجها (Helm & Eichenhofer, 2019). هذا التحول الاجتماعي الناشئ في نظرية الخصوصية معترف به في نموذج خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، هناك جوانب سلبية لمفهوم الخصوصية كعملية تواصل. أولاً، لن يتمتع جميع أعضاء عملية التواصل هذه بفرص متساوية

في الاستماع إليهم. فعلى سبيل المثال، ثبت أن الفجوات الرقمية ومحو الأمية تؤثران بشكل حاسم على المشاركة في عمليات الاتصال هذه (Helsper, 2017).

ثانياً، أصبحت المعلومات عبر الإنترنت سلعة تجارية، والمصالح المالية واضحة (Sevignani, 2016). حيث يتم استغلال التواصل غير الهادف بين الأصدقاء بشكل متزايد لأسباب اقتصادية (Seubert & Becker, 2019)؛ وتبدل الشركات قصارى جهدها لتجنب التفاعلات بين المستخدمين الأفراد الذين يسعون جاهدين لتنظيم خصوصيتهم. وفي المقابل، تحاول بناء الثقة من خلال أنشطة العلامات التجارية القوية التي تعلن أنها تتجاوز مخاوف خصوصية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي واهتمامهم بحل مشكلات الخصوصية من خلال التواصل والمشاركة النشطين (Boerman, Kruikeimer, & Zuiderveen Borgesius, 2018; Li, 2011).

ثالثاً، نتيجة لذلك، ينتظر من المستخدمين الكثير لأجل توفير متطلبات الاتصال والثقة. فالتحكم يشير إلى حالة مستقرة يمكن للفرد فيها الاستلقاء والتوقف عن التفكير في تدفق المعلومات الشخصية عبر الإنترنت. وعلى النقيض من ذلك، فإن التواصل والثقة والمعايير عرضة للتغيير وبالتالي تتطلب تقييماً ودراسة مستمرين. ومن ثم، يجب أيضاً مراعاة التحكم في المعلومات فيما يتعلق بقدرة الفرد على ممارسة التحكم (Grimm & Bräunlich, 2015). فالمنظور الذي يركز على المستخدمين يحتاج إلى استكماله وإرفاقه بمنظور قائم على النظام والتدخلات ذات الصلة (Schäwel, 2020).

رابعاً، قد تؤدي عملية الاتصال الصعبة هذه أيضاً إلى تهديد القدرة على تطوير هوية ذاتية التحديد. حيث اعتبر "وستن" (Westin, 1967) أن التحكم في الحدود يعني التحكم في الهوية: "هذا الاختراق المتعمد للقشرة الواقية للفرد، ولدفعه النفسي، سيحمله عرضة للسخرية والعار وسيضعه تحت سيطرة أولئك الذين يعرفون أسرارهم" (ص 33). نتيجة لذلك، فإن فقدان التحكم يفضي إلى تهديد تطوير الهوية.

أخيراً، أتبنى الطبيعة الصعبة والمرهقة إلى حد ما للاتصال حول الخصوصية في وسائل التواصل الاجتماعي. ففي وسائل التواصل الاجتماعي، هناك سيطرة محدودة على المعلومات الشخصية. بالإضافة إلى ذلك، فإن التعامل مع هذا النقص في التحكم أمر صعب ومرهق. من خلال الإقرار بهاتين الملاحظتين، سوف يقر المستخدمون بأنهم بحاجة إلى أن يكونوا نشطين ويشاركوا في التواصل وفي بناء الثقة والمعايير الاجتماعية والتشريعية المشتركة. إن الخصوصية، في وسائل التواصل الاجتماعي، ليست شأناً خاصاً. إنها في قلب الاتصال. نحن خارج نطاق التحكم لأن لدينا الكثير لنشاركه. ومن ثم، فإن التواصل بين الأشخاص والثقة والمعايير هي أهم ثلاث آليات تساعد بشكل متبادل على ضمان خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي.

## قائمة المراجع

- Altman, I. (1975). *The environment and social behavior: Privacy, personal space, territory, crowding*. Monterey, CA: Brooks/Cole Publishing Company.
- Anderson, J., Rainie, L., & Duggan, M. (2014). *Digital life in, 2025*. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2014/03/11/digital-life-in-2025/>.
- Ben-Ze'ev, A. (2003). Privacy, emotional closeness, and openness in cyberspace. *Computers in Human Behavior*, 19(4), 451–567. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(02\)00078-X](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(02)00078-X)
- Boerman, S. C., Kruikemeier, S., & Zuiderveen Borgesius, F. J. (2018). Exploring motivations for online privacy protection behavior: Insights from panel data. *Communication Research*, 25. <https://doi.org/10.1177/0093650218800915>
- boyd, D. (2008). *Taken out of context*. American teen sociality in networked publics (Doctoral dissertation). Berkeley: University of California.
- boyd, D. (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Brandimarte, L., Acquisti, A., & Loewenstein, G. (2013). Misplaced confidences: Privacy and the control paradox. *Social psychological and personality science*, 4(3), 340–347. <https://doi.org/10.1177/1948550612455931>
- Brummett, E. A., & Steuber, K. R. (2015). To reveal or conceal? Privacy management processes among interracial romantic partners. *Western Journal of Communication*, 79(1), 22–44. <https://doi.org/10.1080/10570314.2014.943417>
- Burgoon, J. K. (1982). Privacy and communication. *Communication Yearbook*, 6(4), 206–249. <https://doi.org/10.1080/23808985>
- Burkhalter, S., Gastil, J., & Kelshaw, T. (2002). A conceptual definition and theoretical model of public deliberation in small face-to-face groups. *Communication Theory*, 12(4), 398–422. <https://doi.org/10.1093/ct/12.4.398>
- Buss, A. (2001). *Psychological dimensions of the self*. Thousand Oaks, CA: Sage. Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Cho, H., Lee, J.-S., & Chung, S. (2010). Optimistic bias about online privacy risks: Testing the moderating effects of perceived controllability and prior experience. *Computers in Human Behavior*, 26, 987–995. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.02.012>
- Crowley, J. L. (2017). A framework of relational information control: A review and extension of information control research in interpersonal contexts. *Communication Theory*, 27(2), 202–222. <https://doi.org/10.1111/comt.12115>
- Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., & Margulis, S. T. (1993). *Self-disclosure. Sage series on close relationships*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Dienlin, T. (2014). The privacy process model. In S. Garnett, S. Half, M. Herz & J. M. Mönig (Eds.), *Medien und Privatheit [Media and privacy]* (pp. 105–122). Passau, Germany: Karl Stutz.
- Eastin, M. S., Brinson, N. H., Doorey, A., & Wilcox, G. (2016). Living in a big data world: predicting mobile commerce activity through privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 58, 214–220. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.050>
- Eichenhofer, J. (2019). *e-Privacy - Theorie und Dogmatik eines europäischen Privatheitsschutzes im Internet-Zeitalter [Theoretical and doctrinal foundations of a European privacy protection regulation in the internet age]*. Bielefeld: University of Bielefeld.
- Ellison, N. B., & boyd, D. (2013). Sociality through social network sites. In W. H. Dutton (Ed.), *The Oxford handbook of Internet studies* (pp. 151–172). Oxford, England: Oxford University Press.

- European Commission. (2015). *Special Eurobarometer 431: Data protection*. Brussels, Belgium. Retrieved from [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_431\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_431_en.pdf).
- Evans, S. K., Pearce, K. E., Vitak, J., & Treem, J. W. (2017). Explicating affordances: A conceptual framework for understanding affordances in communication research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(1), 35–52. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12180>
- Fox, J., & McEwan, B. (2017). Distinguishing technologies for social interaction: The perceived social affordances of communication channels scale. *Communication Monographs*, 84(3), 298–318. <https://doi.org/10.1080/03637751.2017.1332418>
- Gibson, J. J. (2014). *The ecological approach to visual perception*. Psychology Press & Routledge Classic Editions. Hoboken, NJ: Taylor and Francis. (Original work published 1979).
- Grimm, R., & Bräunlich, K. (2015). Vertrauen und Privatheit [Trust and privacy]. *DuD Datenschutz und Datensicherheit [Data protection and data security]*, 5, 289–294.
- Gusy, C. (2018). Datenschutz als Privatheitsschutz oder Datenschutz statt Privatheitsschutz? [Data protection as privacy protection or privacy protection as data protection?]. *Europäische Grundrechte Zeitschrift [European Fundamental Rights Journal]*, 45(9-12), 244–255.
- Helm, P., & Eichenhofer, C. (2019). Reflexionen zu einem social turn in den privacy studies. In C. Aldenhoff, L. Edeler, M. Hennig, J. Kelsch, L. Raabe & F. Sobala (Eds.), *Digitalität und Privatheit [Digitality and Privacy]* (pp. 139–166). Bielefeld, Germany: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839446614-009>
- Helsper, E. J. (2017). The social relativity of digital exclusion: Applying relative deprivation theory to digital inequalities. *Communication Theory*, 27(3), 223–242. <https://doi.org/10.1111/comt.12110>
- Howard, P. N., & Parks, M. R. (2012). Social media and political change: Capacity, constraint, and consequence. *Journal of Communication*, 62(2), 359–362. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>
- Johnson, C. A. (1974). Privacy as personal control. In S. T. Margulis (Ed.), *Man-environment interactions: Evaluations and applications* (pp. 83–100). Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchinson & Ross.
- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31(2), 177–192. <https://doi.org/10.1002/ejsp.36>
- Laufer, R. S. [R. S.], & Wolfe, M. (1977). Privacy as a concept and a social issue: A multidimensional developmental theory. *Journal of Social Issues*, 33(3), 22–42. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1977.tb01880.x>
- Li, Y. (2011). Empirical studies on online information privacy concerns: Literature review and an integrative framework. *Communications of the Association for Information Systems*, 28(1), 453–496. Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/cais/vol28/iss1/28>.
- Madden, M. (2014). Public perceptions of privacy and security in the post-Snowden era. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2014/11/12/public-privacy-perceptions/>.
- Madden, M., & Rainie, L. (2015). Americans' attitudes about privacy, security and surveillance. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2015/05/20/americans-attitudes-about-privacy-security-and-surveillance/>.
- Margulis, S. T. (1977). Conceptions of privacy. Current status and next steps. *Journal of Social Issues*, 33(3), 5–21.
- Marwick, A. E., & boyd, d. (2014). Networked privacy. How teenagers negotiate context in social media. *New Media & Society*, 16(7), 1051–1067. <https://doi.org/10.1177/1461444814543995>
- Masur, P. K. (2019). *Situational privacy and self-disclosure: Communication processes in online environments*. Cham, Switzerland: Springer International Publishing.
- Metzger, M. J. (2004). Privacy, trust, and disclosure: Exploring barriers to electronic commerce. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9(4). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00292.x>
- Moor, J. H. (1997). Towards a theory of privacy in the information age. *ACM SIGCAS Computers and Society*, 27(3), 27–32. <https://doi.org/10.1145/270858.270866>



- Moore, B. (1984). *Privacy: Studies in social and cultural history*. Armonk, NY: M.E. Sharpe.
- Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in context: Technology, policy, and the integrity of social life*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Ochs, C., & Büttner, B. (2018). Das Internet als "Sauerstoff" und "Bedrohung" [The internet as oxygen and menace]. In M. Friedewald (Ed.), *DuD-Fachbeiträge. Privatheit und selbstbestimmtes Leben in der digitalen Welt [Privacy and a self-determined life in a digital world]* (pp. 33–80). Springer Vieweg: Wiesbaden, Germany.
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Cambridge, England: Polity Press.
- Pedersen, D. M. (1999). Model for types of privacy by privacy functions. *Journal of Environmental Psychology, 19*, 397–405. <https://doi.org/10.1006/jevp.1999.0140>
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of privacy*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Qian, H., & Scott, C. R. (2007). Anonymity and self-disclosure on weblogs. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*(4), 1428–1451. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00380.x>
- Quinn, K. (2014). An ecological approach to privacy: "Doing" online privacy at midlife. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 58*(4), 562–580. <https://doi.org/10.1080/08838151.2014.966357>
- Quinn, K. (2016). Why we share: A uses and gratifications approach to privacy regulation in social media use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 60*(1), 61–86. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1127245>
- Rainie, L., Kiesler, S., Kang, R., & Madden, M. (2013). Anonymity, privacy, and security Online. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2013/09/05/anonymity-privacyand-security-online/>.
- Ramirez, A., Bryant, S., Erin, M., Fleuriet, C., & Cole, M. (2015). When online dating partners meet off line: The effect of modality switching on relational communication between online daters. *Journal of Computer-Mediated Communication, 20*(1), 99–114. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12101>
- Saeri, A. K., Ogilvie, C., La Macchia, S. T., Smith, J. R., & Louis, W. R. (2014). Predicting Facebook users' online privacy protection: Risk, trust, norm focus theory, and the theory of planned behavior. *The Journal of Social Psychology, 154*(4), 352–369. <https://doi.org/10.1080/00224545.2014.914881>
- Sarikakis, K., & Winter, L. (2017). Social media users' legal consciousness about privacy. *Social Media + Society, 3*(1), 1–14. <https://doi.org/10.1177/2056305117695325>
- Schäwel, J. (2020). *How to raise users' awareness of online privacy*. Duisburg, Germany: University of Duisburg-Essen.
- Schmidt, J.-H. (2014). Twitter and the rise of personal publics. In K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt & C. Puschmann (Eds.), *Digital formations* (Vol. 89. Twitter and society, pp. 3–14). New York: Peter Lang.
- Seubert, S., & Becker, C. (2019). The culture industry revisited: Sociophilosophical reflections on 'privacy' in the digital age. *Philosophy & Social Criticism, 45*(8), 930–947. <https://doi.org/10.1177/0191453719849719>
- Sevignani, S. (2016). Privacy and capitalism in the age of social media. *Routledge research in information technology and society: Vol. 18*. New York: Routledge.
- Smith, H. J., Dinev, T., & Xu, H. (2011). Information privacy research: an interdisciplinary review. *Mis Quarterly, 35*(4), 989–1016.
- Spottswood, E. L., & Hancock, J. T. (2017). Should I share that? Prompting social norms that influence privacy behaviors on a social networking site. *Journal of Computer-Mediated Communication, 22*(2), 26. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12182>
- Taneja, A., Vitrano, J., & Gengo, N. J. (2014). Rationality-based beliefs affecting individual's attitude and intention to use privacy controls on facebook: An empirical investigation. *Computers in Human Behavior, 38*, 159–173. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.027>
- Tavani, H. T. (2007). Philosophical theories of privacy: Implications for an adequate online privacy policy. *Metaphilosophy, 38*(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9973.2006.00474.x>

- Tavani, H. T., & Moor, J. H. (2001). Privacy protection, control of information, and privacy enhancing technologies. *ACM SIGCAS Computers and Society*, 31(1), 6–11. <https://doi.org/10.1145/572277.572278>
- Teutsch, D., Masur, P. K., & Trepte, S. (2018). Privacy in mediated and non mediated interpersonal communication: How subjective concepts and situational perceptions influence behaviors. *Social Media + Society*, 4(2), 1–14. <https://doi.org/10.1177/2056305118767134>
- Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2012). Social media use in organizations. Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Communication Yearbook*, 36, 143–189. <https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679130>
- Trepte, S., Scharkow, M., & Scharkow, T. (2020). The privacy calculus contextualized: The influence of affordances. *Computers in Human Behavior*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.022>
- Trepte, S., & Masur, P. K. (2017). Need for privacy. In Zeigler-Hill, V., Shakelford, T. K. (Ed.), *Encyclopedia of personality and individual differences*. London, England: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8\\_540-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_540-1)
- Trepte, S., & Reinecke, L. (Eds.) (2011). *Privacy online. Perspectives on privacy and self disclosure in the social web*. Berlin, Germany: Springer.
- Trepte, S., Reinecke, L., Ellison, N. B., Quiring, O., Yao, M. Z., & Ziegele, M. (2017). A crosscultural perspective on the privacy calculus. *Social Media + Society*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305116688035>
- Tsay-Vogel, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2018). Social media cultivating perceptions of privacy: A 5-year analysis of privacy attitudes and self-disclosure behaviors among Facebook users. *New Media & Society*, 20(1), 141–161. <https://doi.org/10.1177/1461444816660731>
- Utz, S., & Krämer, N. (2009). The privacy paradox on social network sites revisited: The role of individual characteristics and group norms. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(2). Retrieved from <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2009111001&article=2>.
- Vitak, J. (2012). The impact of context collapse and privacy on social network site disclosures. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(4), 451–470. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.732140>
- Waldman, A. E. (2018). *Privacy as Trust*. Cambridge, England: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316888667>
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication. *Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. Communication Research*, 23(1), 3–43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- Warren, S. D., & Brandeis, L. D. (1890). The right to privacy. *Harvard Law Review*, 4(5), 193–220.
- Westin, A. F. (1967). *Privacy and freedom*. New York: Atheneum.
- Wolfe, M., & Laufer, R. (1974). The concept of privacy in childhood and adolescence. In S. T. Margulis (Ed.), *Man-environment interactions: Evaluations and applications* (pp. 29–54). Stroudsburg, PA: Dowden, Hutchinson & Ross.
- Woo, J. (2016). The right not to be identified: privacy and anonymity in the interactive media environment. *New Media & Society*, 8(6), 949–967. <https://doi.org/10.1177/1461444806069650>
- Zlatolas, L. N., Welzer, T., Heri'cko, M., & Hölbl, M. (2015). Privacy antecedents for SNS self disclosure: The case of facebook. *Computers in Human Behavior*, 45, 158–167. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.012>