

ساختار معنایی حریم خصوصی در فرهنگ ایرانی: مطالعه‌ای بر مبنای تحلیل تناظر

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۶/۶/۲۰

تاریخ دریافت مقاله: ۹۶/۳/۱۲

عباس ذبیح‌زاده^{۱*}، محمدعلی مظاهری^۲، جواد حاتمی^۳، لیلی پناغی^۴،
محمدرضا نیک‌فرجام^۵

چکیده:

مقدمه: مطالعات اخیر حاکی از تأثیرپذیری نحوه‌ی تنظیم حریم خصوصی از بافتار فرهنگی-اجتماعی است. هدف از این مطالعه بررسی ساختار معنایی حریم خصوصی در فرهنگ ایرانی بود. **روش:** در یک مطالعه‌ی مقطعی ۱۰۰ نفر (۴۰ نفر در مرحله‌ی یکم و ۶۰ نفر در مرحله‌ی دوم) از جمعیت عمومی به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. در گام نخست از طریق تکلیف تولید واژگان تداعی شده، ۹ واژه‌ی پرتکرار متداعی با حریم خصوصی استخراج شد. در مرحله‌ی دوم نیز طی تکلیف مشابهت قضاوت‌شده، درجه‌ی ارتباط دوبه‌دوی واژگان مزبور مورد ارزیابی شرکت‌کنندگان قرار گرفت.

یافته‌ها: نتایج تحلیل تناظر حاکی از نگاهت مؤلفه‌ها بر روی دو بُعد است. بدین‌گونه که مؤلفه‌های مستخرج برحسب مبنای فردگرایانه و جمع‌گرایانه‌ی خود در ارتباط با حریم خصوصی قرار گرفته است. درحالی‌که مؤلفه‌های فردگرایانه بازنمود مبانی جهان‌شمول حریم خصوصی است، مؤلفه‌های جمع‌گرایانه بیانگر تأثیرات فرهنگی در تعریف حریم خصوصی است.

نتیجه‌گیری: یافته‌های این مطالعه در قالب مبانی جهان‌شمول و فرهنگ بسته‌ی حریم خصوصی مورد بحث قرار گرفته است.

واژه‌های کلیدی: تحلیل تناظر، حریم خصوصی، ساختار معنایی، فرهنگ.

^۱ دانشجوی دکتری روان‌شناسی بالینی دانشگاه شهید بهشتی تهران، * نویسنده‌ی مسئول:

zabihzadeh.a@gmail.com

^۲ استاد گروه روان‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی تهران

^۳ دانشیار گروه روان‌شناسی دانشگاه تهران

^۴ دانشیار پژوهشکده خانواده دانشگاه شهید بهشتی تهران

^۵ دانشجوی دکتری روان‌شناسی سلامت دانشگاه خوارزمی تهران

Semantic Structure of Privacy in Iranian Culture: A Study Based on Correspondence Analysis

Zabihzadeh, A.; Mazaheri, M.A.; Hatami, J.; Panaghi, L.; Nikfarjam, M.R.

Abstract:

Introduction: Recent studies showed the effect of socio-cultural context on how to set privacy. The aim of this study was to investigate the semantic structure of privacy in Iranian culture.

Method: In a cross-sectional study 100 (40 people in the first phase and 60 people in the second phase) were selected using convenience sampling method. In the first phase through producing the associative terms task, 9 most-frequent words was extracted that were associated with privacy. In the second phase the participants were evaluated the pair relationship between these words with using judged-similarity task.

Results: Correspondence analysis results indicate that the mapping of components in two dimensions. So that extracted components related with privacy on its individualistic and collectivistic basis. While the individualistic components express the universal principles of privacy, collectivistic components is a sign of cultural influences in defining of privacy.

Conclusion: Results are discussed in terms of the universal and culture-bond basis of privacy.

Keywords: Correspondence Analysis, Privacy, Semantic Structure, Culture.

مقدمه

یکی از مأموریت‌های اصلی (مغز) انسانی، بازنمایی دنیای درونی و پیرامونی است. مسئله‌ی مهم این است که ذهن به بازنمایی آینه‌وار واقعیت‌ها نمی‌پردازد، بلکه آنچه انجام می‌دهد ساختن فعالانه‌ی مدل‌هایی از واقعیت است که سازگاری با محیط را افزایش می‌دهند. یکی از مؤلفه‌های بنیادی در مدل‌سازی دنیا که سهم عمده‌ای در شناخت انسانی بر عهده دارد، مقوله‌بندی یا بازنمایی مفهومی^۱ واقعیت در سطوح مختلف است. پویایی ذهن در بازنمایی واقعیت در سطح مفهومی، بسیار پیچیده‌تر از سایر سطوح است (حاتمی، ۱۳۹۲). از این رو روان‌شناسان فرهنگ‌نگر این مسئله را مطرح کرده‌اند که آیا ذهن انسان‌ها از الگوی یکسانی برای بازنمایی مفهومی دنیا برخوردار است؟ پاسخ مورد وفاق صاحب‌نظران این است که امکان تفاهم در میان انسان‌های مختلف، حاکی از وجود الگوی نسبتاً یکسانی برای مقوله‌بندی مفهومی است. به‌رغم این شباهت بنیادی، تفاوت‌هایی نیز در نحوه‌ی بازنمایی مفهومی در فرهنگ‌های مختلف وجود دارد که با گذار از سطح مفاهیم عینی به سطح مفاهیم انتزاعی (شامل برخی مفاهیم مورد استفاده در روان‌شناسی) برجسته‌تر می‌گردد. انتهای

¹ conceptual representation

این طیف مفاهیمی را دربرمی‌گیرد که جهان‌شمول پنداشتن آن‌ها موجب سوءتفاهم در تفسیر رفتارهای سایر فرهنگ‌ها می‌شود (دانزیگر^۱، ۱۹۹۰). در همین راستا می‌توان به نتایج مطالعاتی استناد کرد که ضمن نقد مفروضه‌ی جهان‌شمولی هیجان‌های اخلاقی (همچون هیجان گناه، شرم و موارد مشابه دیگر)، نشان داده‌اند که ساختار و دامنه‌ی معنایی^۲ واژگان مرتبط با این هیجان‌ها و بازنمایی مفهومی آن‌ها، مولود بافتار فرهنگی - اجتماعی است که خاستگاه آن واژگان بوده است (به‌عنوان نمونه، رامنی، بوید، مور، باتچلدر و برازیل^۳، ۱۹۹۶؛ رامنی و مور، ۱۹۹۸، ۲۰۰۱).

«حریم خصوصی»^۴ به‌عنوان محصول درهم‌آمیزی طبیعت دوگانه‌ی انسان دارای استقلال فردی و از دیگر سو اجتماعی‌مسلك، یکی از همان مفاهیم انتزاعی است که اهمیت صیانت و تحقق آن در مناسبات گوناگون انسانی قدمتی دیرسال دارد. علاوه بر این در بسیاری از زمینه‌های علمی از فلسفه و حقوق گرفته تا جامعه‌شناسی و ارتباطات، مفهوم حریم خصوصی به‌عنوان یک موضوع چالش‌برانگیز از دیرباز مورد توجه بوده است (شه‌باز و مسعودیان، ۱۳۹۱). غالب مؤلفان عدم دست‌یازی به تعریفی جامع و مورد وفاق از مفهوم حریم خصوصی را به تأثیرپذیری آن از هنجارها و عرف یک جامعه مربوط می‌دانند. قلمرو این بُعد از حقوق انسانی نیز در طول زمان و به دنبال پاره‌ای از تحولات و پیشرفت‌ها در زمینه‌های علمی، اجتماعی و اقتصادی، تحت تأثیر قرار گرفته است. به عنوان نمونه می‌توان به چالش‌هایی جدید در عصر مدرن، ذیل عناوین «حریم خصوصی و آزادی اطلاعات»، «حریم خصوصی و فناوری‌های ژنتیک» و «حریم خصوصی و فضای مجازی» اشاره کرد (به‌عنوان نمونه، محسنی و قاسم‌زاده، ۱۳۸۵؛ احمدی و متولی‌زاده، ۱۳۹۰؛ صفایی و جعفری، ۱۳۹۱). در چهارچوب روان‌شناسی مدرن نیز مفهوم مزبور یکی از سازه‌های بنیادی در حوزه‌ی «روان‌شناسی محیط»^۵ بوده و انگاره‌های بسیاری در باب مبنای تکاملی آن - رفتار تعیین قلمرو در حیوانات - مطرح شده است. از این منظر حریم خصوصی را می‌توان معادل حائل و فاصله‌ای میان خود و دیگری دانست؛ حباب فرضی محاط‌کننده‌ای که کارکرد آن تنظیم فاصله‌ی خود از دیگری است و مطابق با تئوری ابعدی بورگون^۶ (بورگون و همکاران، ۱۹۸۹) برای آن می‌توان چهار بُعد فیزیکی، ارتباطی، روان‌شناختی و اطلاعاتی در نظر گرفت (گیفورد^۷، ۲۰۱۴).

مفهوم‌سازی آلتمن^۸ (۱۹۷۷) از حریم خصوصی با تأکید روی تعامل‌های اجتماعی و تئوری وستین^۹ (۱۹۶۷) با تأکید روی اطلاعات شخصی، از دیدگاه‌های نظری بنیادی در توصیف و تشریح

¹ Danziger

² semantic domains

³ Romney, Boyd, Moore, Batchelder & Brazil

⁴ privacy

⁵ environmental psychology

⁶ Burgoon

⁷ Gifford

⁸ Altman

⁹ Westin

مفهوم حریم خصوصی، ابعاد و کارکردهای آن هستند. این مؤلفان ضمن اتخاذ دیدگاه دسترسی محدودکننده^۱ از حریم خصوصی، بر این نکته تأکید دارند که چگونه افراد و گروه‌ها دسترسی به خود را کنترل و تنظیم می‌کنند. مؤلفان مزبور نیاز به حریم خصوصی را به‌عنوان یک چرخه‌ی پویا و مستمر از تغییر موقعیت‌های بیرونی و حالت‌های درونی در نظر می‌گیرند که هر فردی از طریق تنظیم کردن حریم شخصی خود به آن پاسخ می‌دهد تا از این طریق به سطح مطلوبی از حریم شخصی دست یابد. از دیگر سو حریم خصوصی کسب‌شده نیز می‌تواند حالت‌های درونی یا موقعیت‌های بیرونی مزبور را تحت تأثیر قرار دهد. البته این تلاش چنانچه با کسب سطوح بالاتر یا پایین‌تری از سطح مطلوب و موردنیاز حریم خصوصی همراه گردد، ناموفق خواهد بود. این دو بنیاد نظری بین اشکال (چگونگی) و کارکردها (چرایی) حریم خصوصی نیز تفکیک قائل می‌شوند. کارکردهای حریم خصوصی مطابق با دیدگاه این مؤلفان مشتمل بر ایجاد فرصت‌هایی برای خودارزیابی^۲ است و این که حریم خصوصی در فردیت، هویت‌یابی خود و تعریف از خود نیز مشارکت دارد. از این منظر حریم خصوصی را می‌توان مفهومی کاملاً روان‌شناختی دانست (مارگولیس^۳، ۲۰۰۳). یکی از نکات مهمی که در این دو دیدگاه مورد تأکید قرار گرفته این است که گرچه نیاز به حریم خصوصی یک نیاز جهان‌شمول است، اما شکل و نحوه‌ی تنظیم آن می‌تواند وابسته به بافتار فرهنگی - اجتماعی زندگی انسانی باشد.

هم‌سو با انگاره‌هایی که در سطور فوق پیرامون تفاوت‌های احتمالی در دامنه‌ی معنایی مفهوم حریم خصوصی با توجه به بافتار فرهنگی - اجتماعی مطرح شد، نتایج برخی از مطالعات صورت گرفته نیز حاکی از تفاوت‌هایی در صورت‌بندی کاربردی مفهوم مزبور در زندگی شخصی و تعاملات روزمره، طی گستره‌های جغرافیایی مختلف است. به‌عنوان نمونه، نتایج تعدادی از این مطالعات ضمن پذیرش این انگاره که معماری به‌کاررفته در خانه‌ها، انعکاس و ترجمانی از فرهنگ‌هاست، دلالت‌هایی نیز با خود در زمینه‌ی نقش‌پذیری حریم خصوصی خانه‌ها از این بافتار فرهنگی - اجتماعی به همراه داشته‌اند (به‌عنوان نمونه، اوزاکی^۴، ۲۰۰۲؛ لی و پارک^۵، ۲۰۰۸). مطابق با این انگاره، حریم و زندگی خصوصی ضمن تأثیرگذاری روی شکل خانه‌ها، خود از بافتار فرهنگی یک جامعه تأثیر می‌پذیرد. شواهد تجربی در حمایت از این انگاره نشان می‌دهند، درحالی‌که زندگی خصوصی در خانه‌های اهالی مغرب‌زمین (به‌عنوان نمونه انگلستان) بر «حریم شخصی و زندگی خانه‌محور»^۶ متمرکز است، بافت و معماری خانه‌های اهالی آسیای شرقی (به‌عنوان نمونه ژاپن) بر «حریم خانوادگی و زندگی خانواده‌محور»^۷ تمرکز دارد (اوزاکی، ۲۰۰۲). در راستای همین تفاوت‌ها،

¹ limited-access

² self-evaluation

³ Margulis

⁴ Ozaki

⁵ Lee & Park

⁶ personal privacy & home-centered living

⁷ familial privacy & family-centered living

نتایج برخی از مطالعات بین فرهنگی نیز حاکی از وجود خودافشایی بیشتر در روابط صمیمی اهالی شرق دور در قیاس با هم‌تایان مغرب‌زمین خود است (کیتایاما و کوهن^۱، ۲۰۰۷). مطابق با این انگاره‌ها و شواهد تجربی حمایت‌کننده، می‌توان با این داعیه‌ی آلمن (۱۹۷۷) و وستین (۱۹۶۷) هم عقیده بود که به‌رغم جهان‌شمولی نیاز به حریم خصوصی، اشکال و نحوه‌ی تنظیم آن وابسته به بافتار فرهنگی - اجتماعی زندگی انسان‌ها است. نکته‌ی جالب‌توجهی که در این مطالعات دیده می‌شود، زبان روان‌شناختی استفاده‌شده در تبیین این نتایج بوده است. به‌رغم کمبود مطالعات تجربی در زمینه‌ی نقش فرهنگ در تعریف و تنظیم حریم خصوصی، اما نتایج معدود مطالعات صورت گرفته حاکی از تأثیرپذیری نحوه‌ی تنظیم آن از تعاریف فرهنگی «خوشتن»^۲ است. به‌عنوان نمونه، اوزاکی (۲۰۰۲) در تبیین نتایج مطالعه‌ی خود تصریح می‌نماید که تفاوت‌های موجود در حریم خصوصی خانه‌ها در دو کشور انگلستان و ژاپن گویای تفاوت‌های بنیادی در نحوه‌ی نضج‌گیری خوشتن در دو بافتار فرهنگی شرق دور و مغرب‌زمین است؛ پنداشت ناوابسته^۳ و پنداشت به‌هم وابسته^۴ از خود (مارکوس^۵ و کیتایاما، ۱۹۹۱، ۲۰۱۰؛ هافستد^۶، ۲۰۰۱). مطابق با ادبیات پژوهش، گونه‌ی ناوابسته‌ی خوشتن (فردگرایی)، طی فرایند جامعه‌پذیر شدن ارزش‌ها و رویه‌هایی که استقلال و خودمختاری را ترغیب می‌کنند (گستره‌ی آمریکا و اروپای غربی) پرورش یافته، حال آن‌که گونه‌ی به‌هم‌وابسته‌ی خوشتن (جمع‌گرایی) از طریق جامعه‌پذیر شدن ارزش‌های مربوط به ارتباط و هماهنگی‌های اجتماعی (گستره‌ی آسیای شرقی) نضج می‌یابد (کیتایاما، دافی و اوچیدا^۷، ۲۰۰۷).

در حد خطوط کلی به نظر می‌رسد که مؤلفه‌های شناختی - فرهنگی خاصی وجود دارند که در شبکه‌ی مفاهیم و ساختار معنایی مرتبط با حریم خصوصی پدیدار می‌شوند. در همین راستا و از منظری زبان‌شناختی نیز در زبان انگلیسی واژه‌ی حریم عمدتاً چهارچوبی فیزیکی داشته و با تعیین محدوده و مرز در روابط، به‌عنوان یکی از حقوق اجتماعی، تداعی می‌گردد (جینسن و پاین^۸، ۲۰۰۷). این در حالی است که با مراجعه به لغت‌نامه‌های فارسی مشاهده می‌شود که حریم خصوصی در زبان مزبور عمدتاً صبغه‌ی دینی و شرعی داشته و تخطی از چهارچوب‌های آن به‌عنوان کاری حرام و خلاف احکام دینی، معصیت شمرده می‌شود (به‌عنوان نمونه، قنواتی و جاور، ۱۳۹۰؛ قاضی‌مرادی، ۱۳۹۳). رنگ و بوی دینی حریم خصوصی در این فرهنگ تا حدی است که از دیرباز چالشی ذیل عنوان «حق یا حکم بودن حریم خصوصی» مورد توجه فقها و حقوق‌دانان ایرانی بوده است (به-

¹ Kitayama & Cohen

² self

³ independent

⁴ dependent

⁵ Markus

⁶ Hofstede

⁷ Duffy & Uchida

⁸ Joinson & Paine

عنوان نمونه، انصاری، ۱۳۸۳؛ قنوتی و جاور، ۱۳۹۰؛ شهیاز و مسعودیان، ۱۳۹۱). بر این اساس می‌توان این فرض را مطرح نمود که سطحی از شکل و نحوه‌ی تنظیم حریم خصوصی در روابط، دستخوش تفاوت‌ها در بافتار فرهنگی انسان‌ها و پنداشتشان از خویشتن قرار گیرد. با پذیرش فرض مزبور این سؤال مطرح می‌شود که کدام‌یک از ابعاد و موضوعات مرتبط با حریم خصوصی دستخوش بافتار فرهنگی - اجتماعی زندگی انسانی قرار می‌گیرد؟ مروری بر ادبیات پژوهش و تا جایی که مطالعات نگارنده نشان می‌دهد، مطالعه‌ی بومی یا پژوهش‌های بین‌فرهنگی‌ای که با استناد به یافته‌های آن بتوان به سؤال مزبور پاسخ داد، وجود ندارد و این امر به‌نوبه‌ی خود دلیلی است بر احساس نیاز به انجام مطالعات اکتشافی در این حوزه. بر این اساس مطالعه‌ی حاضر در چهارچوب رویکردی فرهنگ‌نگر در حوزه‌ی مطالعات شناخت اجتماعی، با تعریف دامنه‌ی معنایی واژه‌ی حریم خصوصی از طریق قضاوت‌های نمونه‌ای از جمعیت ایرانی و سپس نگاشت مکانی^۱ آن‌ها نسبت به یکدیگر در یک فضای اقلیدسی و دوبعدی^۲، به بررسی نحوه‌ی بازنمایی مفهومی حریم خصوصی و ساختار معنایی متناظر با آن در این فرهنگ می‌پردازد.

روش

در پژوهش مقطعی - توصیفی حاضر همانند پژوهش‌های مشابه در حیطه‌ی مردم‌شناسی و روان‌شناسی شناختی، از «فنون تحلیل حوزه‌ی فرهنگی»^۳ (بستر^۳، ۲۰۰۵؛ پوررینگتون^۴، ۲۰۱۴) استفاده شده است. یکی از شناخته‌شده‌ترین این فنون، ترسیم ساختار معنایی یا فضای مفهومی است که کاربرد آن در این پژوهش، بیانگر بازنمایی شناختی و مفهومی جمعیت ایرانی از واژه‌ی حریم خصوصی است. جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل تمامی افراد ۲۰ تا ۵۵ ساله‌ی ساکن شهر تهران است که تعداد ۱۰۰ نفر به‌صورت داوطلب در دسترس به‌عنوان نمونه‌های مطالعه در این پژوهش انتخاب شدند. در مرحله‌ی یکم تعداد ۴۰ نفر (۱۷ مرد و ۲۳ زن / ۲۱ دانشجوی و ۱۹ نفر غیر دانشجوی) با میانگین سنی ۳۲/۵۲ و انحراف استاندارد ۱۰/۰۶ که ۲ نفر از آن‌ها با مدرک دیپلم، ۱۷ نفر کارشناسی، ۱۳ نفر کارشناسی ارشد و ۸ نفر دکتری بودند در پژوهش شرکت کردند. در مرحله‌ی دوم نیز تعداد ۶۰ نفر (۲۳ مرد و ۳۷ زن / ۳۴ دانشجوی و ۲۶ نفر غیر دانشجوی) با میانگین سنی ۳۰/۵۵ و انحراف استاندارد ۸/۴۳ که ۱ نفر از آن‌ها با مدرک دیپلم، ۲۵ نفر کارشناسی، ۲۲ نفر کارشناسی ارشد و ۱۲ نفر دکتری بودند در پژوهش شرکت کردند. همچنین در مرحله‌ی یکم ۲۲ نفر از شرکت‌کنندگان مجرد و ۱۸ نفر متأهل و در مرحله‌ی دوم نیز ۳۸ نفر مجرد و ۲۲ نفر متأهل بودند. شرایط لازم برای شرکت در این مطالعه نیز عبارت بود از: الف) رضایت داوطلب برای

¹ local arrangement

² cultural domain analysis techniques

³ Boster

⁴ Purrington

مشارکت در پژوهش، ب) داشتن حداقل مدرک تحصیلی دیپلم در راستای فهم و پاسخ‌گویی به سؤالات محقق. جدول شماره ۱) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان این پژوهش را به تفکیک مراحل این مطالعه نشان می‌دهد.

شیوه‌ی اجرا: به‌منظور استخراج شبکه‌ی معنایی حریم خصوصی در فرهنگ ایرانی، نحوه‌ی بازنمایی شناختی این مفهوم در مطالعه‌ی حاضر مورد توجه قرار گرفت. مطابق با ادبیات پژوهش و بر اساس مطالعاتی که پیش‌تر در حوزه‌های مردم‌شناسی، زبان‌شناسی و روان‌شناسی شناختی با هدف دستیابی به شبکه‌های معنایی صورت گرفته است، استفاده از شیوه‌ی مقیاس‌پردازی^۱ و بازنمایی دیداری^۲ (رامنی، مور، باتچلدر و هسیا،^۳ ۲۰۰۰؛ لوس، هافمن، دزمو، ایورسون^۴ و رامنی، ۲۰۱۳) در این پژوهش امکان ارزیابی دقیق مدل فرهنگی جای‌گرفته از حریم خصوصی در اذهان جمعیت ایرانی را فراهم می‌آورد. بر این اساس مطالعه‌ی حاضر برای ترسیم ساختار معنایی حریم خصوصی در دو مرحله اجرا شده است:

مرحله‌ی یکم: در گام نخست و مبتنی بر تکلیف «تولید واژگان تداعی شده»^۵ (پیزکونی، ۲۰۰۷) از ۴۰ شرکت‌کننده خواسته شد تا فهرستی از واژگان مرتبطی که با شنیدن واژه‌ی حریم خصوصی در ذهن آن‌ها تداعی می‌گردد را یادداشت نمایند. محدودیتی برای نگارش تعداد واژگان در نظر گرفته نشد اما از کلیه‌ی شرکت‌کنندگان خواسته شد تا حداقل ۱۰ واژه‌ی متداعی را یادداشت نمایند. مطابق با مطالعات مشابه (به‌عنوان نمونه، پیزکونی، ۲۰۰۷) اشباع تولید واژه در پاسخ‌ها طی تکلیف تولید واژگان تداعی شده، غالباً تا بیستمین شرکت‌کننده اتفاق می‌افتد. در مطالعه‌ی حاضر نیز پاسخ‌های شرکت‌کنندگان از فرد بیستم به بعد از تکرار چشمگیری برخوردار بوده است، لیکن جهت اطمینان بیشتر پاسخ‌های ۴۰ فرد جمع‌آوری و مورد ارزیابی قرار گرفت. بر این اساس فهرستی از واژگان مرتبط تداعی شده با حریم خصوصی جمع‌آوری شد (۱۶۸ واژه‌ی منحصربه‌فرد). مطابق با روش‌شناسی مطالعات مشابه پیشین (پیزکونی، ۲۰۰۷) نه واژه‌ای که بیشترین تکرار را در پاسخ‌های ۴۰ فرد شرکت‌کننده دارا بودند، انتخاب شدند تا در مرحله‌ی بعد در راستای ترسیم شبکه‌ی معنایی حریم خصوصی از آن‌ها استفاده شود.

مرحله‌ی دوم: در مرحله‌ی بعدی فهرستی متشکل از ۱۰ واژه در اختیار محقق قرار داشته است؛ واژه‌ی حریم خصوصی و نه واژه‌ی مرتبطی که در مرحله‌ی پیشین استخراج شدند. با قرار گرفتن دوبه‌دوی هر یک از ۱۰ واژه‌ی مزبور در کنار یکدیگر، فهرستی متشکل از ۴۵ جفت‌واژه‌ی منحصر به‌فرد تدوین شد طوری که هیچ جفت‌واژه‌ی تکراری وجود نداشته باشد. به‌عنوان مثال از

¹ scaling

² visual representation

³ Hsia

⁴ Luce, Hoffman, D'Zmura, Iverson

⁵ producing the associative terms task

⁶ Pizziconi

چهار واژه‌ی «حریم خصوصی، خانواده، خانه، آبرو» می‌توان شش جفت غیرتکراری در نظر گرفت: «حریم خصوصی- خانواده؛ حریم خصوصی- خانه؛ حریم خصوصی- آبرو؛ خانواده- خانه؛ خانواده- آبرو؛ خانه- آبرو». پس از تهیه‌ی این فهرست، طی «تکلیف تشابه قضاوت‌شده»^۱ (رامنی و همکاران، ۱۹۹۶) از ۶۰ شرکت‌کننده‌ی دیگر خواسته شد تا میزان ارتباط هر یک از این جفت واژه‌ها را در یک طیف لیکرت (از ۱ برای کمترین ارتباط تا ۷ برای بیشترین ارتباط) نمره‌گذاری کنند.

روش تحلیل: به‌منظور ترسیم بازنمایی شناختی شرکت‌کنندگان از مفهوم حریم خصوصی، از روش تحلیل تناظر چندگانه (MCA)^۲ به‌عنوان یکی از روش‌های تحلیل اکتشافی داده‌ها استفاده شد. روش تحلیل تناظر (CA)^۳ یکی از روش‌های شناخته‌شده در مطالعات مردم‌شناسی و روان‌شناسی است که نوعی مقیاس‌پردازی چندگانه (MDS)^۴ محسوب می‌شود. فنون MDS در روان‌شناسی مورد استفاده‌های گوناگونی همچون اعتباریابی و ساخت آزمون، ساخت نیمرخ شخصیت، نمایش ادراک هیجان و درد و موارد مشابه دیگر قرار گرفته است (جاورسکا و چوپتولوسکا-آناستازوا، ۲۰۰۹). تحلیل تناظر که با نام‌های نقشه‌برداری ادراکی، تحلیل مؤلفه‌های اصلی داده‌های کیفی و مقیاس‌پردازی دوگانه نیز شناخته می‌شود برای تحلیل ماتریس‌ها و جدول‌های دورا که شامل اندازه‌هایی از تناظر و مشابهت بین سطرها و ستون‌ها هستند کاربرد دارد. تحلیل تناظر چندگانه، گسترش تحلیل تناظر برای کار با بیش از دو متغیر است (هومن، ۱۳۸۹؛ گریناکر، ۲۰۰۷). به‌منظور پیاده‌سازی روش تحلیل تناظر در پژوهش حاضر که جزئیات آن در مطالعات ولر^۵ و رامنی (۱۹۹۰)، رامنی و همکاران (۱۹۹۶) و راش^۶ (۲۰۰۴) آمده است، ابتدا برای هر شرکت‌کننده ماتریسی ۱۰×۱۰ (به تعداد واژگان مستخرج از مرحله‌ی یکم در سطر و ستون) از واژه‌ها و نمره‌های تعلق گرفته به هر جفت‌واژه حاصل شد. بدیهی است که عدد ۷ در قطر هر ماتریس قرار می‌گیرد تا تشابه هر واژه با خودش را نشان دهد. در ادامه، ماتریس‌های ۶۰ شرکت‌کننده به لحاظ ستون زیر یکدیگر قرار گرفتند و یک ماتریس انباشته^۷ دارای ۶۰۰ ردیف (۶۰×۱۰) و ۱۰ ستون از تمامی نمرات شرکت‌کنندگان به دست آمد. داده‌های این ماتریس، با روش تحلیل تناظر چندگانه از طریق نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت. لازم به ذکر است از آنجایی که هر فرد در مقایسه با دیگران، ادراک متفاوتی از فاصله‌ی نقاط ۷ نمره‌ای لیکرت برای نمره‌دهی جفت واژه‌ها دارد و این عامل به‌عنوان یک آرتیفکت^۸ سبب تفاوت واریانس ارزیابی بین افراد و جفت واژه‌ها

¹ judged-similarity task

² multiple correspondence analysis

³ correspondence analysis

⁴ multidimensional scaling

⁵ Jaworska & Chupetlovska-Anastasova

⁶ Greenacre

⁷ Weller

⁸ Rusch

⁹ stacked matrix

¹⁰ artifact

می‌شود ضروری است نوعی استانداردسازی صورت گیرد تا یافته‌ها قابل تفسیر باشند. به این منظور، نمرات بهینه‌ی ردیف^۱ برای هر فرد و هر بُعد به میانگین صفر و واریانس برابر با ریشه‌ی دوم ارزش‌های تکین^۲ استانداردسازی شد. این روش در مطالعات مربوط به مقیاس‌پردازی حوزه‌های معنایی استفاده شده است (به‌عنوان نمونه، رامنی و همکاران، ۱۹۹۶؛ مور، رامنی و هسیا، ۲۰۰۰).

یافته‌ها

جدول شماره‌ی (۱) فهرست نه‌واژه‌ی نخستی که بیشترین تکرار را از بین مجموع واژگان ثبت‌شده در پاسخ‌های شرکت‌کنندگان در مرحله‌ی یکم ($n=40$) داشته‌اند را به همراه دفعات تکرار نشان می‌دهد. همچنان که در جدول مزبور مشاهده می‌گردد، از مجموع ۱۶۷ واژه‌ی منحصربه‌فرد اشاره‌شده توسط کلیه‌ی شرکت‌کنندگان، واژه‌ی خانواده با ثبت شدن توسط ۲۶ نفر، به‌عنوان پرتکرارترین واژه‌ی مرتبط تداعی‌شده با حریم خصوصی مورد اشاره قرار گرفته است.

جدول ۱- نه‌واژه‌ی نخست تداعی‌شده با حریم خصوصی

شماره	واژه	تعداد تکرار
۱	خانواده	۲۶
۲	خانه	۱۵
۳	آبرو	۱۴
۴	امنیت	۱۴
۵	تلفن همراه	۱۱
۶	اسرار شخصی	۱۰
۷	اتاق شخصی	۹
۸	خلوت و تنهایی	۹
۹	حرمت	۸

جدول شماره‌ی (۲) نتایج تحلیل تناظر را برای ماتریس انباشته از تمامی نمرات شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد. ارزش‌های تکین برای بُعد یکم، ۰/۱۷۹۸ و برای بُعد دوم، ۰/۱۶۲۲ به دست آمده است که در مجموع ۵۱ درصد واریانس را شامل می‌شوند.

جدول ۲- ارزش‌های تکین و ارزش‌های ویژه (اینرسی) در تحلیل تناظر ماتریس انباشته

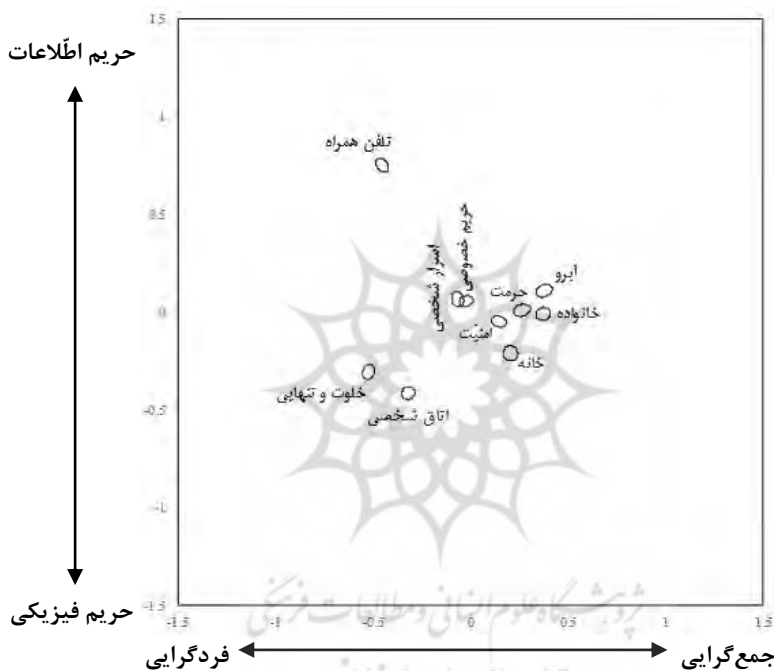
^۱ optimal row scores

^۲ square root of the singular values

بُعد	ارزش تکین	اینرسی	نسبت اینرسی	
			تیبیین شده	تراکمی
۱	۰/۱۷۹۸	۰/۰۳۲۳	۰/۲۸۳	۰/۲۸۳
۲	۰/۱۶۲۲	۰/۰۲۶۳	۰/۲۳۰	۰/۵۱۳
۳	۰/۱۱۷۸	۰/۰۱۳۹	۰/۱۲۱	۰/۶۳۴
۴	۰/۱۰۱۵	۰/۰۱۰۳	۰/۰۹۰	۰/۷۲۴
۵	۰/۰۸۹۸	۰/۰۰۸۰	۰/۰۷۱	۰/۷۹۵
۶	۰/۰۸۷۳	۰/۰۰۷۶	۰/۰۶۷	۰/۸۶۲
۷	۰/۰۷۹۸	۰/۰۰۶۳	۰/۰۵۶	۰/۹۱۷
۸	۰/۰۷۱۳	۰/۰۰۵۰	۰/۰۴۴	۰/۹۶۲
۹	۰/۰۶۶۰	۰/۰۰۴۳	۰/۰۳۸	۱/۰۰۰
کل		۰/۱۱۴۴	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰

شکل شماره‌ی (۱)، ساختار معنایی حریم خصوصی را برای شرکت‌کنندگان ($n=60$) این مطالعه نشان می‌دهد. این نمودار بر اساس دو بُعد اول (محور X و محور Y) که بیشترین واریانس داده‌ها را نمایش می‌دهند (۵۱ درصد) ترسیم شده است. از آنجایی که نمودار اولیه، انبوهی از نمرات شرکت‌کنندگان (۶۰۰۰ نقطه) را به نمایش می‌گذاشت و تفسیر نتایج را دشوار می‌نمود، میانگین حسابی تمام ارزیابی‌های استانداردشده افراد نمونه برای هر واژه محاسبه و نشان داده شده است. همچنان که مشاهده می‌گردد واژه‌ی حریم خصوصی مرکز ثقل توزیع داده‌ها در این نمودار است و سایر مفاهیم در پیرامون آن، شبکه‌ی معنایی را تشکیل داده‌اند. فاصله‌ی بین نقاط در این فضای اقلیدسی، تجسمی از فاصله‌ی بین این مفاهیم در ذهن افراد است. واژگانی که به هم نزدیک‌ترند، از نظر معنایی ارتباط بیشتری با یکدیگر دارند. برای مثال، حریم خصوصی و اسرار شخصی به یکدیگر بسیار نزدیک هستند و به‌عنوان دو مفهوم بسیار مرتبط ادراک می‌شوند درحالی‌که تلفن همراه - به‌رغم آن‌که یکی از سازه‌های برجسته‌ی مرتبط در شبکه‌ی معنایی حریم خصوصی در جمعیت ایرانی است - از دو واژه‌ی مذکور جدا است و بنابراین به لحاظ معنایی کاملاً متفاوت است. همچنین، نحوه‌ی توزیع داده‌ها بر روی محور X که سهم عمده‌ای از واریانس داده‌های این پژوهش را به خود تخصیص داده است (۲۸ درصد)، گویای تطبیق مدل معنایی مزبور با نحوه‌ی تمییز و تفکیک مؤلفه‌های شخصی و فردگرایانه‌ی حریم خصوصی از عناصر اشتراکی و جمع‌گرایانه‌ی آن در افراد نمونه است. این یافته بر اساس برخی مدل‌های ارائه‌شده در حیطه‌ی روان‌شناسی فرهنگی (به

عنوان نمونه، مارکوس و کیتایاما، ۱۹۹۱، ۲۰۱۰؛ هافستد، ۲۰۰۱) قابل تفسیر است. علاوه بر این توزیع داده‌ها بر روی محور Y که بخش اعظم دیگری از واریانس داده‌ها را تبیین می‌نماید (۲۳ درصد) نیز گویای تطبیق این مدل معنایی با نحوه‌ی تفکیک مؤلفه‌های فیزیکی حریم خصوصی از مؤلفه‌های اطلاعاتی آن است. این یافته نیز بر اساس تئوری ابعادی حریم خصوصی (بورگون و همکاران، ۱۹۸۹) قابلیت تبیین دارد. برای مثال، نیاز به خلوت و تنهایی در این مدل معنایی به‌عنوان یک مؤلفه‌ی فردگرایانه و فیزیکی از حریم خصوصی و آبرو به‌عنوان بخشی از شبکه‌ی معنایی جمع‌گرایانه و اطلاعاتی آن تجربه می‌گردد.



شکل ۱- ساختار معنایی حریم خصوصی بر اساس میانگین ارزیابی‌های شرکت‌کنندگان در مرحله‌ی

دو

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه‌ی حاضر با هدف بررسی نحوه‌ی بازنمایی مفهومی حریم خصوصی در فرهنگ ایرانی و ترسیم ساختار معنایی آن از طریق تحلیل تناظر انجام شده است. ترسیم ساختار و نقشه‌ی معنایی^۱ یکی از روش‌های مهم برای بررسی نحوه‌ی بازنمایی‌های مفهومی است. این رویکرد روش‌شناختی

^۱ semantic mapping

در بسیاری از حوزه‌های مردم‌شناسی و روان‌شناسی کاربرد داشته است (به‌عنوان نمونه، رامنی و همکاران، ۱۹۹۶؛ ترولل^۱، ۲۰۱۱). ترسیم و نمایش بصری مؤلفه‌های معنایی یک مفهوم به‌صورت یک شبکه و نقشه از یک سو و عدم تأثیرپذیری از محدودیت‌های اعمال‌شده از سوی محقق یا فرضیه‌های پیشین از دیگر سو، از مزیت‌های عمده‌ی این روش محسوب می‌گردد (ریان و برنارد^۲، ۲۰۰۳؛ سبراسک، بستر و گاولین^۳، ۲۰۱۳). تا جایی که مطالعات نگارنده نشان می‌دهد، پژوهش حاضر نخستین مطالعه‌ای است که نحوه‌ی بازنمایی مفهومی حریم خصوصی را در یک فرهنگ مورد بررسی قرار داده است و از این رو می‌توان آن را یک مطالعه‌ی مقدماتی و پیشرو در این حوزه دانست. همچنان که در قسمت روش‌شناسی مطالعه‌ی حاضر گفته شد، فاصله‌ی بین نقاط در فضای اقلیدسی منتج از تحلیل تناظر، تجسمی از فاصله‌ی مفهومی یک ساختار معنایی در ذهن افراد است و واژگانی که به هم نزدیک‌ترند، طبیعتاً از نظر معنایی ارتباط بیشتری با یکدیگر خواهند داشت. در همین راستا برای تبیین نتایج این مطالعه از یک سو می‌توان به بحث پیرامون مؤلفه‌های تشکیل دهنده‌ی ساختار معنایی حریم خصوصی در جمعیت ایرانی پرداخت و از دیگر سو می‌توان نحوه‌ی چینش و فواصل میان این مؤلفه‌ها را با توجه به نداشت مکانی آن‌ها نسبت به مرکز ثقل شبکه‌ی معنایی مزبور - حریم خصوصی - مورد بررسی قرار داد.

از بین نه واژه‌ای که از بیشترین تداعی ارتباطی با حریم خصوصی برخوردار بوده‌اند، «اتاق شخصی و خلوت و تنهایی» را می‌توان ترجمان یکی از مؤلفه‌های بنیادی و جهان‌شمول حریم خصوصی برشمرد. مذاقه در باب چرایی تداعی ارتباطی این واژگان با حریم خصوصی بر اساس ذهنیت نمونه‌های این مطالعه مؤید ماهیت حریم خصوصی و فلسفه‌ی وجودی آن در زندگی انسانی است که در قاطبه‌ی دیدگاه‌های نظری در این حیطه مورد اشاره قرار گرفته است؛ تأکید بر نیاز به حریم خصوصی به‌عنوان یک نیاز زیستی (به‌عنوان نمونه، وستین، ۱۹۶۷؛ گیفورد، ۲۰۱۴). این دو مؤلفه را می‌توان مصداق‌هایی عینی از بُعد فیزیکی حریم خصوصی^۴ در تئوری ابعادی بورگون (۱۹۸۹) برشمرد؛ بُعدی که بیانگر درجه‌ی دسترس‌پذیری فیزیکی فرد برای دیگران و نیاز زیستی به وجود حائل و فاصله‌ای میان خود و دیگری و برخورداری از یک فضای شخصی در زندگی است (جینسن و پاین، ۲۰۰۷).

آن گونه که در نتایج مطالعه‌ی حاضر مشاهده می‌گردد، «اسرار شخصی» در ساختار معنایی ترسیم‌شده نزدیک‌ترین مفهوم به حریم خصوصی است. در حدّ خطوط کلی برجستگی مؤلفه‌ی مزبور در ساختار معنایی حریم خصوصی را می‌توان تأکیدی بر اهمیت صیانت از حریم اطلاعات شخصی دانست. بر این اساس می‌توان محرمانگی را یکی از ویژگی‌های عمده‌ی حریم خصوصی برشمرد. اطلاعاتی که دارای ویژگی محرمانه هستند، ضرورتاً در ردیف اسرار جای می‌گیرند (قنواتی، جاور،

¹ Tronvoll

² Ryan & Bernard

³ Sobraske, Boster & Gaulin

⁴ physical privacy

۱۳۹۰). این یافته را می‌توان ذیل بُعد حریم اطلاعات^۱ در تئوری بورگون مورد ارزیابی قرار داد. از این منظر جای‌گیری «تلفن همراه» در شبکه‌ی معنایی حریم خصوصی را نیز می‌توان ترجمان اهمیت اطلاعات در تعریف حریم خصوصی برشمرد. با این وجود برخلاف سایر مؤلفه‌های مستخرج در ساختار معنایی حریم خصوصی که می‌توان آن‌ها را مؤلفه‌های انتزاعی‌تری دانست، تلفن همراه یکی از مصداق‌های عینی است که قرار گرفتن آن در این شبکه‌ی معنایی گویای اهمیت آن با توجه به گسترش ارتباطات الکترونیک طی سالیان اخیر است. به مدد پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، فضای مجازی به‌طور روزافزونی در حال توسعه است و با وجود این که کمک شایانی در جهت رفاه بشری نموده است، چالش‌هایی نیز در حوزه‌ی زندگی شخصی و خصوصی زندگی انسان‌ها به وجود آورده است (محسنی و قاسم‌زاده، ۱۳۸۵). با توجه به این که این روزها حجم گسترده‌ای از ارتباطات انسان‌ها در فضای مجازی از طریق تلفن همراه انجام می‌شود، صیانت از حریم اطلاعات شخصی موجود در آن یکی از چالش‌های جاری در زندگی روزمره و ارتباطات خانوادگی تلقی می‌گردد. از این رو به‌رغم فاصله‌ی موجود بین «تلفن همراه» با سایر مؤلفه‌های موجود در ساختار معنایی حریم خصوصی، این واحد معنایی نقش پررنگ و برجسته‌ای را در ادراک ذهنی نمونه‌های این مطالعه از حریم خصوصی داشته است.

از بین مؤلفه‌های ترسیم‌شده در شبکه‌ی معنایی حریم خصوصی، «امنیت» را می‌توان محصول وجود حریم خصوصی در زندگی انسانی برشمرد و از این منظر آن را دیگر مؤلفه‌ی جهان‌شمول حریم خصوصی دانست. در همین راستا امنیت روانی و آسودگی خاطر منتج از تحقق مرزهای حریم شخصی در قاطبه‌ی دیدگاه‌های نظری موجود در این باب مورد تأکید قرار گرفته است (به‌عنوان نمونه، گیفورد، ۲۰۱۴).

برخلاف مؤلفه‌های توصیف‌شده در سطور پیشین، چهار مؤلفه‌ی دیگر یعنی «خانواده، خانه، آبرو و حرمت» را می‌توان مؤلفه‌های فرهنگ‌بسته‌ی حریم خصوصی در جمعیت ایرانی برشمرد. خرده‌شبکه‌ی معنایی ایجادشده توسط این چهار مؤلفه با توجه به فواصل نزدیک میان آن‌ها نیز خود شاهدی بر این مدعا است. هم‌سو با ادبیات پژوهش و اندک مطالعات بین فرهنگی انجام‌شده در باب شکل و نحوه‌ی تنظیم حریم خصوصی با توجه به بافتار فرهنگی - اجتماعی زندگی انسانی (به‌عنوان نمونه، اوزاکی، ۲۰۰۲)، برجستگی و استخراج چنین مؤلفه‌هایی در تشکیل شبکه‌ی معنایی حریم خصوصی در فرهنگ ایرانی را می‌توان پی‌آیند نحوه‌ی نضج‌گیری «خوبستن» برشمرد. همچنان که در قسمت نتایج این مطالعه اشاره شده است، با قرار گرفتن «حریم خصوصی» به‌عنوان مرکز ثقل ساختار معنایی ترسیم‌شده، نحوه‌ی توزیع مؤلفه‌ها بر روی محور X بیانگر تمییز و تفکیکی بین مؤلفه‌های فردگرایانه‌ی حریم خصوصی (اسرار شخصی، اتاق شخصی، خلوت و تنهایی، تلفن همراه) از مؤلفه‌های جمع‌گرایانه‌ی آن (خانواده، خانه، آبرو،

¹ informational privacy

حرمت) است. این یافته‌ها را می‌توان انعکاسی از منازعه‌ی دیرینی دانست که در ادبیات پژوهشی پیرامون تلقی فرهنگ ایرانی به‌عنوان یک فرهنگ فردگرا یا جمع‌گرا وجود دارد. در حدّ خطوط کلی می‌توان گفت که پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه‌ی روان‌شناسی فرهنگی در نشان دادن تفاوت‌های موجود در فضای روان‌شناختی حاکم بر فرهنگ‌های شرقی و غربی که برخاسته از ساختار اجتماعی، جامعه‌پذیری و فرهنگ متفاوت آن‌ها است با یکدیگر هم‌سو هستند. بر اساس این مطالعات، فردگرایی بیشتر در جوامع غربی و جمع‌گرایی بیشتر در کشورهای آسیایی دیده می‌شود. اما نکته‌ای که در این مطالعات مورد غفلت واقع شده، این است که در اغلب آن‌ها شرق دور معادل شرق به معنای کلی در نظر گرفته شده است و به‌تبع آن کشورهای حوزه‌ی خاورمیانه از جمله ایران نیز کشوری شرقی و دارای فرهنگی جمع‌گرا به‌حساب می‌آید. هرچند مطالعات اندکی (به‌عنوان نمونه، اسعدی، اعتصامی، نایت، الفین و رضایی، ۱۳۸۵؛ حاتمی، قربعلی و بی‌جن‌خان، ۱۳۸۹؛ حکیم‌جوادی و نیکوگفتار، ۱۳۹۱؛ فخری و باقریان، ۱۳۹۱؛ ذبیح‌زاده، مظاهری، حاتمی، توکلی، دهقانی و علیپور، ۱۳۹۲) در مورد رابطه‌ی فرهنگ ایرانی و فرایندهای روان‌شناختی صورت گرفته است، اما نتایج همین مطالعات اندک نشان می‌دهد که بر اساس نتایج به‌دست‌آمده نمی‌توان جامعه‌ی ایرانی را در یکی از فرهنگ‌های جمع‌گرا یا فردگرا طبقه‌بندی کرد. بر این اساس می‌توان با تلاش گروهی از محققان جهت مطرح کردن مفهوم سومی در کنار مفاهیم «خود فردی» و «خود جمعی» هم‌سو شد. مفهوم سوم «خود رابطه‌ای»^۱ است. مطابق با این موضع‌گیری درحالی‌که خود جمعی مطرح شده در دیدگاه‌های نظری مؤلفانی چون هافستد (۲۰۰۱) و مارکوس و کیتایاما (۱۹۹۱، ۲۰۱۰) بیشتر بر مفهومی کلی از جامعه متکی است، در خود رابطه‌ای، رابطه‌ی فرد با نزدیکان و وابستگی‌هایش نقش مهم‌تری در شکل‌گیری تصور از خویشتن ایفا می‌کند (حاتمی، ۱۳۸۷). بر این اساس برجستگی مؤلفه‌هایی چون «خانه و خانواده، آبرو و حرمت» نیز در این مطالعه را می‌توان ترجمانی از جمع‌گرایی مبتنی بر خانواده‌محوری در این فرهنگ دانست. اهمیت خانواده و ارتباطات خانوادگی در این فرهنگ را می‌توان تا حدّی دانست که بخش عمده‌ای از تعاریف خویشتن در چنین فرهنگی مبتنی بر این نهاد اجتماعی است. علاوه بر این مطابق با چنین تبیینی می‌توان گفت که خرده‌شبکه‌ی معنایی ایجادشده توسط مؤلفه‌های «خانواده، آبرو، حرمت و خانه» از فضای دینی حاکم بر این فرهنگ ارتزاق می‌نماید. در همین راستا می‌توان به ترادف و قرابت مفهومی حریم در زبان فارسی با واژه‌ی «حیاء» که وزن دینی زیادی با خود به همراه دارد نیز استناد کرد (قاضی‌مرادی، ۱۳۹۳). این استحاله و تلفیق تا حدّی است که برخی از متفکران معاصر ایرانی از آن به‌عنوان یکی از خصایص اجتماعی اهالی این فرهنگ یاد می‌کنند:

^۱ relational self

«... در جامعه‌ای که تفکر، تذکر باشد، آیین، شیوه‌ی زندگی و حریم و حیا، آداب اجتماعی آن، شاهد انعکاس دید عمیق‌تری نسبت به جهان هستی و پیچیدگی‌های بیشتری در شخصیت افراد آن خواهیم بود که معرف رازآلودگی چنین فضایی است» (شایگان، ۱۳۹۱، صفحه‌ی ۲۱۳).

مطابق با این دیدگاه مؤلفه‌هایی چون «آبرو» و «حرمت» در ساختار معنایی حریم خصوصی نیز به‌عنوان مفاهیمی که در گفتمان دینی موجود در این فرهنگ به انحاء مختلفی چون «تلقی حرمت آبروی مسلمان به‌مثابه‌ی حرمت خون وی» مورد تأکید قرار گرفته‌اند (به‌عنوان نمونه، قنواتی و جاور، ۱۳۹۰) جایگاه خاصی می‌یابند. نزدیکی فواصل موجود بین مؤلفه‌های مزبور با مفاهیم خانواده و خانه در ساختار معنایی ترسیم‌شده از حریم خصوصی نیز خود گویای اهمیت مباحثی نظیر «آبروی خانوادگی» و «حرمت خانه و خانواده» در این فرهنگ است که هتک آن‌ها توسط دیگران به‌مثابه‌ی نقض حریم خصوصی ادراک می‌گردد (به‌عنوان نمونه، قنواتی و جاور، ۱۳۹۰؛ شهپاز و مسعودیان، ۱۳۹۱). پررنگ بودن چنین مؤلفه‌هایی خاصه مفهوم «آبرو» در این ساختار معنایی می‌تواند گویای اهمیت بیم از قضاوت شدن مسائل شخصی و خانوادگی توسط دیگران باشد. در همین راستا ایمیدا^۱ و کیتایاما (۲۰۱۰) نیز اهمیت قضاوت شدن توسط دیگران را در جوامع جمع‌گرای آسیای شرقی ذیل عنوان مفهوم «چشم‌های اجتماعی»^۲ مورد بحث قرار داده‌اند؛ اهمیت نحوه‌ی تفکر و قضاوت دیگران پیرامون خصوصیات و کیفیات خویشتن، مضاف بر مورد یادشده تلاش برای حفظ نام نیک نیز از دیگر مؤلفه‌های فرهنگ‌بسته‌ای است که در تبیین این بخش از نتایج مطالعه‌ی حاضر می‌توان به آن تمسک جست. نام نیک، شرف یا آبرو، جنبه‌ای از بازنمایی خود در این فرهنگ است که در ادبیات ایرانی خاصه بخش تعلیمی آن مورد توجه قرار گرفته و از این طریق گویی وارد حافظه‌ی قومی شخصیت ایرانی شده است؛ چنان‌که قهرمان‌های اسطوره‌ای ایران برای حفظ نام می‌جنگند و زندگی می‌کنند. انگیزه‌ی اسطوره‌های ایرانی با انگیزه‌ی اسطوره‌های یونانی و رومی از این جهت متفاوت است (کزازی، ۱۳۷۰، به نقل از حاتمی، ۱۳۸۷).

درمجموع بدیهی است که تبیین‌های مطرح‌شده تنها در حد انگاره‌هایی است که خاصه با لحاظ محدودیت‌های این پژوهش، نیاز به بررسی بیشتری دارند. جامعه‌ی آماری پژوهش و نوع مطالعه، محدودیت‌هایی را در زمینه‌ی تعمیم‌یافته‌ها و تفسیر متغیرهای موردبررسی مطرح می‌کند که باید در نظر گرفته شوند. به‌ویژه نمونه‌ی مورد بررسی در این پژوهش که صرفاً از یک شهر و فارغ از لحاظ کردن متغیرهای جمعیت‌شناختی چون قومیت آن‌ها، در این مطالعه شرکت کردند. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که در مطالعات آتی ساختار معنایی حریم خصوصی در طیف جامع‌تری از جمعیت ایرانی و با لحاظ کردن سازه‌هایی چون تفاوت‌های نسلی مورد بررسی قرار گیرد. همچنین تکرار پژوهش‌های مشابه می‌تواند میزان درستی یافته‌های پژوهش حاضر را محک بزند و دامنه‌ی

¹ Imada

² social eyes

تأثیرگذاری آن‌ها را در مفهوم‌سازی‌های مربوطه گسترش دهد. مضاف بر موارد یادشده با توجه به نتایج این مطالعه و برجستگی مفاهیم فرهنگ‌بسته‌ای چون آبرو، حرمت و جمع‌گرایی مبتنی بر خانه و خانواده، انجام پژوهش‌های کیفی می‌تواند برای فهم چستی و کارکرد روان‌شناختی مفاهیم مزبور در زندگی و شخصیت افراد در این فرهنگ راهگشا باشد.

منابع

- احمدی، منا و متولی‌زاده، علی. (۱۳۹۰). تعارض و توازن منافع در حفظ حریم خصوصی و افشای اطلاعات ژنتیکی بیماران. فصلنامه حقوق پزشکی، شماره ۱۶، ۸۹-۱۱۳.
- اسعدی، سید محمد؛ اعتصام، فرناز؛ نایت، کیم. اچ؛ الفباین، مورتون. اچ؛ رضاعی، فرزین. (۱۳۸۵). رابطه فردگرایی و جمع‌گرایی با شیوه دانستن مستقل و ارتباطی در دانشجویان ایرانی و آمریکایی. تازه‌های علوم شناختی، سال دهم، شماره ۱، ۱۷-۲۲.
- انصاری، باقر. (۱۳۸۳). حریم خصوصی و حمایت از آن در حقوق اسلام، تطبیقی و ایران. مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، شماره ۶۶، ۵۳-۱.
- حاتمی، جواد. (۱۳۸۷). خویش - تن. تهران: نشر تبلور.
- حاتمی، جواد. (۱۳۸۸). علم شناخت در روان‌شناسی مدرن و گذشته فلسفی روان‌شناسی در ایران: یک مطالعه تاریخی. فصلنامه پژوهش‌های روان‌شناختی. دوره ۱۲، شماره ۳ و ۴، ۱۱۲-۱۴۳.
- حاتمی، جواد. (۱۳۹۲). درباره علم شناختی. تهران: امیرکبیر.
- حکیم‌جوادی، منصور و نیکوگفتار، منصوره. (۱۳۹۱). رابطه‌ی فردگرایی - جمع‌گرایی افقی و عمودی با هویت قومی در زنان و مردان ترکمن. پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، ۶، ۷۷-۹۰.
- ذبیح‌زاده، عباس؛ مظاهری، محمدعلی؛ حاتمی، جواد؛ توکلی، مهین؛ دهقانی، محسن؛ علیپور، مریم. (۱۳۹۳). بررسی اثر فرهنگ بر سبک تصمیم‌گیری بالینی سه گروه از روان‌درمانگران ایرانی در حل تعارض‌های بالینی. فصلنامه علوم رفتاری، شماره ۲۵، ۳۲۴-۳۱۷.
- شایگان، داریوش. (۱۳۹۱). آسیا در برابر غرب. تهران: امیرکبیر.
- شهباز قهفرخی، سجاد و مسعودیان، مصطفی. (۱۳۹۱). حمایت از حریم خصوصی اشخاص از منظر آیات و روایات. دو فصلنامه پژوهش‌های میان‌رشته‌ای قرآن کریم، شماره ۲، ۱۰۰-۸۷.
- صفایی، سیدحسین و جعفری، علی. (۱۳۹۱). رابطه آزادی اطلاعات با حریم خصوصی. فصلنامه حقوق اسلامی، شماره ۳۳، ۱۵۹-۱۳۵.
- فخری، زهرا و باقریان، فاطمه. (۱۳۹۱). رابطه پیش‌داوری نسبت به اقوام ایرانی با هویت جمعی در دانشجویان. پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، ۸، ۱۲۹-۱۰۳.
- قاضی‌مرادی، حسن. (۱۳۹۳). در ستایش شرم: جامعه‌شناسی حس شرم در ایران. تهران: نشر کتاب آمه، چاپ هفتم.

قنواتی، جلیل و جاور، حسین. (۱۳۹۰). حریم خصوصی؛ حق یا حکم. فصلنامه حقوق اسلامی، شماره ۳۱، ۳۲-۷.

محسنی، فرید و قاسم‌زاده، فریدون. (۱۳۸۵). حریم شخصی در فضای مجازی، با تکیه بر حقوق ایران. شریف، شماره ۳۴، ۳۰-۲۱.

هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۹). تحلیل تناظر و کاربردهای آن. تهران: سمت، چاپ چهارم.

Altman, I. (1977). The Environment and Social Behavior: Privacy, Personal Space, Territory, and Crowding. *Journal of Social Issues*, 33, 66-84.

Boster, J. (2005). Emotion categories across languages. In H. Cohen & C. Lefebvre (Eds.), *Handbook of categorization in cognitive science* (pp. 188-223). Amsterdam: Elsevier.

Burgoon, J. K., Parrott, R., Le Poire, B. A., Kelley, D. L., Walther, J. B., & Perry, D. (1989). Maintaining and restoring privacy through communication in different types of relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6, 131-158.

Danziger, K. (1990). *Constructing the subject: Historical origins of psychological research*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gifford, R. (2014). *Environmental psychology: Principles and practice*. Colville, WA: Optimal books, Fifth Edition.

Greenacre, M. (2007). *Correspondence analysis in practice*. CRC press.

Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Imada, T., & Kitayama, S. (2010). Social Eyes and Justification: Culture and Dissonance Revisited. *Social Cognition*, 28, 589-608.

Jaworska, N., & Chupetlovska-Anastasova, A. (2009). A review of multidimensional scaling (MDS) and its utility in various psychological domains. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 5, 1-10.

Jonson, A. N., & Paine, C. B. (2007). Self-disclosure, privacy and the Internet. *The Oxford handbook of Internet psychology*, 237-252.

Kitayama, S., & Cohen, D. (2007). *Handbook of Cultural Psychology*. New York: Guilford Press.

Kitayama, S., Duffy, S., & Uchida, Y. (2007). Self as a Cultural Mode of Being. In Kitayama, S., & Cohen, D. (Eds.), *Handbook of Cultural Psychology* (pp. 136-174). New York: Guilford Press.

Lee, E., & Park, N. (2008). Cross-cultural analysis of residential design and housing behaviors: The case of Koran households in the United States. In *Interior Design Educator's Council International Conference* (pp. 681-690).

Luce, R. D., Hoffman, D. D., D'Zmura, M., Iverson, G., & Romney, A. K. (Eds.). (2013). *Geometric Representations of Perceptual Phenomena: Papers in Honor of Tarow Indow on His 70th Birthday*. Psychology Press.

- Margulis, F. (2003). On the status and contribution of Westin's and Altman's theories of privacy. *Journal of Social Issues*, 59, 411-430.
- Markus, H. R. & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implication for cognition, emotion and motivation, *Psychological Review*, 98, 224-253.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (2010). Culture and self: a cycle of mutual constitution. *Perspect. Psychol. Sci.* 5, 420-430.
- Moore, C. C., Romney, A. K., & Hsia, T. L. (2000). Shared cognitive representations of perceptual and semantic structures of basic colors in Chinese and English. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 97, 5007-5010.
- Ozaki, R. (2002). Housing as a reflection of culture: Privatised living and privacy in England and Japan. *Housing Studies*, 17, 209-227.
- Pizziconi, B. (2007). The lexical mapping of politeness in British English and Japanese. *Journal of Politeness Research*, 3, 207-241.
- Purrington, A. (2014). *The Concept of Leisure Cross-culturally: An Examination of Leisure Terms Across Three Languages*. Doctoral dissertation, The Pennsylvania State University.
- Romney, A. K., & Moore, C. C. (1998). Toward a theory of culture as shared cognitive structures. *Ethos*, 26, 314-337.
- Romney, A. K., & Moore, C. C. (2001). Systemic culture patterns as basic units of cultural transmission and evolution. *Cross-Cultural Research*, 35, 154-178.
- Romney, A. K., Boyd, J. P., Moore, C. C., Batchelder, W. H., & Brazil, T. J. (1996). Culture as shared cognitive representation. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 93, 4699-4705.
- Romney, A. K., Moore, C. C., Batchelder, W. H., & Hsia, T. L. (2000). Statistical methods for characterizing similarities and differences between semantic structures. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 97, 518-523.
- Rusch, C. D. (2004). Cross-cultural variability of the semantic domain of emotion terms: An examination of English shame and embarrass with Japanese hazukashii. *Cross-cultural research*, 38, 236-248.
- Ryan, G. W., & Bernard, H. R. (2003). Techniques to identify themes. *Field methods*, 15, 85-109.
- Sobraske, K. H., Boster, J. S., & Gaulin, S. J. (2013). Mapping the conceptual space of jealousy. *Ethos*, 41, 249-270.
- Tronvoll, B. (2011). Negative emotions and their effect on customer complaint behaviour. *Journal of Service Management*, 22, 111-134.
- Weller, S. C., & Romney, A. K. (1990). *Metric scaling: Correspondence analysis* (No. 75). Sage.
- Westin, A. (1967). *Privacy and freedom*. New York: Atheneum.