

شبکه‌های اجتماعی و چالش‌های آن برای نظام خانواده در ایران: مطالعه عضویت زوجین در فیس‌بوک و مسائل و پیامدهای اجتماعی آن بر حریم خانواده^۱

حمید عبداللهیان^{۲*}، حسین حسنی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۰۶ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۵/۱۸

چکیده

هدف این مقاله تحلیل و تبیین پیامدهای عضویت زوجین ایرانی در فیس‌بوک و آثار و پیامدهای آن بر حریم خانوادگی در ایران است؛ به عبارت دیگر، مسئله اصلی این پژوهش ناظر بر این پرسش است که عضویت و کاربرد یک شبکه اجتماعی فراگیر همچون فیس‌بوک چگونه می‌تواند چالش‌هایی را برای ثبات نظام خانواده در ایران به‌ویژه در حوزه هنجارهای حریم خانواده ایجاد کند؟ گذشته از این، قصد ما این است که به این پرسش پاسخ بدهیم که آیا فیس‌بوک به‌تنهایی تعیین‌کننده است یا عوامل دیگری در وقوع این دگرگونی دخیل هستند؟ در این پژوهش، از نظریه نظام‌های خانواده برای سامان دادن به تبیین مقدماتی و نظری پرسش و هدایت پژوهش استفاده شده است اما تدوین نظام نظری را به بعد از تحلیل‌ها موکول کردیم. به همین دلیل، برای فهم عمیق‌تر و کشف دلالت‌های حاکم بر پیامدهایی که استفاده از فیس‌بوک بر حریم خصوصی دارد، روش‌شناسی کیفی از نوع نظریه زمینه‌ای را به‌کار برده‌ایم. پس از جمع‌آوری داده‌ها به کمک روش‌های مصاحبه گروهی آنلاین، مصاحبه فردی آنلاین و نیز مصاحبه گروهی چهره به چهره، یافته‌ها به کمک رویکرد نظریه زمینه‌ای تحلیل شده‌اند. بر اساس شواهد به‌دست آمده، فیس‌بوک، در تحول حدود خانواده ایرانی به‌منزله شرایط زمینه‌ای یا تسهیل‌گر عمل می‌کند و نمی‌توان این شبکه اجتماعی را به‌تنهایی عامل تحولات خانواده در ایران قلمداد کرد. گذشته از این، طیفی از عوامل فردی تا دگرگونی‌های کلان اجتماعی در تحول نظام خانواده ایرانی از منظر شفاف شدن حدود خانواده و تغییر تصور سنتی از حریم خانواده دخالت دارند. این نیز بخشی از دستاورد نظری این مقاله خواهد بود.

کلیدواژه‌ها: اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک، چالش‌های خانوادگی، روابط زوجین، حریم خانواده، شفافیت حدود خانواده

مقدمه

^۱ مقاله حاضر مأخوذ از رساله دکتری نویسنده دوم مقاله با موضوع پیامدهای عضویت زوجین در فیس بوک بر نظام خانواده در ایران است.
^۲ نویسنده مسئول، استاد گروه ارتباطات دانشگاه تهران؛ habdolah@ut.ac.ir
^۳ دانشجوی دکتری ارتباطات، دانشگاه تهران؛ hohassani@ut.ac.ir

این مقاله به مسئله آثار دو دهه ورود اینترنت به ایران می‌پردازد. مسئله این مطالعه به این نکته مربوط است که طی این دو دهه، شبکه ارتباط جهانی یا اینترنت در بافتار جامعه ایران همگام با و متأثر از تحولات جهانی، دگرگونی‌های فن‌آورانه، فرهنگی و اجتماعی متعددی را ایجاد کرده است. از جمله این تحولات فنی-اجتماعی می‌توان به رشد فزاینده رسانه‌های اجتماعی^۱ و یا به عبارت دیگر سایت‌های شبکه‌های اجتماعی^۲ اشاره کرد که ضمن متصل کردن افراد به یکدیگر نوع روابط اجتماعی آن‌ها را نیز تغییر داده‌اند. همان‌طور که فان دایک (۲۰۱۳: ۳) می‌نویسد، طی یک دهه اخیر، «این امکانات به همه تاروپود فرهنگ امروزی نفوذ کرده و بر تعامل انسان‌ها در سطح فردی و اجتماعی و نیز در سطحی وسیع‌تر، بر جامعه تأثیر گذاشته‌اند»؛ بنابراین، ضروری است که به آثار و پیامدهای این نوع رسانه‌های تعاملی بر فرهنگ و زندگی روزمره در ایران توجه ویژه‌ای شود. یکی از این رسانه‌های اجتماعی، سایت شبکه اجتماعی فیس‌بوک است که در اینجا تحولات ناشی از عضویت زنان و شوهران ایرانی بر زندگی خانوادگی آن‌ها و به‌ویژه از منظر حریم شخصی خانوادگی، مورد توجه قرار می‌گیرد. برای این امر، ابتدا به طرح مسئله مورد مطالعه می‌پردازیم.

بیان مسئله

در دهه دوم قرن بیست و یکم انواع متفاوتی^۳ از رسانه‌های اجتماعی کوچک و بزرگ در حال فعالیت هستند که تعداد کاربران آن‌ها از هزاران نفر تا بیش از هزار میلیون نفر متغیر است. در حال حاضر، فیس‌بوک، مشهورترین سایت شبکه اجتماعی در جهان است و تعداد بسیار زیادی از ایرانیان نیز عضو آن هستند. هم‌اکنون (۲۰۱۶) تعداد کاربران فیس‌بوک در کل جهان بیش از یک میلیارد و چهارصد میلیون نفر

^۱. social media

^۲. social networking sites

^۳. کاپلان و هنلین (۲۰۱۰) رسانه‌های اجتماعی را به شش نوع مختلف تقسیم کرده‌اند؛ که عبارتند از: ۱) پروژه‌های همکارانه (همانند ویکی‌پدیا)؛ ۲) بلاگها و میکروبلاگها (همانند توییتر)؛ ۳) جماعت‌های محتوا (همانند یوتیوب)؛ ۴) سایت‌های شبکه اجتماعی (همانند فیس‌بوک)؛ ۵) دنیا‌های گیم مجازی (همانند وردلد آو وارکرافت)؛ و ۶) دنیا‌های اجتماعی مجازی (همانند زندگی دوم).

برآورد می‌شود^۱. با وجود گستردگی تعداد کاربران فیس‌بوک، در مورد تعداد ایرانیان عضو این شبکه اجتماعی آمار دقیقی وجود ندارد. به دلیل فیلتر بودن فیس‌بوک در ایران و نیز اقدام متقابل فیس‌بوک در حذف نام ایران از کشورهایایی که به آن‌ها خدمات ارائه می‌کند، برآورد دقیق کاربران ایرانی فیس‌بوک امکان‌پذیر نیست. ولی برخی آمارها که به صورت پراکنده در سایتها و خبرگزاری‌های مختلف ارائه می‌شوند، بیانگر این است که بین ۹ تا ۱۷ میلیون کاربر فیس‌بوک در ایران وجود دارد^۲. بر اساس محاسبات عبداللهیان (۱۳۹۴) تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی با محوریت فیس‌بوک در ایران تقریباً شانزده میلیون و هشتصد هزار تا هفده میلیون و دویست هزار نفر تخمین زده می‌شود (حمید عبداللهیان، مصاحبه حضوری، ۱۵ تیر ۱۳۹۴).

در هر صورت، یک واقعیت اجتماعی انکارناپذیر جامعه فعلی ایران این است که بخش عمده‌ای از کاربران فیس‌بوک را افراد متأهل یا زوجین تشکیل می‌دهند. به بیان دیگر، بخشی از کاربران فیس‌بوک به عنوان زن یا شوهر اعضای یک خانواده نیز هستند؛ بنابراین تصور می‌شود عضویت در این شبکه علاوه بر آنکه زندگی روزمره و رفتار افراد، به شکل انفرادی را متأثر می‌کند، روابط خانوادگی آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. در همین راستا، یکی از پیامدهای عضویت افراد در فیس‌بوک، ظرفیت‌های گسترده آن برای ایجاد تحول در حدود و تصورات از حریم خصوصی در خانواده‌های ایرانی است.

بنابراین، جایگاه رسانه‌های اجتماعی در تعاملات خانواده، محور تشریح مسئله این مقاله است. بر طبق آمارهای ارائه شده، حدود ۶۶ درصد از افراد متأهل در آمریکا گزارش کرده‌اند که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی آنلاین نقشی کلیدی در زندگی آن‌ها دارند (لنهارت و داگان، ۲۰۱۴). در ایران نیز عضویت در فیس‌بوک و گذراندن قسمتی از اوقات شبانه‌روز بخشی از فعالیتهای روزمره اعضای برخی خانواده‌ها و

۱. مارک زاکربریگ رئیس فیس‌بوک در صفحه شخصی خود در تاریخ ۲۲ آوریل ۲۰۱۵ تعداد کاربران فیس‌بوک را یک میلیارد و ۴۴۰ میلیون نفر اعلام کرد.

۲. عصر ایران (۱۳۹۰) ۱۷ میلیون ایرانی عضو فیس بوک هستند؛ سایت خبری تحلیلی عصرایران (تاریخ انتشار: ۱۲ مهر ۱۳۹۰)؛

به‌ویژه زوجین به شمار می‌رود که بخشی از آن را محققین این مطالعه در مصاحبه‌های حضوری و اکتشافی نیز مشاهده کردند.

شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان شکلی از ابزارهای ارتباطات آنلاین که به افراد امکان خلق، به اشتراک‌گذاری و مبادله اطلاعات، ایده‌ها، ویدئوها و تصاویر را می‌دهند، بر روابط میان-فردی بین اعضای خانواده با یکدیگر تأثیرگذار بوده‌اند. از آنجاکه هدف معرفی شده فیس‌بوک ایجاد روابط دوستی است، این رسانه امکان گفت‌وگو و تبادل محتوا میان اعضای خانواده‌های مختلف یا افراد منفرد را فراهم می‌کند. حضور اعضای خانواده در شبکه‌های اجتماعی سرآغاز ایجاد روابط دوستانه با دیگران و فراهم شدن امکان گفت‌وگو و به اشتراک‌گذاری محتواهای تولید شده است. این به اشتراک‌گذاری می‌تواند شامل بازنمایی بخشی از حوزه روابط و حریم خصوصی خانوادگی و تعاملات صمیمانه در محیط تعاملی فضای مجازی باشد که از پیش‌ازین و به‌واسطه رسانه‌های سنتی این نوع خاص از تعامل امکان‌پذیر نبوده است.

زاکریبگ مالک فیس‌بوک، مأموریت فیس‌بوک را ساختن شبکه‌ای معرفی کرده بود که «جهان را گشوده‌تر و متصل‌تر کند» (فلچر، ۲۰۱۰). از طرف دیگر، همان‌طور که فن دایک (۲۰۱۳) می‌گوید، ارزش‌های گشودگی و متصل‌بودگی به‌طور ذاتی در اصطلاح دیگری به نام به اشتراک‌گذاری بازتاب پیدا می‌کند. گرچه این واژه با توزیع اطلاعات شخصی کاربران بین یکدیگر ارتباط دارد، اما این به‌طور ضمنی به معنای انتشار اطلاعات شخصی برای طرف‌های سوم نیز هست. معنای اجتماعی به اشتراک‌گذاری غالباً در مصاف با اصطلاح «حریم خصوصی» قرار می‌گیرد که زاکریبگ آن را «هنجاری در حال تطور» می‌نامد؛ به عبارت دیگر، انتظار می‌رود که در محیط فیس‌بوک تعریف و تصور سنتی از حریم خصوصی به‌تدریج دگرگون شود و هنجارهای جدیدی برای آن به‌جود آید.

بنا بر بحث‌های گذشته، می‌توان گفت فیس‌بوک ارتباط و تعامل میان اعضای خانواده و افراد برون-خانواده را که معمولاً در جهان واقعی نسبتی باهم ندارند تسهیل می‌کند؛ از سوی دیگر، امکاناتی که در این رسانه اجتماعی برای درج رویدادهای شخصی

خانوادگی، نمایش عکس‌ها و به اشتراک‌گذاری فیلم‌های خصوصی فراهم شده است، به شکل خواسته و ناخواسته افشاء اطلاعات شخصی خانوادگی را تسهیل می‌کند؛ به علاوه، این موضوع با آرمان مدیران فیس‌بوک که می‌خواهند جهان را به مکانی «گشوده‌تر و شفاف‌تر» (فن دایک، ۲۰۱۳: ۴۵) تبدیل کنند، نیز انطباق دارد.

در نتیجه، علاوه بر تمایل مدیران فیس‌بوک برای افشاء اطلاعات شخصی و محرمانه درون‌خانوادگی-که بیشتر از نظر فروش اطلاعات با اهداف تجاری برای آن‌ها اهمیت دارد- و نیز روند فزاینده افشای اطلاعات شخصی اعضای خانواده‌های ایرانی در این شبکه اجتماعی، این پدیده می‌تواند تحولاتی را برای خانواده در جامعه ایران ایجاد کند؛ به عبارت دیگر، فیس‌بوک می‌تواند نگرانی‌هایی را برای خانواده ایرانی به وجود آورد؛ به ویژه، در جامعه ایران که خانواده تا حدود زیادی همچنان متأثر از ارزش‌ها و هنجارهای سنتی است، این روندها چالش‌برانگیزتر است. در اینجا فرض ما این است که نفوذ شبکه اجتماعی فیس‌بوک به خانواده در جامعه ایران، علاوه بر تسهیل ارتباطات فرا-خانوادگی در میان زن‌ها و شوهرها، زمینه پیامدهای دیگری از جمله شفافیت حریم خانواده در ایران را فراهم کرده است که با مناسبات جامعه سنتی ایران سازگار نیست. اکنون که مسئله را مطرح کردیم حال پرسش این مقاله این است که: «شبکه اجتماعی فیس‌بوک چگونه حریم خصوصی خانواده ایرانی را تغییر داده و عوامل مؤثر بر آن کدام اند؟».

ملاحظات نظری: شبکه‌های اجتماعی و حریم خصوصی

بحث اصلی در این بخش، ورود فناوری اینترنت به درون خانه و تحولات ناشی از آن از منظر دگرگونی مفهوم و حدود حریم خصوصی و یا به عبارت بهتر «حریم خانوادگی» است. سایت‌های شبکه اجتماعی به کاربران امکان می‌دهند تا با کاربران دور و نزدیک ارتباط برقرار کنند و اطلاعات مربوط به خود را در این فضا منتشر کنند. نگرانی در مورد حریم خصوصی بر میزان مبادله اطلاعات توسط کاربران تأثیرگذار است. این اطلاعات زمانی که به روابط صمیمانه میان

زوجین مربوط باشد، حاد و چالش‌برانگیز می‌شود و نگرانی‌هایی را در مورد حفظ حریم خانواده ایجاد می‌کند.

حریم خصوصی به گفته نیسنباوم (۲۰۱۱) می‌تواند مفهوم توصیفی، هنجاری یا قانونی باشد. وی حریم خصوصی را به‌منزله یک حق مهم در نظر می‌گیرد که باید از نظر قانونی و اخلاقی مورد حفاظت قرار گیرد؛ از منظر اطلاعاتی، رایمن (۱۹۷۶: ص ۳۰) حریم خصوصی را به‌منزله شرایطی تعریف می‌کند که طی آن «سایر افراد از دسترسی به اطلاعاتی درباره شما یا تجربیات شما محروم می‌شوند».

بورگون و دیگران (۱۹۸۹) با تکیه بر اثر وستین چهار بعد از حریم خصوصی را از یکدیگر تفکیک می‌کند که شامل ابعاد اطلاعاتی، اجتماعی، روانی و فیزیکی است. حریم اطلاعاتی یعنی اینکه بتوانیم کنترل کنیم، اطلاعاتی را که در مورد ما وجود دارد، دیگران چگونه و در چه شرایطی جمع‌آوری و منتشر کنند. حریم اجتماعی به‌منزله توانایی و امکان یک فرد برای خروج از روابط اجتماعی توصیف می‌شود. حریم روانی هم شامل آزادی برای تصمیم‌گیری در مورد این موضوع است که احساسات و افکار شخصی خودمان را چه وقت و برای چه کسی آشکار کنیم و در نهایت حریم فیزیکی به معنای آزادی از نظارت و ورود ناخواسته به فضای شخصی یک نفر از طریق حضور فیزیکی یا تماشا کردن است.

طبیعی است که با توجه به رویکرد ارتباطاتی ما به حریم خصوصی، بعد اطلاعاتی آن برای ما اهمیت دارد. به گفته دو سیو (۱۹۹۷)، حریم اطلاعاتی شامل اطلاعات مرتبط با امور شخصی همانند سبک زندگی فرد، امور مالی، سابقه پزشکی و دستاوردهای علمی است. حفاظت از حریم اطلاعاتی، افراد را از مداخلات و نیز تهدید مداخلات حفاظت می‌کند و به افراد امکان می‌دهد تا تصمیم بگیرند چه کسی و با چه هدفی به اطلاعات دسترسی داشته باشد (به نقل از جوینسون و پین، ۲۰۰۷).

کاربرد نظریه نظام‌های خانواده برای مطالعه پیامدهای فیس‌بوک بر خانواده

در این مقاله خانواده به مثابه یک نظام مورد ملاحظه قرار می‌گیرد. همان‌طور که سگرین و فلورا (۲۰۰۵) گفته‌اند، نگاه نظامی به خانواده عمده‌ترین رویکرد در مطالعه ارتباطات خانوادگی طی دو دهه گذشته بوده است که امکان مطالعه تعاملات خانوادگی را فراهم می‌کند. نظریه نظام‌های خانواده به ما امکان می‌دهد تا نحوه عملکرد خانواده ایرانی را به‌منزله افراد بلکه اعضای یک گروه جمعی به نام خانواده مورد مطالعه نظری قرار دهیم. بر اساس نظریه نظام‌های خانواده، باید خانواده را به‌مثابه یک مجموعه به‌هم‌پیوسته از عناصر در نظر گرفت تا بتوان آن را درک کرد؛ بنابراین، خانواده‌ها را نه بر اساس تجربیات اعضای منفرد خانواده بلکه به‌واسطه پویایی‌های منحصربه‌فرد و حال و هوای کلی آن می‌توان فهمید (لو پوار، ۲۰۰۶).

توضیح آنکه خانواده به‌عنوان «نظام» شامل عناصر به هم مرتبط و همچنین دارای ساختاری است که عناصر آن عبارت از اعضای آن‌اند و به‌طور مدام باهم کنش متقابل دارند. هر یک از این عناصر ویژگی‌هایی دارند و بین این عناصر هم روابطی وجود دارد که به شیوه‌ای ویژه آن‌ها را به هم مرتبط می‌کنند. از سوی دیگر، نظام‌های خانوادگی به شکلی الگومند عمل می‌کنند و هر خانواده نیز مرزهایی دارد که طیفی از مرزهای باز تا بسته را در برمی‌گیرد. نظام‌های خانوادگی باز، این امکان را فراهم می‌کنند تا عناصر بیرونی در آن‌ها مداخله کنند، اما نظام‌های خانوادگی بسته در برابر نفوذهای بیرونی ممانعت به عمل می‌آورند (سگرین و فلورا، ۲۰۱۱).

خانواده اغلب به‌منزله نظامی باز و تدویم‌یابنده در نظر گرفته می‌شود. در عمل هیچ خانواده کاملاً بسته‌ای را نمی‌توان یافت و خانواده‌ها بر اساس میزان باز بودگی‌شان باهم متفاوت هستند. خانواده‌هایی که بسیار گشوده یا باز هستند مرزهایی نفوذپذیر دارند. به‌طورکلی مرزها خطوط تقسیم‌کننده ساده‌ای هستند که تعیین می‌کنند چه کسی درون نظام و چه کسی خارج از آن قرار می‌گیرد؛ بنابراین مرزهای نفوذپذیر در خانواده‌های باز به این معنا است که افراد به‌آسانی می‌توانند وارد نظام شوند و از آن خارج شوند-مفاهیم باز بودگی و مرزها در بحث از

روابط صمیمانه آنلاین و حریم خصوص نقشی اساسی دارند (همان).

یکی از دلالت‌های نظام خانوادگی با مرزهای نفوذپذیر، توجه به خانواده از منظر حریم خصوصی یا حریم خانوادگی است. به این معنا که آن دسته از خانواده‌ها که مرزهای حریم‌بخش آن‌ها چندان مستحکم نیست از طرف عناصر خارجی که می‌توان آن‌ها را «بیگانه‌ها» نامید، می‌توانند مورد تخطی و هجوم واقع می‌شوند که این وضعیت پرسش‌هایی را از منظر تعریف و تعیین حریم خانواده، تعهد اخلاقی، مرز حریم خصوصی و حریم عمومی و مباحث دیگر پدید می‌آورد (سگرین و فلوراء، ۲۰۱۱)؛ بنابراین، می‌توان انتظار داشت فضای درونی آن دسته از خانواده‌های ایرانی که مرزهای نفوذپذیری دارند از طریق فیس‌بوک دسترس‌پذیرتر باشد که البته پیامدهایی برای رابطه میان همسران و ثبات نظام خانوادگی آن‌ها خواهد داشت.

بر اساس بحث‌های فوق در اینجا نیز استعاره مرز کاربرد دارد و به دو شکل مرز نفوذپذیر و مرز نفوذناپذیر تقسیم می‌شود که بر اساس بازبودگی یا بسته بودن نظام خانواده تعریف و تعیین می‌شود. هر خانواده می‌تواند بنا بر عوامل مختلف راهبردهای گوناگونی را در مورد میزان نفوذپذیری مرزهای حریم خود در پیش بگیرد. میزان نفوذپذیری یا نفوذناپذیری خانواده ایرانی در برابر ورود شبکه اجتماعی فیس‌بوک را میزان بازبودگی نظام خانواده در ایران تعیین می‌کند.

در مواجهه با شبکه اجتماعی فیس‌بوک، خانواده‌های ایرانی ممکن است مرزهایی به شدت بسته یا به شدت باز داشته باشند. انتظار می‌رود خانواده‌هایی که مرزهایی بسته دارند، تمایل اندکی به بازنمایی حریم خصوصی خود در فیس‌بوک داشته باشند؛ اما در مقابل خانواده‌هایی که مرزهایی بسیار باز دارند، گرایش بیشتری برای به اشتراک‌گذاری حریم شخصی خود در شبکه اجتماعی فیس‌بوک خواهند داشت. البته امکان دارد نوع سومی از خانواده‌ها در ایران نیز وجود داشته باشند. این نوع خانواده‌ها نه مرزهایی بسیار باز دارند و نه مرزهایی به شدت باز و گشوده. ویژگی این نوع خانواده‌ها انعطاف‌پذیری است. در این نوع

خانواده‌ها ضمن اینکه امکان دسترسی به فضای درون خانواده تا حدودی تسهیل شده است اما این دسترسی کنترل شده است و ارزش‌ها و هنجارهایی برای ورود دیگران به فضای شخصی خانواده تعریف کرده و اعضای خانواده خود را ملزم به رعایت آن‌ها می‌دانند. بنابراین، از منظر ارتباطی، میزان به اشتراک‌گذاری اطلاعات یا داده‌های فضای درون‌خانواده در بسته یا باز بودن حدود و به عبارت کلی‌تر تحول حریم خصوصی خانواده نقش اساسی دارد. این بحثی نظری است که اکنون با روش‌شناسی زیر باید برایش شاهد و سند ارائه کنیم.

روش تحقیق

روش پژوهش در این مطالعه کیفی و مبتنی بر کاربرد نظریه زمینه‌ای برای تحلیل داده‌ها است. در این مطالعه، گردآوری داده‌ها هم به شکل آنلاین و هم به شکل آفلاین انجام شده است.

روش گردآوری داده‌ها

ما در اینجا از روش مصاحبه انفرادی آنلاین، مصاحبه گروهی چهره به چهره و نیز برگزاری مصاحبه گروهی آنلاین در شبکه اجتماعی فیس‌بوک برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده کردیم. مصاحبه‌های گروهی متمرکز در دسته مصاحبه عمقی قرار می‌گیرند (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸)؛ از آنجاکه یکی از اهداف اصلی از انجام مصاحبه عمقی، فهم تجربه و دیدگاه کنشگر اجتماعی (سرمد و بازرگان، ۱۳۹۱) فیس‌بوک بود، صرفاً افرادی را برای مصاحبه انتخاب کردیم که تجربیات آن‌ها با مسئله پژوهش ارتباطی اساسی داشته باشد. در مجموع افرادی که در مصاحبه‌های فردی و گروهی شرکت کردند، تجربه حداقل سه سال زندگی مشترک را داشتند. ضمن آنکه حداقل ۲ سال از زمان عضویت و فعالیت آن‌ها در شبکه اجتماعی فیس‌بوک می‌گذشت. به علاوه این افراد جزء کاربران فعال فیس‌بوک و گروه‌های تخصصی مورد توجه این رساله بودند؛ بنابراین تجربیات مناسبی هم در زمینه زندگی خانوادگی و هم فعالیت در فیس‌بوک داشتند.

ضمناً مصاحبه‌های گروهی آنلاین را به‌طور خاص در سه گروه برگزار کردیم. این گروه‌ها عبارت بودند

از: «زوج درمانی و مهارت‌های ارتباطی»، «متأهلین خاص»، «گروه زوج‌درمانی و مشاوره ازدواج و خانواده». این گروه‌ها به‌طور تخصصی و فعال بر مسائل همچون مشاوره، زوج‌درمانی و ارتباطات خانواده متمرکز هستند. در یک فاصله دو ماهه شش مصاحبه گروهی متمرکز آنلاین در سه گروهی که پیش‌تر به آن‌ها اشاره شد و دل‌مشغولی اصلی آن‌ها خانواده است، برگزار شد. مصاحبه‌های متمرکز آنلاین در فاصله زمانی دو ماهه و در آذر و دی‌ماه ۱۳۹۳ صورت گرفت. با ملاحظه اینکه رویکرد اصلی برای تحلیل داده‌ها که نظریه‌ای زمینه‌ای است، ما داده‌های حاصل از مصاحبه‌های گروهی را ضمن گردآوری به‌صورت مقدماتی نیز تحلیل نمودیم. مصاحبه‌های گروهی با این هدف صورت می‌گرفت که صورت‌بندی اولیه مفاهیم و مقولات صورت گیرد.

علاوه بر این افزایش اعتبار داده‌ها، ما سه مصاحبه گروهی چهره به چهره نیز انجام دادیم؛ این مصاحبه‌ها شامل مصاحبه با گروهی متشکل از شش مرد (مصاحبه اول)، شش زن (مصاحبه دوم)، سه زن و سه مرد (مصاحبه سوم) بود. این مصاحبه‌ها با دعوت از اعضای همان گروه‌ها صورت گرفت. این افراد کسانی بودند که در مصاحبه گروهی آنلاین مشارکت نکردند و یا اینکه مشارکت آن‌ها در آن ضعیف بود. این افراد در بحث‌های مختلفی که در ارتباط مسائل مرتبط با خانواده در این گروه‌ها برگزار شده بودند نظرات خود را اعلام می‌کردند و در بحث‌ها مشارکت داشتند. تمام افرادی که مصاحبه گروهی آنلاین مشارکت داشتند، ساکن تهران بوده‌اند. زمان مصاحبه عموماً در بعدازظهر روزهای آخر هفته انتخاب شدند. این بهترین زمانی بود که افراد می‌توانستند فارغ از زندگی کاری یا شخصی در مصاحبه شرکت کنند. این مصاحبه‌ها در فاصله آذر و دی‌ماه ۱۳۹۳ برگزار شدند. مکان برگزاری مصاحبه‌ها دفتری یکی از دوستان ما بود که هم تقریباً در مرکز شهر قرار داشت و امکان دسترسی به آن ساده بود و هم اینکه محیط آرامی داشت.

علاوه بر مصاحبه گروهی متمرکز آنلاین و آنلاین، از مصاحبه فردی نیز برای جمع‌آوری داده استفاده کردیم. این مصاحبه‌ها به‌صورت آنلاین صورت گرفت.

افرادی که با آنها مصاحبه شد، عموماً عضو گروه‌های تخصصی فیس‌بوک در زمینه خانواده بودند. با توجه به تعداد مصاحبه‌های گروهی و تعدد افراد شرکت‌کننده در آن از مصاحبه‌های فردی به نسبت کمتری استفاده شد و هدف از آن عمدتاً رفع ابهام‌های نظری حاصل از یافته‌ها در حوزه‌هایی بود که باوجود استفاده از مصاحبه‌های گروهی چندان روشن نشده بود. تعداد افرادی که در مصاحبه عمقی آنلاین مورد مصاحبه قرار گرفتند شامل ۱۲ نفر بودند. در مجموع، در این پژوهش با ۷۰ نفر از پاسخگویان مصاحبه شد که ۳۰ نفر از آنان مرد و ۴۰ نفر دیگر نیز زن بودند. سطح تحصیلات پاسخگویان از دیپلم تا دکترا بود.

روش تحلیل داده‌ها

برای تحلیل داده‌ها از نظریه زمینه‌ای یا داده‌محور استفاده شد. این رویکرد که با تحلیل و تفسیر متن سروکار دارد، یکی از عمده‌ترین شیوه‌های تحلیل و تفسیر داده‌ها در علوم ارتباطات به شمار می‌رود (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸). شیوه‌های مختلفی برای تحلیل داده‌های کیفی به شکل نظریه زمینه‌ای وجود دارد اما به‌طور خاص ما از شیوه معرفی شده توسط اشتراوس و کربین (۱۳۹۱) در کتاب «مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای» استفاده کردیم.

روش نمونه‌گیری

روش اصلی نمونه‌گیری در تولید نظریه زمینه‌ای، نمونه‌گیری نظری است که در تمام مدت جریان جمع‌آوری داده و انجام مصاحبه مدنظر ما قرار داشت. به این معنا که در این روش عمدتاً سوژه‌های تحقیق با هدف کمک به پر شدن خانه‌های خالی جدول نظریه انتخاب می‌شدند؛ یعنی باید اشباع نظری اتفاق بیفتد. ما نمونه‌گیری را تا زمانی که دیگر مفهوم جدیدی از طریق مصاحبه‌ها به دست نیاید ادامه دادیم؛ بنابراین، در اینجا حجم نمونه تا حد زیادی تابع این بود که از طریق مصاحبه‌های جدید به مفاهیم یا کدهای تازه‌ای دست پیدا کنیم.

در رویکرد بنیانی، بحث نمونه‌گیری بیشتر معطوف به متن‌ها و کدهای استخراج‌شده است و به شیوه

انتخاب پاسخگو توجهی نشده است. با این‌همه، بخش دیگری از فرآیند نمونه‌گیری در پژوهش ما، انتخاب سوژه‌های پژوهش بود. برای انتخاب سوژه‌های تحقیق برای نمونه‌گیری به سازه‌های نظری (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۱۷۷) تکیه کردیم که رابطه نزدیکی با نمونه‌گیری نظری در نظریه بنیانی دارد. در این پژوهش نمونه‌ها بر اساس علایق نظری برگزیده شدند؛ یعنی افرادی را انتخاب کردیم که بتوانند به تکوین نظریه کمک کنند.

تحلیل یافته‌ها و نتایج تحقیق

فرآیند تدوین نظریه در رویکرد زمینه‌ای به این شکل است که ابتدا با کدگذاری باز مفاهیم و مقولات فرعی و سپس اصلی تعیین می‌شوند. در مرحله کدگذاری محوری، مقوله‌های فرعی به دست آمده در بخش کدگذاری باز، در قالب یک مدل پارادایمی شامل شرایط علی، زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها مجدداً ترکیب می‌شوند تا تصویر روشن‌تری از یافته‌ها به دست آید. در انتها نیز کدگذاری گزینشی صورت می‌گیرد و مفهوم مرکزی این پژوهش بیان می‌شود. ما پس از پایان مرحله کدگذاری باز، یعنی استخراج مفاهیم و مقولات، نهایتاً به ۲ مقوله اصلی و تعداد ۹ مقوله فرعی دست پیدا کردیم. مقوله‌های اصلی پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

۱. تظاهری شدن حریم خصوصی
۲. حساسیت‌زدایی از مفهوم سنتی حریم خصوصی و همراهی تحولات اجتماعی

(۱) کدگذاری باز

همان‌طور که گفته شد، اولین مرحله در روش تحلیل داده‌ها، کدگذاری باز است که در قالب آن اولین مفاهیم و نیز مقوله‌های فرعی و سپس مقوله‌های اصلی شکل می‌گیرند. در جدول (۱) مقوله‌های اصلی و مقوله‌های فرعی در مرحله نخست تحلیل به روش نظریه زمینه‌ای، ذکر شده‌اند:

جدول ۱. مقوله‌های اصلی و فرعی

ردیف	مقولات اصلی	مقولات فرعی
۱	تظاهری شدن حریم خصوصی	≠ خود ابرازی ≠ فخرفروشی و نمایش خوشبختی ≠ الزامات خانواده دور از هم ≠ تبعیت از فضای آرمانی فیسبوک
۲	حساسیت‌زدایی از مفهوم سنتی حریم خصوصی و همراهی تحولات اجتماعی	≠ عادی شدن نمایش زندگی شخصی ≠ فردی شدن حریم خصوصی ≠ الزامات فیسبوک برای تغییر حریم خصوصی ≠ همراهی با دیگران و تحول حریم خصوصی ≠ الزامات کلان فناورانه و تحول حریم خصوصی

با توجه به محدودیت فضای مقاله، از توضیح مفصل مرحله کدگذاری باز صرف‌نظر می‌کنیم اما کدگذاری محوری را به شکلی مفصل‌تر و با ذکر نمونه‌هایی از پاسخ‌های سوژه‌های پژوهش توضیح می‌دهیم.

۲) کدگذاری محوری

پس از مرحله کدگذاری باز و تعیین مفاهیم و مقولات اصلی، مقولات به‌دست‌آمده در نظامی منطقی برای تولید نظریه در قالب یک مدل پارادایمی در ارتباط با یکدیگر قرار می‌گیرند. در این مرحله از یک مدل پارادایمی برای پیوند مقولات اصلی و فرعی استفاده می‌شود که شامل شرایط علی، زمینه، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها است. در صورت عدم استفاده از این مدل، تحلیل نظریه‌چندان عمیق نخواهد بود.

کدگذاری محوری شامل مرتبط کردن مقوله‌ها با زیر مقوله‌ها در راستای ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها است. لازم به توضیح است که در این مرحله صرفاً به مقوله‌های فرعی به‌دست‌آمده در کدگذاری باز تکیه نکردیم و گاهی لازم بود تا مجدداً به پاسخگویان مراجعه کنیم و پرسش‌های دیگری از آن‌ها مطرح کنیم. پاسخ‌های آن‌ها را مجدداً کدگذاری کردیم تا مقوله‌های فرعی ابعاد مختلف این مدل به دست آید.

بر این اساس در زیر دو پدیده حاصل از مرحله کدگذاری باز را در قالب مدل پارادایمی مورد تحلیل قرار خواهیم داد.

(۲-۱) تظاهری شدن حریم خصوصی

نخستین پدیده‌ای که در اینجا مورد توجه قرار خواهیم داد، «تظاهری شدن حریم خصوصی است». در جدول ۲ مجموعه شرایط، راهبردها و پیامدهای این پدیده ذکر شده‌اند. در ادامه، در مورد این اجزاء این جدول بحث خواهیم کرد.

جدول ۲. پدیده تظاهری شدن حریم خصوصی و ویژگی‌ها و ابعاد آن

شرایط علی	≠ خود ابرازی ≠ فخرفروشی و نمایش خوشبختی ≠ محدودیت‌های زندگی واقعی
شرایط زمینه‌ای	≠ فضای آرمانی فیس‌بوک ≠ الزامات خانواده دور از هم ≠ مقابله با محدودیت‌های خانوادگی
شرایط مداخله‌گر	≠ ویژگی‌ها شخصیتی ≠ نوع نگرش نسبت به نمایش حریم خصوصی
کنش و تعامل (راهبردها)	≠ محدود کردن حدود روابط ≠ هم‌نوایی تدریجی
پیامدها	≠ کم‌رنگ شدن مرزهای حریم خصوصی

شرایط علی

مجموعه‌ای از علل و عوامل باعث شکل‌گیری پدیده «تظاهری شدن حریم خصوصی» در فیس‌بوک در بین ایرانی‌ها شده‌اند. شرایط علی معمولاً چرایی و چگونگی واکنش افراد به یک پدیده خاص را توضیح می‌دهند. از جمله مهم‌ترین عواملی که سبب می‌شود تا افراد به شکلی تظاهری حریم شخصی و روابط شخصی و خانوادگی خود را به نمایش بگذارند، خود ابرازی است. «خود ابرازی» را در بخش کدگذاری نظری نیز توضیح دادیم. با این‌همه، ذکر نمونه‌ای از مفاهیم کدگذاری شده ابعاد دیگری از خود ابرازی را آشکار می‌کند. مهدی می‌گوید:

درسته... کار درستی نیست که شما بیای عکس شخصی و خونه زندگی تو فیس‌بوک به بقیه نشون بدی ولی خوب بعضی‌ها این کار را می‌کنن راستش رو بخواین من هم عکس خصوصی مو رو گذاشتم تو پیجم... خود آدم وقتی خونه زندگی‌اش خوبه دلش می‌خواهد بقیه هم ببینن... وقتی عکست تو آلبوم شخصی کسی نمی‌بینه ولی تو فیس‌بوک که بزاری دوستات و فرندات می‌بینن می‌دونید اینجوری آدم دیده می‌شه آگه از خودت چیزی نگي یا عکس نذاری که کسی نمی‌دونه چی هستی و وضعت چطور (مهدی، ۳۰، کارشناسی ارشد)

فخر فروشی به دیگران یکی از دیگران از دلایل تظاهری شدن نمایش خوشبختی است. اصولاً همان‌طور که پیشتر نیز اشاره شد هدف عمده برخی از افراد این است که از طریق بازنمایی روابط شخصی، وضعیت تظاهری خانه و زندگی، تصاویر خود هنگام مسافرت‌های داخلی و خارج از کشور و نیز درج عکس با اتومبیل گران‌قیمت و اتومبیل سبک زندگی مرفه خود را به نمایش بگذارند؛ به عبارت دیگر، آنان تمایل دارند از این طریق سطح بالای زندگی و تعلق طبقاتی خود را به دیگران نمایش دهند و خود را از دیگران متمایز کنند. هرچه لایک بیشتری دریافت کنند، برای آن‌ها خوشایندتر است.

عامل سوم دیگری که از خلال مصاحبه‌ها برای تظاهری شدن حریم خانوادگی می‌توان ذکر کرد، محدودیت‌های زندگی واقعی است. منظور از محدودیت‌های زندگی واقعی در اختیار نداشتن ابزار و رسانه لازم برای برآورده کردن میل افراد به خودنمایی و فخرفروشی است.

من دوست دارم بقیه منو ببینن حالا شما ممکنه خوشتر نیاد ولی من اینجوری هستم... تو زندگی که کسی تو رو نمی‌بینه نهایتش خانواده و دوستای نزدیک... اونها هم که بعضی هاشون اونقدر حسودن که آدم دلش نمی‌خواد باهاشون رابطه داشته باشه ولی اینجا تو فیس‌بوک با کلی آدم دوست می‌شی زندگی‌تو نشونشون می‌دی اونا هم نشون می‌دن فیس‌بوک این کارو کرده دیگه (ساناز، ۲۶، دیپلم)

شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای شامل مجموعه‌ای از شرایط هستند که در یک زمان و مکان جمع می‌شوند تا اوضاعی را به وجود آورند که افراد از طریق عمل/تعامل خود به آن

پاسخ دهند. یکی از شرایط زمینه‌ای اصلی تظاهری شدن فیس‌بوک فضای آرمانی فیس‌بوک است. جواد در این زمینه می‌گوید:

تو فیس‌بوک همه چی خوبه... خوب اینجا از غم و غصه کمتر خبری هست زن‌ها معمولاً تصویر آرایش کرده شونو می‌دارن تو صفحه شون به نظرم آدم‌ها تو فیس‌بوک شادترند (جواد، ۳۲، کارشناسی)

به عبارت دیگر این زمینه و تصور زوجین ایرانی از اینکه فیس‌بوک فضایی ایده‌آل است سبب می‌شود تا تنها ابعادی از زندگی واقعی خانوادگی در اینجا به نمایش درآید که بعدی نمایشی و جلوه‌گرانه دارد و به عبارت دیگر افراد تلاش می‌کنند تا این تصویر ایدئال و مطلوب را به هم نریزند.

یکی دیگر از زمینه‌های تظاهری شدن حریم خصوصی مقابله با محدودیت‌های زندگی خانوادگی است؛ به این معنا که برخی افراد از زندگی خانوادگی خود و به عبارتی سطح اقتصادی خود رضایت ندارند؛ با این‌همه به نمایش متظاهرانه زندگی خود متوسل می‌شوند؛ به عبارت دیگر، بخش‌هایی از روابط شخصی خود را به شکل اغراق‌گونه برجسته می‌کنند تا سطح زندگی خود را از منظر دیگران بالا جلوه دهند. برای نمونه، سوسن می‌گوید:

من زیاد دیدم تو دوستانم دیدم توی فرندهام هم اتفاق افتاده طرف خونه زندگیشو خیلی مد بالا نشون می‌دهه لباسای خیلی خاص می‌پوشه عکس می‌گیره یا یه جشن کوچیک تولید بچه شو اینقدر رنگارنگ می‌کنه که به یاد عکسوشو بذاره فیس‌بوک بقیه ببینن به گن وای چقدر وضع اینا خوبه در صورتیکه بیشترش فیکه منظورم آینه که اغراق شده است تو زندگی معمولیان ولی اینجا خودشون رو بالا نشون می‌دن (سوسن، ۳۱، کارشناسی ارشد)

شرایط مداخله‌گر

منظور از شرایط مداخله‌گر وضعیت‌هایی است که بر اتخاذ راهبردها و یا به عبارتی کنش و تعامل تأثیرگذار هستند. از جمله این شرایط ویژگی‌های شخصیتی افراد است؛ به عبارت دیگر، اینکه هر یک از زوجین دارای چه ویژگی‌ها و خصوصیات روان‌شناختی باشند بر تمایل بر نمایش تظاهری حریم خانوادگی تأثیرگذار است. به‌طور مثال، آرمان می‌گوید:

بعضی‌ها دوست دارن خودشونو نشون بدن ذاتشونه دلشون بخواد همه بدونن تو خونه زندگی شون چی می‌گذره (آرمان، ۳۰، کارشناسی).

از سوی دیگر نوع نگرش به حریم خصوصی نیز نقش مهمی در تظاهری شدن حریم خصوصی دارد؛ به عبارت دیگر، با وجود آنکه برخی تمایل ندارند تا افراد از روابط شخصی و آنچه پشت درهای بسته خانه آنها می‌گذرد آگاه شوند، اما برخی دیگر این اعتقاد را ندارند. آنان حریم شخصی خود را به نمایش می‌گذارند و این کار را به شکل نمایشی انجام می‌دهند.

کنش و تعامل (راهبردها)

پاسخگوییانی که ما با آنها مصاحبه کردیم، راهبردهای مختلفی را در خصوص تظاهری شدن حریم خصوصی در پیش گرفته بودند. از جمله این راهبردها می‌توان به «همنوایی تدریجی» اشاره کرد. منظور از همنوایی تدریجی این است که افراد پس از عضویت در فیس‌بوک به‌قاعده بازی تن داده‌اند؛ یعنی گرچه این افراد در ابتدا تمایل چندانی نداشتند تا با الزام جمعی نمایش حریم شخصی خود همراهی کنند، اما به تدریج تحت تأثیر فشار گروه و عدم انزوا اندک‌اندک وارد فرآیند نمایش زندگی شخصی خود شده بودند. نگار در این زمینه اظهار می‌دارد:

خیلی‌ها هستن که اول محافظه‌کارانه وارد فیس‌بوک می‌شن یعنی عکس گل می‌ذارن تو پروفایلشون یا هیچ تصویری از خونه زندگیشون نمی‌ذارن ولی کم‌کم این روند تغییر می‌کنه من خیلی‌ها رو دیدم که اولش به عکس خیلی معمولی و دور از خودشون می‌داشتن تو پروفایلشون ولی الان کم مونده دیگه عکس... چی به گم به نظرم خیلی‌ها اینجوری ان (نگار، ۳۳، فوق دیپلم)

اما دسته دیگری از افراد در مقابل تظاهری شدن موضع مخالفت می‌گیرند؛ چون تمایلی به تن دادن به الزامات ایجاد شده در این فضا ندارند.

پیامدها

عمده‌ترین پیامد حاصل از نمایش تظاهری مسائل شخصی در فیس‌بوک کم‌رنگ شدن مرزهای خانواده است؛ به عبارت دیگر، کنشهای مختلفی که برخی در این فضا انجام می‌دهند به شکل تدریجی با دگرگونی مفهوم حریم شخصی همراه است. اگر پیش از این افراد تمایل یا امکان نمایش آنچه را درون خانه‌های خود می‌گذرد

نداشتند، اما علل و عوامل متعدد زمینه گسترش دامنه حریم شخصی را فراهم کرده است؛ به عبارت دیگر، دامنه حریم شخصی در جامعه ایران از تعاملات شخصی، پوشش و سبک زندگی فردی عقب‌نشینی کرده و به محدوده عدم نمایش روابط جنسی منحصر شده است. این پیامد تدریجی است

۲-۲) حساسیت زدایی از مفهوم سنتی حریم خصوصی
دومین پدیده مورد توجه در بخش کدگذاری محوری «حساسیت‌زدایی از حریم خصوصی» است. در جدول ۳ شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و نیز راهبردها و پیامدهای آن‌ها ذکر شده است.
جدول ۳. حساسیت‌زدایی از مفهوم سنتی حریم خصوصی و ویژگی‌ها و ابعاد آن

شرایط علی	≠ دگرگونی‌های اجتماعی ≠ تحولات ارزشی ≠ تصور فیس‌بوک به عنوان محیط امن ≠ فردی شدن حریم خصوصی
شرایط زمینه‌ای	≠ الزامات فیس‌بوک برای تغییر حریم خصوصی
شرایط مداخله‌گر	≠ دوره زمانی عضویت در فیس‌بوک ≠ احساس هم‌نوایی با دوستان ≠ ترس از انزوا
کنش و تعامل (راهبردها)	≠ گشودن مرزهای خانوادگی ≠ بستن مرزهای خانوادگی
پیامدها	≠ عادی شدن نمایش زندگی شخصی ≠ درگیری‌های بین زوجین ≠ خروج کامل از فیس‌بوک

شرایط علی

عوامل متعددی سبب شده‌اند تا حساسیت‌ها نسبت به نمایش حریم شخصی خانوادگی در فیس‌بوک از سوی زوجین، چه زن و چه مرد، کاهش پیدا کند. اولین علت، ناشی از «دگرگونی‌های اجتماعی» است. به این معنا که تحولات اجتماعی در سطح کلان هم بر روابط درون خانواده تأثیرگذار هستند. محمدحسین اعتقاد دارد:

به نظرم چیزی که تو فیس‌بوک می‌بینی به خاطر شرایط اجتماعی هست الان دیگه شرایط فرق کرده زن‌ها راحت‌تر تصویر بدون روسری شون رو تو فیس‌بوک می‌زارن شاید ده سال پیش چنین چیزی امکان پذیر نبود (محمدحسین، ۲۹، کارشناسی)

یکی دیگر از عواملی که سبب حساسیت‌زدایی از حریم خانواده شده است تحولات ارزشی است به این معنا که

معنای ارزش‌ها دچار تحول شده است. تحول ارزشی متحول از شرایط کلی تحولات اجتماعی است. عامل مهم دیگر که سبب شده است تا حساسیت‌ها نسبت به حریم شخصی و خانوادگی در فیس‌بوک کاسته شود، این است که برخی کاربران تصور می‌کنند محیط فیس‌بوک محیطی امن است که امکان خدشه‌دار شدن به زندگی واقعی آنها وجود ندارد. برای مثال رز می‌گوید:

به نظرم هرکی تو فیس‌بوک فقط با دوستاش در ارتباطه و برای اونا عکس می‌ذاره از خونه زندگیش یا مثلاً از خودش و شوهرش برای بقیه چه اهمیتی داره که تو خونه من چی می‌گذره به فرض هم بقیه بدونن چیکار می‌خوان بکنن (رز، ۲۸، کارشناسی)

این احساس امن بودن به دو طریق حاصل می‌شود؛ یکی تنظیمات حریم شخصی فیس‌بوک و دیگری اطمینان افراد از اینکه در فضای واقعی مشکلی برای آنها ایجاد نخواهد شد. یک علت دیگر که بر حریم شخصی تأثیر گذاشته است، گسترش فردیت در جامعه است. اینکه به اعتقاد برخی افراد هر فردی دارای این اختیار و آزادی است که حدود روابط و تعاملات خود را مشخص کند و در مورد آن تصمیم بگیرد. رامین می‌گوید:

تو قرن بیست و یکم این حرف‌ها خیلی مسخره است هرکی آزادی داره می‌تونه در مورد زندگی شخصیش تصمیم به گیره غریبه‌ها به چی فکر می‌کنن شما به چی فکر می‌کنید باید یاد بگیریم به نظر هر فرد احترام بذاریم (رامین، ۳۱، کارشناس ارشد).

شرایط زمینه‌ای

مجموعه شرایط حاکم بر این فضا است که زمینه تغییر معنای حریم خصوصی را فراهم کرده است. یکی از این شرایط «الزامات فیس‌بوک برای تغییر حریم شخصی» است؛ به عبارت دیگر، وضعیت و نوع معماری فناورانه شبکه اجتماعی فیس‌بوک به‌گونه‌ای است که افراد برای تعامل با یکدیگر باید مرزهای خانوادگی خود را به روی بیگانگان بکشایند. در غیر این صورت، تعامل با دیگران تا درجه مقبول توسعه پیدا نخواهد کرد؛ گفته این پاسخگو به‌خوبی این موضوع را نشان می‌دهد: فرض کنید شما هیچ عکسی از خودتون به نمایش نذارین پس چی می‌خواین بذارین به مشت شعر و از این حرف‌ها؟ وقتی

می‌خواین با دوستایی که تو فیس‌بوک پیدا کردین بیشتر دوست به شین باید بیشتر از خودتون بگین خوب اونا که شما رو نمی‌شناسن از نزدیک باید یه عکسی از خودتون بذارین از زندگی شخصی تون بنویسین دیگه تا شما رو بشناسن این کجاس اسمش نقض حریم خصوصی هست؟ (مهران، ۳۲، کارشناسی)

در واقع به نظر می‌رسد ارائه بخشی از اطلاعات شخصی لازمه برقراری ارتباطات در فیس‌بوک است. حتی اگر اطلاعات خصوصی‌تر در این فضا به دیگران منتقل نشود.

شرایط مداخله‌گر کنش

وقتی از شرایط مداخله‌گر سخن می‌گوییم منظور شرایطی هستند که در راهبردهای اتخاذ شده تأثیر می‌گذارند. از جمله این شرایط می‌توان به «دوره زمانی عضویت در فیس‌بوک» اشاره کرد. به این معنا، تصور می‌شود که تداوم حضور فیس‌بوک خود باعث کاهش حساسیت نسبت به نمایش حریم خصوصی در فیس‌بوک می‌شود. یاسر در این خصوص اعتقاد دارد:

اینکه شما چقدر عضو فیس‌بوک بوده باشی و چقدر فعال باشی تو این فضا تأثیر داره روی اینکه بیای مثلاً از مسائل شخصی خانوادگی حرف بزنی آدمایی که اول اینجا میان محافظه کارن زیاد از خودشون نمی‌گن ولی خب هرچی زمان می‌گذره طرز فکرشون عوض می‌شه (یاسر، ۳۰، دیپلم)

درست همین‌جا است که یک وضعیت دیگر ظاهر می‌شود و آن عبارت است از «هم‌نوایی با دوستان»؛ به عبارت دیگر، شکسته شدن تدریجی دیوارهای حریم خانواده به خاطر همراهی با جمع و فشار جمعی حاکم حلقه دوستان است. از طرف دیگر، در صورتی که افراد در مورد خود و خانواده‌شان افشاگری نکنند با خطر «انزوا» مواجه خواهند شد و ممکن است در فضای فیس‌بوک احساس غربت و تنهایی کنند. معصومه، یکی از پاسخگویان زن، می‌گوید:

فیس‌بوک هم مثل دنیای واقعی دیگه چه فرقی داره فرض کن شما می‌خوای با کسی دوست باشی آگه چیزی از خودت نگی کسی باهات دوست می‌شه نه معلومه که نمی‌شه اما وقتی در مورد خودت خانوادت افکار و خواسته هات می‌گی لایک می‌شی کامنت می‌ذارن برای پست هات و دوستای جدیدی پیدا می‌کنی (معصومه، ۲۹، کارشناسی ارشد)

کنش و تعامل (راهبردها)

افرادی که ما با آنها مصاحبه کردیم در واکنش به حساسیت‌زدایی از حریم شخصی در فیس‌بوک راهبردهای مختلفی را در پیش‌گرفته بودند. به‌طورکلی زوجین عضو فیس‌بوک، در تقابل با پدیده‌ای که در شبکه اجتماعی فیس‌بوک با آن مواجه بودند، دو راهبرد کلی را اتخاذ کرده بودند: باز کردن مرزهای حریم خانوادگی و بستن مرزهای حریم خانوادگی. به این معنا که افراد یا تسلیم الزام فیس‌بوک شده بودند و ضمن کاستن از میزان حساسیت خود نسبت به نمایش مسائل خانوادگی و باورهای شخصی، مرزهای خانواده خود را به روی دیگران گشوده بودند یا اینکه به مقابله با این وضعیت برخاسته بودند. همان‌طور که گفته شد، ترس از انزوا یا هم‌نوایی و میل به دریافت از با دیگران یکی از عوامل تأثیرگذار بر خود افشایی بوده است؛ اما از سوی دیگر افرادی که راه ورود دیگران به حریم خانوادگی را بسته بودند هم دلایل متعددی برای این کار داشتند و هم اینکه این کار را به روش‌های گوناگونی انجام داده بودند؛ برای نمونه برخی افراد عدم رضایت همسر خود را یکی از دلایل واکنش خود ذکر می‌کردند. برای نمونه، مهتاب می‌گوید:

من عکسای شخصی و خصوصیمونو روی صفحه گذاشتم اما شوهرم راضی نبود مدام ایراد می‌گرفت و غر می‌زد این بود که من اونا برداشتم و حذفشون کردم (مهتاب، ۲۶، فوق دیپلم)

تعدد و تخطی از حدود اخلاقی و هنجاری نیز یکی از عوامل بستن مرزهای خانواده از سوی برخی ذکر شده است؛ به این معنا که برخی با احساس بی‌هنجاری فضای فیس‌بوک به خود اجازه می‌دانند پا در حریم شخصی دیگران بگذارند. راضیه برای مثال معتقد است:

به نظر بعضی‌ها کلاً مریضن اصلاً توجه ندارن که وقتی از خانوادت می‌نویسی و اینکه شوهر داری باید به اون احترام بذارن از چیزای شخصی که می‌نویسی می‌خوان سوء استفاده کنن (راضیه، ۳۲، کارشناسی)

یا اینکه حداقل کاری که می‌توانن انجام دهند این است که پست‌هایی را که در فیس‌بوک می‌گذارند درجه‌بندی کنند و حدود دسترسی افراد را به آن مشخص کنند. در همین راستا سارا می‌گوید:

دلم می‌خواست خالم که آلمان عکسای جشن تولد بچه هامو به بینه اما عکس‌های عملی از بعضی‌ها دیدم باعث شد که پیام اعضای خانواده و فامیلا و دوستای خیلی نزدیکم رو تو کلوز فرندز بذارم و فقط اونا بتونن چیزای شخصی من رو ببینن (سارا، ۲۸، کارشناسی ارشد)

این راهبرد مبتنی بر تنظیمات حریم شخصی در فیس‌بوک است. کاربرانی که قادر به تغییر تنظیمات پیش‌فرض این شبکه اجتماعی هستند می‌توانند سطح ورود افراد بیگانه به حریم خانوادگی خود را درجه‌بندی کنند؛ یعنی افراد نزدیک و خویشاوندان دنیای واقعی دارای بالاترین سطح دسترسی به حریم خانوادگی هستند و هر چه میزان نزدیکی با افراد کاهش پیدا می‌کند، درجه دسترسی نیز به‌تبع آن کاهش می‌یابد.

پیامدها

شرایط علی و مداخله‌گر و نیز راهبردهای به کار گرفته‌شده توسط کاربران متأهل فیس‌بوک پیامدهای مختلفی را در واکنش به حساسیت‌زدایی از حریم شخصی در پی داشته است. نخستین پیامد شامل «عادی شدن نمایش زندگی شخصی» است؛ به عبارت دیگر، در واکنش به آنچه در فیس‌بوک روی می‌دهد برخی افراد می‌پذیرند که بیان احساسات و افکار شخصی و نیز امور و موضوعات مرتبط با زندگی خانوادگی و همسر خود امری عادی است که باید آن‌ها پذیرفت؛ اما نمایش زندگی شخصی در فیس‌بوک پیامد دیگری را نیز در پی دارد و آن هم عبارت است از ایجاد «درگیری بین زوجین». این امر ناشی از عدم توافق آن‌ها بر سر میزان بازبودگی مرزهای حریم شخصی در فیس‌بوک است. معمولاً مردان نسبت به افشای زندگی شخصی در فیس‌بوک ناراضی هستند و از زنان خود می‌خواهند تا مسائل زندگی شخصی خود را به شکلی کنترل‌شده در معرض دید قرار دهند. در نهایت، افراطی‌ترین پیامدهای این وضعیت، خروج از فیس‌بوک یا کاهش شدید فعالیت در این فضا است. افراد یا بنا بر ارزش‌ها و هنجارهای فردی، یا فشار اجتماعی و موقعیت شغلی، فشار وارد شده از سوی همسر و نیز ترس از عواقب و پیامدهای افشای حریم شخصی ترجیح می‌دهند که مرزهای حریم شخصی خود را در فیس‌بوک پررنگ یا محدود کنند و یا اینکه صرفاً به سرکشی به حریم دیگران پردازند.

در این بخش در مورد شرایط و پیامدها و راهبردهای حساسیت‌زدایی از حریم خصوصی بحث کردیم. پیامدهایی که در این بخش به آن‌ها اشاره کردیم، در تحلیل نهایی برای تبیین این موضوع به کار می‌بریم که حساسیت‌زدایی از حریم خصوصی چه پیامدهایی را برای نظام خانواده در ایران در پی خواهد داشت.

کدگذاری گزینشی: فرآیند ساخت و ارائه نظریه زمینهای

کدگذاری گزینشی مرحله تولید نظریه و ارائه نظریه و یا به عبارت دیگر یکپارچه کردن و پالایش نظریه و یا به عبارت دیگر بیان فرضیه است. یک هدف اساسی در فرآیند کدگذاری گزینشی کشف مقوله مرکزی^۱ است. مقوله مرکزی که مقوله هسته نیز نامیده می‌شود بیانگر مضمون اصلی پژوهش است که مفهومی انتزاعی محسوب می‌شود و می‌تواند در قالب چند واژه بیان کند که کل پژوهش در مورد چیست. ما مضمون پژوهش حاضر را در قالب عبارت «عضویت زوجین در فیس‌بوک: عواقب و پیامدهای آن بر حریم خانواده در ایران» بیان کرده ایم.

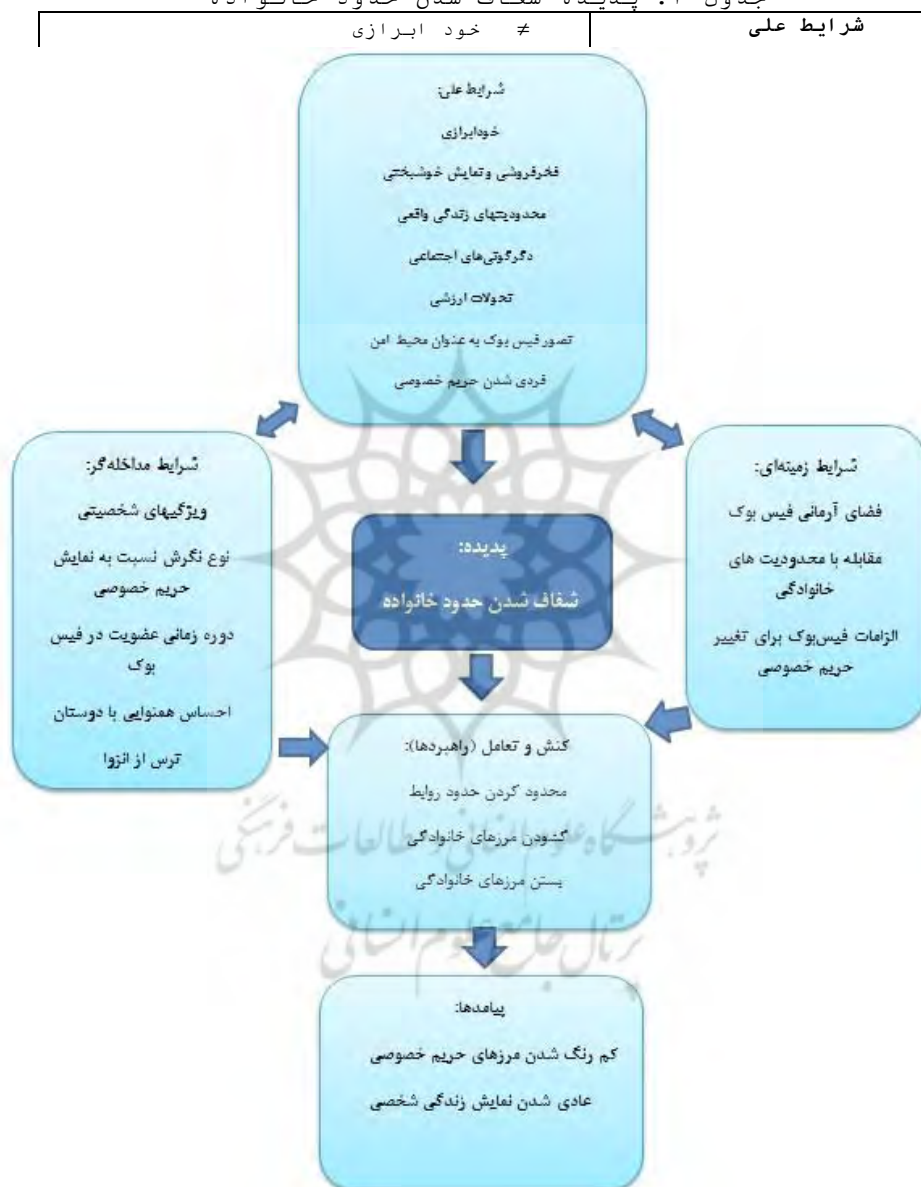
با توجه مقولات اصلی و فرعی مورد بحث در کدگذاری محوری، مقوله مرکزی پژوهش حاضر را «شفاف شدن حدود خانواده» نامیده ایم. مفهوم شفاف شدن حدود خانواده، توضیح می‌دهد که چگونه ورود شبکه اجتماعی فیس‌بوک به درون خانواده‌های ایرانی سبب تعریف جدیدی از نظام خانواده ایرانی شده است که طی آن مرزهای خانواده ایرانی کم‌رنگتر و حریم خصوصی آن شفافتر شده است؛ به عبارت دیگر، می‌توان گفت که ورود شبکه فیس‌بوک به خانواده که مهم‌ترین ویژگی آن ایجاد فرهنگ اتصال و تسهیل به اشتراک‌گذاری است هم بازنمایی تعاملات درون خانوادگی را به شکل شبکه‌ای تسهیل کرده و هم دایره ارتباطات خانوادگی را وسعت بخشیده است.

توصیف اجزای مدل نهایی تحقیق: شفاف شدن حریم خانواده

در جدول ۴، اجزای مفهوم نهایی تحقیق حاضر ذکر شده است. هر جا شباهتهایی میان مقولات اصلی حاصل در

^۱. core category

کدگذاری محوری وجود داشته است، در اینجا در هم ادغام شده اند تا مقوله کلی‌تری شکل بگیرد. جدول ۴. پدیده شفاف شدن حدود خانواده





به عبارت دیگر، باید گفت که برخی شرایط علی زمینه شفاف شدن مرزهای خانواده را به وجود آورده‌اند. بخشی از این تحول را می‌توان به واسطه مصرف تظاهری فیس‌بوک تبیین کرد که اعضای خانواده‌ها تمایل دارند تا ضمن خود ابرازی به نمایش وجوه تجملی زندگی خود و در معرض دید قرار دادن آن اقدام کنند. در این میان، برخی تحولات اجتماعی و تحولات ارزشی در این تمایل دخیل هستند. تصور اینکه، فیس‌بوک می‌تواند فضای امنی را ایجاد کند و امکان تعدی به فضای شخصی افراد را نمی‌دهد نیز در این وضعیت مؤثر است. از طرف دیگر، نباید فراموش کرد که برخی شرایط زمینه‌ای همانند ویژگی‌های شخصیتی و نگرشی افراد، مدت عضویت در فیس‌بوک و نیز فشارهای گروهی نیز در توسعه این پدیده نقش دارند. در مواجهه با این پدیده، خانواده‌ها راهبردهای مختلفی

را در پیش می‌گیرند که می‌تواند شامل تسلیم شدن به منطق طراحی فیس‌بوک برای گشودگی بیشتر باشد یا بستن مرزها و یا نمایش حداقل فضای شخصی.

بحث و نتیجه‌گیری

با آنکه در مورد فیس‌بوک مطالعات و پژوهش‌های گسترده‌ای در ایران و خارج از ایران صورت گرفته است، اما با وجود اهمیت این موضوع، پژوهش‌های بسیار اندکی در مورد نسبت خانواده و فیس‌بوک انجام شده است؛ بنابراین، ادبیات و یافته‌هایی اندکی در این زمینه وجود دارد. بر این اساس باید از روش‌شناسی برای این مطالعه استفاده می‌شد که استقرائی باشد و بتوان از دل داده‌ها به نتایج نظری در این مورد دستیافت. با این‌همه برای آنکه تحلیل و مطالعه من‌رویکرد و زاویه نگاه مشخص‌تری داشته باشیم، تحقیق خود را بر ادبیات نظری موجود درباره حریم خصوصی بنا کردیم.

با آنکه برخی عمدتاً از منظر جبرگرایانه، فناوری‌های نوین ارتباطی و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان عامل نابسامانی خانواده در ایران معرفی می‌کنند، اما نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تلقی فیس‌بوک به‌عنوان عامل دگرگونی نظام خانواده در ایران، نگاهی تقلیل‌گرایانه است؛ به عبارت دیگر، می‌توان مدعی شد که فیس‌بوک برخی پدیده‌ها و فرآیندها را که موجبات تحول مرزهای خانواده در ایران شده است، تسهیل می‌کند؛ به عبارت دیگر، می‌توان گفت که فیس‌بوک زمینه ایجاد این تغییرات را فراهم کرده است.

با آنکه، همان‌طور که در ابتدای مقاله اشاره شد، اساساً مدیران فیس‌بوک هدف نهایی خود را گسترش روابط اجتماعی آنلاین به واسطه بازبودگی و شفافیت اعلام کرده‌اند در همین جهت، به اشتراک‌گذاری یکی از ویژگی‌های مهم این رسانه اجتماعی محسوب می‌شود، با این حال بافتاری که فیس‌بوک در آن عمل می‌کند نیز باید مورد توجه قرار گیرد؛ به‌ویژه زمانی که هدف توجه بر دگرگونی تعریف حریم خصوصی به واسطه کاربرد آن درون خانواده باشد.

بنابراین باید گفت که در تحولات خانواده معاصر ایرانی علل و عوامل متعددی دخیل هستند که از جمله

آن‌ها می‌توان به دگرگونی‌های اجتماعی، تحولات ارزشی، فردی شدن حریم خصوصی، عدم تأمین عاطفی در خانواده و انتخاب‌گری در نوع استفاده از محتوای فیس‌بوک اشاره کرد. وقوع این پدیده پیامدهای مختلفی را برای نظام خانواده در پی داشته است که کم‌رنگ شدن مرزهای حریم خصوصی و عادی شدن نمایش زندگی شخصی، از جمله آن‌ها است.

درنهایت، از منظر نظریه نظام‌های خانواده باید گفت که فیس‌بوک را نمی‌توان عامل بی‌ثباتی نظام خانواده، به‌ویژه از منظر مرزهای آن، قلمداد کرد. بلکه آنچه در عمل اتفاق افتاده است، بازتعریف مفهوم حریم خصوصی و تصور از حدود خانواده است؛ به عبارت دیگر، دیوارهای حریم خانواده نسبت به گذشته شفافتر و تعاملات درون‌خانوادگی رؤیت‌پذیرتر شده است. از این‌رو، این تحول را معادل فروپاشی تلقی کرد بلکه به معنای بازتعریف نظام خانواده است که خانواده ایرانی خود را با آن سازگار می‌کند و-شاید-گزیر است تا سازگار کند.

منابع

- اشتراوس، انسلم و جولیت کربین (۱۳۹۱). مبانی پژوهش کیفی، فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای. ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- سرمد، زهره و دیگران (۱۳۹۱). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: آگه.
- لیندلف، توماس و برایان تیلور، (۱۳۸۸). روش‌های تحقیق کیفی در ارتباطات. ترجمه عبدالله گیویان. تهران: همشهری.

Burgoon, J. K. et al. (1989). Maintaining and Restoring Privacy through Communication in Different Types of relationship. *Journal of Social and Personal Relationships*. vol. 6 no. 2,131-158.

DeCew, J. (1997). *In Pursuit of Privacy: Law, Ethics, and the Rise of Technology*. Ithaca: Cornell University Press.

Fletcher, Dan (2010). How Facebook Is Redefining Privacy. *Time*. May 20, 2010. Available at: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1990798,00>

- Joinson, Adam N. and B. Paine, Carina (2007). *Self-disclosure, Privacy and the Internet*. Available at: http://www.york.ac.uk/res/e-society/projects/15/PRISD_report2.Pdf.
- Lenhart, Amanda & Duggan, Maeve (2014). *Couples, the Internet, and Social Media, How American couples use digital technology to manage life, logistics, and emotional intimacy within their relationships*. Available at: http://www.Pewinternet.Org/files/2014/02/PIP_Couples_and_Technology-FIN_021114.Pdf
- Le Poire, Beth A. (2006) *Family Communication: Nurturing and Control in a Changing World*, London and New York: Sage Publication.
- Nissenbaum, Helen (2011). A Contextual Approach to Privacy Online. *Daedalus, the Journal of the American Academy of Arts & Sciences*. 140 (4) fall 2011; Available at: http://www.amacad.org/publications/daedalus/11_fall_nissenbaum.pdf
- Segrin, Chris & Flora, Jeanne (2005). *Family Communication*. New York & London: Routledge.
- Segrin, Chris & Flora, Jeanne (2011). *Family Communication*. Second Edition, New York & London: Routledge.
- Van Dijck, José (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.