

نقش رسانه های مجازی بر روابط کلامی همسران

استاد راهنما: سیده ملیحه میرتبار درزی

پژوهشگران: نفیسه علی اکبری

سیده معصومه علوی

مدرسه علمیه تخصصی فاطمیه رودسر استان گیلان

چکیده

انسان به عنوان موجودی زنده عنصری از عناصر طبیعت است اما جایگاه ممتازی نسبت به سایر عناصر طبیعت دارد. همان‌طور که تغییر تحول و دگرگونی در عالم طبیعت امری ضروری و غیرقابل انکار است انسان از آن جهت که در عالم طبیعت زیست می‌کند می‌بایست از این سنت پیروی نماید. در عین حال که تغییر و تحول در انسان محصول جبر نیست. انسان در عین این‌که تغییرپذیر است اما تحول آن منطقی و در چارچوب عقل و خرد انجام می‌گیرد. حتی همین انسان می‌تواند خود سبب تغییر در طبیعت گردد و حتی خودش را منفک از عالم طبیعت نماید و از عالم طبیعت فاصله بگیرد و سیر و تحول طبیعی را پشت سر بگذارد و سیر در عالم علوی نماید. آنچه در این پژوهش درصدد اثبات آن هستیم، این است که باید بپذیریم تغییرپذیری باتوجه به طبیعت و ذات انسان امری ضروری و شدنی است و نیل به این هدف می‌تواند انسان را از پایگاه مادی بیرون بکشد و به جایگاه رفیع انسانیت برساند. البته می‌تواند عکس آن هم صادق باشد به طوریکه انسان را زمین‌گیر نماید و فقط مشغول فطرت اولیه گردد و حقیقت را جزء مسائل روزمرگی زندگی نداند. این تأثیرات خود می‌تواند هرچیزی که برای انسان قابل تصور است باشد. از طرفی یکی از بسترهای تغییر در انسان خانواده است. آنچه برای ما در این مقام مهم است تأثیر رسانه‌های مجازی بر تحول و تغییر روابط کلامی میان همسران به عنوان اعضای اصلی خانواده می‌باشد. به عبارتی تأثیر رسانه‌های های حامل انواع مفید و مضر از پیام روی روابطی که در قرآن تعبیر به ریسمان شده، در حالیکه این روابط ناظر بر گفت و گو در خانواده و بالاخص همسران می‌باشد. لذا جهت تأثیرگذاری هرچه بهتر و مطلوب تر، راهکارهایی مطرح شده است.

واژگان کلیدی: رسانه های مجازی، روابط کلامی، خانواده، همسران.

مقدمه

انسان به‌عنوان موجودی زنده عنصری از عناصر طبیعت است اما جایگاه ممتازی نسبت به سایر عناصر طبیعت دارد همان‌طور که تغییر تحول و دگرگونی در عالم طبیعت امری ضروری و غیرقابل انکار است

انسان از آن جهت که در عالم طبیعت زیست می‌کند می‌بایست از این سنت پیروی نماید در عین حال ما باید بپذیریم که تغییر و تحول در انسان محصول جبر نیست. هرچند این امر در کل موجودات هستی به صورت جبری صورت می‌پذیرد در انسان‌ها نه تنها در عین این که تغییرپذیر است اما تحول آن منطقی و در چارچوب عقل و خرد انجام می‌گیرد و حتی همین انسان می‌تواند خود سبب تغییر در طبیعت گردد و حتی خودش را منفک از عالم طبیعت نماید و از عالم طبیعت فاصله بگیرد و سیر و تحول طبیعی را پشت سر بگذارد و سیر در عالم علوی نماید.

آنچه در این پژوهش درصدد اثبات آن هستیم، این است که باید بپذیریم تغییرپذیری باتوجه به طبیعت و ذات انسان امری ضروری و شدنی است و نیل به این هدف می‌تواند انسان را از پایگاه مادی بیرون بکشانند و به جایگاه رفیع انسانیت برسانند و می‌تواند عکس آن هم صادق باشد انسان را زمین گیر نماید و او را در فضایی قرار می‌دهد که فقط مشغول فطرت اولیه گردد و روزمرگی چاره کار او باشد و حقیقت را جزء مسائل روزمرگی زندگی نداند.

این تأثیرات خود می‌تواند هرچیزی که برای انسان قابل تصور است باشد. از جمله مال، ثروت، مالکیت، همسر، فرزند، پست و مقام، ابزار، خودرو و

آنچه برای ما در این مقام مهم است تأثیر رسانه‌های مجازی بر تحول و تغییر روابط کلامی میان همسران می‌باشد.

1. مفهوم شناسی

1-1. رسانه

رسانه به معنی پیام است. خود در قالب جمله و گاهی در قالب کلمه با معانی خاص به مخاطب القا می‌گردد و آن پیام ذهن مخاطب را به حرکت درمی‌آورد و مخاطب می‌تواند در حرکت و تکاپوی ذهن خود از مجهولات شروع نماید و به معلومات خود برسد. پیام در قالب کلمه است و کلمه اگر بخواهد به ظهور و تجلی برسد با پیام ظهور می‌کند و چقدر زیباست خداوند پیام کلمه خالقیت خود را در موجودات به صورت موجود برتر و بهتر و متعالی نشان داده است. بنابراین کلمه ظهور اندیشه است و موجودات ظهور کلمه. اگر در کلمه پیام نهفته نبود خداوند چگونه می‌توانست زیبایی خود را به بشر نشان دهد. پس ابتدا به انسان اندیشه داد و سپس از او کلمه ساخته شد و حال این کلمه است که پیام اندیشه را در قالب رسانه به دیگران ظاهر می‌سازد.

2-1. مجاز

مجاز ریشه در حقیقت دارد و همان‌طور که وجود ذهنی بشر ریشه در وجود عینی دارد، مجاز تصویری از حقیقت است اما نه به صورت طبیعی و فعال. امر واقعی خود امری اصیل است و به اصطلاح امری طبیعی است. هر گونه مجازی از حقیقت ساخته می‌شود اگر منکر این قضیه باشیم باید منکر وجود انسانی در عالم واقع باشیم. مجاز سایه حقیقت است یعنی انکار انسان، انکار سایه او را نیز به دنبال دارد. به عبارت دیگر زمانی سایه انسان وجود دارد که انسانی موجود باشد در غیر این صورت سایه چیزی واهی خواهد بود. از این سخن برمی‌آید که حقیقت در اثرگذاری جایگاه مهمی را در عالم هستی دارد، به تبع مجاز هم می‌تواند همان نقش را ایفا نماید و تأثیرات پیام مجازی با اینکه مراتبی پایین‌تر از حقیقت ندارد، لیکن در مرتبه بالاتری قرار ندارد. مجاز به انحاء مختلف خود را بروز می‌دهد؛ به صورت کلمه یا سخن، تصویر یا نمایش و گاهی در زبان بدن نمایان می‌شود.

در هر حال پیام مجازی ابراز می‌شود و با توجه به این‌که مجاز در قالب کلمه، تصویر و تأثیر می‌تواند بروز کند امروزه به‌عنوان صنعت و تکنولوژی پا به عرصه وجود گذاشته است و در دنیای مدرن به سرعت جریان پیدا کرده است و خود را همراه انسان ساخته است و انسان را به دنبال خود می‌کشاند. جالب اینجاست که انسان می‌خواهد نقش مهمی در این صنعت و تکنولوژی داشته باشد و حال برعکس شده است امروزه این صنعت بر زندگی انسان سوار شده و آن را در همه حال، حتی در اکثر روابط تحت تأثیر قرار داده است. لذا تأثیر رسانه‌های مجازی بر انسان از حوصله‌ی این مقاله خارج است.

3-1. مهم‌ترین منبع دریافت پیام

بنا بر آنچه در قرآن کریم به کرات یاد شده سمع و بصر است و حتی مهم‌ترین ابزار آموزش هم شناخته شده است. هر حقیقت و مجاز اگر به صورت پیام درآید باید به صورت شنیداری و دیداری درآید و به عقل عرضه گردد در هر حال هر پیام نیازمند منبع حواس است. بنابراین انتقال پیام به فردی که محرومیت حسی دارد یک محرک خنثی است.

4-1. رسانه مجازی

هر چند رسانه‌های مجازی هنوز تعریف مشخصی در کشور ندارند اما به عقیده برخی از کارشناسان امروز مفهوم رسانه در حوزه فن آوری اطلاعات و ارتباطات با گذشته فرق کرده است و در کنار نرم افزارهای چندرسانه‌ای به عنوان یکی از اشکال و چه بسا مهم‌ترین شکل رسانه در این حوزه شناخته

میشوند و باید نمایشگاهی مانند نمایشگاه رسانه های دیجیتال را با توجه به محصولات ارائه شده در آن نمایشگاه نرم افزار نام می نهادهند (قربانی ۱۳۹۶، ص ۱۱۰)

رسانه های مجازی در یک تعریف مفهوم عام تری از رسانه های آنلاین است که همه نوع نرم افزار و محصولات الکترونیکی را شامل میشود و این واژه در جهان، اغلب نسخه وب روزنامه ها وب سایتهای خبری وبلاگها وب سایت شخصیت های دولتی و خصوصی سازمانها روزنتها و غیره را شامل میشود (پورمنافی و قربانی، ۱۳۹۷، 9-10)

در یک تعریف کلی رسانه های مجازی، فضایی تعاملی، سریع دارای بازخورد فوری و در برخی موارد بی واسطه را برای مخاطبان فراهم می سازند و امکانات و تجهیزاتی که پیش روی مخاطبان قرار میدهند که بسیار متنوع و دارای انعطاف است و یک کاربر مسلط به این رسانه ها میتواند آرای متنوع و امکانات و ظرفیت های رسانه ای مختلفی را در اختیار داشته باشد. بنابراین رسانه های دیجیتال و مجازی هم ابزار محسوب شده و هم در ماهیت فرهنگی تأثیر گذارند؛ به عبارت دیگر، از جنبه ابزاری چون قادر به برقراری صورتهای مختلف ارتباطی اند امکان نشر پیامهای فرهنگی بیشتر فراهم می شود (قلی زاده، ۱۳۹۴، ص ۸۱)

شاید ماهیت رسانه های دیجیتال به گونه ای فراتر از محتوای پیام به نوعی خود پیام باشد؛ به طوری که رسانه های دیجیتال نسبت به رسانه های دیگر تلویزیون و رادیو دارای ظرفیت و توان بیشتری هستند که امکان ارتباط سریع، جهان گستر و دو طرفه متنوع فراهم است اما کارشناسان معتقداند تمام رسانه هایی که نحوه ارسال اطلاعات آنها بر مبنای دیجیتالی است در زمره رسانه های دیجیتال قرار دارند. (پورمنافی و قربانی، ۱۳۹۷، ص ۱۲)

در حال حاضر رسانه هایی چون سایتهای خبری و خبرگزاری های دیگر که به صورت تلکس خبر رسانی میکنند رسانه های دیجیتال هستند که از طریق شبکه اینترنت و شبکه های مجازی موجود بر این بستر اطلاع رسانی می کنند و حتی شبکه های رادیویی و تلویزیونی را که به طور خاص به عنوان رسانه الکترونیکی شناخته می شوند نیز میتوان رسانه دیجیتالی دانست؛ زیرا از امکانات دیجیتالی برای تولید محتوا و تقریباً ارائه به مخاطب استفاده میکنند. (بصیرت و دعاگویان، ۱۳۹۵، ص ۱۷۵).

در تعریفی دیگر رسانه هایی که فعالیتی مبتنی بر لوازم و زیر ساختهای الکترونیکی انجام داده و الکترونیک بیس هستند را رسانه دیجیتال می نامند با وجود این تعریف خاص، تفکیک رسانه های دیجیتال

با رسانه های سنتی سخت شده است در یک تعریف کامل رسانه های دیجیتال / مجازی رسانه هایی که تبادل یا انتشار محتوا در آنها تنها به کمک ابزارهای مجهز به پردازشگر دیجیتال میسر باشد شامل رسانه های برخط مبتنی بر شبکه (نظیر شبکه جهانی اینترنت)، سرویسهای مخابراتی از قبیل SMS MMS و سایر اشکال شبکه های تبادل داده مانند بلوتوث و همچنین رسانه های مبتنی بر حاملهای فیزیکی دیجیتال از قبیل بسته های نرم افزاری رسانه ای بازیهای رایانه ای و مانند آنها (قاسمی، ۱۳۹۶، ص ۲۴)

ویژگیهای مرتبط با رسانه مجازی را می توان در ابعاد ذیل دسته بندی نمود:

- سرعت و وسعت دامنه انتشار؛
- بستر نشر آسان اینترنت / تکثیر استمپری ...
- تنوع و حجم بالای محتوا نرم افزارهای چندرسانه ای حاوی چند صد جلد کتاب،
- چند ده ساعت فیلم و صوت با قابلیت جستجو و ... / بازی های رایانه ای؛
- جذابیت و تعاملی بودن محصولات بازیهای رایانه ای / اجتماعات مجازی / ... بدون مرز بودن ارتباطات
- طیف وسیع و متنوع مخاطبین (مک کوایل ، ۱۳۸۵، ص ۴۵)

5-1. ارتباط

ارتباط، در زبان فارسی در لغت به معنای پیوند دادن و ربط دادن، و به صورت اسم مصدر به معنای بستگی، پیوند، پیوستگی و رابطه می باشد. (فرهنگ معین، ج ۱، ص ۱۸۹)

از ارتباط تعاریف متعددی به عمل آمده است که مهمترین آن عبارت است از :

مجموعه ای از فرایندهای فیزیکی روان شناختی است که از طریق ،آن یک یا چند نفر به عنوان فرستنده با یک یا چند نفر به عنوان گیرنده برای نیل به هدفهای مشخص رابطه برقرار میکنند (امیرحسینی و دیگران ۱۳۸۸، ص ۶۵).

در این میان مهمترین راه ارتباط میان انسان ها گفتگو است به طور خلاصه می توان گفت: گفتگو عبارت است از انتقال یک پیام کلامی غیر کلامی از فردی (گوینده به فرد دیگر (شنونده) که نقش گوینده و شنونده در یک گفتگو میتواند تغییر کند. (شیری، ۱۳۸۷، ص ۱۴)

بنابراین بهترین کار استفاده از منافع و اصلاح مضرات با راهکارهایی متفکرانه و منتقدانه است.

7. راهکارها و توصیه ها

حال سوال اینجاست تکلیف جوامع در برابر چنین پیامدهای مخربی چیست؟ لازم است برای مقابله با چنین بحرانی انسان دست به چاره‌ی کار بزند و درعین استفاده صحیح از چنین رسانه از عواقب مخرب آن راهکاری را هم بدهد به این دلیل که ضمن استفاده از رسانه مجازی از تمدن جدید عقب نماند و از طرفی از تأثیرات ویرانگر این رسانه به‌خوبی آگاهی بدست آورد و اثرات منفی این جنگ را برعلیه خود آن تمدن استفاده نماید.

این را راهکارها به شرح ذیل است:

- 1- بدانیم این رسانه‌ها بر چه گروهی از همسران در تمام ابعاد آن اثر مخرب دارد، برابر با سن آن گروه آموزش‌های لازم را در بستر جامعه آماده نماییم و استفاده صحیح از این صنعت را در جامعه برای همسران آماده نماییم.
- 2- دولت‌مردان باید تلاش نمایند تا فقر را در سطحی از جامعه ریشه‌کن کنند تا گروه سودجو، با توجه به فقر موجود در آن جامعه، نتوانند از این رسانه برای منفعت اقتصادی و نیل به مقاصد اصلی خود استفاده کنند.
- 3- صنعت جایگزین را در اندیشه و تمدن خود ایجاد نماییم. باید به این اعتقاد و باور رسید که قرار نیست هر چه از غرب به جهان بشریت برسد، باید دست‌بسته مورد قبول واقع گردد. اگر درصدد مقابله به مثل چنین رسانه‌ای نباشیم، مسلماً باید بپذیریم که ما در هاله‌ای از ابهام فرهنگی به سر می‌بریم.
- 4- نقش دین را با توجه به معارفی که اولیاء دین از منبع نورانی وحی دریافت کرده‌اند و آن را برای هدایت بشر آورده‌اند تبیین نمایند و در اصل به جهاد تبیین مبادرت نمایند.
- 5- دولت‌مردان، این صنعت رسانه مجازی را برای خانواده‌ها تبدیل به یک فرصت نمایند تا خانواده‌ها از این فرصت در عرصه‌های مختلف اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و تربیتی ورود نماید و به نفع خود به‌صورت منطقی تبدیل کنند.
- 6- دولت‌مردان و حاکمان حکومتی در سطح کلان بر این صنعت رسانه‌ای مدیریت داشته باشند و دروازه‌ی این صنعت را بی‌مسئولیت قرار ندهند، تا افراد سودجو اجازه سودجویی نداشته باشند.

- 7- صنعت رسانه مجازی به صورت بخش خصوصی در دست عده‌ای خاص قرار نگیرد و باید دست سوداگران را در این رسانه کوتاه کرد.
- 8- از دیدگاه‌های جامعه علمی برای اصولی کردن این رسانه کمک گرفت و حق دخالت صاحب‌نظران، دانشگاهیان و حوزویان را در این امر مهم داد.
- 9- مردم و آحاد جامعه نباید در خصوص رسانه‌های مجازی بی‌اطلاع بمانند. ما باید تلاش خود تلاش کنیم تا خودآگاهی لازم در مردم ایجاد گردد و مردم از مزایا و معایب این رسانه بهره‌شایانی ببرند.
- 10- باید بیش‌از هر چیزی به استحکام پایگاه خانواده پرداخت. اگر خانواده از قدرت تربیتی و ایمان قوی برخوردار باشند مسلماً تأثیرگذاری رسانه‌های مجازی کم‌رنگ خواهد شد و جامعه بشریت ضمن آرامش و آسایش به جریان زندگی مشترک خود در خانواده‌ها ادامه می‌دهد و هر چه بیشتر تلاش می‌کند که ادامه دهد. هرچند بشر در این راه دچار خسارت گردد اما به مقصد و مقصود خود خواهد رسید ان‌شاءالله.

نتیجه‌گیری

منابع

قرآن کریم

1. فرهنگ معین، ج 1، ص 189.
2. هایدگر مارتین (۱۳۷۵) پرسشی در باب فناوری ترجمه و شرح محمدرضا اسدی تهران اندیشه
3. عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۴). دو فضایی شدن جهان و موبایل و کامپیوتر جامعه مجازی فراگیر و بازسازی هویت، فردی ارائه شده در همایش فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه نشریه فرهنگ و فناوری جلد ۱، شماره ۴: ۴۲-۴۱
4. (۱۳۸۶). دین مجازی؛ دو فضایی شدن محیط دینی و ارتباطات درون دینی و بین دینی دین و رسانه تهران طرح آینده.
5.، حسنی، حسین (۱۳۹۰)، دوفضایی شدن آسیب‌ها و ناهنجاری‌های فضای مجازی مطالعه تطبیقی سیاستگذاری‌های بین المللی دوره ۵، شماره ۱۷: ۳۰۱
6. مک کوایل، دنیس (۱۳۸۵) درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی ترجمه پرویز اجلالی، تهران مرکز مطالعات رسانه‌ها.

7. قائمی، ع. (1386). نظام حیات خانواده در اسلام، چاپ دهم، تهران: انتشارات انجمن اولیاء و مربیان.
8. پاکزاد، عبدالعلی، (۱۳۸۷)، ابتلا و آزمایش در قرآن، پژوهش های قرآنی، ویژه نامه قرآن و مهندسی فرهنگی، شماره ۵۴ و ۵۵.
9. شیر، زهره (۱۳۸۷). مهارت گفتگو برای همسران تهران اداره کل روابط عمومی سازمان بهزیستی کشور، چاپ اول
10. کاظمی پور، ش. (1387). سنجش نگرش جوانان نسبت به ازدواج و شناخت آثار و پیامدهای این نوع از ازدواج ها با تأکید بر ازدواج های دانشجویی، پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی تهران، طرح پژوهشی.
11. ملکزاده، ف. (1387). آسیب شناسی طلاق و بررسی آن در حقوق مدنی، تهران: انتشارات دبیزش.
12. حق شناس، ج. (1388). آسیب شناسی خانواده (مجموعه مقالات)، تهران: مرکز امور زنان و خانواده ریاست جمهوری.
13. مظاهری، ع و همکاران. (1388). «رابطه سبک همسرگزینی با کیفیت و پایداری ازدواج»، فصلنامه راهبرد فرهنگ، ش 5، ص 55-71.
14. صفری، مهدی. (۱۳۸۸) راز دلبری قم عطر یاس، چاپ اول.
15. امیر حسینی، خسرو؛ مخاطب، محمد. (۱۳۸۸). مهارتهای اساسی زندگی اجتماعی اخلاقی. تهران: عارف کامل، چاپ سوم
16. قلی زاده، آذر، بانکی پور فرد، امیرحسین، و مسعودی نیا، زهرا. (1394). مطالعه کیفی تجارب مردان و زنان طلاق گرفته از عوامل فرهنگی زمینه ساز طلاق. جامعه شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)، 26(1) (پیاپی 57)، SID. <https://sid.ir/paper/511464/fa>
17. قلی زاده بهنام (۱۳۹۴) نقش رسانه ها در پیشگیری از سوء مصرف مواد مخدر، فصلنامه سلامت اجتماعی و اعتیاد سال ۱، شماره ۴، صص. ۷۹-۱۰۰
18. بصیرت، شهریار و دعاگویان داود (۱۳۹۵) نقش رسانه در کاهش تصادفات، فصلنامه مطالعات پژوهشی، راهور دوره ۲، شماره ۱۸، صص ۱۶۹-۱۹۱

19. اسکندری، حسین، درودی، حمید، (۱۳۹۵)، ((بررسی ارتباط میزان استفاده و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر گرایش به طلاق و تعارضات زناشویی)).

20. قاسمی، حمید (۱۳۹۶) نقش رسانه های گروهی در توسعه ورزش کشور، رساله دکتری تهران دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

21. قربانی، ابراهیم (۱۳۹۶)، مواد مخدر و روانگردان در فضای مجازی، چاپ اول، تهران انتشارات راه فردا.

22. پورمنافی، ابوالفضل و قربانی، ابراهیم (۱۳۹۷) پیشگیری نوین: نقش رسانه مجازی در پیشگیری از گرایش به مواد مخدر در فضای سایبر، فصلنامه علمی-پژوهشی اعتیاد پژوهی، سال ۱۲، شماره ۴۹، صص ۲۲-۹.

23.،، پناهی، حمید، و قلیزادگان، فرزین.

(1398). نقش رسانه مجازی در توسعه بازاریچه های مرزی. علوم و فنون مرزی، 8(3) (30)،

131-154. SID. <https://sid.ir/paper/410502/fa>.

24. کميجانی، سارا (۱۳۹۸)، ((تاثیر مهارت گفتگو در روابط همسر داری در معارف اسلامی))، پژوهشنامه نوین فقهی حقوقی زنان و خانواده، شماره ۱۰.

25. غفارزاده، علی، ایران پور، محسن، (1399)، مقاله مهارت های گفتگوی موثر بین زن و شوهر از منظر آموزه های دینی و ... تاملات اخلاقی، دوره اول، شماره سوم، پاییز.

26. ضابط شادی و رادمهر حافظه (۱۳۹۹) نقش فضای مجازی در فروپاشی خانواده از دیدگاه مشاوران شهر یزد فصلنامه فرهنگ یزد، شماره ۳۰۸-۹.

27. Kurdek, L. A. (1993) "Predicting Marital Dissolution: A 5 Year Prospective Longitudinal Study of Newly Wed Couples", Journal of Personality and Social Psychology, N. 64, p 221-242.

28. Sabini, J. (1995) Social Psychology, New York and London, W. W. Norton & Company.

29. Clayton, R.B. (2014). "The Third Wheel: The Impact of Twitter Use on Relationship Infidelity and Divorce". Cyber psychology, Behavior, And Social Networking. Volume 17, Number 7.

30. Saleh, M. and Mukhtar, J. I. (2015). "Social Me"

