

چگونگی اثرگذاری ایجاد نیاز کاذب رسانه بر تزلزل خانواده

سیده زکیه شریفی^۱

ساجده سلیمانان^۲

ناهید قلی زاده^۳

معصومه محمدنژاد^۴

چکیده

در دنیای امروز رسانه‌ها نقش بسیار پررنگی در شکل‌دهی افکار عمومی و الگوهای مصرفی ایفا می‌کنند. با گسترش تکنولوژی و افزایش دسترسی به اطلاعات، تأثیر رسانه‌ها بر زندگی روزمره افراد به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. به‌طوری‌که امروزه رسانه‌ها به‌عنوان یکی از نهادهای اجتماعی، عهده‌دار انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی و ارزش‌های جوامع هستند. در مقابل باید دانست که این ابزار مفید و کارآمد زیان‌های مختلفی در عرصه‌های گوناگون به‌ویژه خانواده به بار می‌آورد. این مقاله باهدف بررسی نیازهای کاذبی که رسانه بر خانواده ایجاد می‌کند نگاشته شده است. روش جمع‌آوری مطالب به‌صورت کتابخانه‌ای بوده و پردازش داده‌ها به روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. از مهم‌ترین دستاوردهای این تحقیق این است که رسانه با ایجاد نیازهای کاذب عاطفی و مالی در بین اعضای خانواده به‌طور تأثیرگذاری می‌تواند منجر به تزلزل بنیان خانواده شود. نیازهای عاطفی کاذب مثل ایجاد روابط آزاد و احساس نیاز به داشتن حیوان خانگی به‌جای فرزند و نیاز کاذب مالی مثل تجمل‌گرایی و اثبات عشق با پول.

کلیدواژه‌ها: خانواده، رسانه، نیاز کاذب، روابط آزاد، مد‌گرایی، سگ‌فرزندی، عشق مادی

^۱ طلبه سطح ۲ مدرسه علمیه ریحانه الرسول(س)، نکا
^۲ طلبه سطح ۲ مدرسه علمیه ریحانه الرسول(س)، نکا

^۳ طلبه سطح ۲ مدرسه علمیه ریحانه الرسول(س)، نکا
^۴ طلبه سطح ۲ مدرسه علمیه ریحانه الرسول(س)، نکا

مقدمه

خانواده نهادی است که باوجود تحولات اساسی جامعه در اهداف و کارکردهای خود ثابت مانده و هنوز در همه‌ی جوامع اهمیت اساسی دارد. این اهمیت از ابتدای تاریخ اسلام مطرح بوده است، آن‌چنان‌که در احادیث ما به این نهاد مقدس توجه ویژه‌ای شده است. امام صادق (علیه‌السلام) می‌فرماید: هرکس به شایستگی در حق خانواده‌اش نیکی کند، عمرش طولانی می‌شود. خانواده ترسیم‌گر افق و چشم‌اندازی روشن برای فردای جامعه و چگونگی حاکم شدن ارزش‌های فرهنگی و اخلاقی است؛ اما در حاکمیت ارزش‌ها نمی‌توان نقش رسانه را نادیده گرفت. رسانه به‌عنوان گسترده‌ترین ابزار انتقال پیام و در دسترس‌ترین آن‌ها در چند سال اخیر بسیار مورد اقبال عموم مردم واقع شده است. این ابزار در قالب تصویر، صوت، فیلم و در قالب نرم‌افزارهای مختلف به بشریت خدمت می‌کند؛ اما این حقیقت را نباید نادیده گرفت که این خدمت‌رسانی مطلقاً دارای جنبه‌های مثبت نیست و چه‌بسا جوانب منفی آن به‌مراتب بیشتر باشد زیرا رسانه‌ها ید طولایی در ایجاد نیازهای کاذب در جوامع دارند، نیازهایی که در حقیقت زندگی افراد بدان وابسته نیست و چه‌بسا بدون آن‌ها زندگی اشخاص شیرین‌تر نیز رقم بخورد؛ اما رسانه‌ها بنا بر آنچه سیاست‌گذارانشان تأمین منافع خود را بر آن می‌بینند سعی در زیبا و ضروری جلوه دادن بعضی از موضوعات غیرضروری داشته تا بنا بر عوام‌فریبی افراد جیب‌های خالی خود را مملو از یورو و دلار کنند؛ و متضرر کسانی که فریب این بازی‌های رسانه‌ای را خورده و در زندگی خود تغییر مسیر نا به‌هنجاری را ناخواسته یا خواسته طلبیده‌اند؛ بنابراین محققان بر خود دانستند که این نیازهای کاذب و تأثیر آن بر تزلزل خانواده را برشمرده و به دنبال راهکار برای حل این آسیب‌ها باشند.

پیرامون نقش رسانه در استحکام خانواده مقالاتی نوشته‌شده، ضمن ارج نهادن به تلاش محققان به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: مقاله «رسانه و تحکیم خانواده» تألیف «منصوره حسینی منش» که به کارکردهای رسانه در تحکیم خانواده پرداخته است. همچنین مقاله «عوامل تحکیم و استحکام خانواده» تألیف «اعظم نوری» که در ضمن عواملی که بیان کرده‌اند، به عامل رسانه نیز پرداخته‌اند. همچنین مقاله «راهکارهایی جهت جلوگیری از تزلزل خانواده» تألیف «محبوبه بهلولی و ...» که به‌طور کلی به تزلزل خانواده و راهکارهای پیشگیری پرداخته است. همان‌طور که واضح است هیچ‌کدام از مقالات به‌طور خاص به‌عنوان موردنظر محققان، نپرداخته‌اند. این پژوهش با روش کتابخانه‌ای و توصیفی-تحلیلی تدوین شده است. امید است با اتخاذ راهکارهای این مقاله و عمل به آن‌ها به خانواده‌ی مطلوب و مناسب، بر اساس معیارهای دینی دست‌یافت. در این مقاله محققین قصد دارند به چگونگی اثرگذاری ایجاد نیاز کاذب رسانه بر تزلزل خانواده بپردازند.

ایجاد نیازهای عاطفی کاذب توسط رسانه و تأثیر آن بر تزلزل خانواده

یکی از نیازهای کاذبی که توسط رسانه ایجاد می شود و موجب تزلزل خانواده شده ، ایجاد نیاز های عاطفی کاذب است . از جمله نیازهای کاذب عاطفی ، نیاز به ایجاد روابط آزاد خارج از خانواده ، نیاز به سگ فرزندی و نگهداری از حیوانات خانگی است . هریک از این موارد آسیب جدی به ساختار خانواده وارد می کند که بیان می شود.

از جمله آسیب های ذکر شده که توسط رسانه ایجاد شده و در تزلزل خانواده اثرگذار است، ایجاد روابط عاطفی آزاد و باز می باشد. روابط آزاد و باز گونه ای از ارتباط میان فردی است که در آن افراد می خواهند باهم باشند ولی بر روی نوعی رابطه بیش از یک شریک (همسر) توافق می کنند. این بدان معناست که آنها به داشتن رابطه ی احساسی و عاشقانه شریکشان با دیگری موافقت می کنند . به طور کلی رابطه ی باز زمانی اتفاق می افتد که فرد در یک زمانی با دو یا بیش از دو فرد رابطه ی احساسی و جنسی داشته باشد.

از جمله مصادیق روابط آزاد می توان به روابط نامشروع و همچنین روابط جنسی اینترنتی اشاره کرد که رسانه نقش بسزایی را در به وجود آمدن آنها ایفا می کند. از جمله عواملی که موجب استحکام و دوام زندگی خانواده می شود رابطه زنانشویی بین زوجین می باشد. امام صادق (علیه السلام) می فرماید: «دنیا و خوشی های آن برای شما آفریده شده است. لذیذترین چیزها در این دنیا آمیزش با همسر است. چنانکه لذت بخش ترین کارها در باغ بهشت نیز همین است» (کلینی، ج ۵، ص ۳۲۱) از آنجا که رسانه به عنوان یکی از ارکان اصلی زندگی مدرن بشمار می رود، تأثیرات عمیق و گسترده ای بر روابط، خصوصاً رابطه ی زوجین دارد. گاهی اوقات این تأثیرات می تواند مثبت و گاهی نیز منفی باشد و به شکل های مختلف در زندگی روزمره همسران نمایان شود.

از جمله تأثیرات منفی رسانه می توان به شکل گیری انتظارات نابجا در رابطه جنسی زوجین اشاره کرد که خود باعث تزلزل خانواده می شود. مقصود از شکل گیری انتظارات نابجا در رابطه جنسی این است که گاهی استفاده از اینترنت و دیدن فیلم های مستهجن باعث می شود که افراد سبک زندگی و انتظارات خود را بنا بر آنچه نمایش داده می شود تنظیم کنند و گاهی عین همان چیزی که در فضای مجازی یا رسانه دیده یا شنیده اند را برای خود رقم بزنند. بنابراین روح و جسم این افراد تحت تأثیر قرار گرفته ؛ به طوری که اگر خواسته های آنها برآورده نشود زمینه ی برقراری روابط نامشروع را ایجاد می کند. نامشروع در لغت به معنی غیرقانونی و خلاف شرع است. مطابق ماده ۶۳۷ قانون مجازات اسلامی، روابط فیزیکی که به واقعه (رابطه جنسی) ختم نشود، روابط نامشروع نامیده می شود. هنگامی که اشخاص، خارج از چهارچوب شرعی و قانونی با یکدیگر در ارتباط هستند و بین آنها علقه زوجیت برقرار نباشد. (موسوی، ۱۴۰۲، ص ۲۷۸) استفاده از رسانه هایی مثل ماهواره در گرایش به روابط نامشروع مؤثر است. افرادی که از برنامه های

ماهواره‌ای و خارجی استفاده می‌کنند در مقایسه با افرادی که تمایلی به دیدن این دست برنامه‌ها ندارند رغبت بیشتری به برقراری روابط آزاد و بی‌پرده نشان می‌دهند و برای چهارچوب‌های اخلاقی ارزش زیادی قائل نیستند و برقراری این دست ارتباطات را سبب افزایش اعتماد به نفس و ایجاد محبت و صمیمیت می‌دانند. از نظر افراد استفاده‌کننده از ماهواره، یک دوست صمیمی و نزدیک از جنس مخالف، بهتر از یک دوست از جنس موافق، می‌تواند ارائه‌دهنده‌ی کمک، اعم از مالی، مشاوره‌ای و امثال آن باشد. این افراد در مواجهه با قوانین محدودکننده‌ی جامعه در زمینه‌ی ارتباط با جنس مخالف، احساس عقب افتادن و احساس کمبود می‌کنند و خواهان این امر هستند که کسی درباره این نوع رابطه مداخله نکند و باید به افراد اجازه داده شود تا خود درباره این مسئله تصمیم‌گیری کنند (دیووند، ۱۳۹۲). رسانه با ارائه‌ی تصاویر مبتذل و مستهجن ماهواره‌ای در قالب‌های مختلف و با راهکارهای متفاوت به مخاطبان سعی در عادی‌سازی برخی روابط و همچنین وارد کردن برخی افکار غیر بومی و بعضاً غیر اخلاقی دارد؛ این ارائه در قالب برنامه ورزشی، نمایشی، فرهنگی، فیلم‌ها و... می‌باشد. به‌طور مثال در برنامه‌های ورزشی، بیش‌تر از آنکه بر اصل ورزش و چگونگی اجرای قاعده‌مند آن تمرکز داشته باشند، درگیر جنبه‌های نمایشی آن هستند و از هر فرصتی برای ترویج برهنگی و رقص و آواز استفاده می‌کنند. زنان ورزشکار در بعضی رشته‌ها به‌طور نیمه برهنه ظاهر شده و اجرای برنامه می‌کنند؛ و یا در فیلم‌ها، برهنگی زنان و شهوت‌گرایی مردان محور قرار داده‌شده، روابط زن و شوهر به مسئله لذت جنسی خلاصه می‌شود، به ترویج فحشا و منکرات و زشت‌ترین نوع آن در قالب داستان‌های جذاب و با کمک توجیه‌های روان‌شناسانه پرداخته می‌شود. (صابری، ۱۳۸۵: ۱۱۵) ماهواره به‌عنوان یکی از مصادیق رسانه تأثیرات بسیار عمیقی بر ارزش‌های خانوادگی و اعتقادات و فرهنگ فردی و عمومی مردم نیز گذاشته است که در اینجا به برخی از آنها اشاره خواهیم کرد:

۱) ترویج و عادی جلوه دادن خیانت زن و شوهر به یکدیگر

۲) عادی نشان دادن ارتباط دختر و پسر پیش از ازدواج تا حد باردار شدن

۳) ارزش زدایی از مفهوم غیرت

۴) ایجاد حس رقابت میان زنان و دختران برای جلب توجه پسر

۵) ایجاد بلوغ زودرس

۶) ایجاد روحیه تنوع‌طلبی جنسی

۷) اعتیاد به تماشای تصاویر و فیلم‌های مبتذل

در کنار هم نگه می دارد. بدون پول، آنها نمی توانند خانه ای را بخرند تا با هم زندگی کنند. بدون پول، نمی توانند در سینما فیلم تماشا کنند و قرار ملاقات بگذارند. بدون پول، نمی توانند برای بچه دار شدن و برای ایجاد یک خانواده شاد برنامه ریزی کنند. از سوی دیگر، زندگی بدون عشق یک زندگی پوچ است. بدون عشق، هر کاری که انجام می دهید بی معنی به نظر می رسد. بدون عشق، احساس کامل بودن نخواهید کرد و همیشه فکر می کنید جای چیزی در زندگی تان خالی است. مهمتر از همه، کسی وجود نخواهد داشت که خوشحالی ها و اتفاقات خوب زندگیتان را با او جشن بگیرید. حتی اگر ثروتمند باشید و تمام پول دنیا را داشته باشید.

عصر امروز عصر رسانه است. بخش گسترده ای از زندگی انسان تحت تأثیر همین رسانه قرار گرفته است. برای مثال دکور خانه ها، لباس پوشیدن ها و... محتوای تبلیغات رسانه های سمعی و بصری تفکر غلط را در ذهن مردم ایجاد کرده که عشق تنها به صورت مادی قابل بروز است و یا اینکه بدون سرمایه گذاری بزرگ در اول زندگی نمی توان وارد رابطه عاشقانه شد. این نگاه گاهی تا جایی پیش می رود که به خواسته های بیجا و غیرواقعی منتهی می شود. متأسفانه این تفکر غلط آن قدر آمیخته ذهن و زندگی شده است که حتی به نسل بعدی هم در حال انتقال است. می توان گفت افرادی که در این زمینه عشق را مادیات و هدایای گران بها می بینند در واقع آن ها طعم عشق را نچشیده اند. آن ها در رابطه، دلشان در گیر نیست بلکه چشم و نگاه آن ها است که به دنبال مادیات است؛ و بدین گونه با از بین رفتن مادیات عملاً عشق مادی آنها نیز دستخوش تغییر شده و از بین می رود. برای جلوگیری از این تفکر باید سواد رسانه ای را در میان افراد جامعه پررنگ تر کرد تا با چشمان باز و آگاهی از این رسانه ها استفاده کنند. سواد رسانه ای مانند نوعی تغذیه است. کسی که مهارت خوبی در تحلیل رسانه کسب کرده، براحتی می تواند درست را از نادرست تشخیص داده و کمتر دستخوش بازی های رسانه ای شود. در روایات ما به توجه و عشق و هدیه دادن به همسر بسیار تأکید شده است به گونه ای که پیامبر اکرم (صلوات الله علیه) در این باره می فرمایند: کسی که از بازار هدیه ای برای همسر خود تهیه کند مانند کسی است که نیاز نیازمندان را تأمین می کند. (نوری طبرسی، ج ۱۵، ص ۱۱۸) درست است که هدیه دادن یکی از قدرتمندترین و ماندگارترین راه های ابراز محبت است اما لازم نیست این هدیه گران قیمت باشد. گاهی حتی یک کارت پستال و یا یک خودنویس ارزان قیمت هم می تواند اثرگذار باشد. از نظر تربیتی هدیه در ایجاد و افزایش محبت سهم بالایی دارد. هدیه علاوه بر ایجاد محبت، موجب از بین رفتن کینه و دشمنی می شود، و تا هنگامی که هدیه باقی است خاطره خوش محبت نیز پابرجاست در حقیقت کسانی که محبت را از روی قیمت هدیه می فهمند، محبت را نمی فهمند. (عباسی ولدی، ۱۳۹۶، ج ۲) رسانه ها بر افراد جامعه تأثیر بسیاری دارند و به راحتی می توانند موضوعی را به مخاطب خود القا کنند. رسانه ها خصوصاً رسانه های تصویری گاه به دلیل منافع مادی یا عدم دقت، باعث ایجاد احساس نیاز کاذب در افراد جامعه شده و اشخاص را به خرید و مصرف کالاهای غیر ضروری وامی دارند. آگاهی های تبلیغاتی تصویری، با نشان دادن زندگی افراد مرفه، این الگو را به همه خانواده ها با هر سطح

اجتماعی ارائه می دهند تا به مصرف کالاهای غیر ضروری ترغیب کند. رفتارهای ارائه شده توسط رسانه ها کم کم رفتار مناسب اجتماعی تلقی می شود. رسانه ها با ارائه الگوها باعث ایجاد رفتارهای همگانی می شود به طوری که شخصیت افراد بر اساس تبلیغات معلوم می شود. رسانه در صدد است که با ایجاد روحیه مادی گرایی و لذت پرستی زمینه های رفاه طلبی جوامع اسلامی را فراهم کرده تا به اهداف سلطه جویانه خود دست یابد. (پورمحمدی ماهونکی، ۱۳۹۶، ص ۷۷) می توان عشق را در زندگی حضرت علی و فاطمه جستجو کرد که چون عشق بود دیگر جایی برای مادیات نبود. از ویژگی های بارز زندگی حضرت فاطمه و حضرت علی ساده زیستی و نداشتن امکانات رفاهی و نازل ترین بودن زندگی ایشان از سطح معمول زندگی دیگران، به ویژه در آغاز زندگی مشترکشان است. (مفید، ۱۴۱۳ق) برای نمونه می توان به خانه کوچک ایشان اشاره کرد و همچنین وسایل خانه ایشان: زیراندازی که شب ها روی آن استراحت می کردند، یک پوست گوسفند بود که روزها بر روی دیگر آن علف شتر را می ریختند. (ابن اسد، ۱۴۱۰ق) پس هدیه دادن یکی از روش های ابراز عشق و احساسات است البته زمانی که عشق را در گیر مادیات نکنیم و برای آن ارزش قائل باشیم که در این صورت می توان گفت دیگر عشقی در میان نیست. رسانه ها با تبلیغات خوش رنگ و لعاب، این گونه به تصویر کشیدند که عشق را می توان با پول ابراز کرد در صورتی که این تفکر غلط آسیب های جبران ناپذیری به همراه دارد. چرا که ما در طول تاریخ و در سیره ائمه (علیهم السلام) داریم که زندگی های بسیار ساده و دور از رفاهی را داشتند ولی عشق آن ها نسبت به همسرانشان زبانزد بود؛ و برای جلوگیری از این آسیب که همواره از سمت رسانه ها در حال انتشار است و در ضمیر ناخود آگاه و خود آگاه افراد تأثیر بسیاری می گذارد، باید به ترویج سواد رسانه اهمیت بیشتری داده شود تا افراد خانواده با حقایق مجازی آشنا باشند و بهتر با آن ها مواجه شوند.

نتیجه گیری:

خانواده به عنوان اولین کانونی که فرد در آن قرار می گیرد دارای اهمیت قابل توجهی است. اولین تأثیرات محیطی که فرد دریافت می کند از محیط خانواده است. همچنین فرد متأثر از عوامل دیگری چون رسانه نیز هست. رسانه به عنوان یک ابزار ارتباط جمعی است که به آسانی در دسترس افراد مختلف از گروه های سنی متفاوت می باشد، پس به آسانی می تواند بر افکار و اذهان و همچنین بنیادهای مهمی چون خانواده تأثیر گذار باشد. این تأثیر گذاری می تواند گاهی به صورت مثبت و گاهی به صورت منفی ظاهر شود. تأثیرات منفی رسانه در اغلب موارد باعث تزلزل خانواده می شود و در بسیاری از موارد این گونه تزلزلات منجر به از هم پاشیدن این نهاد مقدس می شود. از جمله ملاک هایی که موجب تزلزل خانواده شده و این مقاله درصدد بررسی آنهاست ۱_ روابط آزاد ۲_ سگ فرزندی و نگهداری از حیوانات خانگی می باشد ۳_ مدگرایی ۴_ اثبات عشق به وسیله ی هدایای گران بها. با معرفی این عوامل در تلاشیم که از آسیب تأثیر رسانه بر ایجاد نیاز کاذب بر تزلزل خانواده جلوگیری کنیم؛ و خانواده را از گزند آفات مجازی دور نگه داریم.

منابع:

- (۱) حکیم زاده تقی ، آناهید فاطمه ، مقاله رابطه فقر و تورم، مقاله کنفرانسی، ۱۴۰۲
- (۲) دیوبند، فائزه، مسعودنیا، ابراهیم، جسمانی، سمیه، تأثیر برنامه‌های ماهواره‌ای بر نگرش جوانان به روابط نامشروع، ۱۳/۵/۱۳۹۲.
- (۳) مرادی حجت‌الله ، شعبان تیلا، تأثیر شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌بر نهاد خانواده و راهکار مقابله،
- (۴) صابری، الهام، نقش رسانه‌های جمعی در به انحراف کشیدن جوانان ، گنجینه، شماره ۵۴، مهر ۱۳۸۴.
- (۵) پور محمدی ماهونگی صدیقه ، پیامد های اجتماعی رفاه زدگی، نشر هاجر، چاپ اول، ۱۳۹۶
- (۶) پسندیده عباس ، رضایت زناشویی، پژوهشکده اخلاق و علوم رفتاری، قم دارالحديث، ۱۳۸۹
- (۷) علامه مجلسی، بحار الانوار، ج ۷۵، بیروت، لبنان، موسسه الوفاق، ۱۴۰۴ق، گرایش، چاپ اول، ۱۳۸۲.
- (۸) رشید پور مجید ، تعادل و استحکام خانواده، چاپ چهارم، تهران، نشر اطلاعات، ۱۳۸۸
- (۹) مرادی حجت‌الله ، تیلا شعبان ، تأثیر شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای بر نهاد خانواده و راهکار مقابله، ۲۱/۱۱/۱۳۹۷.
- (۱۰) مشتاق بیدختی، نهاله ، ایزدیان اسفرجانی، ساره، اینترنت اعتیاد و روابط جنسی، مجله بازتاب دانش، شماره ۳، ۱۳۸۶.
- (۱۱) معظمی، شهلا، فرار دختران چرا؟ تهران
- (۱۲) ابن اسعد، محمد، الطبقات الکبری، تحقیق محمد عبدالقادر عطا، بیروت، دارالکتب العلمیه، چاپ اول، ۱۴۱۰ ق

۱۳) مفید، محمد ابن محمد، الارشاد فی معرفه حجج الله علی العباد، تحقیق موسسه آل البيت، بیروت، چاپ اول، ۱۴۱۳

ق

۱۴) نوری طبرسی، حسین، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، ج ۱۵، ص ۱۱۸، نشر موسسه آل البيت عليهم سلم

لاحیا التراث، قم، سال ۱۳۶۸

۱۵) ولدی عباس، محسن، کتاب تا ساحل آرامش، ج ۲، ۱۳۹۶

۱۶) پورمحمدی ماهونکی، صدیقه، ج ۱، ص ۷۷، ۹۶، نشر هاجر

۱۷) باقری رحمان؛ کرد زنگنه جعفر؛ عنانهاد محبوبه، مقاله ی پژوهشی مطالعه ی جامعه شناختی پدیده ی

نگهداری از حیوانات خانگی، فصل نامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، دوره ی شماره ی ۴ بهار

۱۴۰۱ صفحات ۹-۳۹

۱۸) الکافی، شیخ کلینی، باب تراحم، ج ۲، ص ۱۷۵