رویش روان شناسی، سال۱۵، شماره ۶، شماره پیاپی ۱۲۳، شهریور ۱۴۰۵
Rooyesh-e-Ravanshenasi Journal(RRJ),15(6), 2026

واکاوی نقش سواد رسانه در حفظ وفاداری اخلاقی مردان متأهل؛ یک مطالعه پدیدارشناسانه

Examining the Role of Media Literacy in Maintaining the Moral Fidelity of Married Men: A Phenomenological Study

ندا ملکی فاراب (نویسنده مسئول)
استادیار گروه اخلاق و مبانی نظری دانشکده معارف و اندیشه اسلامی دانشگاه تهران، تهران، ایران.
محمدجواد مهدی آسا
رشته مدرسی اخلاق اسلامی،دانشکده معارف و اندیشه اسلامی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

چکیده

گسترش فضای مجازی، الگوهای تعامل عاطفی و اخلاقی در زندگی زناشویی را با چالش‌های نوینی مواجه کرده است. پژوهش حاضر با هدف تبیین تجربه زیسته مردان متأهل از «وفاداری اخلاقی در فضای مجازی» و نقش سواد رسانه‌ای در شکل‌گیری و حفظ آن انجام شد. این مطالعه با رویکرد کیفی و روش پدیدارشناسی تفسیری و از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۹ مرد متأهل انجام گرفت. تحلیل داده‌ها منجر به استخراج چهار محور معنایی اصلی شد: درک انتقادی از ماهیت تعاملات مجازی، مرزبندی اخلاقی آگاهانه در روابط آنلاین، خودنظارتی درونی در مواجهه با تمایلات تدریجی، و بازتعریف تعهد زناشویی مبتنی بر مسئولیت‌پذیری و شفافیت ارتباطی. یافته‌ها نشان داد که وفاداری اخلاقی در زیست‌جهان دیجیتال، در تجربه مشارکت‌کنندگان پدیده‌ای ایستا و دفعی نیست، بلکه فرایندی تدریجی، چندسطحی و در حال شکل‌گیری است که از آگاهی تفسیری نسبت به فضای مجازی آغاز شده و به کنش اخلاقی فردی و رابطه‌ای می‌انجامد. در این میان، سواد رسانه‌ای نقشی فراتر از یک مهارت فنی ایفا کرده و به‌مثابه سازوکاری اخلاقی-تفسیری، به مردان متأهل امکان می‌دهد موقعیت‌های بالقوه لغزش‌زا را زودتر تشخیص دهند، رفتار آنلاین خود را تنظیم کنند و از طریق خودنظارتی و شفافیت ارتباطی، از تعهد زناشویی صیانت نمایند. نتایج پژوهش بر ضرورت توجه به آموزش سواد رسانه‌ای با رویکرد اخلاق‌محور و خانواده‌محور در تقویت بنیان خانواده تأکید دارد.

واژه‌های کلیدی: سواد رسانه، وفاداری اخلاقی، مردان متأهل، فضای مجازی، پدیدارشناسی تفسیری.

Neda Malekifarab *
Assistant Professor of Ethics Department, Faculty of Islamic Education and Thought, University of Tehran, Tehran, Iran.
n.malekifarab@ut.ac.ir
Mohammad Javad Mahdi Asa
Ph.D. Student in Islamic Ethics Education, Faculty of Islamic Studies and Thought, University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract

The expansion of cyberspace has confronted patterns of emotional and ethical interaction within married life with novel challenges. The present study aimed to elucidate the lived experiences of married men regarding "ethical fidelity in cyberspace" and the role of media literacy in its formation and maintenance. This qualitative study employed an interpretive phenomenological approach and was conducted through semi-structured interviews with nine married men. Data analysis resulted in the identification of four major thematic domains: critical understanding of the nature of online interactions, conscious ethical boundary-setting in online relationships, internal self-monitoring in response to gradually emerging inclinations, and the redefinition of marital commitment based on responsibility and communicative transparency. The findings indicated that ethical fidelity in the digital lifeworld is not experienced as a static or discrete phenomenon; rather, it is a gradual, multidimensional, and evolving process that begins with interpretive awareness of cyberspace and culminates in individual and relational ethical action. In this context, media literacy extends beyond a mere technical skill and functions as an ethical-interpretive mechanism that enables married men to recognize potentially compromising situations at an earlier stage, regulate their online behavior, and safeguard their marital commitment through self-monitoring and communicative transparency. The findings underscore the importance of promoting media literacy education through an ethics-oriented and family-centered approach to strengthening the foundations of family life.

Keywords: *Media Literacy, Moral Fidelity, Married Men, Virtual Space, Interpretive Phenomenology.*

نوع مقاله: کیفی | **دریافت:** شهریور ۱۴۰۵ | **پذیرش:** شهریور ۱۴۰۵ | **ویرایش نهایی:** شهریور ۱۴۰۵

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-28]

[DOI: 10.66224/Rooyesh.15.6.287]

مقدمه

با جستجو در منابع و پایگاه‌های علمی، مقاله «شبکه‌های تحولات شتابان رسانه‌های دیجیتال و گسترش شبکه‌های اجتماعی، ساختار روابط عاطفی و اخلاقی در زندگی زناشویی را با چالش‌های نوینی مواجه ساخته است. فضای مجازی، با فراهم آوردن امکان ارتباطات مستمر، غیررسمی و کم‌هزینه، به‌گونه‌ای مرزهای سنتی وفاداری، حریم ارتباطی و تعهد اخلاقی را دستخوش تغییر کرده است؛ تغییری که به‌ویژه در تجربه زیسته مردان متأهل، نمودهای ظریف اما تأثیرگذاری یافته است. در این بستر، وفاداری اخلاقی دیگر صرفاً به پرهیز از خیانت آشکار محدود نمی‌شود، بلکه شامل مدیریت آگاهانه نگاه، گفت‌وگو، توجه ذهنی و مرزبندی ارتباطی در فضای دیجیتال است.

خانواده به‌عنوان بنیادی‌ترین نهاد اجتماعی، همواره بر اعتماد، تعهد و امنیت عاطفی استوار بوده است؛ بااین‌حال، شواهد میدانی و یافته‌های اولیه این پژوهش نشان می‌دهد که بسیاری از مردان متأهل، در مواجهه روزمره با شبکه‌های اجتماعی، با نوعی ابهام در مرزهای اخلاقی و فرسایش تدریجی حساسیت نسبت به وفاداری روبه‌رو هستند. رفتارهایی مانند گفت‌وگوهای صمیمی غیرضروری، تعامل‌های پنهان یا دوپهلو در فضای مجازی، مقایسه‌های عاطفی، و مصرف مداوم محتوای عادی‌ساز روابط خارج از چارچوب زناشویی، اغلب به‌مثابه رفتارهایی عادی و کم‌اهمیت تلقی می‌شوند؛ در حالی که در سطحی عمیق‌تر، می‌توان آن‌ها را نشانه‌ای از عادی‌سازی تدریجی ناهنجاری اخلاقی در بستر رسانه دانست (ویتی، ۲۰۰۵؛ میلهم، ۲۰۰۷؛ بن‌زئیو، ۲۰۰۴).

در این میان، «سواد رسانه‌ای» به‌عنوان یک توانمندی شناختی-اخلاقی، نقشی کلیدی در نحوه مواجهه مردان متأهل با فضای مجازی ایفا می‌کند. سواد رسانه‌ای فراتر از مهارت فنی استفاده از رسانه‌هاست و شامل توانایی تحلیل انتقادی پیام‌ها، درک سازوکارهای اقناع و جلب توجه، و تنظیم آگاهانه رفتار ارتباطی در فضای دیجیتال می‌شود. تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد که برخورداری از این آگاهی، به شکل‌گیری نوعی مرزبندی درونی، افزایش شفافیت در رفتار رسانه‌ای و تقویت خودکنترلی اخلاقی منجر می‌شود؛ در حالی که فقدان آن، زمینه‌ساز سردرگمی اخلاقی، پنهان‌کاری و تضعیف تدریجی اعتماد زناشویی است.

وفاداری اخلاقی در این پژوهش، به‌عنوان تعهدی پایدار و چندبعدی در نظر گرفته می‌شود که صرفاً به رفتار بیرونی محدود نیست، بلکه شامل صداقت، شفافیت ارتباطی، مدیریت توجه و پاسداری از حرمت عاطفی همسر در تمامی فضاها، از جمله فضای مجازی است. همان‌گونه که یافته‌های پژوهش‌های بین‌المللی نشان داده‌اند، فضای آنلاین بستری برای شکل‌گیری روابط عاطفی موازی و فرسایش تدریجی تعهد زناشویی است.(هرتلاین و پیرسی، ۲۰۱۲؛ یونگ و همکاران، ۲۰۰۰؛ کوپر و همکاران، ۲۰۰۲)

در این چارچوب، آنچه این پژوهش را از پژوهش‌های پیشین متمایز می‌سازد، تأکید بر فرآیند معناسازی و نقش آگاهی انتقادی یا سواد رسانه‌ای، یکی از مؤلفه‌های اساسی در مواجهه با این چالش است. با وجود اهمیت این مسئله، مرور ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که اغلب مطالعات پیشین، با رویکردهای کمی، به سنجش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی یا ارتباط آن با رضایت زناشویی پرداخته‌اند و کمتر به فرایند معناسازی، تجربه زیسته و منطق درونی تصمیم‌های اخلاقی مردان متأهل توجه کرده‌اند (چراتی، ۱۳۹۵؛ فتحی و همکاران، ۱۴۰۰؛ نصیری‌پور، ۱۳۹۸؛ هنلاین و همکاران، ۲۰۰۷؛ هرتلاین و پیرسی، ۲۰۱۲). این خلأ پژوهشی، ضرورت انجام مطالعه‌ای کیفی را آشکار می‌سازد که بتواند از خلال روایت‌ها و تجربه‌های واقعی کنشگران، ابعاد پنهان این پدیده را روشن سازد.

بر این اساس، پژوهش حاضر با رویکرد پدیدارشناسانه تفسیری و با تکیه بر مصاحبه‌های عمیق، می‌کوشد از طریق تحلیل نظام‌مند داده‌ها و استخراج کدها و مضامین برآمده از تجربه مشارکت‌کنندگان، نقش سواد رسانه‌ای را در حفظ وفاداری اخلاقی مردان متأهل واکاوی کند. هدف، کشف و تفسیر نحوه ادراک، معناپردازی و مدیریت مرزهای اخلاقی در فضای مجازی است؛ تحلیلی که می‌تواند ضمن غنابخشی به ادبیات میان‌رشته‌ای خانواده و رسانه، مبنایی علمی برای طراحی برنامه‌های آموزشی و مداخلات فرهنگی متناسب با واقعیت‌های زیسته خانواده ایرانی فراهم آورد.

روش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با استفاده از روش پدیدارشناسی تفسیری با تأکید بر رویکرد اسمیت (۲۰۰۹) انجام شده است. هدف از انتخاب این رویکرد، فهم عمیق تجربه زیسته مردان متأهل از نقش سواد رسانه‌ای در حفظ وفاداری اخلاقی در مواجهه با فضای مجازی

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-28]
[DOI: 10.66224/Rooyesh.15.6.287]

است. پدیدارشناسی تفسیری امکان کشف لایه‌های معنایی پنهان در ادراکات، تصمیم‌ها و کنش‌های اخلاقی مشارکت‌کنندگان را فراهم می‌سازد(اسمیت و همکاران، ۲۰۰۹).

جامعه پژوهش شامل مردان متأهلِ فعال در شبکه‌های اجتماعی بود که به‌صورت مستمر از فضای مجازی استفاده می‌کردند. نمونه‌گیری به روش هدفمند و بر اساس معیارهایی چون تأهل، تجربه زیسته استفاده از شبکه‌های اجتماعی، و آمادگی برای بیان صادقانه تجربه‌های شخصی انجام شد. در مجموع، با ۹ نفر مصاحبه عمیق صورت گرفت. فرایند گردآوری داده‌ها تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت؛ بدین معنا که در مصاحبه‌های پایانی، داده‌های جدید و متمایزی حاصل نشد و مفاهیم به‌طور مکرر تکرار شدند (فرهنگی،۱۳۹۲).

ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته عمیق بود. سؤالات مصاحبه بر اساس ادبیات نظری مرتبط با سواد رسانه‌ای، اخلاق ارتباطی، وفاداری زناشویی و اهداف پژوهش طراحی شدند. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته این امکان را فراهم کرد که مشارکت‌کنندگان ضمن پاسخ به سؤالات اصلی، تجربه‌های زیسته خود را با مثال‌های عینی از فضای مجازی، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، بیان کنند. تمامی مصاحبه‌ها پس از اخذ رضایت آگاهانه ضبط و سپس به‌صورت کامل پیاده‌سازی شدند. مدت هر مصاحبه بین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه بود.

نمونه سؤالات راهنمای مصاحبه:

1. لطفاً از تجربه خود در استفاده از شبکه‌های اجتماعی بگویید. چه احساسی در شما ایجاد می‌شود؟
2. آیا تاکنون احساس کرده‌اید تعاملات مجازی می‌تواند بر رابطه شما با همسرتان تأثیر بگذارد؟ چگونه؟
3. به نظر شما مرز بین تعامل مجازی عادی و تعامل مجازی مشکل‌دار کجاست؟
4. آیا برای خودتان خط قرمزهایی در ارتباطات مجازی تعریف کرده‌اید؟ آنها چه هستند؟
5. وقتی در فضای مجازی با موقعیتی مواجه می‌شوید که از نظر اخلاقی مبهم است، چه می‌کنید؟
6. به نظر شما سواد رسانه‌ای چه نقشی در این موقعیت‌ها دارد؟

روش تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌ها به‌صورت هم‌زمان با گردآوری آن‌ها و بر اساس مراحل هفت‌گانه تحلیل پدیدارشناختی تفسیری اسمیت (۲۰۰۹) انجام شد:

1. خواندن مکرر: متن مصاحبه‌های پیاده‌شده چندین بار مطالعه گردید تا درک عمیقی از محتوای آن‌ها حاصل شود.
2. یادداشت‌گذاری اولیه: حاشیه‌نویسی و ثبت یادداشت‌های اولیه درباره پدیده‌های معنادار.
3. شناسایی مضامین اولیه: تبدیل یادداشت‌ها به مضامین توصیفی.
4. اتصال مضامین: یافتن ارتباط میان مضامین و دسته‌بندی آن‌ها.
5. جدول‌بندی مضامین: سازمان‌دهی مضامین در قالب جدول و شناسایی الگوها.
6. جستجوی الگوهای مشترک: مقایسه مضامین در بین مشارکت‌کنندگان مختلف.
7. نگارش نهایی: تدوین گزارش تحلیلی نهایی.

فرایند استخراج کدها در چند مرحله انجام گرفت: مطالعه دقیق و مکرر متن مصاحبه‌ها، شناسایی واحدهای معنایی مرتبط، کدگذاری اولیه واحدهای معنایی، بازبینی و پالایش کدها، و سازمان‌دهی کدها در قالب مقوله‌ها و مضامین محوری.

ملاحظات اخلاقی

در پژوهش حاضر تمامی مشارکت‌کنندگان قبل از مصاحبه، رضایت آگاهانه کتبی ارائه دادند. به آنان اطمینان داده شد که در هر مرحله می‌توانند از ادامه پژوهش انصراف دهند. نام مشارکت‌کنندگان با کد جایگزین شد و محرمانگی اطلاعات تضمین گردید.

اعتباریابی

برای افزایش اعتبار یافته‌ها، از معیارهای لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) استفاده شد:

مقبولیت: بازخورد یافته ها به ۳ مشارکت کننده، خودبازبینی پژوهشگر و مطالعه مکرر داده‌ها

انتقال‌پذیری : ارائه توصیف غنی از مشارکت‌کنندگان و زمینه پژوهش (جدول ۱ و نقل‌قول‌های مستقیم)

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-28]
[DOI: 10.66224/Rooyesh.15.6.287]

اطمینان‌پذیری : نگهداری مسیر حسابرسی شامل تمام مصاحبه‌های ضبط شده، پیاده‌سازی‌ها و جدول کدها
تأییدپذیری: ثبت یادداشت‌های تأملی و استفاده از نقل‌قول‌های مستقیم برای شفاف‌سازی مسیر تفسیر

یافته ها

پیش از بررسی یافته‌های تحقیق، به بررسی دو محور در فرایند پژوهش می‌پردازیم. درجدول شماره ۱ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان ارائه شده است.

جدول ۱ - ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

میزان استفاده روزانه از فضای مجازی	مدت ازدواج	تحصیلات	سن	کد
۴-۳ ساعت	۱۲ سال	کارشناسی	35	P1
۳-۲ ساعت	۱۵ سال	کارشناسی ارشد	۴۰	P2
۵-۴ ساعت	۵ سال	دیپلم	۳۱	P3
۳ ساعت	۱۸ سال	کارشناسی	۴۲	P4
۵-۴ ساعت	۴ سال	کارشناسی ارشد	۲۹	P5
۴-۳ ساعت	۸ سال	کارشناسی	۳۶	P6
۶-۵ ساعت	۵ سال	کارشناسی	۲۶	P7
۵-۴ ساعت	۵ سال	کارشناسی ارشد	۲۸	P8
۴ ساعت	۷ سال	کارشناسی	۳۲	P9

از مجموع مصاحبه‌ها ۱۶ کد اولیه استخراج شد که بیانگر تجربه‌های متنوع مردان متأهل در زمینه مواجهه اخلاقی با فضای مجازی بودند. در جدول شماره ۲ کدهای مفهومی استخراج‌شده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته را بررسی می‌کنیم.

جدول ۲ - کدهای مفهومی استخراج‌شده از مصاحبه‌ها

توصیف مختصر منشأ معنایی	کد مفهومی استخراج شده	ردیف
ادراک تفاوت میان روابط آنلاین و پیوند عاطفی واقعی	آگاهی از غیرواقعی بودن صمیمیت مجازی	۱
فهم نقش الگوریتم‌ها و تحریک هیجانی محتوا	شناخت سازوکارهای اقناع رسانه‌ای	۲
توجه اخلاقی به حدود تعاملات مجازی	حساسیت نسبت به مرز ارتباط با نامحرم	۳
تعیین خطوط قرمز شخصی در ارتباطات دیجیتال	مرزبندی اخلاقی آگاهانه	۴
مراقبت از ورودی‌های بصری و ذهنی	کنترل نگاه و توجه	۵
کاهش آگاهانه زمان و نوع حضور	خود محدودسازی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۶
مهار هیجانات لحظه‌ای در مواجهه با محتوا	مدیریت هیجان در فضای مجازی	۷
احساس لغزش نامحسوس در فرایند تعامل	تجربه وسوسه اخلاقی تدریجی	۸
کشمکش میان تعهد زناشویی و جذابیت مجازی	تعارض درونی ارزش و میل	۹
سنجش پیامدهای اخلاقی پیش از تعامل	احساس مسئولیت اخلاقی پیش از عمل	۱۰
خودداری از روابط یا گفت‌وگوهای مخفیانه	پرهیز از پنهان‌کاری دیجیتال	۱۱
قابل‌دفاع بودن رفتار مجازی در برابر همسر	شفافیت ارتباطی با همسر	۱۲
تعامل آگاهانه زوجین درباره فضای مجازی	گفت‌وگوی پیشگیرانه زناشویی	۱۳

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-28]
[DOI: 10.66224/Rooyesh.15.6.287]

نقش آگاهی در پیشگیری از لغزش اخلاقی	سواد رسانه‌ای به‌مثابه عامل بازدارنده	۱۴
عملی‌شدن دانستن در رفتار واقعی	تبدیل آگاهی رسانه‌ای به کنش اخلاقی	۱۵
پیوند سواد رسانه‌ای و وفاداری اخلاقی	تقویت تعهد زناشویی از طریق آگاهی	۱۶

تحلیل پدیدارشناسانه داده‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق با مردان متأهل نشان داد که تجربه‌های زیسته آنان در زمینه مواجهه با فضای مجازی و حفظ وفاداری اخلاقی، واجد الگوهای معنایی مشترکی است که در قالب چهار محور اصلی قابل تبیین هستند. این محورها شامل: درک انتقادی از ماهیت و کارکرد تعاملات رسانه‌ای، مرزبندی اخلاقی در روابط آنلاین، خودنظارتی اخلاقی و مهار تدریجی تمایلات در بستر تعاملات رسانه‌ای و مسئولیت‌پذیری و شفافیت ارتباطی در چارچوب زندگی زناشویی است. در ادامه، این محورها به‌صورت مستقل و با رویکردی تفصیلی و تحلیلی بررسی می‌شوند.

درک انتقادی از ماهیت و کارکرد تعاملات رسانه‌ای

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد یکی از مؤلفه‌های بنیادین تجربه زیسته مردان متأهل در حفظ وفاداری اخلاقی، نحوه فهم و تفسیر آنان از ماهیت تعاملات رسانه‌ای است. این فهم، نه به‌عنوان دانشی انتزاعی یا مجموعه‌ای از مهارت‌های فنی، بلکه به‌مثابه تجربه‌ای زیسته، تدریجی و درهم‌تنیده با زندگی روزمره مشارکت‌کنندگان شکل گرفته است. مردان مورد مطالعه، فضای مجازی را بستری خنثی برای ارتباطات ساده تلقی نمی‌کنند، بلکه آن را محیطی می‌دانند که در آن، روابط انسانی می‌توانند به‌گونه‌ای متفاوت از روابط حضوری ظهور یابند؛ ظهوری که واجد جذابیت، ابهام و فریبندگی تدریجی است. این یافته با دیدگاه بن‌زئیو همخوانی دارد که معتقد است صمیمیت آنلاین، کیفیتی متفاوت از صمیمیت حضوری دارد و می‌تواند بدون آگاهی کامل فرد، به‌تدریج عمق پیدا کند (بن‌زئیو، ۲۰۰۴).

در افق تجربه مشارکت‌کنندگان، تعاملات آنلاین واجد نوعی «ظاهر صمیمیت» هستند؛ صمیمیتی که نه به‌صورت ناگهانی، بلکه به‌تدریج و بدون مرزهای آشکار اخلاقی شکل می‌گیرد. این صمیمیت در آغاز فاقد نشانه‌های تهدیدکننده است و اغلب در قالب گفت‌وگوهای عادی، همدلی‌های ظاهری، توجه‌های کلامی یا اشتراک‌گذاری تجربه‌های روزمره بروز می‌کند. یکی از مشارکت‌کنندگان این تجربه را چنین توصیف می‌کند: «خیلی از این ارتباط‌ها، فقط ظاهرش صمیمیه. آدم وقتی عمیق‌تر فکر می‌کنه می‌بینه چیزی که نشون داده می‌شه با واقعیت فرق داره.» (مصاحبه ۲).

این بیان، لحظه‌ای از مکث و بازاندیشی شناختی را بازنمایی می‌کند؛ لحظه‌ای که فرد از جریان عادی تعامل فاصله می‌گیرد و رابطه را نه در سطح احساس آنی، بلکه در افق معنایی گسترده‌تری مورد تأمل قرار می‌دهد. این مکث، نقطه‌ای کلیدی است که در آن، مشارکت‌کننده از «درگیرشدن بی‌واسطه» به «تفسیر آگاهانه» گذر می‌کند. مشارکت‌کننده دیگری نیز تجربه‌ای مشابه را چنین بیان می‌کند: «فضای مجازی یه جور تصویر قشنگ از آدم‌ها می‌سازه. اگه آدم حواسش نباشه، همون تصویر رو با واقعیت اشتباه می‌گیره.» (مصاحبه ۵).

از منظر سواد رسانه‌ای، این تحول تفسیری ریشه در درک منطق بازنمایی گزینشی دارد؛ جایی که افراد می‌توانند نسخه‌ای پالایش‌شده، جذاب و عاری از نشانه‌های واقعی زندگی مانند مسئولیت، تعارض، محدودیت و پیامد از خود ارائه دهند. ویتی[1] نیز معتقد است که «بازنمایی گزینشی خود» یکی از ویژگی‌های بنیادین ارتباطات آنلاین است که می‌تواند به قضاوت‌های نادرست درباره دیگران منجر شود (ویتی ، ۲۰۰۳).

مشارکت‌کنندگان در تجربه زیسته خود درمی‌یابند که همین حذف نشانه‌ها، رابطه را در ذهن صمیمی‌تر و کم‌هزینه‌تر از واقعیت آن جلوه می‌دهد. یکی از مشارکت‌کنندگان این آگاهی را چنین بیان می‌کند:«آدم اون چیزی رو می‌بینه که طرف می‌خواد نشون بده، نه کل واقعیتش رو.» (مصاحبه ۴)

در تحلیل پدیدارشناختی، این آگاهی نقطه‌ای است که سواد رسانه‌ای از سطح دانشی بیرونی به بصیرتی تفسیری و درونی‌شده تبدیل می‌شود. مردان متأهل دیگر ظاهر ارتباط را معادل واقعیت اخلاقی آن تلقی نمی‌کنند، بلکه آن را به‌مثابه بازنمایی‌ای ناقص و جهت‌دار می‌فهمند که نیازمند تفسیر انتقادی است. در نتیجه، کنش رسانه‌ای در تجربه آنان امری منفک از زندگی مشترک نیست، بلکه به‌عنوان امتداد مستقیم تعهد زناشویی معنا می‌شود. در همین افق تفسیری، آموزه‌های اخلاقی قرآن کریم معیار مهمی برای تمایز میان «رواج اجتماعی» و «اعتبار اخلاقی» فراهم می‌آورند. قرآن، فراوانی و جذابیت یک رفتار را هرگز ملاک درستی آن تلقی نمی‌کند و تصریح می‌کند:

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-28]
[DOI: 10.66224/Rooyesh.15.6.287]

«قُل لَّا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ» (مائده، آیه ۱۰۰). همچنین قرآن کریم می‌فرماید: «يَعْلَمُونَ ظَاهِرًا مِنَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ عَنِ الْآخِرَةِ هُمْ غَافِلُونَ» (روم، آیه ۷).

در مجموع، یافته‌های این محور نشان می‌دهد که درک انتقادی از ماهیت تعاملات رسانه‌ای در تجربه زیسته مردان متأهل، به‌عنوان سپری شناختی ـ تفسیری در برابر لغزش‌های تدریجی عمل می‌کند. در این افق، وفاداری اخلاقی به‌مثابه توان عبور از ظاهر صمیمیت و تفسیر آگاهانه کنش‌های رسانه‌ای در نسبت با تعهد زناشویی معنا می‌یابد؛ درکی که پیش از تثبیت رفتاری، در سطح معنا، فهم و بازاندیشی هویتی شکل می‌گیرد و بستر مفهومی لازم را برای مرزبندی اخلاقی آگاهانه فراهم می‌سازد. همان‌گونه که ویتی نیز اشاره کرده است، تشخیص واقعیت از بازنمایی، یکی از چالش‌های اساسی در روابط آنلاین است (ویتی، ۲۰۰۵).

مرزبندی اخلاقی در روابط آنلاین

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که پس از عبور مشارکت‌کنندگان از مرحله ادراک انتقادی ماهیت تعاملات رسانه‌ای و شناسایی ظرفیت‌های لغزش‌زای فضای مجازی (محور اول)، آنان وارد سطحی فعال‌تر و درونی‌تر از مواجهه اخلاقی با روابط آنلاین می‌شوند که می‌توان آن را «مرزبندی اخلاقی آگاهانه» نامید. این مرزبندی در تجربه زیسته مردان متأهل، نه مجموعه‌ای از قواعد صلب و ازپیش‌تعیین‌شده، بلکه فرایندی تفسیری، پویا و وابسته به موقعیت است که در پیوند با درک فرد از تعهد زناشویی، هویت اخلاقی و مسئولیت فردی او شکل می‌گیرد.

الکسوپولوس (۲۰۲۱) در مطالعه خود نشان داد که یکی از راهبردهای رایج در میان افرادی که مرتکب خیانت آنلاین می‌شوند، «توجیه‌گری» است؛ یعنی بازتعریف رفتار خود به نحوی که تهدیدکننده تعهد زناشویی تلقی نشود. در مقابل، مشارکت‌کنندگان این پژوهش که از سطح بالاتری از آگاهی برخوردار بودند، پیش از آنکه نیاز به توجیه پیدا کنند، مرزهای خود را تعیین می‌کردند. این معنا به‌روشنی در تجربه یکی از مشارکت‌کنندگان بازتاب یافته است:«خیلی از لغزش‌ها دقیقاً از یک پیام ساده یا یک واکنش به استوری شروع می‌شود؛ بعد کم‌کم لحن عوض می‌شود.» (مصاحبه ۷)

تحلیل پدیدارشناختی این گزاره نشان می‌دهد که مشارکت‌کننده رابطه آنلاین را نه به‌عنوان رویدادی ناگهانی، بلکه به‌مثابه «مسیر لغزنده» تجربه می‌کند؛ مسیری که در آن تغییرات کوچک، تدریجی و ظاهراً بی‌اهمیت می‌توانند به جابه‌جایی مرزهای عاطفی و اخلاقی بینجامند. در این تجربه، مرزبندی اخلاقی در نقطه شروع تعامل فعال می‌شود؛ یعنی جایی که فرد هنوز می‌تواند بدون تحمیل هزینه‌های عاطفی، خانوادگی یا هویتی، مسیر ارتباط را متوقف یا اصلاح کند.

میلهم (۲۰۰۷) نیز در مطالعه خود نشان داد که ۷۵٪ از شرکت‌کنندگان گزارش کرده‌اند که روابط عاطفی آنلاین آنها به‌تدریج و بدون برنامه قبلی شکل گرفته است. این یافته با تجربه مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر همخوانی دارد و نشان می‌دهد که وفاداری اخلاقی، از منظر آنان، صرفاً به معنای پرهیز از خیانت آشکار نیست، بلکه مستلزم حساسیت نسبت به آغاز و تداوم مسیرهایی است که ممکن است در ظاهر بی‌خطر و عادی باشند، اما به‌تدریج زمینه درگیری عاطفی و عبور از مرزهای رابطه زناشویی را فراهم آورند.

یکی دیگر از ابعاد برجسته مرزبندی اخلاقی در تجربه مشارکت‌کنندگان، حساسیت نسبت به تداوم، تکرار و شخصی‌شدن ارتباطات آنلاین است. آنان میان ارتباط رسمی، کاری یا ضروری با ارتباطی که به‌تدریج وارد قلمرو عاطفی و شخصی می‌شود، تمایز قائل می‌شوند. هرتلاین و پیرسی (۲۰۱۲) این ویژگی را «دسترسی‌پذیری» و «تداوم» می‌نامند و آن را از ویژگی‌های کلیدی فضای آنلاین می‌دانند که مرزهای اخلاقی را تضعیف می‌کند. یکی از مشارکت‌کنندگان این تجربه را چنین بیان می‌کند:«حتی اگر هیچ حرف صریحی هم زده نشود، همین ادامه‌دار شدن ارتباط می‌تواند زمینه صمیمیت عاطفی را ایجاد کند.» (مصاحبه ۳)

این گفته نشان می‌دهد که مرز اخلاقی، در تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان، صرفاً بر مبنای محتوای آشکار پیام‌ها تعیین نمی‌شود، بلکه به کیفیت رابطه، میزان درگیری ذهنی، انتظار برای پاسخ، و حرکت تدریجی ارتباط به‌سوی صمیمیت نیز وابسته است. ازاین‌رو، فرد متأهل تنها به «چه گفته می‌شود» توجه ندارد، بلکه به «چه نسبتی در حال شکل‌گیری است» نیز حساس است.

بُعد مهم دیگر در این محور، انتخاب آگاهانه برای قطع زودهنگام ارتباط پیش از ورود به مراحل پیچیده‌تر رابطه است. عظیمی و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه پدیدارشناختی خود نشان دادند که یکی از راهبردهای مهم مردان متأهل برای حفظ وفاداری، قطع ارتباط در مراحل اولیه است. یکی از آنان این معنا را چنین خلاصه می‌کند:«قطع زودهنگام همیشه کم‌هزینه‌تر از اصلاح دیرهنگام است.» (مصاحبه ۷)

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-28]
[DOI: 10.66224/Rooyesh.15.6.287]

این گزاره نشان می‌دهد که مرزبندی اخلاقی در تجربه مشارکت‌کنندگان، صرفاً واکنشی به بحران نیست، بلکه نوعی کنش پیشگیرانه و مبتنی بر خودتنظیمی هویتی است. فرد، پیش از آنکه رابطه وارد سطوح پیچیده‌تر عاطفی شود، با درنظرگرفتن پیامدهای احتمالی آن برای خود، همسر و زندگی زناشویی، تصمیم به توقف یا اصلاح مسیر ارتباط می‌گیرد. در این سطح، وفاداری اخلاقی به‌مثابه توانایی کنترل آگاهانه ورودی‌های بالقوه لغزش‌زا معنا می‌یابد.

این منطق پیشگیرانه در تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان، هم‌راستا با آموزه بنیادین قرآن کریم در باب صیانت اخلاقی است. قرآن می‌فرماید: «وَلَا تَقْرَبُوا الزِّنَى إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا» (اسراء، آیه ۳۲). همچنین امیرالمؤمنین علی (ع) می‌فرمایند: «مَن عَرَّضَ نَفسَهُ لِلتُّهَمَةِ فلا يَلُومَنَّ مَن أساءَ بِهِ الظَّنّ» (نهج‌البلاغه، حکمت ۶۹).

در مجموع، محور دوم نشان می‌دهد که مرزبندی اخلاقی در روابط آنلاین، در تجربه زیسته مردان متأهل، کنشی تفسیری، پیشگیرانه و مبتنی بر خودتنظیمی هویتی است که با مفهوم مرزبندی پیشگیرانه در ادبیات پژوهش‌های خارجی همخوانی (یونگ و همکاران،۲۰۰۷؛ هنلاین و همکاران، ۲۰۰۰) دارد.

خودنظارتی اخلاقی و مهار تدریجی تمایلات در بستر تعاملات رسانه‌ای

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که پس از شکل‌گیری درک انتقادی از ماهیت تعاملات رسانه‌ای (محور اول) و استقرار مرزبندی اخلاقی آگاهانه در روابط آنلاین (محور دوم)، سطحی عمیق‌تر و درونی‌تر از تجربه زیسته مردان متأهل در مواجهه با فضای مجازی فعال می‌شود که می‌توان آن را «خودنظارتی اخلاقی مستمر» نامید. این خودنظارتی نه به‌مثابه کنترل بیرونی، بلکه به‌عنوان فرایندی درونی، تدریجی و مبتنی بر آگاهی از نوسانات ذهنی، تمایلات و لغزش‌های بالقوه تجربه می‌شود.

یانگ و همکاران (۲۰۰۰) در مطالعه خود اشاره می‌کنند که خیانت آنلاین اغلب با مراحل ظریف و تدریجی آغاز می‌شود: از کنجکاوی ساده تا جستجوی هیجان، از همدلی به اشتراک عواطف، و نهایتاً وابستگی عاطفی کوپر و همکاران (۲۰۰۲) نیز این فرایند را «مدل سه مرحله‌ای درگیری» می‌نامند: آشنایی، تشدید و وابستگی. این فرایند تدریجی دقیقاً همان چیزی است که مشارکت‌کنندگان در تجربه خود توصیف می‌کنند؛ آنان درمی‌یابند که فضای مجازی میدانی برای شکل‌گیری تمایلات خاموش، کنجکاوی‌های پنهان و کشش‌های عاطفی ظریف است. یکی از مشارکت‌کنندگان این تجربه را چنین توصیف می‌کند: «بعضی وقت‌ها هنوز کاری نکردی، ولی می‌فهمی ذهنت داره یه جاهایی می‌ره که نباید. همون‌جا باید جلوشو بگیری.» (مصاحبه ۶)

تحلیل پدیدارشناختی این گزاره نشان می‌دهد که مرز اخلاقی در این سطح، نه در کنش عینی، بلکه در گرایش ذهنی فعال می‌شود. مشارکت‌کننده پیش از آنکه وارد تعامل مسئله‌دار شود، حرکت درونی خود را تشخیص داده و آن را مهار می‌کند. در واقع، کانون اخلاق در تجربه آنان از سطح رفتار بیرونی به ساحت نیت و توجه منتقل شده است. در تجربه زیسته مردان متأهل، این مهار همواره ناگهانی یا قاطع نیست، بلکه اغلب به‌صورت فرایندی تدریجی و حساس به نشانه‌های ظریف رخ می‌دهد. یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان می‌گوید:«یه جایی حس می‌کنی این دیگه فقط یه چت ساده نیست. اگه همون‌جا خودتو جمع نکنی، کم‌کم جلوتر می‌ره.» (مصاحبه ۸)

در این تجربه، «جمع‌کردن خود» نه از ترس پیامد بیرونی، بلکه از فهم پیشینیِ آینده بالقوه رابطه ناشی می‌شود. در این مرحله، وفاداری اخلاقی از منظر مشارکت‌کنندگان به‌گونه‌ای عمیق‌تر بازتعریف می‌شود. وفاداری دیگر صرفاً به‌معنای حفظ مرز رفتاری یا قطع ارتباط مسئله‌دار نیست، بلکه به‌مثابه پاسداری مداوم از ساحت درونی توجه، نیت و تمایل فهم می‌شود. بن‌زئیو (۲۰۰۴) این سطح از مراقبت را وفاداری شناختی می‌نامد که پیش از کنش بیرونی، در سطح ذهن و توجه معنا می‌یابد.

برخی مشارکت‌کنندگان به هزینه‌های روانی این خودنظارتی نیز اشاره می‌کنند؛ مهار تمایل، مستلزم صرف انرژی ذهنی و تصمیم آگاهانه است. یکی از آنان می‌گوید: «شاید سخت باشه، ولی آدم بعدش حس بهتری داره. حس می‌کنی خودتو نفروختی.» (مصاحبه ۱). این تجربه نشان می‌دهد که خودنظارتی اخلاقی، با بازسازی مثبت هویت اخلاقی و احساس انسجام درونی همراه است.

این سطح از مراقبت درونی، ریشه‌ای عمیق در آموزه‌های قرآنی دارد. قرآن کریم می‌فرماید: «وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَنَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَى، فَإِنَّ الْجَنَّةَ هِيَ الْمَأْوَى» (نازعات، آیات ۴۰-۴۱). همچنین پیامبر اکرم (ص) می‌فرمایند: «الْمُؤْمِنُ قَوِيٌّ بِإِيمَانِهِ، يَرْعَى نَفْسَهُ» (مؤمن به ایمان خود قوی است و از خود مراقبت می‌کند) (ابن‌حنبل، ۱۴۲۰). در همین راستا، امیرالمؤمنین علی (ع) مهار نفس در لحظات برانگیختگی را نشانه فضیلت می‌دانند: «مَنْ مَلَكَ نَفْسَهُ عِنْدَ غَضَبِهِ وَشَهْوَتِهِ فَقَدْ أَحْرَزَ فَضْلًا كَبِيراً» (نهج‌البلاغه، حکمت ۲۵۵).

از منظر سواد رسانه‌ای، خودنظارتی اخلاقی زمانی تقویت می‌شود که فرد نسبت به سازوکارهای تحریک تدریجی توجه و هیجان در پلتفرم‌های دیجیتال آگاه باشد. در مطالعه گروت‌هوف و همکاران (۲۰۰۹) نیز نشان داده شده است که افراد با آگاهی رسانه‌ای بالاتر، بهتر

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-28]
[DOI: 10.66224/Rooyesh.15.6.287]

می‌توانند تمایلات خود را در فضای آنلاین مدیریت کنند. در مجموع، محور سوم نشان می‌دهد که وفاداری اخلاقی مردان متأهل در فضای مجازی، در سطحی عمیق‌تر از مرزبندی رفتاری، نیازمند خودنظارتی اخلاقی مستمر و مهار تدریجی تمایلات درونی است؛ مهارتی که در آن، وفاداری به‌مثابه مراقبت دائمی از ساحت نیت و توجه معنا می‌یابد.

مسئولیت‌پذیری و شفافیت ارتباطی در چارچوب زندگی زناشویی

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در تداوم مسیر تجربه زیسته مردان متأهل در فضای مجازی، پس از شکل‌گیری فهم انتقادی، مرزبندی اخلاقی و خودنظارتی درونی، سطحی رابطه‌مند و بین‌فردی از وفاداری اخلاقی برجسته می‌شود که می‌توان آن را مسئولیت‌پذیری و شفافیت ارتباطی در چارچوب زندگی زناشویی نامید. در این سطح، وفاداری دیگر صرفاً امری فردی یا درونی نیست، بلکه به‌عنوان تعهدی فعال نسبت به رابطه زناشویی و حق آگاهی و امنیت عاطفی همسر تجربه می‌شود.

هکاتورن و هاروی (۲۰۱۰) در مطالعه خود نشان دادند که یکی از شاخص‌های کلیدی در تشخیص خیانت آنلاین از دیدگاه افراد، «قابل دفاع بودن رفتار در برابر همسر» است؛ اگر فرد احساس کند نمی‌تواند تعامل خود را برای همسر توضیح دهد، آن تعامل به‌طور ضمنی مشکل‌دار تلقی می‌شود. همین معنا در مطالعه هنلاین و همکاران (۲۰۰۷) نیز تأیید شده است: «شفافیت در برابر همسر، قوی‌ترین پیش‌بین‌کننده سلامت اخلاقی رابطه است». این معنا در تجربه یکی از مشارکت‌کنندگان به‌روشنی دیده می‌شود: «یه وقتایی شاید خودت بگی مشکلی نداره، ولی وقتی فکر می‌کنی اگه همسرم بدونه چه حسی پیدا می‌کنه، دیگه نمی‌تونی بی‌تفاوت باشی.» (مصاحبه ۴). در تجربه زیسته مردان متأهل، شفافیت ارتباطی به‌عنوان مؤلفه‌ای کلیدی از این مسئولیت‌پذیری ظهور می‌کند. یکی از آنان می‌گوید:«وقتی مجبور می‌شی چیزی رو قایم کنی، همون خودش یه علامته که راه رو اشتباه می‌ری.» (مصاحبه ۹)

در این مرحله، تعریف وفاداری اخلاقی از نگاه مشارکت‌کنندگان دچار بسط رابطه‌مند می‌شود. نقش سواد رسانه‌ای در این محور، شکلی کاربردی‌تر و رابطه‌محور به خود می‌گیرد. یکی از مشارکت‌کنندگان این آگاهی را چنین توصیف می‌کند: «این‌که یه چیزی می‌تونه مخفی بمونه، دلیل نمی‌شه باید مخفی بمونه.» (مصاحبه ۲). این گزاره نشان‌دهنده سطحی از بلوغ رسانه‌ای است که «امکان فنی» را از «مشروعیت اخلاقی» تفکیک می‌کند(هرتلین و وبستر،۲۰۲۰) . ساهنی و جین (۲۰۱۸) نیز معتقدند که وفاداری در عصر دیجیتال یک «پروژه مشترک زوجین» است و شفافیت شرط لازم برای آن محسوب می‌شود .

از منظر دینی، این محور به‌روشنی با آموزه‌های اسلامی درباره امانت، مسئولیت و شفافیت در روابط انسانی هم‌راستا است. قرآن کریم می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ» (انفال، آیه ۲۷). همچنین قرآن کریم در توصیف رابطه همسران می‌فرماید: «هُنَّ لِبَاسٌ لَكُمْ وَأَنْتُمْ لِبَاسٌ لَهُنَّ» (بقره، آیه ۱۸۷). در روایات نیز بر مسئولیت‌پذیری فرد نسبت به خانواده تأکید ویژه‌ای شده است. پیامبر اکرم (ص) می‌فرمایند: «كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ» (شعیری، ۱۴۰۶ق)

در مجموع محور چهارم نشان می‌دهد که وفاداری اخلاقی مردان متأهل در فضای مجازی، در سطحی تکامل‌یافته، به مسئولیت‌پذیری و شفافیت ارتباطی در چارچوب زندگی زناشویی گره می‌خورد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با رویکرد پدیدارشناسی تفسیری و با تکیه بر تجربه زیسته مردان متأهل، به واکاوی نقش سواد رسانه‌ای در حفظ وفاداری اخلاقی در مواجهه با فضای مجازی پرداخت. یافته‌ها نشان داد که وفاداری اخلاقی در زیست‌جهان دیجیتال، پدیده‌ای ایستا، ساده و تک‌بعدی نیست، بلکه در تجربه مشارکت‌کنندگان فرایندی تدریجی، چندلایه و در حال شکل‌گیری است که در پیوندی تنگاتنگ با سطح آگاهی رسانه‌ای، خودتنظیمی اخلاقی و کیفیت رابطه زناشویی معنا می‌یابد. این یافته با پژوهش‌های بین‌المللی در زمینه خیانت اینترنتی نیز همخوانی دارد (پایرسی، ۲۰۱۲؛ الکسوپولوس، ۲۰۲۱؛ کوپر، ۲۰۰۲).

تحلیل داده‌ها چهار محور معنایی اصلی را آشکار ساخت که در کنار یکدیگر، مسیر تحول تجربه وفاداری اخلاقی را بازنمایی می‌کنند:

اول: درک انتقادی از ماهیت تعاملات رسانه‌ای شناخت تفاوت صمیمیت آنلاین و حضوری

دوم :مرزبندی اخلاقی آگاهانه تعیین خطوط قرمز و قطع زودهنگام

سوم: خودنظارتی اخلاقی مهار تمایلات پیش از کنش

چهارم: مسئولیت‌پذیری و شفافیت ارتباطی پاسخ‌گویی در برابر همسر

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-28]
[DOI: 10.66224/Rooyesh.15.6.287]

در محور نخست (درک انتقادی از ماهیت تعاملات رسانه‌ای)، مردان متأهل از رهگذر فهم منطق بازنمایی گزینشی و تفاوت صمیمیت آنلاین و حضوری، به این آگاهی می‌رسند که تعاملات مجازی واجد ظاهری ساده، کم‌هزینه و در دسترس‌اند، اما به‌تدریج می‌توانند پیامدهای اخلاقی پنهان برای زندگی زناشویی به همراه داشته باشند. در محور دوم (مرزبندی اخلاقی آگاهانه)، این آگاهی به کنش فعال اخلاقی تبدیل می‌شود و فرد با تعیین خطوط قرمز شخصی و قطع زودهنگام ارتباطات مبهم، از ورود به مسیر لغزش جلوگیری می‌کند. محور سوم (خودنظارتی اخلاقی و مهار تدریجی تمایلات)، لایه‌ای عمیق‌تر از این فرایند را نشان می‌دهد؛ سطحی که وفاداری اخلاقی از سطح رفتار بیرونی به ساحت درونی توجه، نیت و تمایل منتقل می‌شود. محور چهارم (مسئولیت‌پذیری و شفافیت ارتباطی) نشان می‌دهد که وفاداری اخلاقی در کامل‌ترین صورت خود، به سطحی رابطه‌مند و بین‌فردی ارتقا می‌یابد و فرد رفتار رسانه‌ای خود را متعهد به شفافیت، پاسخ‌گویی و حفظ اعتماد زناشویی می‌کند.

در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در چارچوب تجربه زیسته مردان متأهل مورد مطالعه، سواد رسانه‌ای نقشی فراتر از یک مهارت فنی ایفا می‌کند و به‌عنوان سازوکاری اخلاقی-تفسیری، بستر شکل‌گیری، تداوم و تعمیق وفاداری اخلاقی در فضای مجازی را فراهم می‌سازد. این سواد، از آگاهی شناختی و تفسیری (محور اول) آغاز می‌شود، به مرزبندی رفتاری و خودنظارتی درونی (محورهای دوم و سوم) می‌رسد و نهایتاً در قالب مسئولیت‌پذیری و شفافیت رابطه‌ای در زندگی زناشویی (محور چهارم) تحقق می‌یابد.

پیشنهادهای پژوهشی

۱. انجام پژوهش‌های کمی برای آزمون مدل استخراج‌شده از این مطالعه با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد سواد رسانه‌ای و وفاداری زناشویی

۲. بررسی نقش سواد رسانه‌ای در جمعیت‌های دیگر (زنان متأهل، نوجوانان و جوانان در آستانه ازدواج، زوجین دارای تعارض)

۳. طراحی و ارزیابی اثربخشی برنامه آموزشی سواد رسانه‌ای اخلاق-محور با رویکرد خانواده‌محور

۴. انجام مطالعات تطبیقی میان زوجین با سطوح مختلف سواد رسانه‌ای و فرهنگ‌های مختلف (مقایسه ایران با کشورهای دیگر)

۵. بررسی نقش سواد رسانه‌ای در سایر آسیب‌های نوپدید خانواده در عصر دیجیتال (مانند طلاق عاطفی، خشونت خانگی مجازی، اعتیاد اینترنتی)

۶. انجام مطالعات طولی برای بررسی تغییرات در تجربه وفاداری اخلاقی در طول زمان

۷. بررسی تفاوت‌های نسلی در مواجهه با فضای مجازی و حفظ وفاداری اخلاقی

پیشنهادهای کاربردی

۱. آموزش سواد رسانه‌ای به زوجین به‌عنوان بخشی از آموزش پیش از ازدواج و مشاوره خانواده

۲. طراحی پروتکل‌های مشاوره مبتنی بر چهار محور شناسایی‌شده در این پژوهش (درک انتقادی ← مرزبندی ← خودنظارتی ← شفافیت)

۳. برگزاری کارگاه‌های «شفافیت ارتباطی در عصر دیجیتال» برای زوجین در مراکز مشاوره، فرهنگسراها و مساجد

۴. تولید محتوای آموزشی (کلیپ، پادکست، بروشور، اینفوگرافیک) برای خانواده‌ها با تأکید بر مرزبندی اخلاقی در فضای مجازی

۵. طراحی برنامه درسی سواد رسانه‌ای اخلاق-محور برای مدارس و دانشگاه‌ها با هدف پیشگیری اولیه

۶. تدوین «منشور اخلاقی خانواده در فضای مجازی» با همکاری مراکز دینی و فرهنگی

۷. توجه ویژه مشاوران خانواده به مؤلفه «شفافیت ارتباطی» به عنوان شاخص کلیدی سلامت اخلاقی رابطه

۸. آموزش والدین برای نظارت آگاهانه بر تعاملات مجازی فرزندان و همسران

محدودیت‌های پژوهش

۱. حجم نمونه محدود (۹ نفر) که تعمیم‌پذیری یافته‌ها را محدود می‌کند (هرچند در پژوهش‌های کیفی، هدف تعمیم آماری نیست، بلکه عمق فهم است).

۲. تمرکز بر تجربه مردان متأهل و عدم بررسی دیدگاه زنان و نوجوانان.

۳. احتمال تأثیرپذیری مشارکت‌کنندگان از مطلوبیت اجتماعی در پاسخ‌ها (تمایل به ارائه تصویر ایده‌آل از خود)

۴. انجام پژوهش در یک بازه زمانی محدود که امکان مطالعه تغییرات درازمدت تجربه را فراهم نکرد.

۵. عدم بررسی نقش عوامل زمینه‌ای مانند سطح دینداری، پایگاه اقتصادی-اجتماعی و منطقه جغرافیایی در تجربه مشارکت‌کنندگان.

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-28]
[DOI: 10.66224/Rooyesh.15.6.287]

۶. محدودیت جغرافیایی (تمرکز بر استان‌های خاص) که ممکن است بر تنوع یافته‌ها تأثیر گذاشته باشد.

منابع

قرآن کریم.

نهج‌البلاغه. (ترجمه محمد دشتی). (۱۳۸۴). قم: انتشارات مشهور.

اتحادپور، زهرا؛ شیروانی، شیدا؛ و مرادی، علیرضا. (۱۴۰۱). پدیدارشناسی تجربه زیسته زوجین موفق در مورد عوامل تأثیرگذار بر رضایتمندی زوجی در شهر شیراز. نشریه رویش روان‌شناسی، ۱۱(۷۸)، ۱۶۵-۱۷۶. http://frooyesh.ir/article-1-3770-fa.html

پوررضا، عباس. (۱۳۹۸). اخلاق ارتباطات در عصر دیجیتال. قم: انتشارات معارف.

چراتی، عیسی. (۱۳۹۵). تأثیر عضویت در شبکه مجازی لاین بر اعتماد میان زوجین از منظر مردان متأهل. فرهنگ اصفهان ، ۲۳(۸۵)، ۹۱-۱۱۲. http://noo.rs/Vai3q

دارابی، حسین. (۱۳۹۴). مسئولیت ناشی از عدم وفاداری زوجین. در مجموعه مقالات همایش ملی چالش‌ها و راهکارهای تعالی خانواده در مذاهب اسلامی با محوریت آسیب‌های اجتماعی (صص ۹۱۵-۹۳۶). تهران: دانشگاه شاهد. https://civilica.com/doc/1303469

شعیری، محمد بن محمد. (۱۴۰۶ق). جامع الأخبار. نجف: مطبعه حیدریه.

عظیمی، بی تا، فرحبخش، کیومرث، سلیمی بجستانی، حسین، و عسگری، محمد. (۱۴۰۰). پدیدارشناسی رفتارهای توجیه گر خیانت اینترنتی: ساز و کارهای رویارویی با تعارضات زناشویی. علوم پزشکی رازی (مجله دانشگاه علوم پزشکی ایران)،۲۸(۲)، ۱۰۴-۱۱۶. https://sid.ir/paper/398719/fa

غلامی ابرستان، غلامرضا. (۱۳۹۷). اخلاق حرفه‌ای در رسانه از منظر قرآن کریم. تهران: انتشارات نظری.

فتحی،آیت الله؛ فرشبافی،سمیرا؛کولیوند،علیرضا؛حمزه وی،فاطمه، (۱۴۰۰). رابطه سبک استفاده از فضای مجازی با تعارضات زناشویی، طلاق عاطفی و تعهد زناشویی. فصلنامه روان‌شناسی خانواده، ۸(۴)، ۳۹-۵۲.10.22034/jpcs.2021.211057.1061

فرهنگی، علی‌اکبر. (۱۳۹۲). روش‌های تحقیق کیفی در علوم انسانی. تهران: نشر نی.

لاسترمن، دیوید. (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی وفاداری در زندگی زناشویی (ترجمه بنفشه فرزین‌زاد). تهران: نشر دانژه.

نصیری‌پور، معصومه. (۱۳۹۸). شبکه‌های اجتماعی آنلاین و وفاداری افراد متأهل: یک مطالعه کیفی. مجله مطالعات ماهواره و رسانه های جدید، ۱۴(۴۷)،۷۷-۱۰۶. http://noo.rs/0YB2H

نیومن، ام گری. (۱۳۹۵). اسراری در باب وفاداری مردان (ترجمه فرزانه کریمی). تهران: انتشارات پیکان.

Alexopoulos, C. (2021). Justify my love: Cognitive dissonance reduction among perpetrators of online and offline infidelity. *Journal of Social and Personal Relationships, 38*(12), 3669-3691. https://doi.org/10.1177/02654075211037740

Arosio, L. (2013). Love online: Meeting, dating and leaving with the mediation of the Internet network. Salute e Società, (2), 77-103. https://doi.org/10.3280/SES2013-002005.

Ben-Ze'ev, A. (2004). Love online: Emotions on the Internet. Cambridge University Press.

Cooper, A., Delmonico, D. L., & Burg, R. (2002). Cybersex users, abusers, and compulsives: New findings and implications. *Sexual Addiction & Compulsivity, 9(*2-3), 93-105. https://doi.org/10.1080/10720160008400205

Groothof, H., Dijkstra, P., & Barelds, D. (2009). Sex differences in jealousy: The case of Internet infidelity. *Journal of Social and Personal Relationships, 26*(8), https://doi.org/10.1177/0265407509348003

Hackathorn, J., & Harvey, R. (2010). Sexual double standards: Bias in perceptions of cyber-infidelity. *Sexuality & Culture, 15*(2), 100-113. https://doi.org/10.1007/s12119-010-9082-x

Henline, B. H., Lamke, L. K., & Howard, M. D. (2007). Exploring perceptions of online infidelity. *Journal of Couple & Relationship Therapy, 6*(4), 85-99. https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2006.00144.x

Hertlein, K. M., & Piercy, F. P. (2012). Internet infidelity: A critical review of the literature. *The Family Journal, 20*(4), https://doi.org/10.1177/1066480706290508

Hertlein, K. M., & Webster, M. (2020). Therapeutic strategies for internet infidelity: A clinical guide. Routledge.

Mileham, B. L. A. (2007). Online infidelity in Internet chat rooms: An ethnographic exploration. *Computers in Human Behavior, 23*(1), 222-235. https//doi.org/ 10.1016/j.chb.2004.03.033

Sahni, S. P., & Jain, G. (Eds.). (2018). Internet infidelity: An interdisciplinary insight in a global context. Springer.

Schneider, J. P. (2002). The impact of compulsive cybersex behaviours on the family. *Sexual and Relationship Therapy, 17*(1), 69-82. https://doi.org/10.1080/146819903100153946

Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research. Sage.

Whitty, M. T. (2003). Pushing the wrong buttons: Men's and women's attitudes toward online and offline infidelity. *CyberPsychology & Behavior, 6*(6), 569-579. https://doi.org/10.1089/109493103322725342

Whitty, M. T. (2005). The realness of cyber-cheating: Men's and women's representations of unfaithfulness in Internet relationships. *Social Science Computer Review, 23*(1), 57-67. https://doi.org/10.1177/0894439304271536

Young, K. S., Griffin-Shelley, E., Cooper, A., O'Mara, J., & Buchanan, J. (2000). Online infidelity: A new dimension in couple relationships with implications for evaluation and treatment. *Sexual Addiction & Compulsivity, 7*(1-2), 59-74. https://doi.org/10.1080/10720160008400207

[Downloaded from frooyesh.ir on 2026-10-28]

[DOI: 10.66224/Rooyesh.15.6.287]