

فصلنامه علمی - تخصصی معارف علوم اسلامی و علوم انسانی
سال سوم - زمستان ۱۴۰۲ - شماره پانزدهم - ص ۲۰۹-۲۲۷
**بررسی تأثیر رسانه‌ها در سلامت اجتماعی زنان و تطبیق آن با
قرآن و روایات**

فاطمه فاطمی نهاد^۱

چکیده

تأثیر رسانه‌ها، به ویژه رسانه‌های اجتماعی، بر سلامت اجتماعی زنان موضوعی حساسی بوده است. تحقیقات نشان می‌دهد که قرار گرفتن در معرض رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام می‌تواند به ناراضی در بین بانوان و منجر به مشکلات در ارتباطات و سلامت اجتماعی زنان شود. دین از عوامل مهم و تأثیرگذار در سلامت اجتماعی زنان محسوب می‌گردد. نگاه تطبیقی به آیات و روایات ما را به این مهم رهنمون می‌نماید که احکام و دستورات دین مبین اسلام در راستای استیفای حق زن از تمام زوایا به آن نگریسته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که رسانه موجب بروز چالشهایی در پوشش، افکار، استفاده ابزاری، تهدید حریم خصوصی، مادی‌گرایی و مختل شدن رابطه خانوادگی می‌شود. در مواجهه با چالشهای رسانه راهبردهای سطح حاکمیتی که همانا مدیریت رسانه بوده و راهبردهای سطح فردی؛ کوتاه کردن نگاه (عَضّ بَصَر)، عدم تبحر جاهلی، رعایت حریم خصوصی و حفظ هویت و الگوبرداری توصیه می‌گردد.

کلید واژه: رسانه، سلامت اجتماعی، زنان، قرآن، روایات

^۱ طلبه سطح سه (کارشناسی ارشد)، حوزه علمیة الزهرا(س)، اهواز، ایران. aaaaaa@gmail.com

مقدمه

زن نیمی از پیکره اجتماع است. شخصیت، رفتار، فرهنگ و اندیشه او بی گمان در شکل‌گیری جامعه انسانی نقش مهمی را ایفا می‌کند. در تاریخ بشر، «وجود زن» شأن و شخصیت او، حدود اختیار وی در حیات بشری و پیوند او با مرد و مکانتش در سنجش با مرد همواره مورد گفتگو بوده است. در اکثر بحث‌ها گروه‌های افراط و تفریط پیدا می‌شوند که بر اساس حب و بغض مطالبی دور از واقع بیان می‌نمایند، در بحث از شخصیت زن در اجتماع نیز این فرآیند به چشم می‌خورد، چه اینکه گروهی، برای زنان کمترین و ابتدایی‌ترین حقوق انسانی قائل نیستند، و گروهی دیگر راه افراط را پیموده‌اند (قادری جویباری و کریمی نیا، ۱۴۰۱، ص ۴۲). لذا نگاه منطقی به مسئله زن و رسانه مستلزم بررسی کارکردهای اجتماعی رسانه و تأثیر آن بر سلامت اجتماعی روانی زن می‌باشد. رسانه‌ها پیچیده‌ترین ابزار برای القای اندیشه‌ها و کارآمدترین تسلیحات برای تسخیر آرام‌جوامع هستند. در چند دهه اخیر با توجه به سرعت سرسام‌آور رشد فن‌آوری ارتباطات هر روز بر پیچیدگی و کارآمدی این ابزار و تسلیحات افزوده می‌شود. با این وجود، تأثیر و تأثر زنان و رسانه‌ها کمتر در ساختار جوامع انسانی مورد توجه بوده است؛ زیرا برخورد جوامع مختلف با مسئله زنان یکسان نبوده و به طور طبیعی در بسیاری از آنها به دلیل نبود یک جایگاه شایسته و هویت مستقل برای زنان، گویی هیچگاه ضرورت طرح چنین موضوع و سرفصلی احساس نمی‌شده است. دوم آنکه به طور اساسی پرداختن به چنین سرفصلی در جوامعی که به زن به دید جنس دوم نگریسته و زن را ابزاری برای تولید عرضه و فروش بیشتر کالاها و نه فراتر از آن، می‌شناسند موجب بروز تضاد و تناقض آشکار می‌شود. شدت و دامنه چنین تناقضی در جوامعی با ساختار سیاسی متمرکز که اساساً به دلیل حاکمیت نهاد تصمیم‌گیری بسته‌جایی و فرصتی برای ابراز وجود دیگران اعم از زن و مرد باقی نمی‌ماند بیشتر است (عطاری، ۱۳۸۸: ص ۴۷). به رغم همه گیر شدن شبکه‌های اجتماعی، حضور زنان در این شبکه‌ها و تأثیر این شبکه‌ها بر زندگی آنان از منظر جامعه‌شناختی اهمیت دارد. افزایش اطلاعات با وجود تأثیر مثبتی که دارد، اثرات منفی آن به خصوص بر سلامت فردی و اجتماعی مخاطبان انکارناپذیر است. امروزه رسانه یک ابزار پر قدرت در اختیار صاحبان قدرت برای تسخیر آرام‌جوامع است زنان به مثابه پیشگامان تربیت در نهاد خانواده در تیررس آنها هستند. فریبندگی، اغوا و تأثیر و نفوذ این رسانه‌ها با توجه به محتوای تأثیرگذار آنها بسی عمیق و گسترده است (دلدار، ۱۴۰۱، ص ۷۲). در روایتی از امام جواد آمده است: مَنْ أَضَعَى إِلَي نَاطِقٍ فَقَدْ عَبَدَهُ فَإِنْ كَانَ النَّاطِقُ عَنِ اللَّهِ فَقَدْ عَبَدَ اللَّهَ وَإِنْ كَانَ النَّاطِقُ يَنْطِقُ عَنْ لِسَانِ إِبْلِيسَ فَقَدْ عَبَدَ إِبْلِيسَ؛ کسی که به گوینده‌ای گوش فرا می‌دارد؛ گویی در حال عبادت اوست پس اگر ناطق سخنی الهی می‌گوید، شنونده خدا را عبادت میکند و اگر گوینده سخنی شیطانی می‌گوید، شنونده در حال عبادت شیطان است (غررالحکم، حدیث ۵۱۸). حال رسانه‌ها اگر در ارائه الگوی مناسب از تکریم زن مسلمان ایرانی طبق آموزه‌های دینی موفق عمل کنند، در نزدیک کردن زن مسلمان ایرانی به جایگاه واقعی خود کارساز خواهند بود. تحقق این امر نیازمند

بازخوانی متون اسلامی در زمینه کرامت و جایگاه زنان و نیز طراحی راهبردهای عملی برای رسیدن به این هدف است.

هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر رسانه‌ها در سلامت اجتماعی زنان و تطبیق آن با قرآن و روایات بوده است. این هدف بر این پرسش اصلی استوار است که رسانه و تأثیر آن بر سلامت اجتماعی زنان چیست؟ و در تطبیق با قرآن، سلامت اجتماعی زنان در مواجهه با رسانه چگونه و از چه منظری ارزیابی می‌گردد؟

بررسی و تحقیق در مورد تأثیر رسانه‌ها در سلامت اجتماعی زنان و تطبیق آن با قرآن و روایات از آن لحاظ اهمیت و ضرورت دارد که امروزه در جوامع پیشرفته نیز چنین تردید و پرسشی هست که آیا حقوق اجتماعی زن و مرد همانند و مشابه است و زن در بسیاری از موارد بعنوان کالا در رسانه مورد استثمار قرار می‌گیرد؟

مفهوم شناسی

رسانه

با وجود تعاریف متنوعی که برای رسانه وجود دارد، اگر بخواهیم تعریفی کلی ارائه کنیم می‌توان گفت؛ هر ابزار، روش و وسیله‌ای که برای ارتباط به کار برود، رسانه است یا رسانه را به صورت تکنولوژی‌هایی که پیام‌ها را به مخاطبانی در نقاط مختلف (منطقه، کشور و حتی جهان) منتقل می‌کنند تعریف می‌کنیم.

رسانه‌ها، با توجه به نوع و نحوه انتشار آنها، دارای کارکردهای متفاوتی است؛ اما چهار کارکرد خبری و اطلاع‌رسانی، آموزش، مراقبت، نظارت و تأمین اوقات فراغت و سرگرمی را میتوان در تمامی رسانه‌ها مشترک دانست که مخاطبان رسانه‌ها نیز بر اساس دانش و سواد رسانه‌ای خود و توجه به همین کارکردها، رسانه مورد نظر و نیاز خود را انتخاب مینمایند. تحلیل محتوای رسانه‌های مورد نظر در یک پژوهش نشان داد که بیشترین مطالب تولیدی رسانه‌ها، در حوزه انحرافات اجتماعی (فساد و فحشا، سرقت، قاچاق مواد مخدر و اعتیاد، تقلب، رشوه و ارتشا)، و کمترین مطالب تولیدی رسانه حوزه خشونت (همسرآزاری و کودآزاری، قتل و تجاوز، خودکشی، زورگیری و درگیری خیابانی) است. حوزه کیفیت اجتماعی و حوزه مسائل اجتماعی در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند (شایشه نیا و همکاران، ۱۴۰۱: ص ۲۶۹).

سلامت اجتماعی

سلامت چه به صورت فردی و چه جمعی بی تردید از مهمترین ابعاد مسائل حیات انسان است و شرط ضروری برای ایفای نقش‌های اجتماعی است و سلامت خانواده در گرو سلامتی تک تک اعضای خانواده از جمله زنان است. سلامتی صرفاً معطوف به سلامت جسمی و روانی نبوده بلکه سلامت اجتماعی را نیز شامل می‌شود و سلامت اجتماعی، ارزیابی و شناخت فرد از چگونگی عملکردش در اجتماع و کیفیت روابطش با افراد دیگر نزدیکان و گروه‌های اجتماعی است که وی عضوی از آنهاست. طبق این تعریف شاخص‌های سلامت اجتماعی عبارتند از مشارکت

اجتماعی باوری (که طبق آن فرد خود را عنصر حیاتی جامعه می‌داند)، انسجام اجتماعی (کیفیت روابط در گروه اجتماعی که به آن تعلق دارد)، پذیرش اجتماعی (دیدگاه مطلوب نسبت به دیگران)، شکوفایی اجتماعی (اعتقاد به توانایی‌های بالقوه‌ی اجتماع) و انطباق اجتماعی (در اجتماع به صورت هوشمند قابل فهم و قابل پیش بینی) است. (افشانی و شیرینی محمدآباد، ۱۳۹۹، ص ۴۹)

سلامت اجتماعی عبارت است از چگونگی ارزیابی فرد از عملکردش در برابر اجتماع. از نظر کییز فردی برخوردار از سلامت اجتماعی است که اجتماع را به صورت یک مجموعه معنادار، قابل فهم و بالقوه مفید برای رشد و شکوفایی بداند و احساس کند که به جامعه تعلق دارد، از طرف جامعه پذیرفته می‌شود و در پیشرفت آن سهیم است. سلامت اجتماعی کییز، ابعادی مانند سهم داشت اجتماعی، پذیرش اجتماعی، یکپارچگی، شکوفایی اجتماعی و پیوستگی اجتماعی را دارد. سلامت اجتماعی به معنای توانایی تعامل با انسان‌ها و محیط با هدف ایجاد ارتباط رضایت بخش بین فردی است. توانمندی ارتباط صادقانه با دیگران و مدیریت تعارض به شیوه‌ی سالم و اخلاقی طی زمان مناسب و قابل قبول، از جمله شاخص‌های سلامت اجتماعی است (امیدی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۱۵۹).

سلامت اجتماعی از منظر قرآن

مفهوم سلام در آموزه‌های دینی در انحصار سلامت جسم نیست، بلکه سلامت معنوی و اجتماعی را نیز شامل می‌شود. قرآن و حدیث، حقیقت قرآن را شفا دانسته‌اند و این قانون الهی راهنمای درک حقیقت سلامت است. ایمان و آثار آن سازنده فرد و جامعه سالم است. عبادت راز آفرینش انسان و ضامن سلامت همه جانبه فرد و اجتماع است. مفهوم و گستره قلب سلیم و نمادهای آن در قرآن و حدیث تبیین شده است. همچنین شناخت حقیقت قلب سلیم نشان دهنده فرد و جامعه سالم است. امامت نیز راهگشای رسیدن به حیات طیبه و سلامت همه جانبه فردی، خانوادگی و اجتماعی است (جوهری، ۱۳۹۵، ص ۱۴).

سلامت اجتماعی از نگاه قرآن به ابعادی چون سلامت خانوادگی، محلی، سازمانی و محیطی می‌پردازد. نهاد خانواده یکی از اساسی‌ترین ارکان جامعه بشری و بستر فرهنگ‌های گوناگون و زمینه ساز خوشبختی یا بدبختی انسان‌ها و ملت‌هاست. این نهاد اساس شخصیت انسان و مهمترین عامل تکامل جامعه نیز محسوب می‌شود (اخلاقی، ۱۳۹۰، ص ۵). و میتواند کارکردهای مثبت، سازنده و بی‌بدیل در ابعاد گوناگون حیات فردی و اجتماعی انسان داشته باشد و در کسب موفقیت‌ها و شکوفایی استعدادها و ارتقای سلامت و بهداشت روانی فرد و جامعه بسیار تأثیرگذار باشد. اسلام که هدفش سعادت و تکامل بشر است، توجه ویژه‌ای به سلامت، رشد و پویایی این نهاد سرنوشت ساز دارد. در نگاه قرآن خانواده واحدی اجتماعی است که هدف از آن، تأمین سلامت روانی برای سه دسته زن و شوهر، پدر و مادر و فرزندان است. خداوند میفرماید: «وَالَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا هَبْ لَنَا مِنْ أَزْوَاجِنَا وَذُرِّيَّاتِنَا قُرَّةَ أَعْيُنٍ وَاجْعَلْنَا لِلْمُتَّقِينَ إِمَامًا (فرقان: ۳۱)» و کسانی اند که میگویند پروردگارا به ما از همسران و فرزندانمان آن ده که مایه روشنایی چشمان [ما] باشد و ما را پیشوای پرهیزگاران گردان. این آیه بر اهمیت خانواده و پیشاهنگی

آن در تشکیل جامعه نمونه انسانی اشاره دارد؛ چنانکه پیوندهای سالم و درخشان خانوادگی را ایده آل پرهیزکاران معرفی می‌کند. این پیوندها در رابطه والدین با یکدیگر و فرزندان نهفته است. قرآن کریم اساس زندگی خانوادگی و روابط زن و شوهر را الفت، رحمت، دوستی و محبت میداند؛ آنجا که می‌فرماید: «وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ» (روم: ۲۱)؛ از این رو خانواده واقعی تنها زمانی شکل می‌گیرد که مودت و الفت برقرار و نیازهای عاطفی و روانی شخص ارضا شود. همچنین در آیه ۲۹ سوره اسرا بر ضرورت احسان به والدین از سوی فرزندان و بدرفتاری نکردن با آنها تأکید میکند: «وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٍ وَالتَّهْنُوهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا (اسراء: ۲۹)». بنابراین سلامت خانواده رکن رکن تشکیل سلامت روان و جامعه است و مادامی که نهاد خانواده تضعیف شود، نمیتوان انتظار داشت سلامت اجتماعی تحقق یابد (فاطمی نیا و امیرآبادی فراهانی، ۱۴۰۰، ص ۱۳۵).

جلوه‌های تکریم زنان در قرآن

قرآن کریم، برای زن کرامت و ارزش زیادی قائل شده است و جایگاه ارزشمندی برای او به تصویر کشیده است. روشن است که تبیین کلی جایگاه زن در نگاه اسلامی بحث مفصلی است که به برخی از مهم‌ترین جلوه‌های تکریم زن در کلام وحی اشاره می‌شود:

۱- وحدت هویت و بعد انسانی زن و مرد در آفرینش

از دیدگاه قرآن کریم زن و مرد از یک گوهر و سرشت، بدون هیچ گونه برتری از نظر خلقت نسبت به یکدیگر آفریده شده‌اند (جوادی آملی، ۱۳۷۴: ص ۳۸) و جوهر خلقت زن و مرد از امر واحد است: یا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ. (نساء: ۱) این نکته در آیات قرآن کریم بارها تکرار شده است: هو الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ. (اعراف: ۱۸۹) اوست که همه شما را از یک تن بیافرید و از آن یک تن زنش را نیز بیافرید. وَ مِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا. (روم: ۲۱) و از نشانه‌های قدرت اوست که برایتان از جنس خودتان همسرانی آفرید. تعبیر «من نفس واحد» و «من انفسکم» در آیات یاد شده، نشان از همین مطلب دارد. (طباطبایی: ۱۳۹۴: ۴: ص ۱۳۶)

۲- برابری زن و مرد در کرامت ذاتی

قرآن کریم در داشتن کرامت ذاتی، هیچ فرقی بین مرد و زن نمی‌گذارد، بلکه به طور مطلق می‌فرماید: وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ. (اسراء: ۷۰) ما فرزندان آدم را بسیار گرامی داشتیم. عبارت «بنی آدم» تصریح در نوع انسان است که به مرد و زن به صورت تساوی اطلاق می‌گردد. در نگاه قرآنی، انسان چه زن و چه مرد، در میان همه مخلوقات عالم در بهترین شکل از نظر صورت و سیرت آفریده شده است: لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ (تین: ۴) هر آینه انسان را در بهترین صورت ممکن آفریدیم.

۳- برابری زنان با مردان در ایمان و امور عبادی (کرامت اکتسابی)

از دیدگاه اسلام، در عرصه تکامل و رشد معنوی، زن به جهت نقش مهم تربیتی در خانواده می‌تواند و باید به مقامات عالی معنوی برسد. خداوند در آیه ۹۷ سوره نحل به این مضمون اشاره می‌کند: مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ. (نحل: ۹۷) هرکس از زن و مرد کار شایسته کند و مومن باشد، قطعاً او را با زندگی پاکیزه‌ای، حیات (حقیقی) می‌بخشیم و مسلماً به آنان بهتر از آنچه انجام می‌دادند، پاداش خواهیم داد.

در این نوع کرامت به تعبیر قرآن کریم زن و مرد با یکدیگر برابرند و کرامت و ارزش هر یک از زن و مرد، در دنیا و آخرت، در گرو اعمال و رفتار خوب خودشان می‌باشد. طبق این دیدگاه زن می‌تواند بالاترین درجات معنوی را طی کند. بالاترین مقامی که انسان سالک در پی دست یابی به آن است، خلیفه الله شدن است و خلافت به مقام انسانیت مربوط است نه شخص یا صنف خاص و در این مقام انسانی، زن و مرد یکی هستند چنانکه زنانی همچون مریم(س)، خدیجه کبری(س) و فاطمه زهرا(س) به مقامات عالی نائل شدند (پیشوایی، ۱۳۹۲، ص ۳۸).

۴- توصیه ویژه در مورد نقش همسری و مادری زنان

قرآن کریم در موارد مختلف بر داشتن رفتاری نیکو با زنان تأکید دارد: وعاشروهن بالمعروف. (نساء: ۱۹) با آنها با نیکی رفتار و زندگی کنید. و حتی در مواقعی همچون جدایی نیز رعایت این مسئله ضروری می‌داند. (طلاق: ۲) معروف همان چیزی است که متضمن هدایت عقل و حکم شرع به فضیلت و محاسن خلق نیکو و داشتن رفتار پسندیده در عواطف و احساسات و ادای حقوق و تامین نیازهای زندگی است. (طبرسی: ۱۳۸۰: ۴: ص ۷۷۶). سیره عملی پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله نیز نشان می‌دهد که ایشان در نهایت احترام با زنان به ویژه دختر گرامی شان و همسرانشان رفتار می‌کردند.

۵- رعایت پوشش مناسب و عفت ورزی در برابر نامحرمان

عفت ورزی و رعایت پوشش اسلامی وظیفه شرعی زن است و کرامت انسانی وی نیز در سایه آن تامین می‌شود. از دیدگاه قرآن کریم حجاب عبارت است از یک نحوه احترام گذاردن و حرمت قائل شدن برای زن که نامحرمان او را از دید حیوانی ننگرند. (جوادی آملی، ۱۳۷۴: ۴۲۶) قرآن کریم در این باره می‌فرماید:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَٰلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ. (احزاب: ۵۹) ای پیامبر به زنان و دخترانت و به زنان مومن بگو: پوشش‌های خود را بر خود فروتر گیرند. این برای آنکه شناخته نشوند و مورد آزار قرار نگیرند (به احتیاط) نزدیک‌تر است. که گویای این مطلب است که پوشیدگی و عفت به معنای داشتن کرامت و ارزش است (پیشوایی، ۱۳۹۲، ص ۳۸).

۶- به رسمیت شناختن مالکیت شخصی و تایید فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی زنان

قرآن کریم همانطور که مردان را در نتایج کار و فعالیت شان صاحب حق می‌داند، استقلال اقتصادی زنان را به رسمیت می‌شناسد: لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ وَلِلنِّسَاءِ

ذَٰصِبٍ مِّمَّا تَرَكَ الْوَالِدَانِ وَالْأَقْرَبُونَ. (نساء، ۷) برای مردان، از آنچه پدر و مادر و خویشاوندان از خود بر جای می‌گذارند، سهمی است و برای زنان نیز، از آنچه پدر و مادر و خویشاوندان می‌گذارند، سهمی خواه آن مال، کم باشد یا زیاد؛ این سهمی است تعیین شده و پرداختنی. علاوه بر آزادی اقتصادی زن در اموال خود، اسلام برای زن مهریه (نک: مطهری، ۱۳۷۶: ۲۳۵ و ۲۳۶) و نفقه (همان: ۲۶۰ و ۲۶۱) قرار داده است. همچنین در اسلام هیچ منعی برای شرکت زنان در مسائل اجتماعی و در فعالیت‌های گروهی مانند شهادت دادن، حق امر به معروف و نهی از منکر و... وجود ندارد: وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَٰئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ. (توبه، ۷۱) مردان مؤمن و زنان مؤمن برخی بر برخی ولایت سرپرستی دارند. به معروف یکدیگر را امر می‌کنند و از منکر باز می‌دارند و نماز می‌گذارند و زکات می‌دهند و از خدا و پیامبرش فرمان می‌برند، خدا اینان را رحمت خواهد کرد، خدا پیروزمند حکیم است (اخلاقی، ۱۳۹۰، ۲۵).

رسانه و تأثیر آن بر سلامت اجتماعی زنان

رسانه‌ها نقش اساسی در ایجاد سلامت اجتماعی دارند. به این نحو که نقش مهمی در تغییر رفتارهای مربوط به حوزه سلامت داشته و عامل کلیدی انتشار اطلاعات در نظام‌های اجتماعی هستند و به عنوان عوامل اجتماعی، تأثیر قدرتمندی بر رفتار و هنجارهای اجتماعی دارند. در این میان سلامت اجتماعی زنان با رسانه پیوند عمیقی یافته است (راد و پسوده، ۱۳۹۷، ص ۶۴). امروزه سلامت و رفاه اجتماعی زنان که نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند نه تنها به عنوان یک حق انسانی شناخته شده بلکه تأثیر آن در سلامت خانواده و جامعه نیز اهمیت روزافزون یافته است. زنان مدیر خانواده و سلامت آنان اساس خانواده و پیش شرط توسعه است. انسان‌های سالم، محور توسعه پایدار هستند و زنان پرورش دهندگان انسان‌های سالم و بی‌توجهی به سلامت زنان می‌تواند سبب مشکلات پایدار در شیوه زندگی و سلامت نسل‌های بعدی شود (تمیمی و مطیر زاده، ۱۴۰۱، ص ۳).

سبک زندگی، ملموس‌ترین سطح از زندگی و فرهنگ است که به سرعت در حال تغییر است. جوامع امروزی، به دلیل سرعت بالای تحول‌ها و همچنین تنوع‌پذیری بالای تجارب زندگی، به طور چشم‌گیری به مسائلی مرتبط با سبک زندگی مبتلا هستند (فتحی و جعفری، ۱۳۹۶، ص ۲۲۲). از سوی دیگر، برای مطالعه و درک سبک زندگی می‌توان از ابزارهای گوناگونی استفاده کرد که یکی از مهمترین آن‌ها رسانه‌ها هستند. رسانه‌ها را فضایی بازنمایی شده از واقعیت می‌خوانند که با وجود تمسک محدودیت‌هایش در حوزه سبک زندگی الگوسازی می‌کند و یکی از مهمترین ابزارها در تبلیغ سبک زندگی است. بروز و ظهور سبک زندگی از طریق نحوه صرف زمان، پول و چگونگی گذران اوقات فراغت، انتخاب اشیای مصرفی، انتخاب عالی‌ترین و ترجیح‌ها (سلیقه) و نظایر آن صورت می‌گیرد. سبک‌های زندگی نقش مهمی در خلق هویت فردی و جمعی دارند و قادرند الگوهای رفتاری افراد را در دنیای جدید شکل دهند (صنعت خواه، ۱۴۰۲، ص ۱۶۸).

تأثیرات و چالش‌های رسانه بر سلامت اجتماعی زنان

نفوذ رسانه بر خانواده به عنوان مستحکم‌ترین نهاد اجتماعی علاوه بر اثرپذیری روابط اعضای خانواده از آن با انتقال ارزش‌ها و فرهنگ و هنجارهای دیگر جوامع موجب اختلاف در خانواده شده است. انحصاری بودن رسانه‌ها در دست طبقه خاص سبب شده تا ارزش‌ها و هنجارهای مربوط به خود را که با نظر ارزشی طبقه عموم در تضاد است انتشار یابد و این دلیل عمده شکاف نسلی است. تلویزیون به دلیل حسی بودن و فراگیر بودن و انتقال ارزش‌ها و هنجارهای سنتی سبب تقویت الگوها و هنجارهای سنتی شده که مورد توافق والدین است و از سوی دیگر ماهواره و اینترنت به دلیل تبلیغ نوگرایی که با ارزش‌های والدین در تناقض است، سبب تقویت شکاف بین نسلی شده است با توجه به تحقیقات صورت گرفته استفاده از سریال‌های خارجی در رسانه شکاف بیشتری را در بین فرزندان و والدین ایجاد کرده است. علاوه بر آن با تفکیک جغرافیایی کار و سکونت ناپدید شدن پدیده همسایگی وجود مادران شاغل و متخصصان مسئول مراقبت از اطفال و تأثیر تلویزیون شکاف بین دنیای کودکان و بزرگسالان تقویت می‌شود (دلدار، ۱۴۰۱: ۷۲).

الف) تغییر نوع پوشش و ترویج بدحجابی

بر اساس نتایج پژوهشی که درباره شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی جوانان انجام شده، ۴۹/۶ درصد زنان و ۴۱/۴ درصد مردان بر این باورند که عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در مقادیر متوسط به بالا توانسته است بر سبک پوشش ایشان در جامعه مؤثر باشد. در بخش‌های دیگری از این پژوهش تأثیر عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر ادبیات هویتی افراد در ارتباط با جنس مخالف و تأثیر شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر سبک زندگی مجازی افراد بررسی شده است. اشاعه رسانه‌های جمعی علاوه بر تغییر ارزش‌ها با جهانی شدن ارتباطات و رسانه‌ها بر شکاف ارزش‌های نسلی تأثیر گذاشته است لباس‌های متحدالشکل جوانان موسیقی‌هایی با سبک‌های مختلف از نمود تأثیر رسانه بر تغییر رفتارها و ارزش‌های نسل کنونی و عدم پایبندی به سنت‌های خود است (دلدار، ۱۴۰۱: ص ۷۶)

در قرآن برای تشریح حجاب و حدود آن خداوند سبحان در آیه ۵۹ سوره احزاب می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَلرِّجَالِ مِثْلُ مَا لِرِّجَالِكُمْ وَ بَنَاتِكُمْ وَ نِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَ كَانَ اللَّهُ عَفُورًا رَحِيمًا؛ ای پیامبر، به زنان و دختران و نیز به زنان مؤمن بگو خود را بپوشانند تا شناخته نشوند و آزار نبینند. و خداوند بخشنده و مهربان است.» لذا از نظر اسلام محدودیت کامیابی‌های جنسی به محیط خانوادگی و هم‌سران مشروع، علاوه بر اینکه برای زن نقش دفاعی دارد، از جنبه روانی به بهداشت روانی اجتماع کمک می‌کند و از جنبه خانوادگی سبب تحکیم روابط خانواده و برقراری صمیمیت کامل بین زوجین و از جنبه اجتماعی موجب حفظ و استیفای نیروی کار و فعالیت اجتماع بر می‌گردد و از نظر وضع زن در برابر مرد، سبب می‌شود ارزش زن در برابر مرد بالا رود.

ب) انتقال افکار فمینیستی

استفاده گسترده زنان از فضای مجازی موجب شده گروه‌های مجازی که در ظاهر به دنبال دفاع از حقوق زنان، اند در فضای مجازی به شدت گسترش یافته است. طبق تحقیقات انجام شده ۶۰ درصد اعضای شبکه‌های اجتماعی را زنان تشکیل می‌دهند و با توجه به ماهیت انتقادی فضای مجازی یکی از مهمترین مکاتبی که در این بستر این گفتمان انتقادی توان رشد و بسط کیفی و کمی را دارد مکتب فمینیسم است. فمینیسم در ذات خود تضعیف کننده امنیت اجتماعی است؛ زیرا موجب نوعی تضاد در جامعه و میان گروه‌ها می‌شود. و از آن محوریت‌ترین آرمانهای فمینیسم، اصل برابری کامل و یکنواخت، به دور از هرگونه تفاوت بین حقوق زنان و مردان است (ربانی اصفهانی و یزدخواستی، ۱۳۹۴، ص ۱۲۸). شهید مطهری در جواب می نویسد: «اصلی که در این استدلال به کار رفته، این است که لازمه برابری زن و مرد، حیثیت و شرافت انسانی، یکسانی، یکنواختی و تشابه آنها در حقوق است» (مطهری، ۱۳۷۵، ص ۱۱۱)

ج) استفاده ابزاری از زنان

حضور زنان در عرصه‌های اجتماعی و استفاده تبلیغاتی از زنان از موارد استفاده ابزاری از زن و کاستن از شأن و منزلت او در جامعه اسلامی است. تهاجم فرهنگی در دهه‌های اخیر قلب خانواده‌ها و محکمترین ستون خانه یعنی زن و مادر را هدف گرفته و با روشهای مختلف سعی در از خودبیگانگی زنان مسلمان دارد و دشمنان با ترفندهای مختلف و استفاده از شعارهای تبلیغاتی مانند حضور بانوان در عرصه‌های اجتماعی و حمایت از حقوق اجتماعی بانوان با سرپوشی بر نیت پلیدشان در پی بی حرمتی و کاستن از ارزش و منزلت زن مسلمان است. پیامدهای مدرنیته به مخصوص در غرب در حوزه زن و خانواده ارزشمند ساختن فعالیت اقتصادی با الگوی اشتغال تمام وقت برای زنان است حضور تمام وقت زنان در عرصه اشتغال و فراگیری، آن آسبهای فراوانی بر نهاد خانواده وارد میکنند. رسانه‌های جمعی با ایجاد الگوهایی از حضور و مشارکت زنان در جهت استفاده جامعه از توانمندیهای مختلف، زنان میتواند مشکلات ناشی از اشتغال تمام وقت زنان را مرتفع سازد (دلدار، ۱۴۰۱: ص ۷۷). علاوه بر آن به دلیل اشتغال زنان و تحرک ناکافی زنان با تبلیغ ورزشهای حرفه‌ای و ایجاد نیاز کاذب در این عرصه از جمله آسبهایی است که در بین زنان مسلمان به ویژه در نوع پوشش زنان و دختران در عرصه‌های ورزش حرفه‌ای در رقابت با سایر کشورها به ناکامی آنها در موفقیت می انجامد و سبب نارضایتی آنها از پوشش اسلامی می‌شود و همچنین زنان با حضور در برخی عرصه‌ها، همچون سینما با قضاوت‌های جنسی مواجه می‌شوند (عطارزاده، ۱۳۸۸: ص ۴۹).

د) تهدید حریم خصوصی زنان

ارتباط گیری در فضای مجازی بسیار دورتر از حقیقت ارتباط گیری در دنیای واقعی است. این ارتباطها موجب تهدید زنان و دختران می‌شود. تهدید هویت دختران اعتیاد، فرهنگ، پذیری درگیری در عشق‌های مجازی و سوء استفاده‌های جنسی، تهدیدهای جدی برای کاربران زن در فضای مجازی است زنان به سبب حساسیت روحی، بیشتر از مردان دچار آسیب میشوند. نگاه جنسیتی به زنان، سبب شده، زنان با اسم‌های مستعار یا بدون عکس در این فضا فعالیت کنند تا مورد خشونت و آزار کلامی قرار نگیرند تخریب شخصیت زنان در فضای مجازی توسط

کاربران مرد، موجب مسدود شدن صفحات اجتماعی زنان و یا کناره‌گیری آنان از فعالیتهای مجازی شده است همچنین صحت‌های رکیک جنسی تخریب شخصیت و عزت نفس زنان را موجب شده است (دلدار، ۱۴۰۱، ص ۷۸)

ه) ترویج روحیه رفاه طلبی و مادی‌گری

اصالت دادن به رفاه و آسایش زندگی، در برنامه‌ها آثار نامطلوبی بر نهاد خانواده بر جای می‌گذارد. به طور مثال روحیه رفاه زدگی و آسایش طلبی منجر به کاهش تعداد فرزندان می‌شود که در نتیجه کشور با بحران جمعیتی مواجه خواهد شد. البته این مسئله عوامل مختلفی دارد ولی یکی از زمینه‌های ذهنی همسرانی که در زندگی به آوردن یک یا دو فرزند اکتفا می‌کنند، اصالت دادن به رفاه و افراط در این باره است. ترویج روحیه رفاه زدگی و آسایش طلبی، انسان را از یاد خدا و عبودیت و رسیدن به کمالات معنوی غافل می‌سازد و حال آنکه هدف نهایی انسان در این دنیا این نیست که از هر گونه سختی فرار کند و رفاه را سرلوحه تلاش خود قرار دهد. نگاه افراطی و تک بعدی به زندگی مادی و قائل شدن نقش بیش از حد برای مادیات در تأمین آرامش خاطر انسان، پیامدهای منفی به دنبال دارد. چرا که هر گاه انسان با تکیه به علل مادی خود را غنی می‌یابد، غرور خطرناکی نسبت به داشته‌هایش پیدا می‌کند و نسبت به خداوند احساس بی‌نیازی می‌کند (حاجیعلی و حیدری، ۱۳۹۳: ص ۵). قرآن کریم در این زمینه می‌فرماید: کَلَّا إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكَنَّاظِرٌ (علق: ۷-۶) نه این طور نیست، یقیناً این انسان طغیان و سرکشی می‌کند، گاهی که خود را بی‌نیاز بنگرد.

علاوه بر این، وقتی چنین فردی راه افزایش روزی را به روی خود را بسته می‌بیند، به طور کلی ناامید می‌شود. (عباسی، ۱۳۹۲: ۹۱) در حالی که قرآن کریم و روایات بر مسئله اعتماد و تکیه بر خداوند به ویژه در کسب رزق و روزی تأکید کرده‌اند: مَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ. (طلاق: ۲ و ۳) هر کس از خدا پروا کند، [خدا] برای او راه خروج از مشکلات را قرار می‌دهد و از جایی که حسابش را نمی‌کند، به او روزی می‌رساند.

و) مختل شدن رابطه خانوادگی

خانواده نهادی اجتماعی است که با وجود کوچک بودن آثار و کارکردهای وسیعی در زمینه دینی آموزشی، تربیتی، جمعیتی، سیاسی، اقتصادی و دارد. نقش زن در اداره امور منزل اهمیت ویژه‌ای دارد اگرچه از نظر حقوقی تکلیفی از این نظر متوجه زن نیست فضای عشق و محبت خانواده اقتضا می‌کند که زنان هم‌دوش مردان برای ایجاد رفاه و آسایش خانواده فعالیت کنند زنان با توجه به روحیه مهربان و هنرمندشان در کانون خانواده به پرورش نسل آینده می‌پردازند. امام صادق‌ها در حدیثی از پدر گرامیشان نقش زن را به زیبایی در خانواده نشان داده است؛ آنجا که می‌فرماید: حضرت علی و حضرت زهرا برای تعیین وظایف خود در منزل را حکم قرار دادند و از آن حضرت کسب تکلیف نمودند. رسول خدا به نیز حضرت زهرا را به خدمت در منزل و حضرت علی‌ها را به انجام دادن وظایف خارج از منزل موظف نمود (دلدار، ۱۴۰۱: ص ۷۴).

در غالب فیلم‌ها زنان خانه دار زنانی درگیر با رشته ای بی‌پایان از کارهای منزل نشان داده می‌شوند که بدون هیچ گونه احساس خوشایندی، آنها را تکرار می‌کنند؛ زنانی که حسرت تحصیلات دانشگاهی و استقلال مالی، آنها را فرسوده است. نمایش چهره بی‌نشاط، عقب مانده، با سطح فهم و سواد پایین از زنان خانه دار، احساس بی‌فایده بودن را به این قشر القا می‌کند. همچنین نمایش زنان خانه دار به عنوان کارگران خانه که تجربه‌های ارزشمندی در تربیت فرزند و مدیریت امور داخل خانه ندارند، شرکای عاطفی دلچسبی برای شوهرانشان نیستند و پیوسته به خاطر انجام کارهای بی‌پایان منزل غم می‌زنند، هرگونه رغبت را در دختران جوان برای گزینش این موقعیت تهدید می‌کند. (علاسوند، ۱۳۸۹: ص ۱۰۰) در مقابل، گاهی تمام مقوله‌های مندرج تحت فرهنگ، در زنان شاغل نمایش داده می‌شود. رفتار درست با فرزند، آرامش روحی، ارزش اجتماعی، احساس اعتماد به نفس، قدرت گفت و گو، مهارت‌های شیک مانند نویسندگی، شعر سرایی، هنر شناسی، برخی از این موارد هستند. به نظر می‌رسد همین مقدار، برای خنثی کردن همه مباحث کارشناسی در ارزش گذاری به نقش‌های خانگی، کافی است (پیشوایی، ۱۳۹۲: ص ۳۹).

راهبردهای حفظ سلامت اجتماعی زنان در مواجهه با رسانه

همواره در طول تاریخ بزرگترین دغدغه های بزرگان به ویژه انبیا از آدم تا خاتم و از خاتم تاکنون، ساختن جامعه‌ای سالم و عاری از هرگونه فساد بوده است. در این مسیر تلاش‌های فراوانی صورت گرفته و مصلحان بزرگ بشریت، یعنی انبیای الهی، ائمه اطهار و دیگر مصلحان و صالحان کوشش بسیاری کرده اند و همه اینها در راه حفظ کرامت انسان و ساختن جامعه ای عاری از هر پلیدی است (روحانی مشهدی، ۱۳۹۳، ص ۴۴۹).

۱- راهبردهای سطح حاکمیتی

پرسش اساسی درباره سلامت اجتماعی این است که نظام سیاسی حاکم بر آن باید چگونه باشد و چه کسی آن را اداره کند. در این باره، دیدگاه‌های فراوانی وجود دارد. فارابی نتیجه می‌گیرد، کسی میتواند رئیس مدینه فاضله باشد که به مرحله عقل مستفاد رسیده باشد؛ یعنی کسی که با عقل فعال بی‌واسطه در ارتباط است. این دیدگاه با آیه اولی الامر همخوانی دارد. خداوند متعال در این آیه میفرماید: «ای کسانی که ایمان آورده اید، خدا را اطاعت کنید و پیامبر و اولیای امر خود را [نیز] اطاعت کنید؛ پس هرگاه در امری [دینی] اختلاف نظر یافتید، اگر به خدا و روز بازپسین ایمان دارید، آن را به [کتاب] خدا و [سنت] پیامبر [او] عرضه بدارید، این بهتر و نیک فرجام تراست» (نساء: ۱۳)؛ بنابراین میتوان گفت از دیدگاه اسلام اولین و مهمترین راهبرد برای سلامت اجتماعی، استقرار نظام توحیدی و مبتنی بر ولایت است (شاید سسته نیا و همکاران، ۱۴۰۱: ص ۲۵۹).

مدیریت رسانه

مدیریت رسانه عبارت است از: فرایند بکارگیری بهینه کلیه امکانات مادی، انسانی، تکنولوژیکی و ... در جهت تولید، بازتولید و توزیع پیامهای هدفمند، در چهارچوب نظام ارزشی پذیرفته شده که با هدف غایی اثرگذاری مطلوب بر مخاطبان صورت می‌گیرد (روشندل، ۱۳۸۶: ص ۹۲). اغلب

مباحث مطرح شده در زمینه مدیریت رسانه، با توجه به خاستگاه این رشته علمی و ماهیت نظام رسانه ای غرب، دارای رویکرد اقتصادی است و هدف وسیله را توجیه می کند. یعنی اصالت با سود است و در این زمینه هدف رسیدن به حداکثر سود و منفعت مالی است حتی اگر در این راه زن بعنوان ابزار و کالا مورد استفاده قرار گیرد. صاحب نظران و پژوهشگران بر این باورند که در عصر جدید، کامیابی و ناکامی تمامی نهادها و به ویژه سازمان‌های رسانه ای در عرصه رقابت جهانی، در گرو تفاوت مدیریت آنها است (نوربخش و همکاران، ۱۳۹۶: ص ۲۳۸).

الف) شناخت صحیح از مخاطب و نگاه الهی به مخاطب

در این نگاه انسانیت و کرامت انسان ارج نهاده می‌شود. پیام با نگاه ارباب-رعیتی به انسان رسانده نمی‌شود. صاحب پیام خود را مالک سمع و بصر انسان نمی‌پندارد بلکه آن قدر از حقانیت پیام خود مطمئن است که می‌داند هرچه این سمع و بصر انسان آزادتر باشد پیامش گیراتر و شنیدنی‌تر و دیدنی‌تر خواهد بود. در این نگاه فطرت حق جوی مخاطب زمینه درک و پذیرش پیام است. به ویژگی انتخابگری و حقیقت‌جویی انسان احترام گزارده می‌شود (مقدم فر، ۱۳۹۶) *فَبَشِّرْ عِبَادِ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُو الْأَلْبَابِ* (زمر ۱۷ و ۱۸) «پس بندگان مرا بشارت ده، همان کسانی که سخنان را می‌شنوند و از نیکوترین آنها پیروی می‌کنند؛ آنان کسانی هستند که خدا هدایتشان کرده، و آنها خردمنداند» در این نگاه هدف بردگی، بندگی و تسلیم مخاطب نیست بلکه آزادی او از قید و بندهایی است که «جهل» و «ناآگاهی» بر دست و پای او زده است. در این نگاه صاحب پیام خود را کنار مخاطب قرار می‌دهد نه مسلط بر فکر و اندیشه او.

در این نگاه پیامبران الهی خود را ارباب مردم و حاکم بر فکر و اندیشه آنان نمی‌دانند بلکه خود را برادر و همراه انسان در مسیر «شدن» و «تعالی» و «تکامل» معرفی می‌کنند. *إِذْ قَالَ لَهُمُ أَخُوهُمْ نُوحٌ أَلَا تَتَّقُونَ / إِيَّاكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ / فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا / وَمَا سَأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ / فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا*. (شعرا ۱۰۶ تا ۱۱۰) «هنگامی که برادرشان نوح به آنان گفت: «آیا تقوا پیشه نمی‌کنید؟! / مسلماً من برای شما پیامبری امین هستم! / تقوای الهی پیشه کنید و مرا اطاعت نمایید! / من برای این دعوت، هیچ مزدی از شما نمی‌طلبم؛ اجر من تنها بر پروردگار عالمیان است! / پس، تقوای الهی پیشه کنید و مرا اطاعت نمایید».

یکی از مصادیق کامل این شیوه تخاطب را می‌توان در ۲ نامه‌ای که مقام معظم رهبری به جوانان غربی نوشتند مشاهده کرد؛ ایشان با همان الگوی قرآنی در واقع جهان غرب به‌ویژه جوانان را دعوت به حقیقت و عدالت کرده‌اند. ایشان در نامه اول می‌فرمایند "من نمی‌گویم آنچه که من به آن اعتقاد دارم شما بپذیرید بلکه خواست من این است که شما تحقیق کنید و اسلام واقعی را از منابع اصلی خود جستجو کنید نه آنچه که حکام و رسانه‌های شما القاء می‌کنند". وظیفه رسانه در این نوع نگاه «ذکر» است، رسانه در این نگاه یعنی مذکر. *فَذَكَرْنَا أَنْتَ مُذَكِّرًا. أَسْتَعْلِيهِمْ بِمُصِطَرٍ* (غاشیه ۲۱ و ۲۲). «پس تذکر ده که تو فقط تذکردهنده‌ای. تو سلطه‌گر بر آنان نیستی که (بر ایمان) مجبورشان کنی».

ب) شناخت صحیح از «نیازهای» مخاطبان

مهم‌ترین و ضروری‌ترین نیاز انسان «آگاهی» است. شیاطین همواره در صدد مسدود کردن راه آگاهی انسان هستند. حیات جاهلیت قدیم و جاهلیت مدرن در گروی ناآگاهی انسان‌هاست. وَ قَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَأَتَسْمَعُوا لَهُمْ لَهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَعْلَمُونَ (فصلت ۲۶) کافران گفتند: «گوش به این قرآن فرا ندهید؛ و به‌هنگام تلاوت آن جنجال کنید، شاید پیروز شوید!»

جاهلیت قدیم با منع انسان‌ها و جاهلیت مدرن با یورش اطلاعات به روح و روان انسان‌ها آنها را از درک حقیقت بازمی‌دارد، یعنی آنان برای انسداد آگاهی و بصیرت انسان‌ها، گاهی مانع رسیدن اطلاعات صحیح می‌شوند (لَأَتَسْمَعُوا لَهُمْ لَهَذَا الْقُرْآنِ) و گاهی با تولید حجم زیادی از اطلاعات نامناسب و نامطلوب سعی در مشغول‌سازی ذهن مردم برای نشنیدن سخن حق می‌شوند (وَالْغَوْا فِيهِ). جاهلیت قدیم درصدد بود تا انسان‌ها «ندانند» اما جاهلیت مدرن درصدد است که انسان‌ها «ندانند که نمی‌دانند».

هجوم حجم وسیعی از اطلاعات و گرفتار کردن انسان در چنبره پیام‌ها امروزه نوعی استعمار رسانه‌ای را رقم زده است که سرزمین فکر و اندیشه انسان‌ها را تسخیر کرده است و سرمایه‌های شناختی آنان را به یغما می‌برد.

جاهلیت مدرن امروز پیام‌های شیطانی خود را از زبان سلبریتی‌ها (هنرمندان، بازیگران و سایر افرادی که به‌نوعی در جامعه شهرت دارند) می‌زند و به‌وسیله آنان پیام‌های دلخواه خود را به سمع و نظر انسان‌ها می‌رساند، پیام‌هایی که بر محمل احساسات به عمق روح و جان مخاطبان سرریز می‌شود و نه تنها قوه ادراک و تعقل آنها را بیدار نمی‌سازد بلکه به‌نوعی باعث تحمیق افکار عمومی می‌شود.

در چنین شرایطی نیاز انسان به آگاهی به صورت مصنوعی پاسخ داده می‌شود و انسان‌ها تصور می‌کنند با این حجم اطلاعات آگاه شده‌اند در حالی که فوران آتش فشان اطلاعات باعث بی‌خبری آنها از رخدادها و حوادث مهم و قابل‌اعتنایی است که در کوران پمپاژ اطلاعات و داده‌های بیشمار نمی‌توانند اهمیت خود را نشان دهند، حوادثی که بی‌خبری از آنها چه‌بسا حیات انسان و سرنوشت تاریخی او را دچار تغییر کند (مقدم فر، ۱۳۹۶).

پ) تولید پیام مناسب

رسانه موقعی اهمیت پیدا می‌کند که حرفی برای گفتن و پیامی برای ابلاغ داشته باشد. رسانه بی‌پیام فاقد هویت است و هویت رسانه به پیامی است که می‌خواهد منتقل کند. بنابراین افزایش میزان تأثیرگذاری رسانه بستگی تام و تمام به پیامی دارد که در صدد القای آن به افکار عمومی است. پیام است که انگیزه‌ها برای ارائه آن به دیگران را برمی‌انگیزاند (مقدم فر، ۱۳۹۶)

قرآن کریم از بزرگمردی پیام‌دار یاد می‌کند که به‌دلیل اهمیت سرنوشت‌ساز یک پیام، خود را از دوردست‌ها به جامعه گمراه می‌رساند تا پیام حقی را به گوش آنها برساند. وَجَاءَ مِنْ أَقْصَى الْمَدِينَةِ رَجُلٌ يَسْعَى قَالَ يَا قَوْمِ اتَّبِعُوا الْمُرْسَلِينَ (یس ۲) «و مردی (باایمان) از دورترین نقطه شهر با شتاب فرا ر سید، گفت: «ای قوم من! از فر ستادگان (خدا) پیروی کنید!» در تفسیر قرآن کریم در ذیل این آیه ملاحظه می‌شود از حبیب نجار به‌عنوان مردی که در پیام‌رسانی

به‌هنگام خوب عمل کرد و به داد پیامبران الهی و دعوت آنان رسید و کمک شایانی کرد، یاد می‌شود.

ت) شیوه‌های پیام‌رسانی

در معارف قرآنی ۵ شیوه به‌عنوان اصلی‌ترین روش در پیام‌رسانی مؤثر مشاهده می‌شود (مقدم فر، ۱۳۹۶).

الف) صداقت و راستگویی: خیل بیشمار پیروان مکاتب الهی در جوامع بشری نشان می‌دهد فطرت حق‌جوی انسان‌ها با «سخن راست و درست» آشناتر است تا با «سخن فریب و دروغ» و بر همین اساس است که همچنان پس از قرن‌ها همچنان با اشتیاق از تعالیم برترین راستگویان عالم یعنی پیامبران الهی پیروی می‌کنند.

ب) استحکام پیام / قول سدید (عامل ماندگاری و مانایی پیام): سخن راست باید مزین به ویژگی مهمی باشد که در قرآن از آن به‌عنوان «سداد» یاد می‌شود؛ سخنی درست، منطقی و حکیمانه. *يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا* (احزاب ۷) «ای کسانی که ایمان آورده‌اید! تقوای الهی پیشه کنید و سخن حق بگویید». قول سدید یعنی سخن محکم و استوار و صحیح (سخن بی‌پایه و اساس نگفتن). یعنی سخنی که از سویی مطابق با واقع باشد و از سوی دیگر برای خدا و به امر خدا باشد.

ج) پیام‌رسانی از موضع رفق و مدارا و نه خشونت و کینه‌ورزی: مهم‌ترین صفت برای «پیامبری» رفق و مدارا است که با سازش و بی‌تفاوتی و تأیید خطاکاران متفاوت است. پیامبران همگی «جهل ستیزند» و نه «جاهل ستیز». ستیز با جاهل خشم می‌خواهد و شمشیر اما ستیز با جهل رفق و مدارا می‌خواهد و صبر و تبیین. مقدمه واجب قول سدید، رفق و مدارا است. پیامبر(ص) وقتی شخصی را به تبلیغ دین مأمور کردند (برای دعوت مردم به دین) بعد از «رفق» و مهربانی، به او توصیه کردند که قول سدید بگوید. *(فَقَالَ عَلَيْكَ بِالرَّفْقِ وَالْقَوْلِ السَّدِيدِ*؛

د) عدالت: رسانه چون یا خود درباره دیگران قضاوت می‌کند و یا زمینه قضاوت دیگران را نسبت به افراد یا قضایای مختلف فراهم می‌نماید باید در مسیر عدالت گام بردارد. قرآن می‌فرماید *قَوْلِ شَهَادَتِ شَمَا بَیْدَ بَر مَبْنَايَ عَدَالَتِ بَاشَد. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ* (مائده ۸) «ای کسانی که ایمان آورده‌اید! همواره برای خدا قیام کنید، و از روی عدالت، گواهی دهید! دشمنی با جمعیتی، شما را به گناه و ترک عدالت نکشاند! عدالت کنید، که به پرهیزگاری نزدیکتر است! و از (معصیت) خدا بپرهیزید، که از آنچه انجام می‌دهید، باخبر است».

۲- راهبردهای سطح فردی

کوتاه کردن نگاه (عَضَّ بَصَرٍ)

فضای مجازی و حضور در رسانه‌های تصویری و شبکه‌های اجتماعی لزوم بازخوانی احکام با تطبیق موارد مربوط به ارتباطات و احکام مربوط به فضای حقیقی بر فضای مجازی را ضروری می‌نماید. لذا ارتباطات رسانه‌ای و روابط مبتنی بر شبکه‌های مجازی می‌بایست با حساسیت و

توجه زیاد در خصوص اثرگذاری روابط محرم و نامحرم مورد بررسی و مذاقه قرار گیرد، چه بسا به علت عدم مشاهده یکدیگر حساسیت بیشتری به لحاظ کمرنگ شدن عنصر حیا را می‌طلبند (جواهری، ۱۳۹۵: ص ۱۶). در این زمینه نگاه همراه با توجه ر سانه ای و سواد ر سانه ای به آیه شریفه (وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ) (نور: ۳۱)؛ و به زنان با ایمان بگو: چشم‌های خود را (از نگاه هوس آلود) فرو گیرند و دامان خویش را حفظ کنند و زینت خود را — جز آن مقدار که ظاهر است - آشکار نمایند و اطراف روسری‌های خود را بر سینه خود افکنند، در علم رسانه به رعایت عفاف و حجاب در هر موقعیتی را شامل می‌شود که یک نامحرم قرار است یک زن را حتی بدون ارتباط مستقیم ببیند. جمله (وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ) (زینت‌های خود را جز برای شوهران آشکار نکنند) حاکی از وظیفه اجتماعی زنان است. در این قسمت آیه، فهمیده می‌شود که پوشش زن برای زمانی است که از قلمرو خصوصی فراتر رود و قلمرو عمومی چه بسا یک شبکه اجتماعی در تلفن همراه در دستان زن باشد. پوشش وظیفه زن برای حضور در بیرون از خانه و ظهور در برابر مردان نامحرم است. بنابراین، زن در فرصت‌هایی که در خانه و در میان محارم خود است، وظیفه پوشش - دست کم، به شکلی که در برابر نامحرمان موظف به رعایت آن بود - ندارد.

عدم تبرج جاهلی

ر سانه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر که موجب افزایش حس مقایسه‌گری افراد به خصوص بانوان و افتادن در دام مصرف‌گرایی و عدم رعایت پوشش و روی آوردن به کالاهای لوکس حتی کالاهای حجاب‌گران قیمت می‌شود بیش از تأثیر بر افزایش نشاط و شادی افراد می‌شود موجب افزایش افسردگی و مشکلات روانشناختی شده است به طوری که برخی تحقیقات نشان داده است که استفاده بیش از حد از اینستاگرام می‌تواند منجر به کاهش اعتماد به نفس، افزایش اضطراب و افسردگی و حتی بروز بیماری‌های روانی شود (صنعت خواه، ۱۴۰۲: ص ۱۷۲). قرآن کریم در این خصوص می‌فرماید: وَقُرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ (احزاب، ۳۳) و در خانه‌هایتان قرار و آرام گیرید، و مانند زنان دوران جاهلیت پیشین ظاهر نشوید، بطور خلاصه این آیه بیان می‌دارد که جایگاه زن یا خانه است یا بیرون خانه و حضور در فضای رسانه بدون خودنمایی و اینکه خودنمایی نشانه‌ی تمدن نیست، بلکه نشانه‌ی جاهلیت است.

رعایت حریم خصوصی

حریم خصوصی، قلمروی از زندگی شخصی هر فرد است که نباید بدون رضایت و اذن در آن وارد شد. - حضرت علی (علیه‌السلام) در نامه به مالک اشتر هنگام انتصاب وی به عنوان استاندار مصر می‌فرماید: باید دورترین مردم از تو و مغبوض‌ترین آنان نزد تو کسی باشد که پیوسته در پی عیب مردمان است، همانا در مردم لغزش‌هایی است که حاکم از هر کس دیگر به پوشانیدن آن سزاوارتر است. پس در جستجوی امور پنهان مباش، وظیفه تو پاک کردن ظواهر است و این

پروردگار است که بر آن چه از تو نهان است حکم می‌کند. پس تا آنجا که می‌توانی عیب را بپوشان تا خداوند نیز آنچه را دوست داری از مردم مخفی بماند، بپوشاند (نهج البلاغه، نامه ۵۳). قرآن کریم نیز می‌فرماید: « يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَيْسَ تَأْذِنُكُمُ الَّذِينَ مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ وَالَّذِينَ لَمْ يَبْلُغُوا الْحُلُمَ مِنْكُمْ ثَلَاثَ مَرَّاتٍ مِنْ قَبْلِ صَلَاةِ الْفَجْرِ وَ حِينَ تَضَعُونَ ثِيَابَكُمْ مِنَ الظَّهْرِ وَ مِنْ بَعْدِ صَلَاةِ الْعِشَاءِ ثَلَاثُ عَوْرَاتٍ لَكُمْ لَيْسَ عَلَيْكُمْ وَ لَا عَلَيْهِمْ جُنَاحٌ بَعْدَهُنَّ طَوَّافُونَ عَلَيْكُمْ بَعْضُكُمْ عَلَى بَعْضٍ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ وَ اللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ » (نور، ۵۸). ای کسانی که ایمان آورده اید! بردگان شما، و همچنین کودکانتان که به حد بلوغ نرسیده اند، در سه وقت باید از شما اجازه بگیرند: پیش از نماز صبح، و نیمروز هنگامی که لباسهای خود را بیرون می‌آورید، و بعد از نماز عشا این سه وقت خصوصی برای شماست اما بعد از این سه وقت، گناهی بر شما و بر آنان نیست (که بدون اذن وارد شوند) و بر گرد یکدیگر بگردید. این گونه خداوند آیات را برای شما بیان می‌کند، و خداوند دانا و حکیم است!

اسلام نه تنها دولت و اشخاص ثالث را از ورود در حریم خصوصی انسان‌ها منع کرده است بلکه به تک‌تک انسان‌ها نیز دستور داده است که از افشای امور و مسائلی که نوعاً برای دیگران فاش نمی‌شود و نوعاً کتمان آن‌ها برتر از ابراز آن‌ها تلقی می‌شود، خودداری کنند. از پیامبر گرامی اسلام (ص) منقول است: «مَنْ أَدَاعَ فَاحِشَةً كَانَ كَمُبْتَدِئِهَا» همانا کسی که اشاعه فحشا می‌کند، همانند کسی است که آن را به وجود آورده است. (امام خمینی، ۱۳۶۸: ۲۹۴). لذا افراد چه زن چه مرد باید از ورود به حریم خصوصی افراد و افشای اطلاعات خصوصی افراد خودداری نمایند.

حفظ هویت و الگوبرداری

ارائه الگوی مجسّم تربیتی برای همه افراد در همه زمان‌ها و مکان‌ها بهترین روش تربیتی است. مباحث نظری صرف تا وقتی در وجود یک شخصیت به عینیت ننشینند، نمی‌تواند بهترین شیوه‌های تربیتی را تحقق بخشد و ایجاد کیش نماید. مسلمانان در آستانه قرن بیست و یک، به سهمگین‌ترین بحران‌ها در وادی رسانه روبرو است و عطش دریافت تصویری از یک شخصیت جامع به عنوان الگوی تربیتی، وی را در بیابان حسرت می‌سوزاند. زهرا(ع) می‌تواند بهترین الگو برای نه تنها زنان بلکه مردان و نه فقط در جامعه اسلامی بلکه تمام جوامع بشری باشد. علو مرتبه وجودی حضرت فاطمه(ع) نباید باعث شود که کسی بیندازد ایشان نمی‌تواند برای انسان‌های معمولی الگو باشد (جواهری، ۱۳۹۵: ص ۱۷).

گستره ظرفیت وجودی حضرت فاطمه(ع) تا حدی است که برای همه رفتارهای خرد و کلان می‌تواند سرمشق و الگو قرار گیرد. اگر کسی نمی‌تواند به صد در صد نورانیت عمل ایشان برسد، می‌تواند خود را دست کم با بخشی از این ویژگی‌ها تطابق دهد و همین مطلب است که می‌تواند ایشان را با وجود بعد و فاصله معنوی و تعالی مقام آسمانی به عنوان الگو مطرح کرد.

نتیجه گیری

هدف نهایی از خلقت انسان دستیابی به کمالات معنوی و پیمودن درجات رشد و تعالی روح و رسیدن به مرحله قرب الهی الله است. زن می‌تواند به مقام خلیفه الهی برسد. قرآن کریم، کمالات معنوی را ناظر به مقام انسانیت می‌داند و آن مقام، منزله از تمایز جنسیتی است. آیت ... جوادی آملی بر این که خلیفه الهی به جنس ارتباط ندارد، چنین استدلال می‌کند: سلامت معنوی و ارزش‌ها مربوط به قلب و جان است و این دو نه مذکرند و نه مؤنث. در رسیدن انسان به حیات طیبه فقط دو چیز نقش دارند: حسن فعلی به نام عمل صالح و حسن فاعلی که همان مومن بودن روح است؛ خواه مذکر باشد، خواه مؤنث. (جوادی آملی، ۱۳۷۴: ۷۵) با توجه به نقش حساس تربیتی زنان در خانواده و جامعه، سلامت اجتماعی زنان نقش بسیار مهمی در سلامت جامعه و مسیر حرکتی جامعه به سمت سعادت یا شقاوت بازی می‌کند. لذا انتظار می‌رود نهادهای آموزشی و فرهنگ‌ساز بالاجتصاص رسانه ملی، آموزش و پرورش و شورای انقلاب فرهنگی با بازخوانی جایگاه و کرامت زن در گفتمان اسلامی و تدوین الگوی جامع برنامه‌سازی در موضوع زن و خانواده با رویکرد ایرانی-اسلامی، تأکید بر نقش مهم زن در جامعه و تمدن‌سازی، آگاه‌سازی نسبت به جایگاه زن و خانواده و بحران‌های موجود در جوامع غربی و الگو سازی جهت ارزشمندی و تکریم نقش همسری زنان در ساخت و اشاعه فرهنگ قرآنی در مدیریت رسانه و کمک به خانواده‌ها در تربیت فرزندان بالاجتصاص بانوان دیندار و برخوردار از سواد رسانه‌ای به حفظ و ارتقای سلامت اجتماعی زنان کمک نماید.

منابع

- * قرآن کریم
- * نهج البلاغه
- * غرر الحکم و درر الکلم
- ۱- اخلاقی، اسماعیل. (۱۳۹۰). عوامل خوشبختی در خانواده از نظر قرآن و روایات. ماهنامه پیام، ۴(۷). ۲۷-۲۳.
- ۲- افشانی، سیدعلیرضا، و شیرینی محمدآباد، حمیده. (۱۳۹۹). شبکه اجتماعی زنان و سلامت اجتماعی در خانواده. فرهنگ یزد، ۲(۵)، ۶۸-۴۷.
- ۳- امام خمینی (ره)، (۱۳۶۸). المکاسب المحرمه، المجلد الاول، چاپ سوم، قم: اسماعیلیان.
- ۴- امیدی، مصطفی، حقیقتیان، منصور، و هاشمیان فر، سیدعلی. (۱۳۹۶). سلامت اجتماعی و کارکردهای آن در جوامع شهری (مورد مطالعه: کلان شهر اصفهان). مطالعات جامعه شناختی شهری (مطالعات شهری)، ۷(۲۴)، ۱۵۵-۱۸۶.
- ۵- پیشوایی، فریده. (۱۳۹۲). رسانه ملی و کرامت اسلامی زن، مجله رسانه و خانواده، ۷(۱). ۳۲-۴۸.
- ۶- تمیمی، هاجر، مطیر زاده، سکینه. (۱۴۰۱). بررسی نقش سلامت زنان در ارتقاء سلامت خانواده و جامعه. نهمین کنفرانس بین المللی بهداشت، درمان و ارتقای سلامت.
- ۷- جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۷۴). زن در آینه جمال و جلال، بی تا: رجاء
- ۸- جواهری، محمدرضا (۱۳۹۵). شاخص های جامعه سالم از منظر قرآن. راهبردهای ارتقای سلامت (مجله دانشگاه علوم پزشکی تربت حیدریه)، ۱(۲) ۲۰-۱۱.
- ۹- حاجی علی، فریبا، و حیدری، مهدیه. (۱۳۹۳). آسیب شناسی هویت سازی زنان در گفتمان خانواده محور رسانه. همایش ملی چالش های خانواده ایرانی.
- ۱۰- دلداری، فیروزه. (۱۴۰۱). تأثیر رسانه‌ها و فضای مجازی بر سلامت اجتماعی زنان. فصلنامه ره توشه، ۳(۱۰)، ۷۱-۸۰.
- ۱۱- راد، فیروز، و پسوده، الهام. (۱۳۹۷). بررسی رابطه سواد رسانه ای و سلامت اجتماعی بانوان شاغل در کارخانه های تبریز (مطالعه موردی: کارکنان زن شاغل در شرکت صنعتی داداش برادر "شونیز" و صنایع صبح پارلار آسیا). مطالعات رسانه ای، ۱۳(۴) (پیاپی ۴۳)، ۷۳-۵۹.
- ۱۲- ربانی اصفهانی، حوریه، یزد خواستی، بهجت. (۱۳۹۴). بررسی کیفی تأثیر فمینیسم رادیکال بر نقش زن در نهاد خانواده و مقایسه آن با تمهیدات اسلام (مطالعه موردی زنان شهر اصفهان). جامعه شناسی کاربردی، ۲۶(۲)، ۱۲۵-۱۴۰.
- ۱۳- روحانی مشهدی، فرزانه. (۱۳۹۳). نقش اجتماعی زنان در مقایسه با مردان: از نگاه قرآن و روایات. زن در فرهنگ و هنر (پژوهش زنان)، ۶(۴)، ۴۶۰-۴۴۵.
- ۱۴- روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۸۵). مفهوم-شناسی مدیریت رسانه، فصلنامه رادیو و تلویزیون، ۳(۷۰). ۳۳-۴۱.

- ۱۵- شایسته نیا، آرش، شاه منصوری، بیتا، فرهنگی، علی اکبر، تجلی، پریسا. (۱۴۰۱). تدوین الگوی راهبردی رسانه‌ها با هدف ارتقای سلامت اجتماعی مخاطبان رسانه‌های فعال استان قزوین. آینده پژوهی ایران، (۲)۷، ۲۷۷-۲۵۳.
- ۱۶- صنعت خواه، علیرضا. (۱۴۰۲). بررسی رابطه استفاده از رسانه‌ها با هویت اجتماعی و سبک زندگی زنان (مورد مطالعه: کارمندان زن شهرستان جیرفت). فصلنامه علمی رسانه، ۳۴(۱)، ۱۸۸-۱۶۷.
- ۱۷- طبرسی، فضل بن الحسن. (۱۳۸۰). مجمع البیان فی تفسیر القرآن. ترجمه و تحقیق: علی کرمی. تهران، انتشارات فراهانی
- ۱۸- طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۹۴ ق). المیزان فی تفسیر القرآن، بیروت: موسسه الاعلمی للمطبوعات
- ۱۹- عطارزاده، مجتبی. (۱۳۸۸). رسانه‌ها و بازتاب هویت زن در عرصه عمومی. مجله تحقیقات زنان (مجله مطالعات زنان)، (۱)۳، ۵۷-۴۲.
- ۲۰- علا سوند، فریبا. (۱۳۸۹). رسانه و بحران نقش‌های جنسیتی در خانواده، بازتاب اندیشه، (۱۱۶)۱، ۸۳-۱۱۰.
- ۲۱- فاطمی نیا، محمدعلی، و امیرآبادی فراهانی، فاطمه. (۱۴۰۰). سلامت اجتماعی در آیینه قرآن: ارائه یک الگوی جامعه سالم مبتنی بر آیات الهی. نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان، (۱)۱۱، ۱۴۸-۱۲۱.
- ۲۲- قادری جویباری، راضیه، کریمی نیا، محمد مهدی. (۱۴۰۱). شخصیت اجتماعی زن در قرآن و عهدین. پژوهش‌های معاصر در علوم و تحقیقات، ۴(۳۷)، ۴۹-۴۱.
- ۲۳- مطهری، م. (۱۳۷۵). نظام حقوق زن در اسلام، تهران، انتشارات صدرا.
- ۲۴- مقدم فر، حمیدرضا. (۱۳۹۶). تأثیرگذاری رسانه‌های در نگاه قرآن. مشهد، سخنرانی در جمع فعالان رسانه‌ای. <https://noo.rs/6XqLA>
- ۲۴- نوربخش، یونس، حیدرخانی، هابیل، محمدی، اصغر (۱۳۹۶). بررسی ارتباط بین حمایت اجتماعی و سلامت اجتماعی جوانان مناطق حاشیه‌نشین شهر کرمانشاه، فصلنامه بررسی مسائل اجتماعی ایران، (۲)۸، ۲۵۷-۲۳۳.