

نشریه علمی فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده
سال پانزدهم، شماره ۵۱، تابستان ۱۳۹۹: ۹۰ - ۷۱

الگوی علی روابط بین گرایش به خیانت زناشویی براساس مصرف رسانه با میانجی نگرشهای ناکارآمد و طلاق عاطفی

سعیده السادات حسینی^۲

سهیلا جهاندار لاشکی^۱

کیوان کاکابرابی^۳

پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۱۲/۰۵

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۴/۲۳

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی الگوی علی رابطه گرایش به خیانت زناشویی و مصرف رسانه با میانجیگری نگرشهای ناکارآمد و طلاق عاطفی انجام شد. پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بود و جامعه آماری آن را افراد متأهل شهر کرمانشاه تشکیل دادند. براساس نمونه‌گیری در دسترس ۳۰۰ نفر از میان افراد مراجعه‌کننده به درمانگاه‌های روانشناسان انتخاب شدند و به مقیاسهای گرایش به خیانت زناشویی، نگرشهای ناکارآمد، پرسشنامه میزان مصرف رسانه‌ای و طلاق عاطفی پاسخ دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد مصرف رسانه، غیرمستقیم و از طریق نگرشهای ناکارآمد و طلاق عاطفی برگرایش به خیانت زناشویی تأثیرگذار است. همچنین مصرف رسانه، به‌طور مستقیم نگرش ناکارآمد را پیش‌بینی می‌کند و نگرش ناکارآمد، مستقیم بر طلاق عاطفی تأثیرگذار است. **کلیدواژه‌ها:** مصرف رسانه، گرایش به خیانت زناشویی، نگرشهای ناکارآمد، طلاق عاطفی

۱. دانشجوی دکتری گروه روانشناسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

soheilajahandar69@gmail.com

۲. نویسنده مسئول: استادیار گروه روانشناسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

saeedeh-hosseini@iauksh.ac.ir

keivan@iauksh.ac.ir

۳. دانشیار گروه روانشناسی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

مقدمه

زوج، پایه گذار خانواده و خانواده رکن اصلی جامعه است؛ به همین دلیل سلامت و پویایی جامعه در گرو سلامت خانواده و زوج است و هر تهدیدی که متوجه خانواده باشد، پیامدش گریبانگیر جامعه خواهد بود (ژانگ^۱، ۲۰۱۹). در خانواده سالم، زن و شوهر نسبت به اصول خانوادگی متعهد هستند و از احساسات زودگذر و موقت خبری نیست و روابط، عاشقانه و بر ارزشهای انسانی و برابر مبتنی است (عدل، پیرانی و شفیع آبادی، ۱۳۹۷). مهمترین فرض روابط عاشقانه منحصر به فرد بودن آن است؛ یعنی اعتقاد به اینکه هر دو نفر از نظر مسائل عاطفی و جنسی به یکدیگر متعهد باشند که کوچکترین لغزش در این تعهد سبب بروز پدیده آسبیزای خیانت می شود (مک دنیل^۲، ۲۰۱۸) که یکی از دلایل عمده طلاق و از هم پاشیده شدن خانواده ها است. براساس پژوهشها، عوامل مؤثر بر خیانت زناشویی بیشمار در نظر گرفته شده است (پیرساقی، زهراکار، کیامنش، محسن زاده، ۱۳۹۷) که از جمله آنها می توان به نارضایتی جنسی و عاطفی، باورهای کمالگرایانه، بدگمانی نسبت به همسر، تنوع طلبی، انتقام جویی از همسر عهدشکن، ویژگیهای شخصیتی، سبکهای دلبستگی، گرایشهای دینی، سطح تحصیلات، درآمد و شغل، بلوغ جنسی و اجتماعی، خانواده مبدأ، اینترنت و رسانه، مسائل طبی (لیکر^۳، ۲۰۱۷)، پول و قدرت و عوامل پیش از ازدواج اشاره کرد (نوایی، ۱۳۹۴). از میان این عوامل، مواردی که از ارتباط ضعیف میان زوجین نشأت می گیرد بیش از دیگر عوامل سبب افزایش موضوع خیانت می شود (فریگر و مور^۴، ۲۰۱۷). با توجه به اهمیت خانواده و تأثیرات آن بر جامعه و هم چنین با توجه به افزایش شیوع روابط فزاینده زناشویی و پیامدهای ناگوار آن، پژوهشها به دنبال کشف ابعاد مختلف خیانت زناشویی، عوامل مؤثر بر آن و ارائه راهکارهایی برای ارتقای سلامت خانواده هستند (هارلی^۵، ۲۰۱۵).

در دنیای امروز رسانه ها رشد و گسترش چشمگیر و روزافزونی کرده که سبب تأثیرات غیرقابل انکاری در زندگی افراد شده است (حیدری، ۱۳۹۷). با توجه به فراگیر شدن مصرف رسانه و اینترنت، شبکه های اجتماعی مجازی به عنوان ابزارهای نوین ارتباطی و نرم افزارهای

1. Zhang
2. McDaniel
3. leeker
4. Fricker & Moore
5. Harley

ارتباطات اینترنتی نیز روزبه‌روز کاربرد بیشتری میان مردم پیدا کرده است؛ از این‌رو این رسانه‌ها براحتی بسیاری از مناسبات انسانی افراد را غیرمستقیم تحت تأثیر خود قرار داده است (گنجی، نیازی و ملک‌پور، ۱۳۹۴). بررسی‌های روانشناسی اجتماعی در زمینه نقش و قدرت رسانه‌ها بیانگر این است که رسانه‌های گروهی چنان قدرتی دارند که می‌توانند نسلی تازه در تاریخ انسان پدیدآورند (درتاج، رجیبان ده‌زیره، فتح‌اللهی و درتاج، ۱۳۹۷). بی‌شک، رشد روزافزون مصرف رسانه، فواید و اهمیت غیرقابل انکاری در زندگی و روابط افراد دارد که در سایه این پیشروی زندگی مشترک شمار زیادی از زوجین تحت تأثیرات مختلف و در معرض آسیب‌های شدیدی قرار گرفته است به‌طوری که با آمار روزافزون شکل‌گیری شکاف عمیق در اعتماد بین آنها و بروز روابط پنهانی روبه‌رو هستیم (قصدی خوزانی، ۱۳۹۳). در نظریات ارتباطات جمعی برای رسانه نقشی کلیدی در شکل دادن به نگرش و سبک زندگی فرد در نظر گرفته شده است. نظریه کاشت گربنر^۱ از جمله نظریاتی است که می‌توان به آن اشاره کرد (مظفری‌نیا و قاسم‌پور، ۱۳۹۶). این نظریه بیان می‌کند که تأثیر شناختی از جمله مهمترین تأثیرات رسانه‌ها است؛ به‌این معنا که رسانه‌ها می‌توانند تعیین‌کننده چگونگی مفهوم‌پردازی مخاطب از واقعیت باشند و برداشت یا فهم مخاطب از جهان اطراف بر آن چیزی مبتنی است که در دنیای رسانه‌ها نمایش داده می‌شود (حسن‌آبادی، حبیبی عسگرآباد، خوش‌کنش، ۱۳۹۶). براساس این نظریه می‌توان دریافت که استفاده روزافزون از رسانه‌ها سبب تغییر نگرش فرد و به‌وجود آمدن تصاویر ذهنی جدید و نگرش‌های ناکارآمد در وی می‌شود (حیدری، ۱۳۹۷).

مفهوم نگرش‌های ناکارآمد اولین بار توسط بک^۲ در توصیف افکار بیماران افسرده مطرح، و نقطه عطفی شد تا پژوهشگران، مشاوران و درمانگران زوج و خانواده به اهمیت ذهنیت زوجها در سازگاری یا رضایت از زندگی زناشویی پی ببرند. منظور از باورهای غیرمنطقی و نگرش‌های ناکارآمد، وجود افکار نادرست و نامنتطب با واقعیت درباره خود، جهان و آینده است (استراوس^۳، ۲۰۱۸). وجود این نگرش‌ها در زوجین سبب تغییر ذهنیت آنها نسبت به موضوع عشق، صمیمیت و رابطه می‌شود. این امر مهم، و نشاندهنده این است که تعاریف جدیدی از این مقولات برای زوجین صورت گرفته است که به‌صورت کاملاً مشهود بر روابط آنها تأثیرگذار خواهد بود (ایراندوست، ملیحی‌الذاکرینی، سهرابی اسمرد، آهی، ۱۳۹۷). نظریات مختلفی در باب هماهنگی

شناختی مطرح شده است که نظریه ناهماهنگی شناختی فستینگر^۱، مشهورترین الگوی همسانی شناختی و شاید بتوان گفت تأثیرگذارترین این نظریه‌ها در روانشناسی اجتماعی است (رجایی فرد، محمدی، ۱۳۹۶). نقطه آغاز برای فستینگر، مشاهده این موضوع در زندگی روزمره بود که اغلب در وضعیتی قرار می‌گیریم که در تضاد با نگرش‌هایمان و هماهنگی با الزامات نقش خود و یا زمینه اجتماعی عمل می‌کنیم. به عقیده فستینگر کسی که می‌داند دو عنصر شناختی ناهماهنگ دارد، حالت تنش ناخوشایندی را احساس می‌کند. در این حالت، علاوه بر کوشش برای کاهش ناهماهنگی، شخص فعالانه از موقعیت‌ها و اطلاعاتی پرهیز می‌کند که احتمال دارد ناهماهنگی شناختی را افزایش دهد (حبیبی عسگرآباد و حاجی حیدری، ۱۳۹۴)؛ به عبارت دیگر ایجاد و حفظ روابط براساس نگرش کارآمد و هماهنگی شناختی در ازدواج از جمله توانایی‌های مهمی است که نیازمند داشتن نگرش منطقی و مهارت‌های لازم است که در جریان گسترش روزافزون مصرف رسانه تحت تأثیر قرار گرفته و به عبارتی سبب بروز تعارض در زمینه‌های مختلف، طلاق عاطفی و کاهش در کیفیت روابط زوجین شده است (رمضانیان، ۱۳۹۵).

طلاق عاطفی به سردی روابط روحی، جسمی، عاطفی و حتی کلامی میان زوجین گفته می‌شود که سبب بی‌مهری و کم شدن محبت در خانواده می‌شود. طلاق عاطفی اولین مرحله فرایند طلاق و بیانگر رابطه زناشویی رو به زوالی است که احساس تلخ بیگانگی، جایگزین یگانگی و صمیمیت شده است (هورویتز، هلن، ساندرآ، ۲۰۱۹). براساس نظریه مثلث عشق استرنبرگ^۲، عشق متشکل از سه عنصر صمیمیت، اشتیاق و تعهد است. او معتقد است که عشق کامل تنها هنگامی صورت می‌پذیرد که اولاً هر سه عنصر در آن باشد و ثانیاً بین آنها اعتدالی برقرار باشد (اکبری، عظیمی، طالبی، فهیمی، ۱۳۹۵). از دیدگاه استرنبرگ در مرحله طلاق عاطفی مرد یا زن به یکدیگر علاقه‌ای ندارند، نسبت به یکدیگر سرد مزاج و بی‌اعتنایند و صرفاً به دلیل احساس مسئولیتی که نسبت به زندگی خود یا فرزندانشان دارند به رابطه خود ادامه می‌دهند که در نتیجه آن، تنها ساختار بیرونی خانواده حفظ می‌شود اما از درون تهی است و زوجین بنا به ضرورت و اجبار با یکدیگر زندگی می‌کنند ولی روابط عاطفی سازنده و مناسبی با یکدیگر ندارند (ژانگ^۳، ۲۰۱۹)؛ به عبارت دیگر طلاق عاطفی تهدید جدی برای زندگی زناشویی است که ثبات و کیفیت ازدواج را به چالش می‌کشد و سبب بروز پیامدهای منفی روانی، جسمانی، اجتماعی و اقتصادی می‌شود

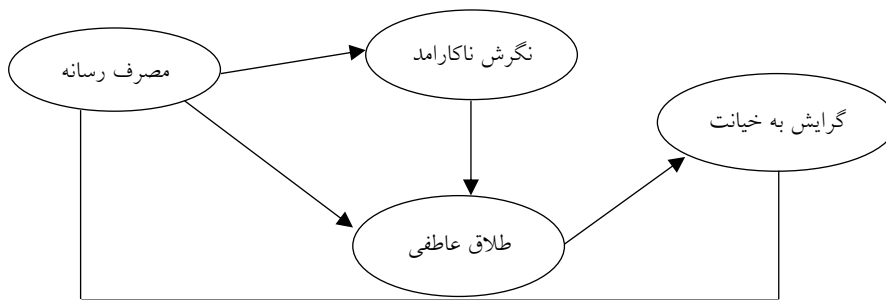
1. Festinger
2. Horwitz, Helen & Sandra
3. Sternberg
4. Zhang

(محمدی، ۱۳۹۴). طلاق عاطفی معمولاً از شکایات زوجین نسبت به یکدیگر شروع می‌شود؛ انتظاراتی که به زبان آورده می‌شود اما تحقق نمی‌یابد (حاجی‌زاده‌میمندی، مداحی، کریمی، حدت و غروری، ۱۳۹۵). اساساً طلاق عاطفی پیامدهایی منفی برای فرد و جامعه در پی دارد و مشکلات فراوانی برای زوجین ایجاد می‌کند، به گونه‌ای که در شخصیت اعضای خانواده نوعی آشفتگی و بی‌سامانی به وجود می‌آورد و کیفیت روابط خانواده و تعهد زوجین را دچار تزلزل می‌سازد (رسولی، قزوینی و حسینیان، ۱۳۹۶).

با وجود پژوهشهای متعدد در راستای تبیین رابطه مصرف رسانه و گرایش به خیانت زناشویی بررسیها نشان می‌دهد که هیچ مطالعه‌ای تاکنون با بررسی نقش میانجی متغیرهای مطرح شده انجام نشده است. یافته‌های تحقیقاتی حاکی است که اعتیاد به رسانه، رفتارهای مرتبط با اعتقادات و باورها را پیش‌بینی می‌کند و سبب کاهش روابط عاشقانه افراد و رضایت آنها از رابطه می‌شود؛ اما این عمل به صورت غیرمستقیم و با تأثیرگذاری بر عوامل متعدد دیگری صورت می‌پذیرد (عباسی، ۲۰۱۸؛ درتاج و همکاران، ۱۳۹۷؛ زانگ، ۲۰۱۹). پژوهشهای دیگر عنوان می‌کند که صرف میزان زیاد مصرف رسانه بر گرایش به خیانت زناشویی تأثیرگذار نیست بلکه با توجه به‌دنیای کامل و بی‌نقصی که رسانه‌ها از زندگی به تصویر می‌کشند و تفاوت فاحش و غیرقابل انکاری که این دنیا با دنیای واقعی زوجین دارد با تأثیرگذاری بر نگرش زوجین و بروز سردی در روابط عاطفی میان آنها سبب بروز مشکلاتی می‌شود (شکریگی، ۱۳۹۶، مک دنیل، ۲۰۱۷). هم‌چنین نگرشهای ناکارآمد با تأثیرگذاری بر جنبه‌های مختلف زندگی زوجین سلامت روان آنها را با مشکل روبه‌رو می‌کند و سبب بروز تعارضات مختلف و کاهش روابط صمیمی می‌شود و حل آنها را با دشواری بیشتری روبه‌رو می‌کند (فینچام^۱، ۲۰۱۷). هم‌چنین مظفری‌نیا و قاسم‌پور (۱۳۹۶)، اکبری و همکاران (۱۳۹۵)، حاجی‌زاده و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشهای خود اشاره کردند که طلاق عاطفی را باید زنگ خطر برای فروپاشی خانواده و گرایش به خیانت زناشویی دانست. در این پژوهش با توجه به اهمیت، حساسیت و پیچیدگی مسئله و هم‌چنین نبود شواهد پژوهشی کافی در مورد ارتباط پدیده‌های یاد شده با مصرف رسانه و با در نظر داشتن اینکه مصرف رسانه می‌تواند هسته اساسی بسیاری از سوگیریها در آسیب‌شناسی روابط زناشویی باشد، پژوهشهای لازم در راستای شناسایی عوامل تعیین‌کننده گرایش به خیانت زناشویی و ارائه راهکارهایی برای سلامت روابط زوجین شواهدی به‌دست می‌دهد که با تکیه بر آنها و هدف قرار دادنشان در همان ابتدا،

1. Fincham

برخی از مشکلات ریشه کن می‌شود. پیشفرضهای پژوهش این بود که مصرف رسانه، غیرمستقیم و از طریق نگرشهای ناکارآمد و طلاق عاطفی بر گرایش به خیانت زناشویی تأثیرگذار است. هم‌چنین مصرف رسانه به صورت مستقیم نگرش ناکارآمد را پیش‌بینی می‌کند و نگرش ناکارآمد به صورت مستقیم بر طلاق عاطفی تأثیرگذار است. طلاق عاطفی نیز، مستقیم گرایش به خیانت زناشویی را پیش‌بینی می‌کند. با توجه به نقش غیرقابل انکاری که رسانه در زندگی امروزه افراد دارد، این پژوهش به دنبال آن است که به بررسی تأثیر مصرف رسانه بر گرایش به خیانت زناشویی براساس نقش واسطه‌ای نگرشهای ناکارآمد و طلاق عاطفی در قالب الگوی ساختاری پردازد و به این سؤال پاسخ دهد که آیا این داده‌ها با الگوی نظری ارائه شده روابط بین مصرف رسانه و گرایش به خیانت زناشویی با میانجیگری نگرشهای ناکارآمد و طلاق عاطفی، برازش مناسبی دارد.



شکل ۱. الگوی مفهومی پژوهش

روش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی، و از نظر شیوه اجرا، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش را اشخاص متأهل شهر کرمانشاه تشکیل می‌دهند. نمونه پژوهش شامل افراد متأهل مراجعه کننده به درمانگاه‌های روانشناسان سراسر شهر در سال ۱۳۹۶ هستند که به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. از آنجا که تعداد متغیرهای پژوهش چهار مورد بود با استفاده از فرمول تباخنیک و فیدل^۱ (۲۰۰۷) $(N > 50 + 8m)$ حجم نمونه بررسی و برای اطمینان بیشتر ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شد (آناستازی، ۱۳۸۵). ملاکهای ورود به پژوهش: داشتن تحصیلات حداقل دیپلم، سکونت در کرمانشاه، تأهل و قرار داشتن در محدوده سنی ۱۸ تا ۶۰ سال بود. پس از انتخاب نمونه پژوهش، پیش از اجرای پرسشنامه‌ها، اطلاعاتی درباره موضوع پژوهش تا آنجا که

در نتایج پژوهش تأثیرگذار نباشد به شرکت کنندگان داده شد و پس از اطمینان از حضور داوطلبانه آنان و توجیهات لازم، شرکت کنندگان به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند. در این پژوهش از پرسشنامه‌های ذیل استفاده شد:

پرسشنامه گرایش به خیانت زناشویی^۱: مقیاس نگرش به خیانت توسط واتلی^۲ در سال ۲۰۰۶ تهیه شده است. این مقیاس توسط عبدالله‌زاده به زبان فارسی ترجمه شد (حسینی، ۱۳۹۴). مقیاس یادشده ۱۲ عبارت دارد. عبارتها شامل جملاتی در زمینه احساسات منفی و مثبت نسبت به مقوله خیانت است که آزمودنی بنا بر احساس خود به جملات نمره یک تا هفت می‌دهد. درواقع پرسشنامه خیانت، مقدار تمایل و میزان پذیرندگی یا ردکنندگی را از دیدگاه افراد می‌سنجد. روش نمره‌گذاری این پرسشنامه به این صورت است که هر سؤال در طیف هفتگانه از بسیار مخالف (امتیاز ۱) تا بسیار موافق (امتیاز ۷) قرار می‌گیرد و بیشترین امتیاز ۸۴ به معنی پذیرنده خیانت و کمترین ۱۲ به معنی ردکننده خیانت است. روایی محتوایی آزمون توسط ۲۰ تن از کارشناسان مطلوب گزارش شده است. مقیاس آلفای کرونباخ ۰/۹۲ برای نمونه‌ای از زنها و ۰/۹۴ برای نمونه‌ای مردها محاسبه شد که نشان از همسانی درونی زیاد پرسشنامه دارد. ضرایب همبستگی بین نمره‌های آزمودنیها در دو نوبت با فاصله دو هفته برای کل آزمودنیها ۰/۷۷، برای زنها ۰/۷۳ و برای مردها ۰/۷۵ نشان از بازآزمایی معتبر پرسشنامه است (بختیاری، حسینی، عارفی و افشاری‌نیا، ۱۳۹۸). در این پژوهش مقیاس آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه ۰/۷۹۰ محاسبه شد که ضریب مطلوبی است.

پرسشنامه مصرف رسانه‌ای: این پرسشنامه توسط محمودیان، کوچانی اصفهانی و مقدس در سال ۱۳۹۴ تهیه شده است که ۱۱ سؤال دارد و هدف آن بررسی میزان مصرف رسانه‌ای در افراد از ابعاد مختلف (اینترنت، رسانه خارجی، رسانه داخلی) است (محمودیان، کوچانی اصفهانی و مقدس، ۱۳۹۴). نمره‌گذاری پرسشنامه به این صورت است که هر سؤال در طیف پنجگانه لیکرت از خیلی کم (امتیاز ۱) تا خیلی زیاد (امتیاز ۵) قرار دارد. با استفاده از نظر ۲۰ تن از استادان و کارشناسان روایی محتوایی این مقیاس تأیید شد و پرسشنامه روی ۱۰۰ نفر، که تصادفی انتخاب شده بودند، اجرا و ضریب پایایی کل مقیاس با روش آلفای کرونباخ برای سه بعد اینترنت، رسانه خارجی و رسانه داخلی به ترتیب ۰/۹۵ و ۰/۸۹ و ۰/۸۸ به دست آمد که ضریب مطلوبی برای این پرسشنامه به شمار می‌رود (شکریگی، ۱۳۹۶). در این پژوهش مقیاس آلفای کرونباخ برای این

پرسشنامه ۰/۷۳۹ محاسبه شد که نشان از همسانی درونی زیاد پرسشنامه دارد. پرسشنامه نگرشهای ناکارآمد^۱: این مقیاس توسط وایزمن و بک^۲ در سال ۱۹۷۸ بر مبنای نظریه بک در مورد محتوای ساختار شناختی در افسردگی تهیه شده است. این مقیاس از چهار خرده مقیاس کمال طلبی، نیاز به تأیید دیگران، نیاز به راضی کردن دیگران و آسیب پذیری تشکیل شده است. نمره گذاری پرسشنامه به صورت طیف لیکرت ۷ نقطه‌ای است که به صورت کاملاً موافقم (امتیاز ۷) تا کاملاً مخالفم (امتیاز ۱) است. روایی محتوایی آزمون توسط ۲۰ تن از کارشناسان، مطلوب گزارش شده است. همسانی درونی سؤالیهای نسخه‌ی ۲۶ سؤالی آن از طریق آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۲ به دست آمد که بسیار مطلوب و قویتر از نسخه ۴۰ سؤالی است و نسبت به آلفای نسخه‌های کوتاه، مطلوبتر است. روایی این مقیاس از طریق پیش‌بینی سلامت با نمره‌های مقیاس سلامت روان برابر ۰/۵۶ به دست آمد؛ هم‌چنین همبستگی آن با پرسشنامه اصلی ۰/۹۷ است. ضریب پایایی این مقیاس با استفاده از بازآزمایی ۰/۷۳ گزارش شده است (حسن‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۶). در این پژوهش مقیاس آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه ۰/۸۸۹ محاسبه شد که ضریب مطلوبی است.

پرسشنامه طلاق عاطفی^۳: این مقیاس توسط گاتمن^۴ در سال ۲۰۰۸ ساخته شد (مظفری‌نیا و قاسم‌پور، ۱۳۹۶) که شامل جملاتی درباره جنبه‌های مختلف زندگی است که ممکن است فرد با آن موافق یا مخالف باشد. این مقیاس ۲۴ سؤال دارد و به شیوه بله یا خیر باید به آن جواب داد. نمره‌گذاری پرسشنامه به صورت بله، خیر است. پاسخ بله، امتیاز یک و پاسخ خیر، امتیاز صفر می‌گیرد. هرچه میزان جوابهای بله بیشتر باشد، احتمال طلاق عاطفی بیشتر است. پس از جمع کردن پاسخهای بله، اگر تعداد آن برابر هشت و ۸ و بیشتر بود، زندگی زناشویی در معرض خطر و جدایی قرار دارد. آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه ۸۳٪ ذکر شده است. میزان اعتماد استفاده از روش آزمون دوباره به صورت همبستگی بین دو اجرا روی نمونه‌ای با حجم ۱۰۰ نفر با فاصله زمانی یک ماه از یکدیگر مورد بررسی قرار گرفت. نتایج بیانگر این بود که تفاوت دو اجرای مقیاسها معنادار نیست و این آزمون در سطح ۹۵ درصد قابل اعتماد است. هم‌چنین روایی محتوایی و صوری پرسشنامه توسط چندین تن از استادان و کارشناسان، مطلوب گزارش شده است (محمدی، ۱۳۹۴).

1. Dysfunctional Attitude scale
2. Wizmen & beck
3. Emotional Divorce Scale
4. Gottman

در این پژوهش مقیاس آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه ۰/۹۷۲ محاسبه شد که نشان از همسانی درونی زیاد پرسشنامه دارد.

یافته‌ها

در جدول ۱ شاخصهای مرکزی و پراکندگی متغیرهای مورد بررسی آورده شده است.

جدول ۱. شاخصهای مرکزی و پراکندگی

متغیر	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار
مصرف رسانه	۸	۱۹/۲	۱۲/۸	۱/۹۷
نگرش ناکارآمد	۵۴	۱۵۷	۱۰۴/۶	۲۴
طلاق عاطفی	۲۴	۴۸	۳۶/۲	۹/۵
گرایش به خیانت زناشویی	۳۵	۸۱	۶۰/۲	۱۱/۸

پیشفرضهای پژوهش این بود که مصرف رسانه، غیرمستقیم و از طریق نگرشهای ناکارآمد و طلاق عاطفی بر گرایش به خیانت زناشویی تأثیرگذار است. هم‌چنین مصرف رسانه، مستقیم نگرش ناکارآمد را پیش‌بینی می‌کند و نگرش ناکارآمد، مستقیم بر طلاق عاطفی تأثیرگذار است. طلاق عاطفی نیز، مستقیم گرایش به خیانت زناشویی را پیش‌بینی می‌کند. از آنجا که ماتریس همبستگی زیربنای الگوهای ساختاری به‌شمار می‌رود در جدول ۲ ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش ارائه می‌شود. ضرایب همبستگی بین متغیرهای جدول بیان‌کننده تأیید فرضیه نبود هم‌خطی بودن چندگانه است.

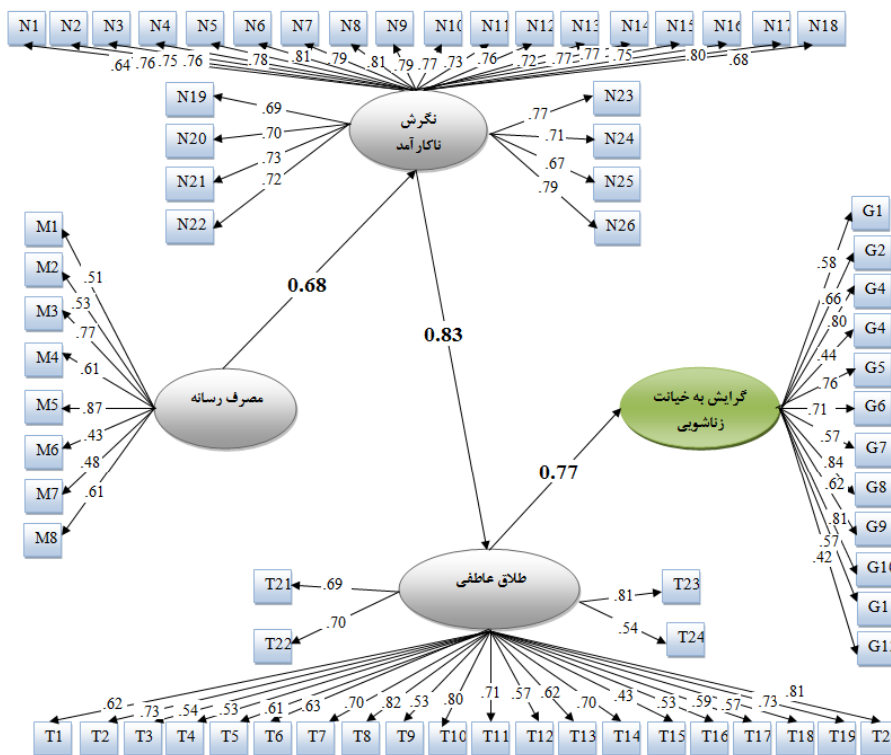
جدول ۲. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

ماتریس همبستگی	مصرف رسانه	نگرش ناکارآمد	طلاق عاطفی	گرایش به خیانت زناشویی
مصرف رسانه	۱			
نگرش ناکارآمد	**۰/۷۳۲	۱		
طلاق عاطفی	*۰/۶۲۲	**۰/۶۰۳	۱	
گرایش به خیانت زناشویی	۰/۵۱۰	*۰/۵۰۳	**۰/۶۲۱	۱

در جدول، ضرایب همبستگی بین متغیرها آورده شده است. هر ضریب همبستگی که علامت * داشته باشد در سطح ۰/۰۵ معنادار است و هر ضریب همبستگی که علامت ** داشته باشد در سطح ۰/۰۱ معنادار است.

به منظور پیش‌بینی "گرایش به خیانت زناشویی بر پایه میزان مصرف رسانه با میانجی نگرشهای ناکارآمد و طلاق عاطفی" الگوی مفهومی پیشنهاد شده از طریق روش به این دلیل انتخاب شد که این رویکرد از SEM الگویابی معادلات ساختاری بررسی شد. روش SEM به این دلیل انتخاب شد که این رویکرد از روشهای ترتیبی حداقل مجذور برتر است و می‌تواند به منظور ارزیابی کفایت الگوهای نظری، مقایسه الگوها و هم‌چنین برآورد عوامل الگو بین گروه‌های مختلف مورد استفاده قرار گیرد (ایراندوست و همکاران، ۱۳۹۷). از روش حداکثر احتمال برآورد الگو و از بین شاخصهای نیکویی برازش شاخص مجذور خی (X2)، شاخص نیکویی برازش (GFI) شاخص نیکویی برازش انطباقی (AGFI)، خطای ریشه مجذور میانگین (RMSEA) و... برای برازش الگو استفاده شد.

الگوی مفهومی براساس ضرایب استاندارد شده در شکل ۲، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها در جدول ۳ و شاخصهای برازش الگو در جدول ۴ ارائه شده است.



شکل ۲. الگوی مفهومی براساس ضرایب استاندارد شده

جدول ۳. بررسی تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم با استفاده از تحلیل معادلات ساختاری

نتیجه رابطه	سطح معناداری	آماره آزمون t	میزان اثر	روابط مستقیم و غیرمستقیم
تأیید	۰/۰۰۰	۱۶/۷۰۵	۰/۶۷۹	مصرف رسانه ← نگرش ناکارآمد
تأیید	۰/۰۰۰	۵/۷۶۲	۰/۸۳۲	نگرش ناکارآمد ← طلاق عاطفی
تأیید	۰/۰۰۰	۱۵/۳۲۲	۰/۷۲۲	طلاق عاطفی ← گرایش به خیانت زناشویی
تأیید	۰/۰۰۰	۱۲/۷۴۸	۰/۴۳۶	مصرف رسانه ← نگرش ناکارآمد ← طلاق عاطفی ← گرایش به خیانت زناشویی

در جدول ۳، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم با استفاده از تحلیل معادلات ساختاری آورده شده است. تأثیر متغیر مصرف رسانه بر نگرش ناکارآمد برابر ۰/۶۷۹، و مقدار آماره آزمون t برابر ۱۶/۷۰۵ و سطح معناداری مربوط به آن برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ است ($p < ۰/۰۵$ و $t \geq ۳$)؛ لذا این تأثیر معنادار است. هم‌چنین تأثیر متغیر نگرش ناکارآمد بر طلاق عاطفی برابر ۰/۸۳۲، و مقدار آماره آزمون t برابر ۵/۷۶۲ و سطح معناداری مربوط به آن برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ است ($p < ۰/۰۵$ و $t \geq ۳$)؛ لذا این تأثیر نیز معنادار است. هم‌چنین تأثیر متغیر طلاق عاطفی بر گرایش به خیانت زناشویی برابر ۰/۷۲۲، و مقدار آماره آزمون t برابر ۱۵/۳۲۲ و سطح معناداری مربوط به آن برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ است ($p < ۰/۰۵$ و $t \geq ۳$)؛ لذا این تأثیر نیز معنادار است. هم‌چنین تأثیر متغیر مصرف رسانه بر گرایش به خیانت زناشویی با نقش میانجی متغیرهای نگرش ناکارآمد و طلاق عاطفی برابر ۰/۴۳۶، و مقدار آماره آزمون t برابر ۱۲/۷۴۸ و سطح معناداری مربوط به آن برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ است ($p < ۰/۰۵$ و $t \geq ۳$)؛ لذا این تأثیر هم معنادار است.

جدول ۴. شاخصهای برازش الگوی معادلات ساختاری

عنوان شاخص	مقدار	نتیجه	شاخص
$\frac{\chi^2}{df}$	۲/۲۵۳	تأیید الگو	مجذور کای بر درجه آزادی
RMSEA	۰/۰۱۷	تأیید الگو	ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب
RMR	۰/۴۲۵	تأیید الگو	ریشه میانگین مربعات باقیمانده
GFI	۰/۹۱۰	تأیید الگو	نیکویی برازش
AGFI	۰/۹۲۳	تأیید الگو	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده
NFI	۰/۹۳۷	تأیید الگو	شاخص برازش هنجار شده (بنتلر - بونت)
CFI	۰/۹۱۰	تأیید الگو	شاخص برازش تطبیقی
IFI	۰/۹۰۰	تأیید الگو	شاخص برازش افزایشی

در الگوی پیشنهادی، نتایج آزمون مجذور کای بر درجه آزادی به منظور بررسی برازش الگوی کلی نشان داد که بین الگوی پیشنهاد شده و مشاهده شده هماهنگی کاملی وجود دارد $\chi^2=2/253$ ؛ لذا فرض صفر درباره برازش الگو با داده‌ها پذیرفته می‌شود. همان‌طور که در جدول مشخص است، میزان شاخص برازندگی GFI برابر با ۰/۹۱۰، شاخص تعدیل شده برازندگی AGFI برابر با ۰/۹۲۳، شاخص برازش مقایسه‌ای CFI برابر با ۰/۹۱۰، شاخص برازش عادی شده NFI برابر با ۰/۹۳۷، شاخص برازش فزاینده IFI برابر با ۰/۹۰۰، ریشه میانگین مربعات باقیمانده RMR برابر با ۰/۴۲۵ و ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب RMSEA برابر با ۰/۰۱۷ به دست آمده است. هیو و بنتلر پیشنهاد می‌کنند زمانی که میزان χ^2 بزرگتر از ۲، میزان AGFI، NFI، GFI، CFI و IFI بزرگتر یا مساوی ۰/۹۰ باشد، RMSEA کوچکتر از ۰/۰۵ و RMR کوچکتر از ۰/۵ باشد، نشاندهنده برازش مناسب و کافی الگو است (ایراندوست و همکاران، ۱۳۹۷).

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش با هدف بررسی الگوی علی رابطه گرایش به خیانت زناشویی و مصرف رسانه با میانجیگری نگرشهای ناکارآمد و طلاق عاطفی انجام شد. در این راستا نتایج بیانگر این بود که مصرف رسانه، مستقیم بر گرایش به خیانت زناشویی تأثیرگذار نیست بلکه، غیرمستقیم و از طریق نگرشهای ناکارآمد و طلاق عاطفی گرایش به خیانت زناشویی را پیش‌بینی می‌کند که با یافته‌های ژانگ (۲۰۱۹)، عباسی (۲۰۱۸)، درتاج و همکاران (۱۳۹۷)، شکریگی (۱۳۹۶)، رمضانیان (۱۳۹۵)، همخوان است. در تبیین این داده‌ها می‌توان عنوان کرد که صرف میزان زیاد مصرف رسانه بر گرایش به خیانت زناشویی تأثیرگذار نیست بلکه با توجه به دنیای کامل و بی‌نقصی که رسانه‌ها از زندگی به تصویر می‌کشند و تفاوت فاحش و غیرقابل انکاری که این دنیا با دنیای واقعی زوجین دارد با تأثیرگذاری بر روابط عاطفی و نگرش زوجین و خانواده‌ها سبب بروز مشکلاتی می‌شود. مطالعات پژوهشی عنوان می‌کند که رسانه‌ها به‌عنوان یکی از نهادهای اجتماعی، کارکرد انتقال میراث فرهنگی، اجتماعی و ارزشهای جوامع را عهده‌دار هستند که توانسته‌اند الگوهای نوینی را به جوامع ارائه کنند و جایگزین فرهنگها، ارزشها و الگوهای سنتی شوند. ارزشها و اصول اخلاقی حاکم بر خانواده در این فضا تعریف و تبیین متفاوتی با دنیای واقعی دارد؛ به عبارت دیگر رسانه، فرهنگ مخصوص به خود را ایجاد می‌کند که چشم‌انداز اجتماعی زندگی

انسان را دگرگون می‌سازد و با سرعتی شتابان در حال شکل‌دهی دوباره بنیان مادی جامعه و روابط افراد است. باید توجه کرد که رسانه‌ها ابزاری در دست انسانها هستند؛ اما تعیین‌کننده قاطعیت مثبت و یا منفی آن به محتوای برنامه‌هایی مربوط است که منتشر می‌شود و مخاطبان با ویژگیهای منحصر به فرد خود، آنها را دریافت می‌کنند (شکریگی، ۱۳۹۶). مصرف رسانه‌های مختلف می‌تواند زمینه‌ای را فراهم آورد که دیدگاه مخاطبان را درباره گرایش به روابط زناشویی شکل دهند؛ اما مخاطبان در رویارویی با این پیامها، متناسب با ویژگیهای روانی و اجتماعی خود، واکنشهای متفاوتی نشان می‌دهند و تأثیرات متفاوتی را دریافت می‌کنند. در واقع رسانه‌های مختلف می‌توانند با جایگزینی ارزشهای مدرن به جای ارزشهای سنتی، سبک زندگی جدیدی را ترویج، و چالشی جدی بین الگوهای رفتاری زوجین ایجاد کنند؛ اما با توجه به برداشتهای متفاوتی که افراد از رسانه‌ها و پیام‌های آنان دارند، این تأثیرپذیری به صورت مستقیم اتفاق نمی‌افتد، بلکه با تأثیرگذاری بر جنبه‌های مختلف نگرش افراد می‌تواند سبب بروز تعارضات و مشکلاتی شود که ادامه این تعارضات و عدم مدیریت آنها بروز سردی در روابط زوجین و طلاق عاطفی را به همراه خواهد داشت و در پی آن، امکان گرایش به خیانت زناشویی را افزایش می‌دهد (درتاج و همکاران، ۱۳۹۷). گسترش و جهانی شدن رسانه‌های مختلف، انتظارات نوینی را در فرد ایجاد می‌کند و راه‌های تازه‌ای را برای ارتباطات و رفع این نیازها پیش‌روی بشر گذاشته است. بنابراین استفاده از آنها، پیامدهای منفی به دنبال خواهد داشت. در واقع این رسانه‌ها با اختلال در مهارتهای ارتباطی زوجین و به وجود آوردن انتظارات و خواسته‌های نو و کمالگرایی زوجین در پیش‌بینی طلاق عاطفی، نقش بسیار مهمی را به عهده دارند. رابطه ضعیف در ارتباط عاطفی زن و شوهر می‌تواند به سردی دیگر روابط زوج مانند رابطه روحی، جسمی، عاطفی و حتی کلامی آنان منجر شود. وجود این مشکل در هر رابطه، باعث بی‌مهری و کم شدن محبت در خانواده می‌شود و با توجه به نقش غیرقابل انکار محبت در کیفیت روابط زوجین، امکان گرایش به خیانت زناشویی افزایش می‌یابد. طلاق عاطفی و تعارضات، تهدیدهایی جدی زندگی زناشویی است که ثبات و کیفیت ازدواج را به چالش می‌کشد و موجب بروز پیامدهای منفی روانی، جسمانی، اجتماعی و اقتصادی می‌شود. طلاق عاطفی معمولاً از شکایات زوجین نسبت به یکدیگر شروع می‌شود؛ انتظاراتی که به زبان آورده می‌شود اما تحقق نمی‌یابد (عباسی، ۲۰۱۸). در واقع طرفین این رابطه برای نیازها و خواسته‌های دیگری اهمیت چندانی قائل نیستند و گویی یکدیگر را می‌بینند؛ اما صدای هم را نمی‌شنوند و تنها به کنار هم بودن عادت کرده‌اند. این مرحله، گام آغازین طلاق

عاطفی مطرح می‌شود. در مرحله بعد، نزاع و دعوا میان دو طرف بالا می‌گیرد و انتظاراتی که قبلاً به آرامی مطرح می‌شد، حالا با پرخاشگری و خشونت بیان می‌شود و آرامش و عشق ابتدای رابطه، جای خود را به خشم می‌دهد. در بیشتر مواقع، رسانه‌ها انتظارات زوجین را از یکدیگر از حالت از پیش تعیین شده خارج، و در زمینه برآوردن انتظارات، آنها را با ابهامات اساسی روبه‌رو می‌سازند. این وضعیت، رابطه زناشویی در خانواده امروزی را با موضوعاتی روبه‌رو ساخته که به لحاظ کمی و کیفی با مسائل نسل‌های قبلی کاملاً متفاوت است و پیامدهای خاص خود را به همراه دارد. بروز این اتفاقات با گذشت زمان و گذر از این روند به متفاوت شدن خواسته‌ها، نگرشها و نیازهای زن و مرد و در پی آن دور شدن آنها از یکدیگر و امکان بروز گرایش به خیانت منجر می‌شود. در واقع به صورت کلی رسانه با کم‌رنگ کردن روابط نزدیک و صمیمی، افزایش تعارضات، کاهش صمیمیت و ارتباط و در پی آن به وجود آمدن طلاق عاطفی می‌تواند گرایش به خیانت زناشویی را افزایش دهد (آویرام و هامبورگر^۱، ۲۰۱۵).

هم چنین یافته‌های پژوهش نشان داد که مصرف رسانه، مستقیم نگرشهای ناکارآمد را پیش‌بینی می‌کند که با مطالعات الن^۲ (۲۰۱۸)، مک‌دنیل (۲۰۱۷)، فام^۳ (۲۰۱۷)، برهانی‌زاده و عبدی (۱۳۹۶)، حسن‌آبادی و همکاران (۱۳۹۶) همسو است. رسانه‌های همگانی به عنوان یکی از عوامل بسیار مهم اجتماعی کردن مطرح هستند که نقش محوری و غیرقابل انکار در توسعه آگاهی و انتقال اطلاعات به شنوندگان و تغییر افکار آنها دارند. رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش مؤثری در افزایش آگاهی عمومی و گسترش افکار جدید داشته باشند. هم‌چنین رسانه‌ها، انتقال و هدایت دامنه گسترده‌ای از نمادها، هنجارها، ارزشها، عقاید، پیامها و افکار در درون جوامع را برعهده گرفته‌اند (مک‌دنیل، ۲۰۱۷) تا جایی که برخی از صاحب‌نظران معتقدند که رسانه‌ها، کل زندگی فرهنگی و اجتماعی را دگرگون می‌سازند. به نظر می‌رسد که در چند دهه اخیر با سرعت تغییرات در مصرف رسانه‌ای شاهد تغییرات در مجموعه‌ای از رفتارها، عقاید و ارزشهای مردم باشیم که نبض این تحولات را در ورود رسانه‌های جدید می‌توان دانست. این ورود تدریجی و گریز از کنترل باعث ایجاد شوک فرهنگی در سطوح نامرئی و گاه مرئی خواهد بود (نیازی و شفایی‌مقدم، ۱۳۹۰). در عصر کنونی با توجه به نقش بارز رسانه‌ها در جامعه و اطلاع‌رسانی درباره موضوعات اجتماعی، سیاسی و

1. Aviram & Hamburger
2. Allen
3. Pham

فرهنگی، سعی می‌کنند الگوهای نوینی را به جوامع وارد کنند تا جایگزین فرهنگها، ارزشها، نگرشها و الگوهای سنتی گذشته شود و با توجه به دنیای بی‌نقصی که از جامعه و روابط می‌سازند و تفاوت فاحشی که با دنیای واقعی دارند، سبب به وجود آمدن افکار خوداینده منفی و نگرش ناکارآمد می‌شوند (بهادری خسروشاهی و برقی، ۱۳۹۷).

نتایج این پژوهش هم‌چنین بیانگر این بود که نگرشهای ناکارآمد، مستقیم طلاق عاطفی را پیش‌بینی می‌کند که با یافته‌های کرسی^۱ (۲۰۱۶)، روستا (۱۳۹۶)، خداکرمی و همکاران (۱۳۹۶)، مؤمنی و آزادی‌فرد (۱۳۹۵)، موسوی و رضازاده (۱۳۹۳) همسو است. طبق پژوهشها نگرشهای افراد نقش مهمی را در روابط آنان ایفا می‌کند. در واقع نگرشها از لحاظ شناختی در حکم فیلتری عمل می‌کند که به فرد این امکان را می‌دهد تا مقدار عظیمی از اطلاعات جمع‌آوری شده در تعاملات روزانه‌اش را با جهان تجزیه و تحلیل کند که اگر این نگرشها از نوع ناکارآمد باشد، زندگی انسان و بهداشت روان او را با مشکل روبه‌رو می‌سازد. داشتن نگرش یا باورهای ناکارآمد درباره خود، جهان یا آینده به این معنی است که روشهای ارزیابی اولیه افراد از موقعیت‌های مختلف توسط آنان تحت تأثیر منفی قرار می‌گیرد؛ به عبارت دیگر نگرشهای ناکارآمد معیارهایی انعطاف‌ناپذیر و کمالگرایانه است که فرد از آن برای قضاوت درباره خود و دیگران استفاده می‌کند. از آنجا که این نگرشها انعطاف‌ناپذیر، افراطی و مقاوم در مقابل تغییر است، ناکارآمد قلمداد می‌شود (فام، ۲۰۱۷). مطابق با این الگو تفکرات غیرمنطقی را باورهایی می‌دانند که بر اجبار، التزام و وظیفه تأکید می‌کند و سبب می‌شود فرد، مضطرب و غیرعادی شود و شخصیت ناسالمی را به دست آورد. از جمله این تفکرات و رفتارهای غیرمنطقی می‌توان به کمالگرایی، استنتاج مطلق، پردازش‌گزینشی، کمینه‌سازی، دید تونلی، توضیح متعصبانه، ذهن‌خوانی، ادراکهای گزینشی، اسنادها، پیشفرضها، انتظارات و معیارها اشاره کرد که از عوامل مؤثر در اختلافات زناشویی نام برده شده است (اکبری، عظیمی، طالبی، فهیمی، ۱۳۹۵). مطابق با آمار گزارش شده براساس مطالعات مختلف در میان روابط زوجین، سوء تفاهم، باورهای غیرمنطقی و مطلق‌گرا بیشتر از عوامل دیگر دیده می‌شود؛ چرا که باورهای غیرمنطقی معمولاً اغراق‌آمیز، انعطاف‌ناپذیر و غیرواقعی است؛ به عبارت دیگر شواهد بسیاری نشانگر این واقعیت است که ساختارهای شناختی بر سازگاری و رضایت زناشویی تأثیرگذار است؛ به همین دلیل زندگی زناشویی از گزند باورهای غیرمنطقی

مصون نمی‌ماند (استراس، ۲۰۱۸). نگرشهای ناکارآمد با تأثیرگذاری بر جنبه‌های مختلف زندگی زوجین سلامت روان آنها را با مشکل روبه‌رو می‌کند و سبب بروز تعارضات مختلف می‌شود و حل آنها را با دشواری بیشتری روبه‌رو می‌کند (فینچام^۱، ۲۰۱۷) که ادامه این روند، سبب کاهش رضایتمندی زوجین می‌گردد و با تأثیرگذاری بر روابط زوجین به مرور شاهد طلاق عاطفی و زوال رابطه خواهیم بود. هم‌چنین مطالعات نشان داد که بین باورهای غیرمنطقی و عدم رضایت از زندگی زناشویی ارتباط وجود دارد (روستا، ۱۳۹۶). از سوی دیگر به عقیده بک، زمانی که باورهای غیرمنطقی زوجین کاهش یابد و باورهای منطقی جایگزین آنها شود، رضایت و سازگاری زناشویی نیز افزایش خواهد یافت؛ به عبارت دیگر تا زمانی که زوجین آگاهی ندارند که این افکار، غیرمنطقی است و به نوعی به این باورها عادت کرده‌اند، نقش خود را در ایجاد مسائل و مشکلات زناشویی کم‌رنگ و نادیده می‌انگارند و تلاشی برای تغییر نمی‌کنند که ادامه این روند سبب زوال رابطه و بروز طلاق عاطفی می‌شود (خداکرمی و همکاران، ۱۳۹۶).

از دیگر نتایج پژوهش این است که طلاق عاطفی، مستقیم‌گرایش به خیانت زناشویی را پیش‌بینی می‌کند. این نتایج با مطالعات فیکر (۲۰۱۶)، یو^۲ (۲۰۱۶)، مظفری‌نیا و قاسم‌پور (۱۳۹۶)، اکبری و همکاران (۱۳۹۵)، حاجی‌زاده و همکاران (۱۳۹۵)، محمدی (۱۳۹۴) همسو است. در پژوهشها مشاهده شد که طلاق عاطفی را باید زنگ خطری برای فروپاشی بنیان خانواده دانست؛ چرا که از یک طرف مقدمه طلاق رسمی است و از سوی دیگر در صورتی که به طلاق رسمی منجر نگردد، ماندن در آن وضعیت، آثار زیانباری برای زوجین و فرزندان آنها به همراه خواهد داشت و طول عمر رابطه به نوعی به پایان رسیده است؛ چرا که زوجین تنها زیر یک سقف زندگی می‌کنند و ارتباطات بین آنان یا کاملاً قطع شده یا بدون میل و رضایت است و به دلیل نیازهای مختلفی که در طرفین دیده می‌شود از جمله نیازهای عاطفی، جنسی و... که در چارچوب رابطه فعلی امکان ارضای آنها دیده نمی‌شود، امکان گرایش به خیانت زناشویی را افزایش می‌دهد (حاجی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵). هم‌چنین نتایج پژوهش مظفری‌نیا و قاسم‌پور (۱۳۹۶) نشان داد که طلاق عاطفی نماد وجود مشکل در ارتباط سالم و صحیح بین زن و شوهر است. این مشکل ارتباطی در سطح کوچک، می‌تواند در بعد وسیع‌تری شیوع و گسترش یابد و ارتباط انسانی را مختل سازد. در بسیاری از موارد، زوجین ناسازگار به دلیل عوامل فردی، خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی از

1. Fincham
2. Yoo

یکدیگر جدا نمی‌شوند؛ اما خانواده به جای اینکه کانون پرطراوت شادی و امید باشد به سرزمینی آشفته و رنج‌آفرین مبدل می‌شود که تندرستی، آرامش، شادی، پاکی و مسئولیت ساکنان خود را آرام آرام می‌گیرد و از بین می‌برد و تعهد میان زوجین را با مشکل روبه‌رو می‌سازد. از آنجاکه ازدواج و انتخاب همسر یکی از تصمیمات مهم زندگی است و پژوهش‌های مختلف، ارتباط نقش رسانه‌ها در توسعه ارزشهای نو و شکل دادن به نگرشها و رفتارهای زوجین در مورد مسائل مختلف و در نهایت سلامت روان خانواده را تأیید کرده است در این پژوهش نیز به نظر می‌رسد که رسانه‌های نوظهور در سرعت روند بازاندیشی زوجین بسیار تأثیرگذار است و سبب شکل‌گیری خواسته‌ها و انتظارات نو و متفاوت در آنان می‌شود و از این طریق می‌تواند بر کیفیت روابط زوجین و به خطر افتادن سلامت خانواده و در پی آن برگرایش به خیانت زناشویی تأثیرگذار باشد. در این زمینه به منظور کاربست یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود مراکز مشاوره و مددکاری براساس نتایج چنین پژوهشهایی به طراحی برنامه‌های آموزشی مناسب و سودمند اقدام کنند و در مورد میزان و طریقه مصرف رسانه و تأثیرات جانبی آن بویژه بر روابط زوجین، آگاه‌سازیهایی لازم صورت گیرد. هم‌چنین با توجه به مفاهیم مربوط به مؤلفه‌های ارتباطی زوجین، می‌توان به موارد مکتوب و فیلمهای آموزشی و طراحی سایتهای رایانه‌ای مناسب به آموزش فراگیر و گسترده در رابطه با عوامل تأثیرگذار برگرایش به خیانت زناشویی اقدام کرد. هم‌چنین پیشنهاد می‌شود روشهای جدید و تازه تنوع در روابط زناشویی به منظور افزایش رویدادهای خوشایند در رابطه به زوجین آموزش داده شود. به نظر می‌رسد که این موضوع با افزایش صمیمیت و رضایت و سازگاری زوجین و در پی آن استحکام بنیان و ارتقای سلامت روان خانواده همراه باشد. باید توجه کرد که این پژوهش مانند دیگر پژوهشها با محدودیتهایی روبه‌رو بود و با توجه به اینکه پژوهش در شهر کرمانشاه اجرا شده است و در آن از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد و بافت فرهنگی در این زمینه می‌تواند تأثیرگذار باشد، باید در تعمیم نتایج جانب احتیاط را رعایت کرد.

منابع

- آناستازی، آن (۱۳۸۷). روان‌آزمایی. ترجمه محمدنقی براهنی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- اکبری، ابراهیم؛ عظیمی، زینب؛ طالبی، سعیده؛ فهیمی، صمد (۱۳۹۵). پیش‌بینی طلاق عاطفی زوجین براساس طرحواره‌های ناسازگار اولیه، تنظیم هیجان و مؤلفه‌های آن. دوفصلنامه روانشناسی بالینی و شخصیت. ش ۲ (۱۴): ۷۹ - ۹۲.

- ایراندوست، راضیه؛ ملیحی‌الذاکرینی، سعید؛ سهرابی‌اسمرد، فرامرز؛ آهی، قاسم (۱۳۹۷). الگوی علی روابط بین عملکرد جنسی بر پایه باورهای بدکارکردی جنسی با میانجی درماندگی روانشناختی و ابعاد صمیمت زناشویی. **فصلنامه فرهنگی تربیتی زنان و خانواده**. ش ۱۳ (۴۵): ۱۳۵ - ۱۵۲.
- بختیاری، انسیه؛ حسینی، سعیده‌السادات؛ عارفی، مختار؛ افشاری‌نیا، کریم (۱۳۹۸). الگوی علی روابط فرازناشویی براساس سبکهای دلبستگی و طرحواره‌های ناسازگار اولیه: نقش واسطه‌ای صمیمیت زناشویی و سبکهای عشق‌ورزی. **فصلنامه علمی - پژوهشی آموزش بهداشت و ارتقای سلامت**. ش ۷ (۲): ۲۴۵ - ۲۵۸.
- برهانی‌زاده، شبنم؛ عبدی، رضا (۱۳۹۶). نقش ابعاد مثلث تاریک شخصیت در پیش‌بینی صمیمیت و نگرش به خیانت زوجین متقاضی طلاق. **اندیشه و رفتار**. ش ۴۵ (۱۱): ۱۷ - ۲۶.
- پیرساقی، فهیمه؛ زهراکار، کیانوش؛ کیامنش، علیرضا؛ محسن‌زاده، فرشاد (۱۳۹۷). ارائه الگوی ارتباط زناشویی کارآمد با رویکرد مبتنی بر نظریه داده بنیاد. **فصلنامه فرهنگی تربیتی زنان و خانواده**. ش ۴۵ (۱۳): ۷ - ۳۵.
- حاجی‌زاده میمندی، مسعود؛ مداحی، جواد؛ کریمی، یزدان؛ حدت، الهه؛ غروری، ملینا (۱۳۹۵). بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با طلاق عاطفی. **فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده**. ش ۷۱ (۱۸): ۸۶ - ۱۰۸.
- حبیبی‌عسگرآباد، مجتبی؛ حاجی‌حیدری، زهرا (۱۳۹۴). علل خیانت زناشویی از دیدگاه زوجین مراجعه‌کننده به دادگاه خانواده: یک مطالعه کیفی. **فصلنامه خانواده‌پژوهی**. ش ۴۲ (۱۱): ۱۶۵ - ۱۸۶.
- حسن‌آبادی، فاطمه؛ حبیبی‌عسگرآباد، مجتبی؛ خوش‌کنش، ابوالقاسم (۱۳۹۶). مقایسه نگرشهای ناکارآمد، اهمال‌کاری و سبکهای تصمیم‌گیری در معتادان، با و بدون سابقه عود. **فصلنامه علمی - پژوهشی سلامت اجتماعی**. ش ۲ (۴): ۱۴۷ - ۱۵۵.
- حیدری، الهام (۱۳۹۷). بررسی تأثیر پرسه‌زنی سایبری بر احساس نشاط و مشغولیت تحصیلی دانشجویان پزشکی. **فصلنامه علمی - پژوهشی آموزش بهداشت و ارتقای سلامت**. ش ۶ (۳): ۲۰۳ - ۲۱۲.
- خداکرمی، بتول؛ معصومی، سیده‌زهرا؛ اسدی، رؤیا (۱۳۹۶). بررسی وضعیت و عوامل مؤثر بر رضایت زناشویی زنان باردار نخست‌زا مراجعه‌کننده به درمان‌گاههای شهرستان اسدآباد در سال ۱۳۹۴ - ۱۳۹۵. **مجله علمی پرستاری و مامایی همدان**. ش ۱ (۲۵): ۵۲ - ۵۹.
- درتاج، فریبا؛ رجبیان‌ده‌زیره، مریم؛ فتح‌اللهی، فیروزه؛ درتاج، فتنه (۱۳۹۷). رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با احساس تنهایی و خیانت زناشویی در دانشجویان. **فصلنامه روان‌شناسی تربیتی**. ش ۱۴ (۴۷): ۱۱۹ - ۱۴۰.
- رجایی‌فرد، مهتاب؛ محمدی، مسعود (۱۳۹۶). بررسی نقش واسطه‌ای دلزدگی زناشویی بین تعارض زناشویی و نگرش به خیانت. **کنفرانس ملی پژوهشهای نوین ایران و جهان در روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی**.

رسولی، رؤیا؛ قزوینی، سیما؛ حسینیان، سیمین (۱۳۹۶). مقایسه تعهد زناشویی و رضایت جنسی در زنان متأهل تماشاگر و غیرتماشاگر سریالهای فارسی زبان ماهواره. *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*. ش ۱۳ (۳): ۶۸ - ۸۵.

رمضانیان، سمیه (۱۳۹۵). رابطه عضویت در شبکه‌های اجتماعی و نگرش به خیانت با دلزدگی زناشویی در دانشجویان متأهل. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، روانشناسی عمومی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرو دشت.

رنجبری، مجتبی (۱۳۹۲). مقایسه اثربخشی زوج‌درمانی هیجان‌محور و راه‌حل‌محور بر شادمانی و نگرشهای ارتباطی ناکارآمد زناشویی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.

روستا، پروین (۱۳۹۶). بررسی رابطه ابعاد افکار ناکارآمد و طلاق عاطفی در زوجین شهر شیراز. *کنفرانس بین‌المللی شیراز*.

زارعی، سلمان؛ حسینیقلی، فاطمه (۱۳۹۳). پیش‌بینی تعهد زناشویی بر پایه عواطف خودآگاه (شرم و گناه) و تمایز یافتگی خود در دانشجویان متأهل. *دوفصلنامه مشاوره و روان‌درمانی خانواده*. ش ۱ (۴): ۱۱۳ - ۱۳۵.

شکریگی، عالیه (۱۳۹۶). بررسی جامعه‌شناختی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و ظهور تحولات در روابط زناشویی زوجین منطقه ۱ شهر تهران. *مجله جامعه‌شناسی ایران*. ش ۱۸ (۲): ۹۵ - ۱۲۷.

عجم، علی‌اکبر (۱۳۹۵). تأثیر آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم ماهواره‌ای بر تعارضات زناشویی و نگرش به خیانت زناشویی. *دو فصلنامه مطالعات اسلام و روانشناسی*. ش ۱۸ (۱۰): ۱۲۱ - ۱۴۲.

عدل، حدیث‌السادات؛ پیرانی، ذبیح؛ شفیق‌آبادی، عبدالله (۱۳۹۷). اثربخشی روان‌درمانی گروهی مبتنی بر کیفیت زندگی بر تعهد زناشویی در زنان نابارور. *فصلنامه فرهنگی تربیتی زنان و خانواده*. ش ۴۵ (۱۳): ۹۷ - ۱۱۵.

قصدی‌خوزانی، داوود (۱۳۹۳). *بازنمایی خانواده در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و ارائه راهکارهای رسانه‌ای*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه صداوسیما.

گنجی، محمد؛ نیازی، محسن؛ ملک‌پور، علیرضا (۱۳۹۴). بررسی تأثیر اعتیاد به فناوریهای نوین ارتباطی (ایترنت و ماهواره) بر ازم گسیختگی خانوادگی در شهرکرد. *مجله مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*.

ش ۴ (۱): ۴۳ - ۵۶.

محمدی، منصوره (۱۳۹۴). *تحلیل جامعه‌شناختی طلاق عاطفی میان متأهلین شهرستان نوشهر*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران.

محمودیان، حسین؛ کوچانی‌اصفهانی، مسعود؛ مقدس، سعید (۱۳۹۴). مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری. *نشریه راهبرد فرهنگ*. ش ۳۱ (۸): ۱۷۳ - ۱۹۶.

مظفری‌نیا، سهراب؛ قاسم‌پور، مریم (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین سبک زندگی متأثر از فضای مجازی و طلاق عاطفی در شهر ایلام. *فصلنامه علمی - ترویجی فرهنگ ایلام*. ش ۵۶ و ۵۷ (۱۸): ۱۷۲ - ۱۹۱.

موسی‌رضایی، امیر؛ خالدی، فیروز؛ خبازی‌فرد، محمدرضا؛ مؤمنی قلعه‌قاسمی، طاهره؛ کشاورز، محبوبه؛ خدایی، مهناز (۱۳۹۴). نگرشهای ناکارآمد و ارتباط آن با تنش، اضطراب و افسردگی در مبتلایان به سرطان پستان.

مجله تحقیقات نظام سلامت. ش ۱ (۱۱): ۶۸ - ۷۶.

موسوی، سیدفاطمه؛ رضازاده، سید محمدرضا (۱۳۹۳). بررسی نقش نگرش به عشق در پیش‌بینی طلاق عاطفی زنان و مردان متأهل شهر قزوین. *مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان*. ش (۳): ۱۲: ۱۶۹ - ۱۸۸.
مؤمنی، خدامراد؛ آزادی‌فرد، صدیقه (۱۳۹۵). رابطه دانش و نگرش جنسی و باورهای ارتباطی با طلاق عاطفی. *دوفصلنامه آسیب‌شناسی، مشاوره و غنی‌سازی خانواده*. ش ۱ (۲): ۳۴ - ۴۵.

- Abbasi, S(2018). Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity. *Personality and Individual Differences*,13(9): 277-280.
- Allen ,ES (2018). Premarital precursors of marital infidelity. *Family process*, 47(2):243-59.
- Aviram, I., & Hamburger, Y(2015). Online infidelity: Aspects of dyadic satisfaction, self-disclosure, and narcissism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), 34-54.
- Fincham, F.D (2017). Forgiveness and conflict resolution in marriage. *Journal of Family Psychology*, 18(2): 72-81.
- Corsini, R. (2016). Understanding and similarity in marriage. *Journal of Abnormal social psychology*, 52(3): 8-12.
- Fricker, j. Moore , S (2016).Relationship satisfaction: The role of love style and attachment style.*Current Research in Social Psychology*,32(4):7-18.
- Harley F(2015). Freedom of infidelity. *Journal of Research in personality*,13(4): 231-246.
- Horwitz,A. Helen, R. Sandra, H. W(2019). Becoming Married and Mental Health: A Longitudinal Study Of A Scohort Of Young Adults. *Journal Of Marriage and the family therapy*, 58(6): 895-907.
- Kleine. M(2016). The Impact Of Accounts and Attributions Flowing Marital Infidelity. A Dissertation Resented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy. University of Missouri- Columbia.
- Leeker, A (2017). Effects of Sex, Sexual Orientation, Infidelity Expectations, and Love on Distress related to Emotional and Sexual Infidelity, *Journal of Family Psychology*, 23(1): 68-91.
- McDaniel B(2018). Do you have anything to hide?Infidelity-related behaviars on social media sites and marital satisfaction, *computers in human behavior*. 20(9):88-95.
- Poldi, A ,Perry E(2017) Coping with mate poaching: gender differences in detection of infidelity-related threats , 36 (3):17-24.
- Pham, H(2017). Early maladaptive schemasand adult attachment in a UK clinical sample. *Psychology and Psychotherapy: Theory Research and Practice*. 78(4): 549-564.
- Platt, R. A. Nalbone, D. P (2018). Parental conflict and infidelity as predictors of audalt children's attachment style and infidelity. *The Amarican Journal of Family Therapy*. 36:149-161.
- Straus, M. A(2018). Physical assaults by wives a major social problem. In R. J. Gelles. D. J. Loseke (Eds) / *Current controversies on family violence* (Pp. 67-87), Newbury Park, CA: Sage.
- Yoo, H (2016). Couple communication, emotional and sexual intimacy, and relationship satisfaction. *J Sex Marital Therapy*. 40(4): 275-93 .
- Zhang H(2019). Association between parental marital conflict and Internet addiction: A moderated mediation analysis. *J Affective Disorders*. 22(3):27-32.