

تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی بر تغییر ارزش ازدواج در بین دانشجویان دانشگاه تبریز

خدیجه سفیری^۱
کمال کوهی^۲
ریاب عبدی^۳

چکیده

هدف: هدف تحقیق حاضر، بررسی تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی بر میزان تغییر ارزشها در حوزه ازدواج بود. **روش:** این پژوهش از نوع کمی و به روش پیمایش انجام شده است. ابزار اندازه گیری، پرسشنامه و جامعه آماری، دانشجویان دانشگاه تبریز به تعداد 15457 نفر است. از این تعداد، 403 نفر بر اساس فرمول کوکران و به روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار اس.پی.اس.اس استفاده شده است. **یافته ها:** میزان تغییر ارزش ازدواج در بین دانشجویان در سطح متوسط به بالاست و با افزایش مصرف کالاهای فرهنگی منته نظر تحقیق، تغییر ارزشهای ازدواج نظیر تجردگرایی، آزادی انتخاب، تغییر روابط مبتنی بر عشق، تغییر نوع انتخاب همسر، تغییر مفهوم ازدواج و نحوه روابط تشدید می شود. همچنین، تغییر ارزش ازدواج در بین دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر است. **نتیجه گیری:** مصرف کالاهای فرهنگی با ویژگی جدید، منجر به تغییرات ارزشی و هنجاری در جامعه، به ویژه در حوزه ازدواج و خانواده شده است. بنابر این، نیاز به توجه دقیق و برنامه ریزی های بنیادی برای کانالیزه کردن مصرف کالاهای فرهنگی در راستای هنجارها و ارزشها حاکم بر جامعه کاملاً احساس می شود.

واژگان کلیدی: تغییر ارزش ازدواج، مصرف کالاهای فرهنگی، عشق، آزادی انتخاب، مفهوم ازدواج، نوع انتخاب همسر، اهمیت ازدواج.

دریافت مقاله: 96/03/19؛ تصویب نهایی: 96/10/15

1. دکتری جامعه‌شناسی و استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه الزهرا (نویسنده مسئول) / نشانی: تهران، ده ونک، دانشگاه الزهرا (س) / نمابر: 02188047862 / Email: kh.Safiri@Alzahra.ac.ir
2. دکتری تخصصی جامعه‌شناسی و دانشیار مؤسسه تحقیقات اجتماعی دانشگاه تبریز.
3. کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه الزهرا (س).

الف) مقدمه

امروزه انسانها در جهانی زندگی می‌کنند که دستخوش دگرگونی‌های چشمگیر است. به نظر می‌رسد آنچه زمینه‌چنین دگرگونی‌هایی را فراهم آورده، رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی است. در روند پرشتاب توسعه جهانی، فناوری‌های ارتباطی پیشرفت کرده و چهره جهان را دگرگون کرده‌اند. گستره و ژرفای این دگرگونی‌ها به حدی است که به نظر می‌رسد دوره جدیدی در حیات بشر آغاز شده که عنصر تأثیرگذار بر این روند، فناوری‌های رسانه‌ای است. (بهرانی و همکاران، 1390: 104)

فرایند تشکیل خانواده و ازدواج، یکی از مراحل اساسی زندگی افراد در جامعه و تأثیرگذار بر سایر فرایندها و پدیده‌های جمعیتی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مورد توجه محققان رشته‌های مختلف علوم اجتماعی است (کنانی، 1385: 105). از جمله دلایل اهمیت مطالعه در زمینه ازدواج در رشته‌های مختلف علوم اجتماعی، تغییرات سریع این پدیده در جریان فرایند نوسازی و توسعه جوامع مختلف است. ازدواج همچون هر پدیده اجتماعی دیگری، هنجارهایی دارد که نسبت به هر جامعه و نیز هر مقطع زمانی متفاوت است (کاظمی‌پور، 1388: 76). آنچه در خانواده اهمیت دارد، توجه به ارزشهای اجتماعی است که از طریق کنترل و هدایت آنها می‌توان جامعه را به زوال یا تعالی کشاند. با ورود فناوری و وسایل ارتباط جمعی در خانواده‌ها، ارزشهای اجتماعی خانواده‌ها تحت تأثیر قرار گرفته و موجب شده تغییراتی در رفتار نسل جوان ایجاد شود. (کفانی، 1389: 136)

بسیاری بر این باورند که در دنیای امروز غرب، نهاد خانواده تضعیف شده و چیزی از آن بر جای نمانده است؛ چرا که الگوهای ازدواج و خانواده متنوع شده، تمایل به ازدواج و تشکیل خانواده ضعیف شده، زوج‌زیستی و روابط جنسی پیش از ازدواج گسترش یافته است. دامنه این تغییرات با شدت‌های متفاوت به دیگر جوامع غیر غربی نیز رسیده است. در دو دهه اخیر در ایران، به عنوان جامعه پیرامونی و تأثیرپذیر از عوامل درونی و بیرونی، خانواده به لحاظ ساختاری، کارکردی و جمعیتی، دستخوش تغییر شده است. (سرابی و اوچاقلو، 1392: 20)

مصرف کالاها برای جوانان حاصل معنایی فرهنگی و اجتماعی است و گسترش شبکه‌های ارتباطی در سطح جهان موجب شده تا رسانه‌ها نقش عمده‌ای در اشاعه فرهنگ مدرن در جامعه داشته باشند و به عبارتی؛ سرمایه‌های فرهنگی‌ای که جوانان از آن برخوردارند، می‌تواند نشان‌دهنده گرایش آنها در جهت انتخاب سبک زندگی مدرن باشد. (ایمان و مرحمتی، 1393: 2-3)

تغییرات ارزشی در سالهای اخیر نیز بر مناسبات اجتماعی در ایران تأثیرگذار بوده است؛ تغییراتی که تبعات متعددی برای جامعه به همراه داشته است. ورود و گسترش رسانه‌های ارتباط جمعی در ایران، مانند ماهواره و اینترنت، سبک‌های زندگی متفاوتی را آفریده و ارزشهای گوناگونی را شکل داده است. در این

5 ♦ تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی بر تغییر ارزش ازدواج ...

میان، با بغرنج شدن مسائل اقتصادی، افزایش سن ازدواج و همچنین ورود ارزشهای جهانی از طریق ابزارهای جدید ارتباطی، به تدریج رفتارهای جدیدی نیز در میان جوانان ایرانی شکل گرفته که از مهم‌ترین آنها، گسترش روابط جنسی پیش از ازدواج است؛ هر چند روابط پیش از ازدواج در ایران با انگیزه‌های گوناگون و در قالب الگوهای متفاوتی صورت می‌پذیرد. در این میان، یکی از افراطی‌ترین شکل‌های روابط پیش از ازدواج، پیدایش الگوهای «هم‌خانگی»¹ است. در حالی که در دهه 1960، در همه کشورهای، هم‌خانگی امری بسیار نادر بوده، امروزه در سراسر اروپا و آمریکا، به خصوص در میان نسل‌های جوان‌تر، به طور چشمگیری در حال پذیرش و افزایش است. برای مثال، در آمریکا در دهه 1980، یک میلیون و 500 هزار زوج در قالب الگوهای هم‌خانگی زندگی می‌کردند؛ در حالی که طبق آمارهای سال 2010، بیش از هفت میلیون زوج (14 میلیون نفر) در آمریکا در قالب هم‌خانگی با یکدیگر زندگی می‌کنند. با گسترش روابط جنسی پیش از ازدواج، در کشورهای متعدد جهان، به تدریج سن ازدواج در این کشورها افزایش یافت؛ اما با گسترش هم‌خانگی، تعداد ازدواج‌ها نیز کاهش چشمگیری یافت. (آزاد ارملی و همکاران، 1391: 44-46)

ارزش ازدواج در ایران تحت تأثیر عوامل بیرونی، همچون تجربه جهانی شدن و عوامل درونی، همچون روند صنعتی شدن و تغییرات فناورانه و گسترش ارتباطات اطلاعاتی و مجازی، دچار تغییر شده است. البته روند تغییرات اجتماعی، از جمله کاهش تمایل به ازدواج در ایران، متفاوت از دنیای غرب است. همزمان با روندهای مشترک جهانی، سن ازدواج در خانواده‌های ایرانی بالا و ازدواج بر اساس تصمیم عاطفی و بر پایه عشق بوده است. از طرف دیگر، خانواده در ایران کاملاً ذوب روند تغییرات جهانی نشده است. زوج‌زیستی، تجربه جنسی خارج از ازدواج و فرزندآوری خارج از خانواده، با مقاومت خانواده‌های ایرانی مواجه شده است. در واقع؛ جامعه ایران، حاصل تأثیرپذیری از دنیای مدرن بوده است، ولی کاملاً شبیه جوامع مدرن و متفاوت با گذشته خود نشده است. گیدنز بیان می‌کند: اهمیت هیچ کدام از تغییراتی که این روزها در جریان است، به اندازه اتفاقاتی نیست که در زندگی شخصی (روابط جنسی، زندگی عاطفی، ازدواج و خانواده) در حال وقوع است. ارزشهای خانواده در ایران، از جمله ازدواج، امروز بیش از پیش در معرض تغییر و دگرگونی‌اند. امروزه الگوهای خانواده بسیار متنوع شده و تجربه‌های افراد در امور و روابط جنسی بیش از پیش گسترده شده است. (ایمان و مرجمتی، 1393: 21-23)

روابط آزادانه دختر و پسر پیش از ازدواج در جامعه ما پدیده‌ای است نو، که در هیچ دوره‌ای در کشور ما بدین گستردگی دیده نشده است؛ چرا که این روابط در فرهنگ، آداب و رسوم، و ارزشهای جامعه ایرانی هیچ جایگاهی نداشته است. اما در سالهای گذشته، همراه با افزایش دانش آموختگی زنان و حضور آنان در گستره‌های مختلط اجتماعی و همچنین با گسترش چند و چون رسانه‌های گروهی و دگرگونی‌های

6 ♦ فرهنگ در دانشگاه اسلامی 26

بنیادی در بستر زمینه‌های فرهنگی، جامعه‌پذیری، پدیده‌ی معاشرت پیش از ازدواج، از درون روابط بین شخصی جوانان در حال زایش است. (موجد و عباسی شوازی، 1385: 69-70)

در سالهای اخیر، تجددگرایی و برخی تظاهرات آن در جامعه به چشم می‌خورد؛ به طوری که به نظر می‌رسد سنت و فرهنگ جامعه در برخی زمینه‌ها در حال تأثیرپذیری از سایر فرهنگهاست. یکی از این زمینه‌ها، روابط با جنس مخالف قبل از ازدواج است. افزایش تحصیلات دانشگاهی در بین جوانان، دسترسی به رسانه‌های جهانی و دسترسی گسترده به فناوری‌های نوین ارتباطی (اینترنت، چت و تلفن همراه) موجبات تسهیل در ارتباطات و دسترسی به سایر فرهنگها را فراهم کرده‌اند. با وجود غیر قانونی بودن دسترسی به ماهواره در کشور، درصد قابل توجهی از جوانان به ماهواره دسترسی دارند. نتایج یک بررسی نشان داد 27 درصد نوجوانان پسر به ماهواره و 34 درصد آنان به اینترنت دسترسی داشتند. درصد دسترسی به اینترنت در جوانان از سال 1384 تا سال 1386 حدود 40 درصد رشد کرده است (فراهانی و مهریار، 1389: 451). با توجه به تغییر ارزش ازدواج در بین جوانان و افزایش دوستی‌های قبل از ازدواج، افزایش هم‌خانگی و روابط جنسی پیش از ازدواج و بالا رفتن سن ازدواج تحت تأثیر ارزشهای غرب و رسانه‌های جمعی، جا دارد رابطه‌ی مصرف کالاهای فرهنگی و تغییر ارزش ازدواج در بین دانشجویان دانشگاه تبریز بررسی شود.

ب) مبانی تحقیق

1. مبانی نظری

نظریه‌های تبیین تغییرات نهاد خانواده و ازدواج در طیف گسترده‌ای از نظریه‌های خرد و کلان توسط محققان علوم اجتماعی به کار برده شده‌اند. بیشتر نظریه‌هایی که به تحول تاریخی جوامع و تغییر در ماهیت و کارکرد خانواده توجه کرده‌اند، بر شواهدی از جوامع توسعه‌یافته غربی استوارند. در اکثر موارد، مثلاً در تبیین تغییرات خانواده و ازدواج در جریان گذار از سنتی به مدرن، صنعتی شدن، شهرنشینی، آموزش، درآمد، مصرف، ارتباطات، حمل و نقل و انواع متفاوت پیشرفتهای فناوری، عناصری کلیدی بوده‌اند. لستهای و همکاران¹ معتقدند که تغییرات اساسی در ازدواج، هم‌خانگی بدون ازدواج، آزادی در روابط جنسی، طلاق و فرزندآوری خارج از ازدواج، که در عنوان «گذار جمعیتی دوم» مفهوم‌سازی شده، از غرب اروپا به شرق اروپا گسترش یافته‌اند و این تغییرات به سایر مناطق جهان نیز گسترش خواهد یافت. کالدول و

1. Lesthaghe & et.al.

7 ♦ تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی بر تغییر ارزش ازدواج ...

فریدمن¹ تأکید کرده‌اند که ارزشهای غربی در تمام مناطق دنیا منتشر خواهند شد و تأثیرات زیادی بر ارزشهای خانواده در خارج از جهان غرب خواهند داشت. (کوشی و همکاران، 1391: 111)

دیوید ناکس و کارولین اسکاج² در مورد ازدواج می‌گویند: ظهور صنعتی شدن، شهری شدن و پویایی‌های اقتصادی، کاهش خانواده‌گرایی و افزایش فردگرایی را در پی داشته است. وقتی اعضای خانواده به عنوان واحد اقتصادی با یکدیگر تعامل دارند، برای بقای خود به یکدیگر وابسته شده، در جهت حفظ منافع خانواده خواهند کوشید. این تمرکز خانواده‌گرا بر نیازهای خانواده به سمت تمرکز بر رفاه فردی یا فردگرایی حرکت کرده است. تحولات دیگر طی 50 سال اخیر عبارتند از: طلاق به عنوان پایان بسیاری از ازدواجها به جای مرگ یکی از دو طرف، ازدواج و ارتباط صمیمانه به عنوان اهداف قانونی مطالعات علمی، افزایش فمینیسم، تحول نقشهای جنسیتی در ازدواج، تأخیر در سن ازدواج، افزایش پذیرش تجرد، همخانه شدن و ازدواجهای بدون فرزند. (کاظمی‌پور، 1388: 80)

نظریه مدرنیزاسیون از سوی ویلیام گود³ مطرح شد. وی برای تبیین تفاوت سن ازدواج، از مفهوم مدرنیزاسیون استفاده کرد. بر این اساس، کاهش یا افزایش سن ازدواج با درجات مدرنیزاسیون مقایسه شده است. (همان: 82)

فرهنگ نیز بعدی از مدرنیزاسیون است و به این موضوع اشاره دارد که امروزه الگوها و ارزشها در جامعه به سرعت دستخوش دگرگونی است (عباسی شوازی و همکاران، 2008). هورد⁴ بیان می‌کند: ارتباطات مدرن و استفاده از رسانه‌های جمعی باعث تغییر و تحولات شگرفی در فرهنگ شده و تمامی این عوامل منجر به تغییر در الگوهای سنتی خانوادگی می‌شود (همان). مردم امروز، به تعبیر توماس تسیه⁵ جامعه‌شناس آلمانی، به لحاظ فرهنگی رهاوند و از قید و بندها و الگوهای سنتی آزاد می‌شوند. این رها شدگی به لحاظ فرهنگی، پدیده‌ای دولبه است؛ از جنبه مثبت، به معنای آزادی فوق‌العاده است و از جنبه منفی، به این معناست که چون به فرد فرصت تصمیم‌گیری شخصی داده می‌شود و باید خودش تصمیم بگیرد، ممکن است کاری کند که نداند انتخابهای او را به کجا سوق می‌دهند (گیببیز و ریمر،⁶ 1381: 105). در جوامع مدرن، دیگر افراد محدود به انتخابهای ارائه شده و ازدواجهای ترتیب داده شده نیستند و همگام با پیشرفت و نوسازی، باید

1. Caldwell & Friedman

2. David Knox & Caroline Schacht

3. W. Good

4. Horde

5. Thomas Tessie

6. Gibbins & Reimer

8 ♦ فرهنگ در دانشگاه اسلامی 26

شیوع ازدواجهای فامیلی کاهش یابد و افراد آزادانه و از میان طیف وسیعی، شریک زندگانی خویش را انتخاب کنند. (گیونز و هیرشمن،¹ 1994: 821)

طبق نظر ویلیام گود، فرایند نوسازی روی ازدواج سنتی اثر منفی دارد؛ یعنی هرچه نوسازی در یک جامعه بیشتر باشد، ازدواج سنتی کم‌رنگ‌تر می‌شود. به عقیده وی، یکی از معرف‌های ازدواج سنتی، ازدواج فامیلی است که در جوامع سنتی بیشتر نمود دارد. از طرفی، نخستین اثر نوسازی، ترفیع پایگاه اجتماعی زنان و همسران آنان است که به نوبه خود کاهش ازدواجهای فامیلی را به دنبال دارد. همچنان که با گسترش نوسازی، ازدواجهای فامیلی کم می‌شود، شمار افرادی که با آزادی بیشتر در جامعه، همسر خود را انتخاب می‌کنند نیز افزایش می‌یابد. افراد با موقعیت اجتماعی بالا در جوامع سنتی خواهان آزادی بیشتر بوده و بدون توجه به ازدواجهای سنتی در سنین بالاتر ازدواج می‌کنند. (خطیب‌زاده، 1380: 23)

به عقیده گود، جوانان می‌بایست در پی وابستگی عاشقانه با یکدیگر ازدواج کنند و والدین به منظور نظارت بر گزینش فرزندانشان، باید در برابر انتخاب آنها تسلیم شوند و برای حصول اطمینان از ازدواجی مناسب، باید در محله‌های خوب منزل گزینند و فرزندانشان را به مدارس خوب بفرستند. (بهرام، 1393: 103)

امروزه در آمریکا، ازدواج به صورت امر فردی درآمده و اغلب جوانان نیز به صورت آزادانه و بر اساس عشق رمانتیک ازدواج می‌کنند و این بر خلاف فرهنگ آسیایی است که در آن، ازدواج به صورت امری ترتیب داده شده بین دو خانواده صورت می‌گیرد و در آن کنترل والدین به عنوان ویژگی اساسی ازدواجهای سنتی در نظر گرفته می‌شود. (ویت و همکاران، 1992)

تورنتون و لین،² تحول الگوهای خانواده و ازدواج را با جریان صنعتی شدن و مدرنیزاسیون بررسی کرده‌اند. به عقیده آنان، تحولات حاصل از این جریانها عامل اصلی کاهش اقتدار والدین و افزایش استقلال فرزندان در همسرگزینی است؛ فرایندی که در نهایت به کاهش ازدواجهای ترتیب یافته، از جمله خویشاوندی منتهی خواهد شد. (تورنتون و لین، 1994)

به نظر گیدنز، تغییرات اتفاق افتاده در جامعه مدرن، باعث شده برخی از ویژگی‌های ازدواج در جامعه سنتی، مانند نوع انتخاب همسر و دخالت در آن، ازدواجهای فامیلی، پایین بودن سن ازدواج، فاصله سنتی زن و مرد و انتخاب آزادانه همسر تغییر کنند و پدیده‌های جدیدی همچون ازدواجهای اینترنتی رواج یابند که نتیجه گسترش استفاده از فناوری‌های جدید و ویژگی بارز جهان مدرن است. اینترنتی شدن روابط اجتماعی در جامعه امروز ایران، بیان‌کننده این است که گپ و گفتهای دوستانه در دنیای مجازی در حال تبدیل شدن

1. Givens & Hirschman
2. Thornton & Lin

9 ♦ تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی بر تغییر ارزش ازدواج ...

به فرهنگی پذیرفته شده است. امروزه بشر استفاده از وسایل ارتباط جمعی مانند اینترنت و ماهواره را جزء جدایی‌ناپذیر زندگی می‌داند. دنیای جدید شیوه نوین را برای زندگی می‌طلبد و افراد ترجیح می‌دهند امور ضروری زندگی از جمله ازدواج را از طریق اینترنت پیگیری کنند (دستجردی و عرفان، 1391: 67-68). به نظر وی، تغییرات ایجاد شده در نتیجه تضاد بین سنت و مدرنیته، باعث تغییر نقشهای ثابت در ازدواج و تغییر در مفهوم ازدواج شده است؛ به این معنا که در گذشته همه ازدواج را ضروری می‌دانستند، اما امروز مباحث جدیدی همچون ازدواج با هم‌جنسان و هم‌خانگی قبل از ازدواج مطرح است. (دیرند، 1388: 39-40)

به نظر گیدنز، فناوری‌های جدید باعث شده که افراد از طریق اینترنت با بیرون از مرزهای خود ارتباط برقرار کنند. توجه‌گر فردیت انسان غربی در خانواده دوره مدرن، پیدایش عشق احساسی یا رمانتیک است. در نظر وی، یکی از ویژگی‌های نظام اجتماعی مدرن، برقراری ارتباط دوستانه با افراد گوناگون است. دوست‌یابی‌های رایانه‌ای نشانه آن است که در دنیای جدید، هر گاه شخصی مایل باشد خارج از اصول سنتی، انتخابی برای برقراری ارتباط دوستانه با دیگران به عمل بیاورد، امکانات گوناگونی خواهد یافت که طیف وسیعی از روابط عاشقانه در آن مبادله می‌شود. وی می‌گوید: با ظهور فردگرایی عاطفی و ایجاد عشق رمانتیک، خانواده به عنوان دنیای خصوصی تعریف می‌شود. هورد بیان می‌کند: ارتباطات مدرن و استفاده از رسانه‌های جمعی باعث تغییرات شگرف در فرهنگ و تمامی این عوامل، منجر به تغییر در الگوهای سنتی خانوادگی می‌شود. (بهرام، 1393: 100)

با توجه به نظریه تغییرات فرهنگی اینگلههارت¹، گسترش رسانه‌های جمعی در ایران، تغییراتی را در اولویت ارزشی افراد به وجود آورده که باعث تفکیک نسلهای مختلف از حیث نوع ارزش‌گذاری بر ازدواج شده است. نسلهای بعد از انقلاب، بیشتر طالب کیفیت زندگی و گریزان از برخی ارزشهای خانواده، همچون تمایل کم به ازدواج و فرزندآوری‌اند و هر چه به دوره اخیر نزدیک می‌شویم، شدت تأثیر جهانی شدن بیشتر شده و ازدواج معنای جدیدی پیدا می‌کند. تحولات فناوریانه باعث تغییرات اساسی در خانواده و ارزشهای آن شد (سرای و اوجاقلو، 1392: 24-25). بنا بر نظر دورکیم، تغییر جامعه از شکل سنتی به مدرن، باعث تضعیف روح جمعی و تقویت فردگرایی در جوامع جدید شد. اینگلههارت این ایده را مطرح کرد که در جوامع صنعتی، با نوعی دگرگونی ارزشی مواجهیم. در نظریه وی، مفهوم کانونی مدرنیزاسیون این است که صنعتی شدن مجموعه‌ای از نتایج اجتماعی و فرهنگی را به همراه دارد که بر جامعه اثر می‌گذارد. این نظریه می‌گوید که صنعتی شدن، پیامدهای مختلفی از جمله در حوزه فرهنگی داشته است. پیدایش جامعه فراصنعتی، محرک پیدایش و گسترش دیدگاههای جهانی می‌شود. افزایش تحصیلات رسمی افراد و

1. Ronald Inglehart

10 ♦ فرهنگ در دانشگاه اسلامی 26

تجارب شغلی آنها به افراد کمک می‌کند که استعدادهایشان را برای تصمیم‌گیری مستقل افزایش دهند. بنابراین، پیدایش جامعه فراصنعتی منجر به افزایش و تأکید بیشتر بر خودابزاری می‌شود. (دیرند، 1388: 36-38)

لستهاق و همکاران معتقدند که تغییرات اساسی در ازدواج، هم‌خانگی بدون ازدواج، آزادی در روابط جنسی و فرزندآوری خارج از ازدواج، در تمام نقاط جهان گسترش خواهد یافت. گلدچیدر و وایت¹ بر این باورند که امکان ازدواج وابسته به میزان امنیت اقتصادی که برای ایجاد یک خانواده لازم است و بر اساس هنجارهای طبقه اجتماعی مشخص می‌شود. سن ازدواج برای هر دو جنس به زمان ورود مردان به یک شغل وابسته است. با تغییرات در نقشهای جنسیتی، تغییرات مشابهی در سن ازدواج به وجود می‌آید (کوشی و همکاران، 1391: 111). در همین راستا، پارسونز معتقد است نظام باز جوامع صنعتی گرایش به الگویی دارد که در آن انتخاب همسر امری شخصی است و در مورد آن دخالتی از جانب والدین اعمال نمی‌شود. در سیستم همسرگزینی آزاد، محرک انتخاب همسر، عشق رومانیتیک است و زن و شوهر تعهد دارند تا عاشق هم باشند. (کاری، 1382: 39-40)

2. مبانی تجربی

یافته‌های تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه جامعه‌پذیری و نگرش دختران به ارزشهای سنتی و مدرن در زمینه روابط بین شخصی دو جنس پیش از ازدواج» (موجد و عباسی شوازی، 1385) نشان داد که نگرش و سوگیری بیش از نیمی از دختران دانشجو (55/6 درصد) به این گونه دوستی‌ها، میانه بوده است. تحلیل‌های دو متغیره نشان داد که همبستگی نگرش دختران به روابط پیش از ازدواج، با متغیرهای اولویت‌های ارزشی، پابندی به ارزشهای دینی، نگرش دوستان، نگرش خانواده، تحصیلات پدر و مادر، دانشگاه محل تحصیل و برخی ابزارهای رسانه‌ای معنادار بوده است؛ در حالی که همبستگی آن با زمان حضور در دانشگاه و به کارگیری ابزارهای رسانه‌ای همچون روزنامه و مجله معنادار نبوده است. تحلیل چند متغیره نیز نشان داد که تنها سه متغیر پابندی به ارزشهای دینی، نگرش دوستان و نگرش خانواده، در مجموع 60/5 درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

ایلدراآبادی و همکارانش (1385) در تحقیقی به بررسی دیدگاهها و نظرات دانشجویان دختر و پسر در زمینه ازدواج پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که پسرها بیشتر از دختران به ازدواج فامیلی تمایل دارند. مهم‌ترین موانع ازدواج از دیدگاه دختران، ادامه تحصیل و پیدا نکردن زوج دلخواه و مشکل تصمیم‌گیری بود. ولی در پسران این موانع، نداشتن شغل و ادامه تحصیل و خدمت سربازی بوده است. در زمینه انتخاب همسر، دختران بیش از پسران به هنگام ازدواج به راهنمایی افراد خانواده توجه کرده‌اند.

1. Gold Ch & With

تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی بر تغییر ارزش ازدواج ... ♦ 11

نیک‌بخش (1390) دریافت که بین زوجین با ازدواج سنتی و غیر سنتی در مؤلفه‌های عشق تفاوت معنادار وجود دارد؛ بدین معنا که میانگین نمره مؤلفه‌های عشق در زوجین با ازدواج غیر سنتی به طور معناداری بیشتر از زوجین با ازدواج سنتی است. بین زوجین با ازدواج سنتی و غیر سنتی در الگوهای ارتباطی تفاوت معنادار وجود دارد؛ بدین صورت که میانگین نمره الگوی ارتباطی سازنده متقابل در زوجین با ازدواج غیر سنتی و میانگین نمره ارتباطی توقع کناره‌گیری در زوجین با ازدواج سنتی به طور معناداری بیشتر از گروه دیگر بود. ولی بین نمره الگوی ارتباطی اجتناب متقابل زوجین دو گروه، تفاوت معناداری مشاهده شد.

زارع شاه‌آبادی و سلیمانی (1391) طی تحقیقی گرایش دانشجویان به روابط پیش از ازدواج را در دانشگاه یزد بررسی کرده و نشان دادند که حدود 60 درصد از پاسخگویان، به روابط پیش از ازدواج، نگرش مثبت داشته و 22/5 درصد از پاسخگویان، با جنس مخالف رابطه نداشته‌اند. همچنین 36/7 درصد افراد با یک نفر و 27 درصد با بیش از یک نفر رابطه داشته‌اند. گرایش به رابطه پیش از ازدواج، با درآمد خانواده و تحصیلات پدر و سن فرد، رابطه مستقیم و با سطح دینداری، روابط حسنه با والدین و معدل دانشگاه، رابطه معکوس داشت؛ اما همستگی در آمد و تحصیلات و معدل معنادار نبود. همچنین تبیین رگرسیون نشان داد که دو متغیر نیاز عاطفی و دینداری، حدود 27 درصد از تغییرات را در زمینه گرایش به رابطه پیش از ازدواج تبیین می‌کنند.

یافته‌های پژوهش «هم‌خانگی؛ پیدایش شکل‌های جدید خانواده در تهران» (آزادارمکی و همکاران، 1391) نشان می‌دهد که هم‌خانگی محصول فرایند تجدد ایرانی و گسترش جهانی شدن و ورود آن به ایران است؛ فرایندهایی که ابتدا با تغییر اوضاع اقتصادی و فرهنگی جامعه، به تدریج تغییرات اجتماعی متفاوتی را در داخل کشور پدید می‌آورند. نتیجه این تغییرات اجتماعی، پیدایش الگوهای هم‌خانگی در میان برخی از جوانان کشور بوده است.

در بررسی عوامل مؤثر در گرایش به ازدواج اینترنتی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان (دستجردی و عرفان، 1391) که به روش توصیفی - پیمایشی انجام گرفته است، نتایج حاکی از آن است که عوامل فردی، خانوادگی، اجتماعی - فرهنگی، مذهبی، اقتصادی و فناورانه با گرایش به ازدواج اینترنتی در بین دانشجویان مرتبط است. عامل اجتماعی - فرهنگی بالاترین و اقتصادی کمترین علل گرایش به ازدواج‌های اینترنتی در بین دانشجویان بوده است.

هارپر¹ (2010) در مقاله‌ای با عنوان «رابطه بین نگرش فردگرایی و نگرش نسبت به ازدواج سنتی در جامعه معاصر آمریکا» به بررسی ارتباط بین نگرش فردگرایی و نگرش نسبت به ازدواج سنتی در جامعه معاصر آمریکا پرداخت. نتایج نشان داد که بین افزایش نگرش فردگرایی در اشخاص با افزایش نگرش منفی نسبت

به ازدواج سنتی، همبستگی مثبت معنادار وجود دارد. همچنین دیگر یافته‌ها حاکی از آن است که افزایش در نگرش فردگرایی از عوامل مؤثری است که از سه طریق به کاهش ازدواج کمک می‌کند: افزایش نرخ طلاق، کاهش نرخ ازدواج و افزایش تعداد جایگزین‌های ازدواج سنتی.

روزنفلد¹ (2016) نیز به بررسی تأثیر اینترنت و فناوری رسانه‌های اجتماعی در زندگی عاشقانه در میان متأهلان آمریکا پرداخته و به این نتیجه رسیده است که علاوه بر تأثیرات مثبت اینترنت بر ازدواج و روابط زن و مرد، این ابزار باعث آزادی عمل بیش از حد و انتخاب شرکای متعدد شده است که این امر احتمال دارد به منبعی برای بی‌ثباتی رابطه بین زوجین تبدیل شود.

در مجموع می‌توان گفت که در سالهای اخیر کاهش اهمیت ازدواج در بین جوانان، افزایش یافته است. موضوع مطالعه حاضر، یکی از حوزه‌های جدیدی است که محققان را به خود مشغول کرده است. محققان جامعه‌شناسی تلاش کرده‌اند با استفاده از نظریه‌پردازی و انجام تحقیقات متعدد در صدد تبیین موضوع برآیند تحقیق حاضر با استفاده از نظریه گیدنز، نظریه مدرنیزاسیون ویلیام گود و نظریه تغییرات فرهنگی اینگلهارت، تلاش می‌کند میزان اهمیت ازدواج و رابطه مصرف کالاهای فرهنگی و تغییر ارزش ازدواج را تبیین کند. همچنین پیشینه تجربی تحقیق نشان داد ازدواج‌های اینترنتی در بین جوانان و دانشجویان بیشتر شده، شکل‌های جدید هم‌خانگی در بین جوانان ایرانی گسترش یافته و روابط جنسی خارج از حیطه ازدواج در حال گسترش است؛ که همه موارد گفته شده ناشی از گسترش استفاده از فناوری‌ها، رسانه‌های جمعی، وسایل ارتباط جمعی و تحت تأثیر جهانی شدن می‌باشد. محققان در تحقیق حاضر تلاش می‌کنند ارتباط مصرف کالاهای فرهنگی و میزان اهمیت ازدواج و تغییر ارزش ازدواج در بین دانشجویان دانشگاه تبریز را بررسی کنند. به همین منظور فرضیه‌های ذیل برای بررسی تدوین شده‌اند:

- بین مصرف کالاهای فرهنگی و میزان تغییر ارزش ازدواج در میان دانشجویان دانشگاه تبریز رابطه وجود دارد.
- بین مصرف کالاهای فرهنگی و میزان اهمیت ازدواج در میان دانشجویان دانشگاه تبریز رابطه وجود دارد.
- بین مصرف کالاهای فرهنگی و ارزش تجردگرایی در میان دانشجویان دانشگاه تبریز رابطه وجود دارد.
- بین مصرف کالاهای فرهنگی و عشق‌ورزی در میان دانشجویان دانشگاه تبریز رابطه وجود دارد.
- بین مصرف کالاهای فرهنگی و تغییر نوع انتخاب همسر در میان دانشجویان دانشگاه تبریز رابطه وجود دارد.
- بین مصرف کالاهای فرهنگی و تغییر در مفهوم ازدواج در میان دانشجویان دانشگاه تبریز رابطه وجود دارد.
- بین مصرف کالاهای فرهنگی و آزادی انتخاب در میان دانشجویان دانشگاه تبریز رابطه وجود دارد.
- بین مصرف کالاهای فرهنگی و تغییر نحوه روابط قبل از ازدواج رابطه وجود دارد.
- میزان تغییر ارزش ازدواج در میان دانشجویان دانشگاه تبریز به تفکیک جنسیت متفاوت است.

ج) روش‌شناسی

روش این تحقیق بر اساس هدف، از نوع کاربردی است. در واقع؛ هدف، توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص (تغییر ارزش ازدواج) است. روش تحقیق بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها، پیمایشی است؛ به این معنی که توزیع ویژگی‌های جامعه آماری مد نظر بوده و هدف، تبیین وضعیت موجود و شناسایی رابطه بین رویدادها بوده است. به عبارتی؛ توجه محقق به شناخت و مطالعه میزان تغییرات عوامل، اثر معناداری کنشها و واکنشهای عوامل معطوف است. لذا این روش برای بررسی میزان تغییرات یک یا چند عامل دیگر به کار می‌رود. از ویژگی‌های عمده این روش، می‌توان به مدل‌سازی، ترسیم مدل‌های علی، قابلیت تعمیم‌پذیری یافته‌ها، روابط و شدت رابطه بین متغیرها و جهت همبستگی بین آنها اشاره کرد.

ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه بسته‌پاسخ است. جامعه آماری تحقیق، دانشجویان دانشگاه تبریز به تعداد 15457 نفر در سال تحصیلی 1394 می‌باشند که از این تعداد، 403 نفر با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز، از نمونه‌گیری منطبق متناسب توأم با تصادفی ساده استفاده شده است. گفتمنی است که تعداد نمونه اختصاص داده شده به هر یک از دانشکده‌ها، متناسب با تعداد آنهاست.

$$n = \frac{NS^2T^2}{Nd^2 + S^2T^2} = \frac{15457 \times 3.84 \times 0 / 27}{15457 \times (.05)^2 + 3.84 \times 0 / 27} = 403$$

در این فرمول: N = تعداد کل جامعه آماری = 15457 نفر، t²: برابر است با 3/84، S²: برابر است با واریانس متغیر وابسته در پیش‌آزمون (0/27)، d²: برابر است با دقت احتمالی مطلوب (0/0025)

جدول 1: مشخصات جامعه و نمونه آماری بر حسب دانشکده و جنسیت

دانشکده	دانشجویان		دانشجویان دختر		دانشجویان پسر	
	جامعه آماری	نمونه آماری	جامعه آماری	نمونه آماری	جامعه آماری	نمونه آماری
حقوق و علوم اجتماعی	880	23	481	13	399	10
اقتصاد	664	17	404	10	260	7
جغرافیا	753	20	423	11	330	9
ادبیات و زبانهای خارجه	787	21	526	14	261	7
کشاورزی	2446	63	1346	35	1100	28
علوم تربیتی	886	23	636	17	250	6
مهندسی مکانیک	1715	44	1200	31	515	13
برق و کامپیوتر	1676	44	626	17	1050	27
عمران	1533	39	476	12	1057	27
ریاضی	848	22	547	14	301	8
دامپزشکی	399	11	222	6	177	5
شیمی	827	22	508	13	319	9

14 ♦ فرهنگ در دانشگاه اسلامی 26

8	295	15	582	23	877	علوم طبیعی
8	264	9	357	17	621	فیزیک
6	226	6	226	12	452	تربیت بدنی
1	40	1	53	2	93	الهیات
179	6844	224	8613	403	15457	جمع کل

1. تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق

یک) مصرف کالاهای فرهنگی: برای اندازه‌گیری میزان مصرف کالاهای فرهنگی از مؤلفه‌ها و شاخصهای ذیل استفاده شده است (جدول 2). هر یک از شاخصها نیز به صورت طیف لیکرت شش گزینه‌ای در 14 گویه بررسی شده است.

جدول 2: تعریف عملیاتی متغیر مصرف کالاهای فرهنگی

مفهوم	مؤلفه	شاخصها
مصرف کالاهای فرهنگی	رسانه‌های جمعی	گوش دادن به رادیو. مطالعه روزنامه، مجله و کتب غیر درسی. استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای برای آگاهی از مسائل جدید. استفاده از سایتهای اینترنتی.
	شبکه‌های اجتماعی	استفاده از فناوری‌ها و اتاقهای گفتگوی مجازی (چت و پیام کوتاه). بارگذاری عکس، کلیپ و موسیقی در اینترنت و شبکه‌های مجازی. رفتن به تئاتر و سینما.
	فناوری‌های جدید	گوش دادن به موسیقی پاپ. گوش دادن به موسیقی راک. بازدید از موزه‌ها و آثار هنری. رفتن به کنسرت.
تجربه جهانی شدن	ارتباط با غیر هم‌جنس در محیط اینترنتی. درد و دل کردن با غیر هم‌جنس در محیط اینترنتی. استفاده از گفتمان اینترنتی. عضویت در شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک، توئیتر، چت‌روم، کلوب و ...)	

دو) تغییر ارزش ازدواج: میزان تغییر در ارزش ازدواج، در ابعاد میزان اهمیت ازدواج، عشق، تجردگرایی، آزادی انتخاب، تغییر نوع انتخاب همسر، تغییر مفهوم ازدواج و تغییر روابط قبل از ازدواج به وسیله 52 گویه که شاخصهای آن در جدول 3 منعکس شده، اندازه‌گیری شد.

تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی بر تغییر ارزش ازدواج ... ♦ 15

جدول 3: اندازه‌گیری متغیر تغییر در ارزش ازدواج

مفهوم	ابعاد	مؤلفه	شاخصها
ارزش ازدواج	میزان اهمیت ازدواج	ازدواج سنگ بنا و اساس خانواده ازدواج در سن مناسب	ازدواج سنگ بنا و اساس خانواده ازدواج جوانان در سن مناسب ازدواج آغاز عشق واقعی خوشحالی بیشتر افراد ازدواج کرده نسبت به مجردها
	تغییر مفهوم ازدواج	هم خانگی فردی شدن ازدواج آزادی از قید سنت	زندگی مشترک دو جنس مخالف با هم بدون ازدواج فرزندآوری خارج از حیطه ازدواج روابط آزاد دو جنس مخالف غیر رسمی شدن ازدواج تمایل به ازدواج از قید سنت و ازدواج فردی شدن ازدواج
	ارزش تجردگرایی	انصراف از ازدواج ازدواج در سن بالا	لذت بردن از دوره مجردی ترجیح تجرد ماندن تا آخر عمر ترجیح ادامه تحصیل نسبت به ازدواج ترجیح اشتغال نسبت به ازدواج ترجیح ازدواج در سن بالا ترجیح تجرد نسبت به تأهل به خاطر شرایط دست و پاگیر دوره متأهلی شادابی بیشتر افراد مجرد نسبت به افراد متأهل
	تغییر نوع انتخاب همسر	افزایش ازدواج اینترنتی کاهش ازدواج فامیلی ازدواج از طریق ارتباط با جنس مخالف	نتیجه بخش بودن روشهای سنتی خواستگاری رواج ازدواج از طریق دوست‌یابی اینترنتی (چت و گفتگو در اینترنت و ...) رواج ازدواج از طریق شبکه‌های همسریابی در بین جوانان رواج ازدواج از طریق دوست‌یابی در شبکه‌های اجتماعی چون فیس بوک و کلوب عادی شدن انتخاب همسر از طریق دوست‌یابی در شبکه‌های مجازی در بین جوانان ترجیح ازدواج بعد از شناخت کامل طرفین پیدا کردن همسر مناسب از طریق ارتباط با جنس مخالف انتخاب همسر از طریق رابطه دوستانه و مبتنی بر علاقه استحکام بنیان خانواده از طریق آشنایی قبل از ازدواج آشنایی قبل از ازدواج منجر به کاهش تعارضات بعد از ازدواج افزایش طلاق از طریق ازدواجهای مبتنی بر دوستی و عدم آشنایی خانواده‌ها کاهش طلاق از طریق ازدواجهای مبتنی بر معرفی والدین کاهش طلاق از طریق ازدواجهای مبتنی بر نسبت خانوادگی و فامیلی ترجیح ازدواج با فامیل و آشنایان

<p>آزادانه تر شدن ارتباط دخترها و پسرها بیشتر شدن طول دوره آشنایی قبل از ازدواج رابطه صمیمی و جنسی پیش از ازدواج خوب نبودن رابطه جنسی قبل از ازدواج، چون منجر به ازدواج نمی‌شود. بیشتر دوستی دختر و پسرها منجر به ازدواج می‌شود دوستی دختر و پسرها بیشتر برای همدلی (درد و دل کردن) در دوستی دختر و پسرها وابستگی ایجاد می‌شود ولی منجر به ازدواج نمی‌شود. شناخت بیشتر بر اثر معاشرت قبل از ازدواج مخالفت با رابطه قبل از ازدواج رابطه رسمی بدون حضور اعضای خانواده رابطه رسمی با حضور اعضای خانواده فرا رفتن نحوه آشنایی دخترها و پسرها از ارزشها و هنجارهای موجود آگاهی و شناخت بیشتر از یکدیگر از طریق ارتباط با جنس مخالف لطمه دیدن زندگی آینده دخترها و پسرها از طریق روابط پیش از ازدواج لزوم ارتباط با جنس مخالف پیدا کردن آرامش از طریق صحبت کردن با جنس مخالف فکر می‌کنم غیرهم‌جنس حرفهایم را بهتر می‌فهمد احساس حقارت به خاطر نداشتن دوستی از جنس مخالف تمایل به برقراری رابطه با جنس مخالف با دیدن روابط دوستان</p>	<p>طولانی شدن ارتباط قبل از ازدواج برای شناخت بیشتر تغییر نحوه ارتباط دختر و پسرها نگرش به روابط گرایش به روابط نیاز عاطفی چشم و هم چشمی</p>	<p>روابط قبل از ازدواج</p>	
<p>عشق واقعی نسبت به همسر قبل از ازدواج به عنوان ملاک مهم انتخاب همسر تمایل به انتخاب همسر به صورت عاقلانه عشق احساسی و رمانتیک قبل از ازدواج به عنوان ملاک انتخاب همسر</p>	<p>عشق به عنوان مهم‌ترین ملاک انتخاب همسر</p>	<p>عشق</p>	
<p>نقش اساسی فرد در انتخاب شریک زندگی اش مهم نبودن نظر فرد در انتخاب شریک زندگی اش ارزش بودن آزادی داشتن ارتباط با جنس مخالف مهم بودن نظر دختر و پسر در مورد انتخاب شریک زندگی و نظر والدین به عنوان داور خانواده به عنوان مهم‌ترین معیار برای ازدواج فرزندان کمتر شدن فاصله سنی زوجین ازدواج بدون خواستن نظر والدین در مورد شریک زندگی</p>	<p>آزادی انتخاب</p>	<p>فردگرایی</p>	

2. ابزار اندازه‌گیری و روایی¹ و پایایی² آن

گردآوری داده‌های تحقیق حاضر از طریق پرسشنامه³ محقق ساخته³ انجام شده است. اغلب گویه‌های پرسشنامه به شکل طیف پنج و شش درجه‌ای به صورت بسته پاسخ طراحی شده بود. برای بررسی روایی (اعتبار) پرسشنامه، از اعتبار محتوایی استفاده شده است. اعتبار محتوایی بیانگر این است که معرفها تا چه میزان وجوه مختلف مفهوم را می‌سنجند (دواس، 1389: 64). طبق این نوع اعتبار، اجماع نظر متخصصان، نشان از اعتبار محتوایی گویه‌های موجود در پرسشنامه برای اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق دارد؛ به این صورت که تلاش شد معرفهایی تهیه شوند که سازه‌های (متغیرهای) بررسی را در حد قابل قبولی پوشش دهند. روش اندازه‌گیری روایی پرسشنامه و گویه‌های مندرج در آن، روایی محتوایی است. طبق این نوع روایی، اجماع نظر متخصصان، نشان از روایی محتوایی گویه‌های موجود در پرسشنامه برای اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق دارد. نتایج حاصل از دیدگاهها و نظرات صاحب‌نظران این حوزه در خصوص سؤاها و گویه‌های مندرج در پرسشنامه، بیان‌کننده این امر بود که با اصلاحات جزئی در گویه‌های ابزار سنجش، روایی محتوایی آن حاصل خواهد شد. محققان نیز با رعایت نظرات صاحب‌نظران و اصلاح (تعدیل در تعداد گویه‌ها و اصلاح برخی از آنها) ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه نهایی را تنظیم کردند. همچنین، پایایی متغیرهای تحقیق؛ یعنی مصرف کالاهای فرهنگی و تغییر ارزش ازدواج به همراه ابعاد آن (میزان اهمیت ازدواج، عشق، تجردگرایی، آزادی انتخاب، تغییر نوع انتخاب همسر، تغییر مفهوم ازدواج و تغییر روابط قبل از ازدواج) به وسیله آلفای کرونباخ برآورد شده است. نتایج تحلیل پایایی گویه‌های متغیرهای اصلی؛ یعنی مصرف کالاهای فرهنگی و تغییر ارزش ازدواج، نشان می‌دهد گویه تخصیص یافته برای اندازه‌گیری متغیرهای مذکور از پایایی مناسبی برخوردار است؛ زیرا مقدار آنها بالاتر از 0/7 بوده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Validity

2. Reliability

3. برای اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق، محققان با الهام از مقیاسهای داخلی و خارجی مشابه، اقدام به ساخت مقیاس اندازه‌گیری کرده و در نهایت، مقیاس اولیه تنظیم و برای سنجش روایی و پایایی آن مطالعه مقدماتی در جامعه آماری صورت گرفت.

جدول 4: نتایج تحلیل پایایی متغیرهای تحقیق

متغیرها	تعداد گویه	پایایی کل
مصرف کالاهای فرهنگی	14	0/79
ارزش ازدواج	52	0/86
میزان اهمیت ازدواج	4	0/75
میزان تجردگرای	3	0/68
عشق	4	0/66
آزادی انتخاب	9	0/52
تغییر نوع انتخاب همسر	10	0/72
تغییر مفهوم ازدواج	6	0/58
تغییر روابط قبل از ازدواج	16	0/78

(د) یافته‌ها

نتایج به دست آمده از تحلیل توصیفی متغیرهای زمینه‌ای (جدول 5) نشان‌دهنده این است که اکثر دانشجویان مطالعه شده از لحاظ وضعیت جنسی، دختر؛ از حیث محل تولد، شهر و از حیث سطح تحصیلات مادر، دیپلم برآورد شده است.

جدول 5: معرفی خصوصیات جامعه مورد بررسی

متغیرها	توزیع فراوانی و درصد
جنسیت	دانشجویان دختر 224 نفر (55/6 درصد) و دانشجویان پسر 179 نفر (44/4 درصد)
سطح تحصیلات مادر	24 نفر (6 درصد) بی‌سواد، 47 نفر (11/7 درصد) ابتدایی، 50 نفر (12/4 درصد) راهنمایی، 111 نفر (27/5 درصد) دیپلم، 70 نفر (17/4 درصد) فوق دیپلم، 75 نفر (18/6 درصد) لیسانس، 20 نفر (5 درصد) فوق لیسانس و 6 نفر (1/5 درصد) دکتری
محل تولد	279 نفر (94 درصد) شهر و 24 نفر (6 درصد) روستا

نتایج حاصل از تحلیل توصیفی متغیرهای مصرف کالاهای فرهنگی و تغییر ارزش ازدواج و ابعاد ارزش ازدواج نشان می‌دهد که مقدار میانگین به دست آمده برای متغیرهای مصرف کالاهای فرهنگی، تجردگرای، تغییر نوع انتخاب همسر، تغییر مفهوم ازدواج و تغییر روابط قبل از ازدواج در بین دانشجویان، در حد متوسط و میانگین برای متغیر عشق و آزادی انتخاب در بین دانشجویان در حد متوسط به بالاست. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که میزان تغییر ارزش ازدواج در میان دانشجویان مطالعه شده در حد متوسط به بالا و قابل توجه است.

تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی بر تغییر ارزش ازدواج ... ♦ 19

جدول 6: آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

آماره‌ها	تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	واریانس	حداقل	حداکثر	دامنه تغییرات
مصرف کالاهای فرهنگی	403	49/77	10/56	111/47	17	77	60
میزان اهمیت ازدواج	403	18/15	4/04	16/29	4	24	20
تجرب‌گرایی	403	10/01	3/52	12/37	3	18	15
عشق	403	15/45	3/69	13/68	4	24	20
آزادی انتخاب	403	40/59	4/85	23/58	25	54	29
تغییر نوع انتخاب همسر	403	38/7	7/49	56/11	13	60	47
تغییر مفهوم ازدواج	403	21/43	4/77	22/83	7	36	29
روابط قبل از ازدواج	403	53/8	10/88	118/44	25	96	71
ارزش ازدواج	403	187/80	25/063	628/16	106	292	186

نتایج آزمون تفاوت میانگین تغییر ارزش ازدواج بر حسب جنسیت و محل تولد دانشجویان نشان داد که میانگین تغییر ارزش ازدواج در بین پسران برابر با 192/23 و در میان دختران نیز برابر با 184/26 است. بنابر این، میانگین تغییر ارزش ازدواج در میان دانشجویان پسر بیش از دانشجویان دختر بوده است و این میزان اختلاف مشاهده شده در سطح اطمینان 99 درصد اختلاف معناداری به شمار می‌رود. همچنین میانگین تغییر ارزش ازدواج در بین دانشجویانی که محل تولدشان شهر بوده، به مراتب بالاتر از میانگین تغییر ارزش ازدواج در بین دانشجویانی است که محل تولد آنها روستاست. اما این میزان اختلاف مشاهده شده در سطح اطمینان 95 درصد معنادار نیست؛ زیرا سطح معناداری آزمون بزرگ‌تر از 0/05 است.

نتایج تحلیل واریانس میزان تغییر ارزش ازدواج بر حسب سطح تحصیلات مادر (جدول 8) حاکی از آن است که میزان تغییر ارزش ازدواج بر حسب تحصیلات یکسان نبوده و تفاوت مشاهده شده در بین گروه‌های مختلف تحصیلی در سطح اطمینان 99 درصد معنادار تلقی می‌شود.

جدول 7: نتایج آزمون تفاوت میانگین میزان تغییر ارزش ازدواج به تفکیک جنسیت و محل تولد

نتیجه آزمون	سطح معناداری	مقادیر تی	درجه آزادی	میانگین	تعداد مشاهدات	متغیر	
قبول فرضیه	0/001	3/21	401	192/23	179	پسر	
				184/26	224	دختر	
رد فرضیه	0/141	1/47	401	188/26	379	شهر	
				180/50	24	روستا	

جدول 8: نتایج آزمون تحلیل واریانس میزان تغییر ارزش ازدواج بر حسب تحصیلات مادر

نتیجه آزمون	سطح معناداری	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	منبع تغییرات
قبول فرضیه	0/001	3/49	2106/33	7	14744/28	بین گروهی
			601/96	395	237775/23	درون گروهی
				402	252519/51	کل

نتایج تحلیل همبستگی بین متغیر مصرف کالاهای فرهنگی با تغییر ارزش ازدواج و ابعاد آن (میزان اهمیت ازدواج، تجردگرایی، عشق، آزادی انتخاب، تغییر نوع انتخاب همسر، تغییر مفهوم ازدواج و تغییر روابط قبل از ازدواج) نشان می‌دهد که بین مصرف کالاهای فرهنگی و تغییر ارزش ازدواج همراه با ابعادش، به جز بعد میزان اهمیت ازدواج در بین دانشجویان، همبستگی معنادار و مثبتی وجود دارد. به بیان دیگر؛ دانشجویانی که میزان مصرف کالاهای فرهنگی در بین آنها زیاد است و بیشتر تحت تأثیر فناوری و رسانه‌ها و جهانی شدن قرار دارند، میزان تغییر ارزش ازدواج در بین آنها بیشتر است. همچنین بین مصرف کالاهای فرهنگی و میزان اهمیت ازدواج رابطه معنادار و معکوس مشاهده شده است؛ به این مفهوم که با بالا رفتن میزان مصرف کالاهای فرهنگی در بین دانشجویان میزان اهمیت ازدواج نیز پایین می‌آید. شدت همبستگی مصرف کالاهای فرهنگی با میزان اهمیت ازدواج، عشق و آزادی انتخاب ضعیف و در ابعاد ارزش ازدواج، تجردگرایی، تغییر مفهوم ازدواج، تغییر نوع انتخاب همسر و تغییر روابط قبل از ازدواج شدت همبستگی به دست آمده متوسط است.

تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی بر تغییر ارزش ازدواج ... ♦ 21

جدول 9: نتایج تحلیل همبستگی بین مصرف کالاهای فرهنگی و میزان تغییر ارزش ازدواج و ابعاد آن

تغییر روابط قبل از ازدواج	تغییر نوع انتخاب همسر	تغییر مفهوم ازدواج	آزادی انتخاب	عشق	تجرد گزایی	میزان اهمیت ازدواج	ارزش ازدواج	
0/369	0/348	0/349	0/132	0/230	0/415	-0/163	0/482	ضریب همبستگی
0/000	0/000	0/000	0/008	0/000	0/000	0/001	0/000	سطح معناداری
403	403	403	403	403	403	403	403	تعداد

در نهایت پس از تحلیل همبستگی متغیرها، برازش کاراترین مدل رگرسیونی با کنترل پیش فرضها برای تبیین میزان تغییر ارزش ازدواج در میان دانشجویان به وسیله متغیرهای مصرف کالاهای فرهنگی، جنسیت و محل تولد بر اساس داده‌ها انجام شد. نتایج حاصل از مدل رگرسیون گام به گام نشان می‌دهد که همه متغیرهای مستقل تحقیق وارد مدل نهایی شده است. که در نهایت این متغیرها توانسته‌اند به طور معناداری 25/3 درصد از تغییرات متغیر میزان تغییر ارزش ازدواج در میان دانشجویان را تبیین کنند. همچنین ضرایب استاندارد بتا بیانگر این است که با افزایش میزان مصرف کالاهای فرهنگی، میزان تغییر در ارزش ازدواج نیز شدت می‌گیرد. همچنین پسر بودن جنسیت دانشجویان و شهری بودن آنها نیز در میزان تغییر ارزش ازدواج موثرند و تأثیرشان نیز مثبت است.

جدول 10: جدول آماره‌های تحلیل رگرسیون چند متغیره میزان تغییر ارزش ازدواج

متغیر	بنای استاندارد شده	T	sig	آنالیز واریانس		ضریب همبستگی چندگانه
				سطح معناداری	کمیت F	
مصرف کالاهای فرهنگی	0/476	10/997	0/000	0/000	46/311	ضریب تبیین اصلاح شده
پسر بودن	0/134	3/091	0/002			اشتباه معیار برآورد
شهری بودن	0/103	2/384	0/018			کمیت دوربین واتسون

هـ) بحث و نتیجه‌گیری

در سالهای اخیر، ارزش ازدواج به طور چشمگیری در بین جوانان تغییر کرده است؛ به طوری که بیشتر جوانان تحت تأثیر رسانه‌های غربی، مصرف کالاهای فرهنگی و فناوری و دنیای مدرن، خواهان آزادی بوده و کمتر تمایل به ازدواج دارند و ازدواج در بین پسران بیشتر از دختران اهمیتش را از دست داده است. بر همین اساس، هدف اصلی مقاله حاضر، مطالعه رابطه بین مصرف کالاهای فرهنگی و تغییر ارزش ازدواج است.

پس از گردآوری داده‌ها، نتایج نشان داد که مصرف کالاهای فرهنگی از جمله عواملی است که نقش تعیین‌کننده در تغییر ارزش ازدواج داشته است. با توجه به معناداری مصرف کالاهای فرهنگی و استفاده از فناوری‌های جدید با تغییر نوع انتخاب همسر، آزادی انتخاب و تغییر مفهوم ازدواج، به نظر می‌رسد یافته تحقیق حاضر با نظریه گیدنز، هورد و اینگلهارت مطابقت دارد. به نظر گیدنز، تغییرات اتفاق افتاده در جامعه مدرن، باعث شده برخی از ویژگی‌های ازدواج در جامعه سنتی، مانند نوع انتخاب همسر و دخالت در آن، ازدواجهای فامیلی، پایین بودن سن ازدواج، فاصله سنی زن و مرد و انتخاب آزادانه همسر تغییر کنند و پدیده‌های جدیدی همچون ازدواجهای اینترنتی رواج یابد که نتیجه گسترش استفاده از فناوری‌های جدید و ویژگی بارز جهان مدرن است. اینترنتی شدن روابط اجتماعی در جامعه امروز ایران بیان‌کننده این است که گپ و گفتهای دوستانه در دنیای مجازی در حال تبدیل شدن به فرهنگی پذیرفته شده است. امروزه بشر استفاده از وسایل ارتباط جمعی مانند اینترنت و ماهواره را جزء جدایی‌ناپذیر زندگی می‌داند. دنیای جدید، شیوه نوین را برای زندگی می‌طلبد و افراد ترجیح می‌دهند امور ضروری زندگی، از جمله ازدواج را از طریق اینترنت پیگیری کنند. به نظر وی، تغییرات اتفاق افتاده در نتیجه تضاد بین سنت و مدرنیته، باعث تغییر نقشهای ثابت در ازدواج و تغییر در مفهوم ازدواج شده است.

معنادار بودن رابطه استفاده از فناوری‌های جدید و پیدایش عشق احساسی و رمانتیک نیز با این نظر گیدنز مطابقت دارد که امروزه فناوری‌های جدید باعث شده افراد از طریق اینترنت با بیرون از مرزهای خود ارتباط برقرار کنند. توجه‌گر فردیت انسان غربی در خانواده دوره مدرن، پیدایش عشق احساسی یا رمانتیک است. در نظر وی، یکی از ویژگی‌های نظام اجتماعی مدرن، برقراری ارتباط دوستانه با افراد گوناگون است. دوست‌یابی‌های رایانه‌ای نشانه آن است که در دنیای جدید، هر گاه شخصی مایل باشد خارج از اصول سنتی، انتخابهایی برای برقراری ارتباط دوستانه با دیگران به عمل بیاورد، امکانات گوناگونی خواهد یافت که طیف وسیعی از روابط عاشقانه در آن مبادله می‌شود. وی می‌گوید که با ظهور فردگرایی عاطفی و ایجاد عشق رمانتیک، خانواده به عنوان دنیای خصوصی تعریف می‌شود. مشابه گیدنز، هورد نیز بیان می‌کند که ارتباطات مدرن و استفاده از رسانه‌های جمعی باعث تغییرات شگرف در فرهنگ شده و تمامی این عوامل منجر به تغییر در الگوهای سنتی خانوادگی می‌شود.

23 ◆ تأثیر مصرف کالاهای فرهنگی بر تغییر ارزش ازدواج ...

اینگلهارت نیز در نظریه تغییرات فرهنگی اشاره به این دارد که گسترش رسانه‌های جمعی منجر به تغییراتی در اولویت ارزشی افراد و باعث تفکیک نسل‌های مختلف از حیث نوع ارزش‌گذاری بر ازدواج شده است. نسل‌های بعد از انقلاب بیشتر طالب کیفیت زندگی و گریزان از برخی ارزش‌های خانواده همچون تمایل کم به ازدواج و فرزندآوری‌اند و هر چه به دوره اخیر نزدیک می‌شویم، شدت تأثیر جهانی شدن بیشتر شده و ازدواج معنای جدیدی پیدا می‌کند. تحولات فناورانه باعث تغییرات اساسی در خانواده و ارزش‌های آن شده است. اینگلهارت این ایده را مطرح کرد که در جوامع صنعتی با نوعی دگرگونی ارزشی مواجهیم. در نظریه وی، مفهوم کانونی مدرنیزاسیون این است که صنعتی شدن مجموعه‌ای از نتایج اجتماعی و فرهنگی را به همراه دارد که بر جامعه اثر می‌گذارد. این نظریه می‌گوید صنعتی شدن پیامدهای مختلفی از جمله در حوزه فرهنگی داشته است. علاوه بر آن، نتایج تحقیق با نظریه ویلیام گود نیز سازگار است. طبق نظر ویلیام گود، فرایند نوسازی بر ازدواج سنتی اثر منفی دارد؛ یعنی هرچه نوسازی در یک جامعه بیشتر باشد، ازدواج سنتی کم‌رنگ‌تر می‌شود. به عقیده وی، یکی از معرف‌های ازدواج سنتی، ازدواج فامیلی است که در جوامع سنتی بیشتر نمود دارد. از طرفی، نخستین اثر نوسازی، ترفیع پایگاه اجتماعی زنان و همسران آنان است که به نوبه خود کاهش ازدواجهای فامیلی را به دنبال دارد. همچنان‌که با گسترش نوسازی، ازدواجهای فامیلی کم می‌شود، شمار افرادی که با آزادی بیشتر در جامعه همسر خود را انتخاب می‌کنند نیز افزایش می‌یابد. افراد با موقعیت اجتماعی بالا در جوامع سنتی خواهان آزادی بیشتر بوده و بدون توجه به ازدواجهای سنتی، در سنین بالاتر ازدواج می‌کنند. به عقیده گود، جوانان می‌بایست در پی وابستگی عاشقانه با یکدیگر ازدواج کنند و والدین به منظور نظارت بر گزینش فرزندان‌شان، باید در برابر انتخاب آنها تسلیم شوند و برای حصول اطمینان از ازدواجی مناسب، در محله‌های خوب منزل گزینند و فرزندان‌شان را به مدارس خوب بفرستند. در همین راستا، نظریه پردازان مدرنیته نیز به تغییرات ارزشی همگام با رشد فناوری‌ها اشاره کرده و ادعا می‌کنند که با مدرنیزاسیون، انتظاراتی برای افراد دارای موقعیت اجتماعی بالا مطرح می‌شود. افراد دارای پایگاه اجتماعی بالا تمایل بیشتری به آزادی از قید جامعه سنتی و بعد از آن در ازدواج و تمایل کمتری به ازدواجهای ترتیب داده شده دارند. در بستر مدرنیته، تجربه جهانی شدن منجر به دگرگونی ارزش‌های خانواده و تضعیف میل به ازدواج شده است.

سوی نظریه، نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات قبلی انجام شده در داخل و خارج از کشور نیز مطابقت دارد. موحد و عباسی شوازی (1385) دریافتند که نگرش دختران به روابط پیش از ازدواج، با متغیرهای اولویتهای ارزشی، پابندی به ارزش‌های دینی، نگرش دوستان، نگرش خانواده، تحصیلات پدر و مادر، دانشگاه محل تحصیل و برخی ابزارهای رسانه‌ای مرتبط است. زارع شاه‌آبادی و سلیمانی (1391) نیز به گسترش رابطه پیش از ازدواج در جوامع معاصر تأکید کرده‌اند. آزاد ارمکی و همکاران (1391) به نوع خاصی از رابطه اشاره داشته و در تحقیق خود ادعا کرده‌اند که هم‌خانگی، محصول فرایند تجدد ایرانی و

گسترش جهانی شدن و ورود آن به ایران است. دستجردی و عرفان (1391) نیز عامل اجتماعی - فرهنگی را مهم‌ترین علل گرایش به ازدواج‌های اینترنتی در بین دانشجویان معرفی کرده است. روزنفیلد (2016) در تحقیقش دریافت که اینترنت و فناوری رسانه‌های اجتماعی بر زندگی عاشقانه در میان متأهلان تأثیر بی‌ثبات کننده دارد. در همین راستا، هارپر (2010) نیز به افزایش نگرشهای مبتنی بر فردگرایی اشاره کرده که این امر از سه طریق افزایش نرخ طلاق، کاهش نرخ ازدواج و افزایش تعداد جایگزین‌های ازدواج سنتی، به کاهش ازدواج کمک می‌کند.

در مجموع آنچه در نظریه‌های گیلنر، اینگلهارت، هورد و نظریه‌پردازان مدرنیته و همچنین نتایج تحقیقات متعدد و نتایج تحقیق حاضر بر می‌آید، این است که مصرف کالاهای فرهنگی با ویژگی جدید منجر به تغییرات ارزشی و هنجاری در جامعه، به ویژه در حوزه ازدواج و خانواده شده است؛ به طوری که سبکهای ازدواج و همچنین سبکهای ارتباطی بین دختران و پسران به ویژه قشر دانشجو را دچار دگرگونی اساسی کرده است. لذا نیاز به توجه دقیق و برنامه‌ریزی‌های بنیادی و راهبردی برای کانالیزه کردن آنها در راستای هنجارها و ارزشها حاکم بر جامعه کاملاً احساس می‌شود تا تغییرات در جهت فرهنگ جامعه خودمان باشد نه در جهت فرهنگ و تغییرات جوامع غربی. همچنین، با لحاظ کردن رابطه معنادار بین مصرف کالاهای فرهنگی و ارزش ازدواج، به صدا و سیما توصیه می‌شود فیلمهایی در زمینه مشکلات ازدواج و گیسختگی خانواده در بین کسانی که همسر خود را از طریق شبکه‌های مجازی چون کلوب و غیره انتخاب می‌کنند تهیه و پخش کنند تا جوانان از مخاطرات آنها آگاهی یابند.

یافته‌های متغیرهای جمعیت‌شناسی در خصوص جنسیت نشان داد که ارزش ازدواج در بین پسران بیشتر از دختران دستخوش تغییر شده است. در همین راستا، پیشنهاد می‌شود در دانشگاهها کارگاه آموزشی و نشستهایی در زمینه اهمیت ازدواج و تشکیل خانواده و کلاسهای مشاوره در زمینه بالا بردن اهمیت عقلانیت به عنوان ملاک انتخاب همسر در بین دانشجویان گذاشته شود تا در انتخاب همسر به صورت عاقلانه تصمیم بگیرند. برگزاری این کارگاهها و نشستها برای دانشجویان پسر ضروری‌تر از دانشجویان دختر است؛ زیرا تغییرات ازدواج در بین دانشجویان پسر شدیدتر از دانشجویان دختر بوده است.

همچنین، نتایج تغییر ارزش ازدواج بر حسب سطح تحصیلات مادران حاکی از آن است که تغییر ارزش ازدواج در میان دانشجویانی که مادران آنها تحصیلات بالاتری دارند، در قیاس با دانشجویانی که مادرانشان تحصیلات پایین‌تری دارند، به مراتب شدیدتر بوده است. بر همین اساس، پیشنهاد می‌شود بسته‌های آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی در خصوص ازدواج و شیوه‌های همسرگزینی و ترغیب فرزندان به ازدواج برای والدین دانشجویان، به ویژه مادران تهیه شود. در این بسته‌ها توجه ویژه برای مادران تحصیل کرده بایستی لحاظ شود؛ زیرا تغییر ارزش ازدواج در بین فرزندان آنها بیشتر بوده است.



منابع

- آزاد ارمکی، تقی؛ محمدحسین شریفی ساعی، مریم ایناری و سحر طالبی (1391). «هم‌خانگی؛ پیدایش شکلهای جدید خانواده در تهران». جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، دوره سوم، ش 1: 43-77.
- ایلدرآبادی، اسحق؛ محمدعباس زاده، الهه اسدی و حسین علی خزاعی (1385). «مقایسه دیدگاه دانشجویان پسر و دختر پیرامون ازدواج». دومین کنگره سراسری آسیب‌شناسی خانواده در ایران. تهران: دانشگاه شهید بهشتی، پژوهشکده خانواده.
- ایمان، محمدتقی و ندا مرحمتی (1393). «تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن در شهر شیراز». جامعه‌شناسی کاربردی، دوره بیست و پنجم، ش سوم (55): 20-1.
- بحرانی، شعله؛ مریم سروش و مریم حسینی (1390). «مقایسه جنسیتی رابطه رسانه‌ها، هویت و سبک زندگی در بین جوانان شیراز». مطالعات ملی، دوره دوازدهم، ش 3 (47): 103-120.
- بهرام، الهه (1393). سنجش رابطه سبک زندگی و شیوه همسرگزینی (مقایسه زنان و مردان دانشجوی متأهل دانشگاه تهران). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهراء.
- خطیب‌زاده، لیلا (1380). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان رعایت هنجارهای سنتی ازدواج با تأکید بر جامعه زنان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهراء.
- خلیج‌آبادی فراهانی، فریده و امیر هوشنگ مهریار (1389). «بررسی نقش خانواده در ارتباطات با جنس مخالف قبل از ازدواج در دختران دانشجو در تهران». فصلنامه خانواده‌پژوهی، سال ششم، ش 24: 468-449.
- دستجردی برات، نگین و آرزو عرفان (1391). «بررسی عوامل مؤثر در گرایش به ازدواج اینترنتی در بین دانشجویان (بارویکورد آسیب‌شناسانه به ازدواج اینترنتی)». مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال دوم، ش 4: 65-82.
- دواس، دی‌ای (1389). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایی. تهران: نی.
- دیرند، سهیلا (1388). بررسی مقایسه‌ای ارزشهای اجتماعی - فرهنگی حوزه خانواده بین دو نسل مادران و دختران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهراء.
- زارع شاه‌آبادی، اکبر و زکیه سلیمانی (1391). «بررسی عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به روابط پیش از ازدواج در دانشگاه یزد». رفاه اجتماعی، دوره دوازدهم، ش 45 (1): 339-364.
- سرایی، حسن و سجاد اوجاقلو (1392). «مطالعه نسلی تغییر ارزش ازدواج در ایران (مطالعه موردی: شهر زنان زنجان)». مطالعات توسعه اجتماعی ایران، دوره پنجم، ش 4: 19-42.
- کاری، فیروزه (1382). تأثیر تحصیلات و اشتغال زنان بر تأخیر در سن ازدواج در تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهراء.

- کاظمی پور، شهلا (1388). «سنجش نگرش جوانان نسبت به ازدواج و شناخت آثار و پیامدهای آن با تأکید بر ازدواجهای دانشجویی». فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال سیزدهم، ش 2: 76-95.
- کفاشی، مجید (1389). «مدل‌سازی معادلات ساختاری تأثیر اینترنت بر ارزشهای خانواده». پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال چهارم، ش 3: 135-154.
- کنعانی، محمد امین (1385). «پیوند سنت و نوسازی در افزایش سن ازدواج: نمونه ایرانیان ترکمن». نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران، سال یکم، ش 1: 104-126.
- کوششی، مجید و زهرا قربانی (1391). «مطالعه جمعیت‌شناختی تأثیر جوان همسری بر ازدواج دختران». مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان، سال دهم، ش 2: 109-134.
- گیبینز، جان آر. و، بو ریمر (1381). سیاست پست‌مدرنیته. ترجمه منصور انصاری. تهران: گام نو.
- موحد، مجید؛ حلیمه عنایت و محمدتقی عباسی شوازی (1385). «بررسی رابطه عوامل اجتماعی و فرهنگی با نگرش دانشجویان نسبت به معاشرت و دوستی دختر و پسر پیش از ازدواج». مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز، دوره بیست و چهارم، ش 47: 147-165.
- نیک‌بخش، جواد (1390). مقایسه مؤلفه‌های عشق و الگوهای ارتباطی در زوجین با ازدواج سنتی و غیر سنتی در شهر یزد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم تربیتی. دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت.
- AbbasiShavazi, Mohammad Jalal & P. McDonald & M. Hoseini Chavoshi (2008). "Modernization and the Cultural Practice of Cohabitation Marriage: A Study of Four Provinces of Iran". *Journal of Biosocial Science*, 23-1.
- Azad Armaki, Taghi; M.H. Sharifi Saei, M. Isari & S. Talebi (2012). "Cohabitation; the Emergence of New Family Forms in Tehran". *Cultural Community Studies, Humanities and Cultural Studies Institute*, 3 (1): 43-77.
- Bahram, Elahe (2014). *Measuring the Relationship between Lifestyle and the Way of Marriage (Comparison of Men and Women Married Student of Tehran University)*. Master's Thesis, Al-Zahra University.
- Bahrani, Sholeh; M. Soroush & M. Hosseini (2011). "Gender Comparison of Media Relations, Identity and Lifestyle among Youths of Shiraz". *Journal of National Studies*, 12 (3): 103-120.
- Dastjerdi Barat, Negin & A. Erfan (2012). "Studying the Factors Affecting the Trend of Internet Marriage among Students (With approach the Pathologist to the Internet Marriage)". *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, Research Institute for Humanities and Cultural Studies, 2(4): 65-82
- Dirand, Soheila (2009). *Comparative Study of Socio-Cultural Values of the Family Domain between two Generations of Mothers and Girls*. Master's Thesis. Al-Zahra University.
- Duas, D.A. (2010). *Scrolling in Social Research*. Translation by Hooshang Nayeibi. Tehran: Publishing Ney.

- Elder Abadi, Ishag; M. Abbas Zadeh, E. Asadi & H.A. Khazaei (2006). **“Comparison of the Views of the Male and Female Students about Marriage”**. *Second National Pathology Congress in Iran*, Shahid Beheshti University, Family Stories.
- Gibbins, John R. & B. Remmer (2002). **Postmodern Politics**. Translated by Mansour Ansari. Tehran: Step by Step Publishing.
- Givens, Benjamin P. & Charles Hirschman (1994). **“Modernization and Consanguineous Marriage in Iran”**. *Journal of Marriage and Family*, 4(56): 820-834.
- Harper, Mary Sarah (2010). **The Relationship between Individualistic Attitudes and Attitudes towards Traditional**. Social Work Theses. Providence College Providence, Rhode Island.
- Iman, Mohammad Taghi & N. Marhamati (2014). **“Sociological Explanation of Young People's Trend in Modern Lifestyle in Shiraz”**. *Journal of Applied Sociology*, 25(3): 1-20.
- Kafashi, Majid (2010). **“Structural Equation Modeling, Internet Influence on Family Values”**. *Social Sciences Research*, 4 (3): 135-154.
- Kanaani, Mohammad Amin (2006). **“Linkage of Tradition and Modernization in Increasing the Marriage Age: Turkmen Iranian Sample”**. *Iranian Society for Demography*, 1 (1): 104-126.
- Kari, Firoozeh (2003). **Effect of Women's Education and Employment on Delay at the Marriage Age in Tehran**. Master's Thesis. Al-Zahra University.
- Kazemipour, Shahla (2009). **“Measuring the Attitudes of Young People towards Marriage and Recognizing Its Effects and Consequences with Emphasis on Student Marriages”**. *Quarterly of Culture at Islamic University*, 13(2): 76-95.
- Khatibzadeh, Leila (2001). **The Study of Social Factors Affecting the Observance of Traditional Marriage Norms with Emphasis on Women's Society**. Master's Thesis. Al-Zahra University.
- Khalajabadi Farahani, Fredeh & A. H. Mehyar (2011). **“The Role of Family in Premarital Heterosexual Relationships among Female University Students in Tehran”**. *Journal of Family Research*, 6 (24): 449- 468.
- Kusheshi, Majid & A. Ghorbani (2012). **“Demographic Study of the Impact of Young Wives on Girls' Marriages”**. *Women Socio-Psychological Studies*, 10(2): 109-134.
- Movahed, Majid; H. Enayat & M.T. Abbasi Shavazi (2006). **“Investigating the Relationship between Social and Cultural Factors and Students' Attitudes towards the Society and Friendship of Girl and Son before Marriage”**. *Journal of Social Sciences and Humanities*, University of Shiraz, 24(47): 147-165.
- Nik Bakhsh, Javad (2011). **Comparison of Love Components and Communication Patterns in Couples with Traditional and Non-Traditional**

Marriage in Yazd. Master's Thesis. Educational Sciences, Azad University of Marvdasht.

- Rosenfeld, Michael J.(2016). **Marriage, Choice, and Couple hood in the Age of the Internet.** Research Project Department of Sociology, Stanford University.
- Sarayi, Hasan& S. Ojaghloo (2013).“**A Study of the Generation of Change in the Value of Marriage in Iran (Case Study: Zanjan Women's Town)**”.*Journal of Social Development Studies*, 5(4): 19-42.
- Thornton, Arland& Hui-Sheng Lin (1994). **Social Change and Family in Taiwan.** Chicago, the University of Chicago Press.
- Witt, David D.; Colleen I Murray & Hye Seon Kim (1992). **Parentally Influence On Mate Selection and Romantic Ideals In The United States and Korea: A Cross Cultural Comparison.**<http://www3.uakron.edu/witt/rmfcs/uskoreastudy.pdf>.
- Zare Shahabadi, Akbar &Z. Soleymani (2012).“**Investigating the Factors Related to the Students' Tendency to Premarital Relationships in Yazd University**”.*Journal of Social Welfare*, 12(45): 339-364.

