

شناسایی عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به نوع جدید زندگی زوجین (هم‌خانگی)

مهری افراشته

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران

تکتم فرمانفرمایی

استادیار، گروه مدیریت امور فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران ایران (نویسنده مسئول)

toktam@farmanfarmaee.com

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: در کشور ما، همیشه نگرشی مثبت نسبت به خانواده وجود داشته و خانواده به عنوان واحد بنیادی جامعه تلقی شده است، اما در جامعه امروزی، خانواده دچار دگرگشت مفهومی شده است. در این راستا، پژوهش حاضر درصدد شناسایی عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به نوع جدید زندگی زوجین (هم‌خانگی) از دید نظریه های فرهنگی می‌باشد. روش پژوهش: جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش، مردان و زنان تهرانی هستند که هم‌خانگی را تجربه کرده‌اند و جامعه نامحدودی را در میان مردان و زنان شهر تهران تشکیل می‌دادند. روش تحقیق توصیفی - پیمایشی است. از آن جایی که هم‌خانگی در ایران جرم محسوب می‌شود، شناسایی هم‌خانه‌ها به سختی انجام شده است، به همین دلیل، با استفاده از نمونه‌گیری هدف‌مند، با ۲۵ نفر از پاسخ‌گویان (حجم نمونه = ۲۵ نفر)، که تجربه هم‌خانگی داشته‌اند، مصاحبه شد.

یافته‌ها: به منظور شناسایی عوامل موثر بر هم‌خانگی، ابتدا با ۷ نفر از پاسخ‌گویان مصاحبه عمیق به عمل آمد و پس از شناسایی عوامل موثر، یک پرسشنامه طراحی شد. این پرسشنامه که متشکل از تعدادی سؤال بسته بود، و روایی و پایایی آن به دست آمده بود، در میان مردان و زنانی که هم‌خانگی را تجربه کرده بودند، توزیع شد. با استفاده از نرم‌افزار SPSS، داده‌های پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون‌های پارامتری t استفاده شده است. نتیجه‌گیری: با توجه به شناسایی عوامل نفوذ فرهنگی در میان مردان و زنانی که تمایل به هم‌خانگی دارند تغییرات اقتصادی، رسانه‌های جهانی، تغییرات فرهنگی، تغییرات اجتماعی به ترتیب اولویت‌بندی از طریق آزمون فریدمن به عنوان عوامل نفوذ فرهنگی شناخته شد.

واژگان کلیدی: نفوذ فرهنگی، تغییرات اقتصادی، تغییرات اجتماعی، تغییرات فرهنگی، رسانه‌های جهانی.

مقدمه

میلیون‌ها انسان از کشوری به کشور دیگر نقل مکان می‌کنند. دولت‌ها کوچک شده‌اند و بنابراین پدیده‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و... نیز اشکال و ابزارهای تازه‌ای پیدا کرده‌اند.

زندگی در جهان امروز مانند زندگی در اتاق‌هایی با چندین در و پنجره باز است. مرزها کم‌رنگ شده‌اند، صداها و تصاویر نیز مرز نمی‌شناسند و روزانه

مطالعه تحولات اجتماعي و فرهنگي ايران از تغييراتي آرام ولي گسترده در سالهاي اخير خبر مي‌دهد. با گسترش امکانات جديد ارتباطي، جامعه ايران به تدريج با امواج فزاينده‌اي از تغييرات؛ ارزشي و هنجاري مواجه شده است (رفيع‌پور، ۱۳۸۰؛ آزاد ارمكي و ديگران، ۱۳۸۱؛ ساروخاني و صداقتي‌فر، ۱۳۸۸). از سوي ديگر تغييرات ارزشي در سالهاي اخير نيز بر مناسبات اجتماعي در ايران تأثيرگذار بوده است؛ تغييراتي که تبعات متعددي براي جامعه به همراه داشته است. ورود و گسترش رسانه‌هاي ارتباط جهاني، مانند ماهواره و اينترنت، در ايران سبک‌هاي زندگي متفاوتي را آفريده و ارزش‌هاي گوناگوني را شکل داده است. در اين ميان، با بغرنج شدن مسائل اقتصادي، افزايش سن ازدواج، و هم‌چنين ورود ارزش‌هاي جهاني از طريق ابزارهاي جديد ارتباطي، به تدريج، رفتارهاي جديدي نيز در ميان جوانان ايراني شکل گرفته که از مهم‌ترين آنها، گسترش روابط جنسي پيش از ازدواج است (گرمارودي و ديگران، ۱۳۸۸؛ خلج‌آبادي فراهاني و مهريار، ۱۳۸۹). افراد مختلف با فشارهاي ناشي از «بلوغ جنسي»، از يك سو و «افزايش سن ازدواج»، از سوي ديگر، و شكاف رو به گسترش ميان اين دو به گونه‌هاي متفاوتي برخورد مي‌کنند. برخي افراد براي پر کردن اين خلأ به روابط مقطعي و عاشقانه روي مي‌آورند، اما روابط عاشقانه در الگوهاي پيشرفته خود، به روابط «هم‌خانگي» منجر مي‌شود. اين الگوي جديد همه ويژگي‌هاي الگوي رابطه دوستي عاطفي را دارد، با اين تفاوت که اين افراد با يکديگر زندگي «زير يك سقف» و رابطه جنسي بدون ازدواج را نيز تجربه مي‌کنند و زندگي اقتصادي مشترکي دارند (آزاد ارمكي و ديگران، ۱۳۹۰).

پيدايش الگوهايي از رابطه با جنس مخالف که آن را از سطح مناسبات جنسي پيش از ازدواج نه تنها به سطح عاطفي، بلکه به زندگي مشترک بدون ازدواج

ميان آنها ارتقا داد؛ الگويي از رابطه است که روز به روز بر طرفداران آن افزوده مي‌شود (بامپاس و لو ۲۰۰۰)^۱ افزايش روابط پيش از ازدواج باعث کم شدن انگيزه‌ي ازدواج مي‌شود. يکي از دلایل کم شدن انگيزه ازدواج براي پسراني که روابط پيش از ازدواج دارند را بايد در ويژگي‌هاي روان‌شناختي مردان پيگيري کرد. براساس مطالعه صورت گرفته در مرکز مطالعات جمعيتي آسيا و اقيانوسيه، اکثريت قريب به اتفاق پسران معتقدند که حاضر نيستند با دختري که قبلاً با جنس مخالف رابطه دوستي داشته است، ازدواج کنند (شکارچي، ۱۳۹۲).

رابرت فرانکن^۲ در کتاب انگيزش و هيجان خود، از تمايل مردان به رابطه‌ي جنسي بدون تعهد اشاره مي‌کند و البته پديده‌ي ازدواج سفيد که امروز در جامعه‌ي ايران در حال شيوع است از مصاديق چنين تمايلي در مردان است؛ چنان که غالب زنان سالم جامعه متمايل به ازدواجي رسمي و دائمي با همسران خود که آنها را عاشقانه دوست دارند مي‌باشند (کشاورز، ۱۳۹۴). به نظر باومن^۳ «ساکنان جامعه سيال مدرن ما فاقد هرگونه پيوند ناگسستني و هميشگي هستند و بنا بر اين بايد هرگونه پيوندی را با کوشش خود و به کمک مهارت‌ها و صرف وقت و نيروي خود بيافرينند، همان پيوندهايي که مي‌خواهند آنها را به صورت حلقه رابط خود با بقيه جهان بشري به کار برند. آنها بايد رها از هر قيد و بندي با يکديگر ارتباط برقرار کنند، با وجود اين هيچ ضمانتي وجود ندارد که روابطي که قرار است شکاف حاصل از پيوندهاي غايب يا از کار افتاده را پر کند دوام بياورد» (باومن، ۱۳۹۴، ۹).

به تعبير باومن در دوران پست مدرن نوعي «سياليت» در عشق پديدار شده است. اين سياليت کم در فرهنگ ايران نيز نفوذ کرده و شکل ازدواج را تغيير داده که تا حدودي متأثر از فرآيندهاي وسيع جهاني و بازنمايي‌هاي رسانه‌اي از خانواده غربي است

نهایت بتوان از نتایج حاصل از این پژوهش به شناسایی عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به این پدیده دست یافت.

مفهوم شناسی هم‌خانگی

منظور از هم‌خانگی، زندگی مشترک دو شریک جنسی همراه با رابطه‌ای صمیمی و عاطفی با یکدیگر بدون قید و بندهای قانونی ناشی از ازدواج رسمی است. در هم‌خانگی، پایبندی به شریک زندگی جنبه عاطفی دارد و نه قانونی (گیدنز ۱۳۸۶، ۷۹۵).

هم‌خانگی در سایر کشورها ممکن است شامل هنجارها و ارزش‌های مختلف باشد. به عنوان مثال، هم‌خانگی در سوئد هنجار قبل از ازدواج است و اغلب معادل ازدواج تلقی می‌گردد. در ایالات متحده، برخی‌ها هم‌خانگی را گامی در جهت معاشقه، شیوه‌ای بین دوست‌یابی و ازدواج، می‌دانند. دیگران، هم‌خانگی را شق دوم ازدواج می‌دانند که نیازمند سطح پایینی از مسئولیت یا قطعا، رابطه است. شاید سطح پایین مسئولیت که به هم‌خانگی می‌انجامد، متفاوت از ازدواج قانونی قلمداد گردد (برن‌نوم^۴، ۲۰۰۱، ۱۰).

توافق اجتماعی در زمینه هم‌خانگی، تعریفی است که افراد از آن دارند. ما باید هم‌خانگی را با توجه به چگونگی رفتار کردن هم‌خانه‌ها و چگونگی تعریف آنها از توافق اجتماعی، تعریف کنیم. زوج‌هایی که به ندرت هم‌خانه بوده‌اند، توافق اجتماعی را زندگی با یک شخص یا با «هم‌خانه» (شریک) [جنسی] شان، می‌دانند. این اصطلاح - زندگی با یک شخص - بر یک رابطه جنسی دلالت می‌کند. در غیر این صورت، دو نفر که با یکدیگر زندگی می‌کنند، هم‌خانه هستند. جهات مشترک و رابطه جنسی مشترک حداقل مقتضیات این توافق اجتماعی - بدون مراسم، بدون مجوز رسمی، بدون برنامه‌های بلندمدت و بدون الزامات مشترک یا توافقی دیگر هستند (وایت^۵، ۱۹۹۹).

(هوشنگی، ۱۳۹۲). ازدواج پیمان مقدسی است که در میان تمام اقوام و ملل در تمامی زمان‌ها و مکان‌ها وجود داشته است. ازدواج سرآغاز تشکیل خانواده است و خانواده یکی از قدیمی‌ترین نهادهای اجتماعی است که تاریخی به قدمت حیات انسان دارد (گیدنز ۱۳۷۸، ۱۷).

با توجه به اهمیت خاص خانواده در میان تمام نهادهای اجتماعی، این نهاد تحت تاثیر تغییرات ساختاری و فرهنگی و به طور کلی متأثر از جایگاه جوامع در حال گذار از نظم سنتی به نظم مدرن دچار تغییرات چشمگیر شده است. در کشور ما نیز که، همیشه نگرشی مثبت نسبت به خانواده وجود داشته است و عنصر خانواده رکن اصلی جامعه محسوب می‌شده است، اما متأسفانه در جامعه امروز خانواده دچار دگرگشت مفهومی شده است. دگرگونی‌های خانواده، به عنوان کوچکترین واحد بنیادی جامعه، مورد توجه اندیشمندان قرار دارد و تغییرات این نهاد اجتماعی در دیگر بخش‌های نظام اجتماعی تأثیر می‌گذارد. بنابراین، شبکه پیچیده‌ای از روابط اجتماعی، بستر و زمینه‌ی بروز مناسبات افراد و نقش‌های آنان در چارچوب خانواده است. بر همین اساس، خانواده که نهادی اجتماعی است، تحت تأثیر فرآیند جهانی شدن، تحولاتی را تجربه کرده که آن را در تعارض با خانواده‌ی سنتی قرار داده است (عنایت، ۱۳۸۳).

در پژوهش حاضر هدف شامل عوامل تأثیرگذار نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی و اولویت‌بندی عوامل نفوذ فرهنگی، در تمایل افراد به هم‌خانگی می‌باشد. در این راستا، به وجهی منفی و مؤثر از تأثیرگذاری فرآیند جهانی شدن، بر فرهنگ و زیر مجموعه‌های آن، برای درک وابستگی بین پدیده جهانی شدن، امپریالیسم فرهنگی، نفوذ فرهنگی و در نهایت ظهور پدیده هم‌خانگی تأکید می‌شود، تا در

روابط عاشقانه در الگوهای پیشرفته، خود، به روابط «هم‌خانگی» منجر می‌شود. این الگوی جدید همه ویژگی‌های الگوی رابطه دوستی عاطفی را دارد، با این تفاوت که این افراد با یکدیگر زندگی «زیر یک سقف» و رابطه جنسی بدون ازدواج را نیز تجربه می‌کنند و زندگی اقتصادی مشترکی دارند (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۰).

در چند دهه اخیر، نهاد «خانواده» در جهان تحولات گسترده‌ای داشته است؛ تحولاتی که ریشه‌های آن را باید در انقلاب جنسی اواخر دهه ۱۹۶۰ در کشورهای اروپایی و آمریکایی جست و جو کرد (کار، ۲۰۱۱). این انقلاب با اسطوره زدایی از رابطه جنسی، آن را به امری عادی و معمولی تبدیل کرد که به راحتی در «قبل از ازدواج» دست یافتنی است. در اوایل انقلاب جنسی، هر چند به تدریج سن ازدواج در اروپا و آمریکا افزایش یافته بود، با این حال، بسیاری از افراد همچنان ازدواج می‌کردند، منتها با اندکی تأخیر، اما این همه راه نبود و انقلاب جنسی، با گسترش الگوهای هم‌خانگی، ضربه‌های سخت‌تری را این بار نه صرفاً به اسطوره روابط جنسی، بلکه به خود ازدواج وارد کرد (بامپاس و لو، ۲۰۰۲، فرنچ^۷ و همکاران، ۲۰۱۴).

با توجه به آن که چند سالی از رواج این پدیده در ایران نمی‌گذرد، تاکنون به جز یک مورد مطالعه‌ای در این زمینه انجام نگرفته است. آزاد ارمکی و همکاران در مطالعه کیفی خود به بررسی دلایل شیوع هم‌خانگی در میان جوانان تهرانی پرداخته‌اند و از دیدگاه جامعه‌شناختی به تبیین این قضیه پرداخته‌اند. این پژوهش ویژگی‌های افرادی که تمایل به روابط هم‌خانگی به جای ازدواج را دارند، چنین بر می‌شود: "دو شریک اغلب افرادی شاغل و با تحصیلات دانشگاهی و تفکر تراتی روشن‌فکرانه‌اند که معمولاً به بهانه تجربه زندگی مجردی و مستقل، از خانه پدری بیرون آمده‌اند و بدون آن که والدین را از ماجرا باخبر کنند، به زندگی

مشترک با یکدیگر روی آورده‌اند. بیش‌تر آنان برای رابطه خود مشروعیت قایل هستند و نسبت به دیدگاه منفی اجتماع نسبت به خودشان معترض‌اند. تعداد بسیار کمی از آنان هم‌خانگی را مقدمه ازدواج می‌دانستند و بیشتر آنها درباره پیامدهای رابطه خود به گونه جدی فکر نکرده بودند".

نفوذ فرهنگی^۸

از آنجا که فرهنگ یک مقوله اجتماعی است و ریشه در بنیان‌های اعتقادی و یا آداب و رسوم یک جامعه دارد معمولاً با تقابل صریح نمی‌توان با آن مقابله کرد بلکه باید به صورت خاموش و به شیوه زیرپوستی آن را تغییر داد و از طریق نفوذ و استحاله آن را عوض نمود. در این روش به خاطر تعصبات اجتماعی در خصوص یک موضوع دشمن به پوسته و ظاهر دست نمی‌زند و سعی می‌کند با نفوذ از درون، ماهیت را تغییر بدهد (شمس‌اللهی، ۱۳۹۴).

نفوذ فرهنگی یعنی این که جامعه‌ای بخواهد تفکر و اندیشه و آداب و رسوم جامعه خود را در جامعه دیگری پیاده کند. در تعریف نفوذ فرهنگی باید گفت، نفوذ فرهنگی یعنی فرهنگ را از اصالت انداختن و هر کس تلاش کند عناصر دیگری را مقدم به فرهنگ کند، فرهنگ را از اصالت انداخته و از این طریق است که راه‌های ورود به آن جامعه باز می‌شود (عبادتی، ۱۳۹۴). «نفوذ» در یک جامعه از ابعاد گوناگونی قابل بررسی است. «فرهنگ» به علت تأثیرگذاری بسیار و دیرپایی‌اش یکی از محورهای مهم و مورد توجه و معبر نفوذ در ارکان یک نظام سیاسی به حساب می‌آید؛ چرا که کامیابی دشمنان یک ملت در آن موجب بحران هویت و دهها مشکل فکری و فرهنگی و... می‌شود. عملکرد مردم و نظام‌های سیاسی عمدتاً برآمده از فرهنگ یک جامعه است، هر چند ساختارها و قوانین نیز در آن نقش‌آفرین است؛ رفتار مردمان یک جامعه

نیز برآمده از تجویزها و بنیان‌های فکری جامعه است. فرهنگ جامعه است که مشارکت یا چگونگی مشارکت مردم در صحنه‌های سیاسی را مشخص و مرز دوستی‌ها و دشمنی‌ها را که بیانگر هویت و شناسنامه یک ملت است تعیین می‌کند (نوروزی، ۱۳۹۴).

تغییرات اقتصادی

تغییر ساختار اقتصادی کشور، تبعات فرهنگی و اجتماعی متعددی بر رفتارهای جوانان دارد. اکنون فاصله بین «بلوغ جنسی» و «بلوغ اقتصادی» در ایران به بیش از ۱۰ سال رسیده است؛ فاصله‌ای که روز به روز در حال افزایش است. بلوغ اقتصادی با اشتغال پایدار حاصل می‌شود و در این میان، اشتغال جوانان به یکی از مسائل کلیدی در جامعه ایرانی بدل شده است. اشتغال مقدمه ازدواج است و مشکلات اقتصادی بر سن ازدواج در شهرهای بزرگ می‌افزاید. (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۰). یکی از مهم‌ترین عوامل زمینه‌ساز شکل‌گیری روابط هم‌خانگی را باید در تغییرات ساختار اقتصادی ایران در سال‌های اخیر جستجو کرد. «بیکاری» و گسترش «ناامنی شغلی» در جامعه، با بالا بردن سن ازدواج، به یکی از عوامل کلیدی شیوع روابط جنسی پیش از ازدواج و پیدایش الگوهایی چون هم‌خانگی تبدیل شده است. (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۱).

تغییرات اجتماعی

گسترش جهانی شدن و ورود وسایل ارتباط جهانی، مانند ماهواره و اینترنت، و همچنین فرایند حرکت از سنت به تجدد و قرار گرفتن در موقعیت بینابینی، ایران را به جامعه‌ای در حال گذار تبدیل کرده است؛ جامعه‌ای که به تدریج، در فرایند توسعه و با پیدایش تنظیمات گوناگون در پی آن، با امواج گسترده‌ای از تغییرات ارزشی و هنجاری مواجه شده

است. ماهواره و اینترنت سبک‌های زندگی جدیدی از جوامع و فرهنگ‌های متعدد را پیش روی مخاطبان خود قرار می‌دهند و به طور غیر مستقیم ارزش‌های پیشین آنها را به چالش می‌کشند و در عین حال، گزینه‌های جدیدی را برای زندگی پیش روی آنها می‌گذارند. نتیجه این تحولات تغییر تدریجی ارزش‌ها در جامعه بوده است که، با گسترش آشکار و پنهان وسایل ارتباط جهانی و همچنین فرایند مدرنیزاسیون، تسریع شده است. این امر خود را در شکاف‌های بین نسلی به خوبی نشان می‌دهد؛ چرخشی در نسل و روندی که نشانه تغییر در جامعه‌ای است که هنجارها و ارزش‌های سنتی آن، کمتر در جوانان تأثیرگذار است. تغییرات ارزشی با شکاف بین نسل‌ها و پشت کردن نسل‌های جوان‌تر به ارزش‌های سنتی در جامعه شروع می‌شود و ممکن است به تغییرات اجتماعی گسترده‌تر بینجامد. از طرفی، افزایش تحصیلات در سال‌های اخیر و ورود دختران به عرصه‌های اجتماعی (دانشگاه و کار)، به تدریج، ارتباط دختر و پسر را ساده کرده است و فناوری‌های ارتباطی جدید، مانند تلفن همراه و چت، این ارتباط را پنهان کرده است. امروزه ارتباط دختر و پسر نه صرفاً با دیدارهای حضوری، که با چت روم‌ها و تلفن‌های همراه تداوم می‌یابند و مدیریت می‌شوند. فراگیر شدن این امکانات ارتباطی تأثیرات مهمی در لایه‌های پنهان شهری داشته است. فناوری‌های نوین به «غیبت بدن‌ها» در محافل عمومی کمک کرده و، در پی آن «فرصت گمنامی» سوژه‌ها را در جامعه افزایش داده است. مجازی شدن این ارتباط کنترل خانواده‌ها را هم به چالش کشیده است. به ظاهر، دربهای خانه بسته است و والدین، سرمست از فراهم کردن امنیت برای اعضای خانه، به خواب شبانه می‌روند؛ غافل از آن که عضو خانواده در اتاق خود مشغول ارتباط‌های پنهان مجازی با شریکش است. ارتباط‌هایی که با ورود رایانه و اینترنت پرسرعت به خانه‌ها به شکل تصویری هم

صورت می‌پذیرد؛ به ظاهر غریبه‌ای در خانه نیست، اما در اتاق خواب جوان خانواده، غریبه‌ها می‌آیند و می‌روند و والدین هم‌چنان در خواب‌گران به سر می‌برند (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۱).

تغییرات فرهنگی

نظام‌های فرهنگی نیز مانند پدیده‌های دیگر تابع نظامی علی و دستخوش تغییر هستند. به عبارت دیگر، هر نظام فرهنگی دارای ماهیتی پویاست به این معنی که از وضعی ساده آغاز می‌کند و به تدریج پیچیده می‌شود و راه تکامل می‌سپرد. در این خصوص نظریات گوناگونی به وسیله محققان علوم اجتماعی ابراز شده است. برای مثال: اصحاب فلسفه تاریخ که ابن خلدون و آزوالدشپنگلر^۹ و آرنولد توین بی^{۱۰} و سوروکین^{۱۱} نمایندگان برجسته آن هستند، معتقدند که هر فرهنگی تحت شرایط خاصی پدید می‌آید و به بار می‌نشیند و سرانجام به انحطاط می‌افتد و از میانه برمی‌خیزد. جامعه‌شناسان علمی کنونی نیز بر تکامل فرهنگ تاکید می‌ورزند با این تفاوت که سیر فرهنگ‌های انسانی را نه سیری مستقیم و نه یک روند چرخشی^{۱۲} می‌دانند، بلکه حرکت فرهنگ را مارپیچی به شمار می‌آورند به این معنی که هر فرهنگی در سیر خود الزاماً با موانع طبیعی یا اجتماعی رو به رو می‌شود و مدتی در جا می‌زند، اما بالاخره تحت تأثیر عوامل پویای درونی^{۱۳} و نیز عوامل پویای بیرونی^{۱۴} راه خود را می‌گشاید و سیر خود را دنبال می‌کند. منظور از پویای درونی حرکت درنگ ناپذیری است که در درون یک نظام فرهنگی جریان می‌یابد مانند افزایش جمعیت و گسترش نیازهای انسانی و بسط مدنیت و توسعه نهادهای فرهنگی و بهبود کارکرد آنها به منظور دادن پاسخ مناسب به نیازهای جدید. اما مراد از عوامل بیرونی این است که هیچ نظام فرهنگی نمی‌تواند از نظام‌های دیگر بر کنار بماند و راه انزوا پیش گیرد. به عبارت دیگر

برخورد فرهنگی^{۱۵} بین نظام‌های فرهنگی امری اجتناب‌ناپذیر است (یوسفیان، ۱۳۶۸). تغییرات فرهنگی می‌توانند نتایج متعددی در پی داشته باشند. از یک طرف می‌توانند به توسعه فرهنگی با حفظ وحدت و یکپارچگی بینجامند و از طرف دیگر، می‌توانند به تعارض و به هم ریختگی فرهنگی منجر شوند (عسگری خانقاه و آزاد ارمکی، ۱۳۸۰). تغییر هر یک از جنبه‌های فرهنگی موجب تغییر جنبه‌های دیگر فرهنگی می‌شود. همان‌طور که پرتاب سنگ بر سطح آب راکد، رکود آب را بر هم می‌زند و امواج حاصل از آن، تا جایی که نیروی اولیه برخورد سنگ با آب پایان نیافته، پیش می‌رود؛ هر عامل تازه وارد فرهنگی نیز اثری موج مانند بر پدیده فرهنگ می‌گذارد. البته با این تفاوت که هر نوآوری فقط تا جایی پیش می‌رود و گسترش می‌یابد که تغییرات یا نوآوری‌های دیگر، چه خود به خود و چه عاملانه و هدف‌مند در مقابل آن قرار نگرفته باشد (فاستر^{۱۶}، ۱۳۷۸، ۱۲۲).

رسانه‌های جهانی

آنچه فرهنگ جهانی نامیده می‌شود، نوعی فرهنگ مصرفی است که به کمک ارتباطات گسترده و فن‌آوری الکترونیک یا همان رسانه فرهنگی، جهان‌گیر می‌شود (گل محمدی، ۱۳۸۱، ۱۰۸). جهانی شدن، با کوچک‌سازی جهان و ایجاد دهکده جهانی، تحولات مناطق گوناگون جهان را به سرعت به سایر نقاط منتقل کرده است. تحولی که زمانی در دهه ۱۹۶۰ از اروپا و آمریکای شمالی شروع شده بود در فرآیند گسترش تاریخی‌اش، امروزه به آمریکای جنوبی و حتی آسیا نیز رسیده است؛ تحولاتی که ایران نیز از پیامدهای آن در امان نمانده است (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۱). بی‌شک یکی از واقعیت‌های غیرقابل کتمان دوران کنونی، امپریالیسم فرهنگی غرب است به نحوی که

اشکال و انحاء مختلف محصولات فرهنگی غرب در اقصا نقاط جهان و با مرغوبترین کیفیت در دسترس همگان قرار دارد.

مبنای تحلیل طرفداران فرهنگ جهانی، بر این اصل مبتنی است که رشد فزاینده فناوری وسایل ارتباط جمعی، اینترنت و ماهواره، موجب فشردگی زمان مکان و نزدیکی فرهنگی کشورها شده و از این طریق یک فرهنگ مسلط در سطح جهانی تشکیل داده است (صالحی‌امیری و محمدی، ۱۳۸۹، ۵۲).

فناوری‌های ارتباطی جدید روابط دختر و پسر را ساده و این ارتباط را پنهان کرده است. امروزه، جوانان ایرانی از محدودیت‌های فضاهای عمومی پرهیز می‌کنند. فناوری در این میان نقش عمده‌ای دارد؛ تلفن همراه و چت‌روم‌های اینترنتی ارتباط اجتماعی را در همه جا ممکن کرده است. شکل‌گیری ارتباط‌هایی که در بسیاری از موارد به شکل تمایلات جنسی تغییر سطح داده است (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۰).

ترویج فرهنگ بیگانه از طریق رسانه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی و در نتیجه کاهش بلوغ جنسی، ورود این ارزش‌های بیگانه به بافت فرهنگ بومی، ملی و دینی و تغییر در ارزش‌های حاکم بر نهاد خانواده، زمینه برخی تغییرات از جمله افزایش سن ازدواج و ظهور پدیده هم‌خانگی را فراهم کرده است.

پیشینه تحقیق

تحولات هم‌خانگی در چند دهه اخیر در «جهان»

گسترش رابطه جنسی پیش از ازدواج محصول «انقلاب جنسی»^{۱۷} در اواخر دهه ۱۹۶۰م در جوامع غربی بوده است (لکاسکاس^{۱۸} و استانکوویسن^{۱۹}، ۲۰۰۹). در چند دهه اخیر، نهاد «خانواده» در جهان تحولات گسترده‌ای داشته است؛ تحولاتی که ریشه‌های

آن را باید در انقلاب جنسی اواخر دهه ۱۹۶۰ در کشورهای اروپایی و آمریکایی جست و جو کرد (کار، ۲۰۱۱). این انقلاب با اسطوره‌زدایی از رابطه جنسی، آن را به امری عادی و معمولی تبدیل کرد که به راحتی در «قبل از ازدواج» دست یافتنی است. در اوایل انقلاب جنسی، هر چند به تدریج سن ازدواج در اروپا و آمریکا افزایش یافته بود، با این حال، بسیاری از افراد همچنان ازدواج می‌کردند، منتها با اندکی تأخیر، اما این همه راه نبود و انقلاب جنسی، با گسترش الگوهای هم‌خانگی، ضربه‌های سخت‌تری را این بار نه صرفاً به اسطوره روابط جنسی، بلکه به خود ازدواج وارد کرد (بامپاس و لو، ۲۰۰۲، فرنچ و همکاران، ۲۰۱۴). در چند دهه پیش، این روندها حتی برای مردم کشورهای توسعه یافته پدیده‌ای جدید بود و طرفداران کمی داشت، اما به تدریج این تغییرات ارزشی صورتی فراگیرتر پیدا کرد (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۰). هاردینگ و جنکس^{۲۰} نشان داده‌اند که در سال ۱۹۶۹، از نظر بیش از ۷۵ درصد آمریکاییان رابطه جنسی پیش از ازدواج امری زشت و مذموم بود، اما فقط چند سال بعد، دیدگاه غالب به این‌گونه روابط در آمریکا تغییرات فاحشی پیدا کرد، به طوری که در دهه ۱۹۸۰ م، فقط ۳۳ درصد آمریکاییان رابطه جنسی پیش از ازدواج را امری ناپسند می‌دانستند و این در حالی است که در جامعه امروز آمریکا تقریباً همه جوانان رابطه جنسی پیش از ازدواج را تجربه می‌کنند (رگنرس^{۲۱} و آکر^{۲۲}، ۲۰۱۱). این تغییرات به آمریکا محدود نشد و کشورهای اروپایی را هم فرا گرفت و بعد از آن، به تدریج به سایر نقاط جهان در اشکال متفاوت اشاعه یافت. در آمریکای شمالی و اروپا، شیوع «رابطه جنسی پیش از ازدواج» با «افزایش سن ازدواج» رابطه مستقیمی دارد (ولینگ^{۲۳}، ۲۰۰۶). در چند دهه اخیر، در این کشورها نه تنها «سن ازدواج»^{۲۴}، افزایش یافته بلکه «درصد ازدواج»^{۲۵}

هم نسبت به دوره‌های قبل «کاهش» چشمگیری داشته است (لی ۲۶، ۲۰۱۰، بامپاس و لو ۲۰۰۰). امروزه جوانان، در این کشورها، «کمتر» و «دیرتر» ازدواج می‌کنند. این تغییرات گویای آن است که، در چند دهه اخیر، واقعه‌ای مهم در این جوامع روی داده است. تحولات اقتصادی و تغییرات اجتماعی در پی آن بسیاری از معادلات را بر هم زده و الگوهای ناپایدار روابط شخصی به تدریج به مثابه رقیبی جدی در مقابل ازدواج، به عنوان الگوی روابط پایدار، مطرح شده است. در این کشورها، رابطه جنسی پیش از ازدواج و تداوم آن به پیدایش گونه‌های جدیدی از خانواده منجر شده است که «هم‌خانگی» یکی از مهمترین آنها در غرب است؛ خانواده‌ای جدید که به سرعت در حال افزایش است (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۰).

امروزه ۳۰ درصد جوانان انگلیسی هم‌خانگی را بر ازدواج مقدم می‌دانند (بارلو^{۲۷}، ۲۰۰۵) و این در حالی است که، در اسکاندیناوی و کشورهای شمال اروپا، هم‌خانگی کاملاً ازدواج را به حاشیه رانده است. در این کشورها، بیشتر جوانان هم‌خانگی را به ازدواج ترجیح می‌دهند (ویک^{۲۸}، ۲۰۰۹).

در این بین، فرایند تحولات جهانی، در چند دهه اخیر، به اروپا و آمریکا محدود نشد و به تدریج قاره‌های دیگر را هم درنوردید. با افزایش فناوری‌های ارتباطی و کوچک شدن جهان، روند تغییر الگوهای روابط جنسی به نقاط متعدد جهان هم اشاعه یافت؛ مثلاً در آسیا و در چند دهه اخیر در چین به خصوص بعد از سیاست دربهای باز در دهه ۱۹۷۰ م در این کشور و اصلاحات گسترده اقتصادی پس از آن در دهه ۱۹۸۰ م، به تدریج نگرش‌های عمومی به روابط جنسی پیش از ازدواج تغییر کرد و چنان گسترش و تنوع یافت که «مسئله امروز» جامعه چین را از روابط جنسی «پیش از ازدواج»^{۲۹} به

روابط جنسی «خارج از ازدواج»^{۳۰} مبدل کرده است (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۰). جامعه امروز چین با حجم انبوه جوانانی مواجه است که به هیچ وجه حاضر نیستند ازدواج رسمی کنند و در قالب‌های دیگری، چون هم‌خانگی یا روابط آزاد و رابطه با روسپیان، رابطه جنسی دارند که نتیجه آن افزایش چشمگیر بیماری‌های مقاربتی چون ایدز برای جامعه چین بوده است (ژانگ^{۳۱} و لی^{۳۲}، ۱۹۹۹). این تغییرات اجتماعی به سایر نقاط آسیا نیز اشاعه یافته است. گومن^{۳۳} و همکارانش در مطالعه خود نشان داده‌اند که، در چند دهه اخیر، رابطه جنسی پیش از ازدواج در کشورهای در حال توسعه‌ای چون ویتنام نیز نه تنها افزایش یافته بلکه الگوی آن هم تغییر کرده است. این روابط، در گذشته، بیش‌تر به ارتباط با «کارگران جنسی»^{۳۴} خلاصه می‌شد، اما جوانان امروزی در ویتنام بیشتر تمایل دارند با کسی رابطه جنسی داشته باشند که می‌خواهند با او ازدواج کنند. نتایج تحقیق گومن نشان می‌دهد که ۴۲ درصد مردان ویتنام شمالی و ۲۵ درصد مردان در ویتنام جنوبی، قبل از ازدواج، با همسر فعلیشان رابطه جنسی داشته‌اند، الگوهای جدیدی از رابطه که در گذشته نزدیک هم چندان خبری از آنها نبود. بر اساس مطالعات ساکالی و گلیک^{۳۵}، در ترکیه هم، پس از تحولات اقتصادی در چند دهه اخیر، روندهای تقریباً مشابهی از «تغییرات ارزشی» مشاهده شده است. به گفته آنها، در گذشته، فرهنگ عمومی ترکیه چنان بود که روابط جنسی پیش از ازدواج، در صورت آشکار شدن، به رسوایی بزرگی تبدیل می‌شد. اما، در دو دهه اخیر، این دید منفی در مورد مردان کم کم از بین رفت؛ درحالی که برای دختران باکره این روابط همچنان تابو بود. گرچه مطالعات اخیر در ترکیه نشان داده است که با تغییر نگرش‌ها به ارزش بکارت^{۳۶} دختران هنگام ازدواج، این روابط میان دختران ترک هم، روز به روز، گسترش می‌یابد

نشان می‌دهد هم‌خانگی بدون ازدواج در این دو کشور، جایگزین ازدواج به عنوان دائمی‌ترین نوع تشکیل خانواده شده است. در حالی که در بعضی از کشورها هم‌خانگی معمولاً به عنوان یک مرحله‌گذار به‌نظر می‌رسد که منحصر به جوانان بزرگسال است، در سایر مناطق اروپا نیز افراد در سنین بالاتر هم‌خانگی را به عنوان شق دوم ازدواج انتخاب می‌کنند.

آزاد ارمکی و دیگران (۱۳۹۱) پژوهشی تحت عنوان "هم‌خانگی پیدایش شکل‌های جدید خانواده در تهران" انجام داده‌اند. یافته‌های پژوهش 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 (نظام ارزشی) جامعه، به تدریج، تغییرات اجتماعی متفاوتی را در داخل کشور پدید می‌آورند. نتیجه این تغییرات اجتماعی، که خود برآمده از تحولات اقتصادی و فرهنگی سال‌های اخیر است، پیدایش الگوهای هم‌خانگی در میان برخی از جوانان کشور بوده است.

در پژوهش آزاد ارمکی و دیگران (۱۳۹۰) با عنوان؛ "سنخ‌شناسی الگوهای روابط جنسی پیش از ازدواج در ایران"، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که الگوهای روابط جنسی پیش از ازدواج در ایران به حداقل «شش دسته» تفکیک و تکثیر شده است. این الگوها عبارت‌اند از ۱. روابط آزاد (الگوهای روسپی‌گری)، ۲. روابط صیغه‌ای، ۳. روابط دوست دختر دوست پسر، ۴. روابط هم‌خانگی، ۵. روابط ضد عاشقانه (الگوهای فریب)، و ۶. روابط مبتنی بر عشق سیال. این الگوهای گوناگون را می‌توان در زیر چتر سه گفتمان متفاوت از یک دیگر مجزا کرد: «گفتمان پیشامدرن» (روابط دسته‌های اول و دوم)، «گفتمان مدرن» (روابط دسته‌های سوم، چهارم، و پنجم)، و «گفتمان پسامدرن» (روابط دسته ششم). هریک از این گفتمان‌ها سوژه‌ها را در جهت خاصی فرا می‌خوانند و افراد در این گفتمان‌ها نه صرفاً رفتارها که

(ارکمن^{۳۷} و دیلبازان^{۳۸}، ۲۰۰۱). تحقیقات در کشورهای دیگری چون هند، ژاپن و اندونزی گویای آن است که در چند دهه اخیر، با تغییرات گسترده اقتصادی و اجتماعی در این جوامع، روابط جنسی پیش از ازدواج در این جوامع سنتی و قدیمی هم روند رو به رشدی را طی کرده است و الگوهای متفاوتی از انواع این روابط را در خود نشان می‌دهد (الکساندر^{۳۹} و همکاران ۲۰۰۷، رایمو^{۴۰} و همکاران ۲۰۰۹، آتومو^{۴۱} ۲۰۰۲)

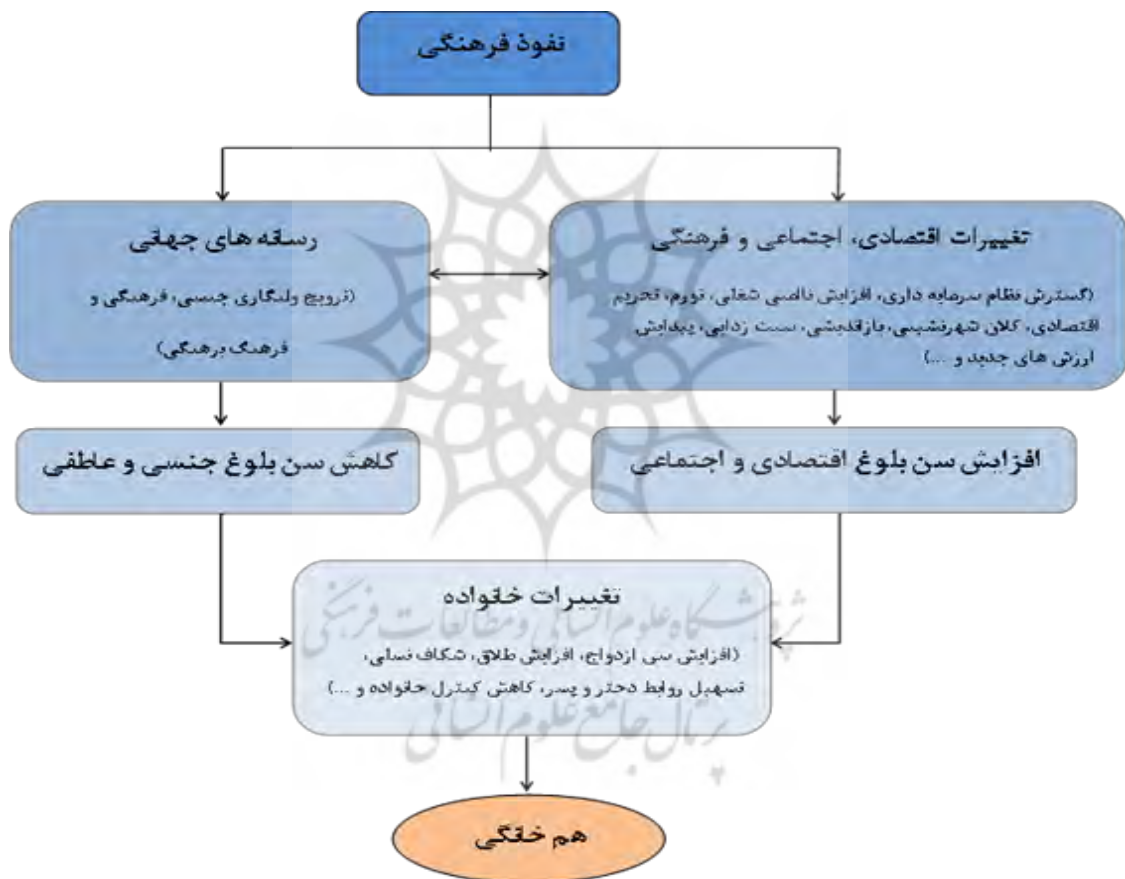
در تحقیق ماریا کاور - سوسائی^{۴۲} و کوئن ماتیجس^{۴۳} (۲۰۱۰) با عنوان "همبستگی‌های (روابط) اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی هم‌خانگی در برزیل"، نتایج تحقیق (در ۲۶ ایالت و منطقه فدرال برزیل) نشان داد که عوامل اقتصادی - اجتماعی با هم‌خانگی در برزیل، رابطه دارند. این مطالعه روابط هم‌خانگی را در برزیل، مورد بررسی قرار داده و در این تحقیق نظریه اقتصادی، که تاکید می‌کند افزایش هم‌خانگی حاصل کاهش مزایا در ازدواج، عمدتاً برای زنان است را با این استدلال جامعه‌شناختی که این تغییرات به تغییرات در ارزش‌ها و باورها مربوط می‌شوند و بستگی به محیط فرهنگی‌ای دارد که زوجها در آن زندگی می‌کنند، مقایسه می‌کند.

نتایج تحقیق لیندا جی. ویت^{۴۴} (۱۹۹۹) با عنوان "هم‌خانگی: یک دیدگاه اجتماعی" نشان می‌دهد که اکثر هم‌خانه‌ها، توافق قبل از ازدواج را دلیل مهمی برای زندگی کردن آنها با یکدیگر می‌دانستند. از سوی دیگر، عده معدودی از هم‌خانه‌ها می‌گفتند که فرار از مسئولیت، حفظ استقلال فردی، آزادی جنسی، رابطه جنسی، کاهش اجاره‌بها دلایل مهمی برای آنهاست. این [موضوع] هم‌خانگی را هم‌چون یک ازدواج آزمایشی می‌سازد.

در تحقیق کاتجا کوپن^{۴۵} (۲۰۱۰) با عنوان؛ "ازدواج و هم‌خانگی در آلمان غربی و فرانسه"، نتایج تحقیق

دختران از طریق ازدواج تاکید می‌کند و زمینه‌ساز ایجاد اضطراب ازدواج برای آنها می‌شود. به همین خاطر، آنها به پذیرش خطر ورود به روابط پیش از ازدواج با هدف رسیدن به نتیجه ازدواج مجبور می‌شوند و دست به خطری هدفمند می‌زنند. در حالی‌که در پسران این پدیده مشاهده نمی‌شود.

مدل مفهومی تحقیق



ارزش‌های متفاوتی نیز پیدا کرده‌اند. در پژوهش مهشید صفائی (۱۳۹۰) تحت عنوان؛ "جوانان و عشق؛ تأثیر زمینه اجتماعی در مفهوم‌پردازی رابطه عاشقانه"، با استفاده از روش کدگذاری داده‌ها، مقوله‌هایی به دست آمده که با تحلیل آنها از پدیده حاکم بر نگرش دختران شناخت حاصل گردیده، این پدیده «خطر هدفمند» نام‌گذاری شده است. بدین ترتیب که به رغم تغییرات اجتماعی و به تبع آن، افزایش سن ازدواج، جامعه مدام بر اعتبار اجتماعی

استحاله فرهنگی، نه تنها خواسته‌های اقتصادی بلکه خواسته‌ها و مطالبات سیاسی و اجتماعی مردم را نیز تغییر می‌دهد. با توجه به شناخت عوامل نفوذ فرهنگی در شکل‌گیری روابط هم‌خانگی، می‌توان آنها را شامل تغییرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و رسانه‌های

پس از بررسی‌های بعمل آمده در این مقاله مدل مفهومی تحقیق ترسیم شد. مصاحبه‌های عمیق در این تحقیق نشان می‌دهند که در بروز و شکل‌گیری الگوی هم‌خانگی موارد زمینه‌ساز متعددی دخیل است. امپریالیسم فرهنگی از طریق نفوذ فرهنگی و متعاقب آن

جهانی و تغییرات خانواده دانست. به نظر می‌رسد، ناهم‌زمانی وقوع بلوغ جنسی و عاطفی و بلوغ اجتماعی و اقتصادی، که خود متأثر از تغییرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد، باعث تغییرات ساختار و کارکرد خانواده و در نهایت ظهور پدیده هم‌خانگی می‌باشد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر بر حسب هدف از نوع کاربردی است زیرا بررسی متغیرها و روابط بین آنها از طریق پرسشنامه در بین افراد مورد بررسی قرار گرفت جامعه آماری، در این پژوهش، زنان و مردان تهرانی هستند که هم‌خانگی را تجربه کرده‌اند. از آنجا که جمعیت مورد مطالعه، پنهان می‌باشند و شناسایی آنان به راحتی امکان‌پذیر نیست جهت یافتن افراد از تکنیک «نمونه‌گیری گلوله برفی ۴۶» یا «نمونه‌گیری زنجیره‌ای ۴۷» استفاده شده است. این روش نمونه‌گیری غالباً در موقعیت‌هایی کاربرد دارد که محقق با جمعیت‌های پنهان مواجه است و پاسخ‌گویان قابل شناسایی نیستند. روند نمونه‌گیری در این تحقیق بدین صورت بود که ابتدا چند نمونه اول از طریق شبکه‌های گوناگون روابط اجتماعی انتخاب شدند، سپس همان نمونه‌ها، پس از مصاحبه و فرآیند جلب اعتماد، رابط و واسطی برای دست‌یابی به نمونه‌های مراحل بعدی شدند. به این ترتیب، زنجیره‌ای از نمونه‌های گوناگون با معرفی نمونه‌های مراحل قبلی به دست آمد. در نهایت با استفاده از معیار اشباع نظری درباره تعداد افراد نمونه تصمیم‌گیری شد. بر این اساس وقتی مصاحبه‌ها اطلاعات بیشتری در اختیار محقق قرار ندهد و صرفاً تکرار اطلاعات قبلی باشد فرآیند گردآوری اطلاعات متوقف می‌شود. در ابتدا ۷ نفر اجازه ملاقات حضوری را دادند و مصاحبه عمیق به منظور شناسایی عوامل اصلی صورت گرفت سوالات

مصاحبه شامل ۵۲ سوال در زمینه عوامل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی هم‌خانگی بود. سپس با توجه به این که دسترسی به افراد در ادامه کار بسیار سخت بود، بنابراین تصمیم گرفته شد از طریق عوامل شناسایی شده در مصاحبه عمیق، سوالات بسته جهت پرسشنامه تهیه شود. در ادامه، جمع‌آوری اطلاعات از ۲۵ زن و مرد که دارای رابطه هم‌خانگی بودند از طریق پرسشنامه بسته به عمل آمد. افراد شرکت‌کننده اکثراً در تهران سکونت داشتند. بنابراین این تحقیق از نظر نوع داده‌ها کمی - کیفی (آمیخته یا ترکیبی) می‌باشد و ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه و پرسشنامه می‌باشد. زمان مصاحبه نیز نامحدود بوده و بستگی به وضعیت شرکت‌کنندگان داشته است. از آنجا که پژوهش حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی است، بنابراین هم‌چون بسیاری از مطالعات توصیفی در این تحقیق به منظور جمع‌آوری نظرات نمونه‌های مورد نظر، بعد از شناسایی عوامل از طریق مصاحبه عمیق، از دو پرسشنامه استاندارد شامل تریزا مک کافرتی "دلایل هم‌خانگی در ایالت اوهایو آمریکا" که توسط حسن فتحی در ایران ترجمه شده و پرسشنامه استاندارد از دانشگاه کائن تایلند استفاده گردید، این پرسشنامه به صورت حضوری بین افراد نمونه توزیع گردید. در این بخش نحوه طراحی پرسشنامه و پایایی و روایی آن بررسی شده است که روایی در این مقاله با توجه به این که از پرسشنامه استاندارد استفاده شده فقط با تایید استاد راهنما انجام شد و پایایی از طریق آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ می‌باشد. استفاده از آمار توصیفی و استنباطی و بررسی نرمال بودن پارامترها بوسیله آزمون کولموگروف - اسمیرنوف و به منظور تحلیل سوالات و شناسایی زیر شاخص‌ها در تحقیق از آزمون میانگین‌ها یا آزمون تی‌تست با نرم‌افزار SPSS استفاده خواهد شد.

یافته‌های تحقیق

آمار توصیفی

۶۰ درصد پاسخ‌گویان در این پژوهش بین ۲۵ تا ۳۵ سال، ۲۸ درصد بین ۳۶ تا ۴۵ سال و ۱۲ درصد ۴۶ سال به بالا سن دارند. ۶۴ درصد از پاسخ‌گویان در این پژوهش مرد و ۳۶ درصد زن بوده‌اند. ۴ درصد افراد نمونه دارای دیپلم و ۲۸ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای فوق دیپلم و ۲۸ درصد دارای کارشناسی، ۴ درصد افراد نمونه دارای کارشناسی‌ارشد و بالاتر بوده‌اند. ۲۴ درصد افراد پاسخ‌دهنده‌گان متأهل بودن هم زمان متأهل بودن قبل از هم‌خانگی ۳۶ درصد افراد نمونه مجرد، ۴ درصد طلاق گرفته بودند.

آمار استنباطی

در ابتدا نرمال بودن شاخص‌های پرسشنامه با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف بررسی می‌گردد. همان‌گونه که نتایج نشان داده شده است برای سایر شاخص‌ها چون سطح معنی‌داری بزرگتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است، فرض صفر در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ رد نمی‌شود و در نتیجه می‌توان بیان نمود که این شاخص‌ها دارای توزیع نرمال هستند. و از آزمون‌های پارامتریک می‌توان استفاده نمود. با توجه به این که متغیرهای شناسایی شده به عنوان عامل نفوذ فرهنگی دارای توزیع نرمال است از آزمون پارامتری t - استیودنت آزمون میانگین‌ها استفاده می‌شود.

جدول ۱ - نتایج آزمون تی تست تک نمونه‌ای

نتیجه آزمون	سطح معنی‌داری	درجه آزادی	آماره آزمون t	فرضیه‌ها
تایید فرضیه	۰/۰۱۸	۲۴	۴/۱۴۰	عوامل نفوذ فرهنگی بر تمایل افراد به هم‌خانگی
تایید فرضیه	۰/۰۰۶	۲۴	۵/۳۰۷	تغییرات فرهنگی به عنوان عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی
تایید فرضیه	۰/۰۱۹	۲۴	۴/۹۰۲	تغییرات اقتصادی به عنوان عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی
تایید فرضیه	۰/۰۰۰	۲۴	۷/۱۴۲	تغییرات اجتماعی به عنوان عوامل نفوذ فرهنگی بر تمایل افراد به هم‌خانگی
تایید فرضیه	۰/۰۰۰	۲۴	۵/۹۸	رسانه‌های جهانی به عنوان عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی

می‌شود که نشان دهنده این مطلب است که متوسط توزیع نظرات بزرگتر از حد متوسط طیف لیکرت است. یعنی به عبارتی تغییرات فرهنگی به عنوان عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی موثر بوده‌اند. طبق نتایج جدول بالا در شاخص تغییرات اقتصادی، چون سطح معنی‌داری کوچکتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است، فرض برابری میانگین نظرات با حد متوسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در سطح خطای ۰/۰۵ رد می‌شود که نشان دهنده این مطلب است که متوسط توزیع نظرات بزرگتر از حد متوسط طیف لیکرت است. به عبارتی تغییرات اقتصادی به عنوان عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی موثر

طبق نتایج جدول بالا چون سطح معنی‌داری کوچکتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است، فرض برابری میانگین نظرات با حد متوسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در سطح خطای ۰/۰۵ رد می‌شود که نشان دهنده این مطلب است که متوسط توزیع نظرات بزرگتر از حد متوسط طیف لیکرت است. به عبارتی عوامل شناسایی شده نفوذ فرهنگی بر تمایل افراد به هم‌خانگی موثر بوده‌اند.

طبق نتایج جدول بالا در شاخص تغییرات فرهنگی، چون سطح معنی‌داری کوچکتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است، فرض برابری میانگین نظرات با حد متوسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در سطح خطای ۰/۰۵ رد

هم‌خانگی تفاوت معناداری وجود دارد. هر یک از عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی با میانگین رتبه‌ای آنها داده شده‌اند که مشخص است شاخص "تغییرات اقتصادی" مهمترین شاخص و شاخص "تغییرات اجتماعی" کم اهمیت‌ترین شاخص است.

جدول ۲ - اولویت‌بندی عوامل از طریق آزمون فردیدمن

رتبه	میانگین رتبه‌ای	شاخص
۱	۲/۸۰	تغییرات اقتصادی
۲	۲/۵۳	رسانه‌های جهانی
۳	۲/۴۲	تغییرات فرهنگی
۴	۲/۲۵	تغییرات اجتماعی

بحث

با توجه به مصاحبه و نتایج پرسشنامه؛ تغییرات اقتصادی به عنوان یکی از عوامل نفوذ فرهنگی می‌باشد. لذا با توجه به سوال اصلی تحقیق، عوامل تغییرات اقتصادی شناسایی و دسته‌بندی گردیده که شامل: عدم امنیت شغلی، عدم توانایی مالی برای ازدواج، صرفه‌جویی در مخارج طرفین، تأمین نیاز مالی توسط شریک، عدم توان مالی جهت اجاره واحد مسکونی می‌باشد. مقایسه نتایج این تحقیق با تحقیقات شامل کایو سوزوکی (۲۰۰۶)، آزاد ارمکی و شریفی ساعی (۱۳۹۰) هم‌خوانی دارد.

رسانه‌های جهانی نیز به عنوان یکی از عوامل نفوذ فرهنگی می‌باشد. لذا با توجه به سوال اصلی تحقیق، عوامل تغییرات فرهنگی شناسایی و دسته‌بندی گردیده که شامل: تبلیغات‌های خوب و مثبت در رسانه‌ها برای نشان دادن هم‌خانگی زن و مرد، سریال‌های ماهواره‌ای درباره هم‌خانگی، ارتباط با دوستان فیس بوک و تلگرام در خارج از کشور، ارتباط آسان با افراد در سطح جهان.

بوده‌اند.

طبق نتایج جدول بالا در شاخص تغییرات اجتماعی، چون سطح معنی‌داری کوچکتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است، فرض برابری میانگین نظرات با حد متوسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در سطح خطای ۰/۰۵ رد می‌شود که نشان دهنده این مطلب است که متوسط توزیع نظرات بزرگتر از حد متوسط طیف لیکرت است. به عبارتی تغییرات اجتماعی به عنوان عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی موثر بوده‌اند.

طبق نتایج جدول بالا در شاخص رسانه‌های جهانی، چون سطح معنی‌داری کوچکتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است، فرض برابری میانگین نظرات با حد متوسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در سطح خطای ۰/۰۵ رد می‌شود که نشان دهنده این مطلب است که متوسط توزیع نظرات بزرگتر از حد متوسط طیف لیکرت است. به عبارتی رسانه‌های جهانی به عنوان عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی موثر بوده‌اند.

اولویت‌بندی نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی

از آزمون فریدمن برای بررسی یکسان بودن اولویت‌بندی (رتبه‌بندی) تعدادی از متغیرهای وابسته استفاده می‌شود. فرض صفر بیان می‌کند که میانگین رتبه‌ها یکسان هستند و فرض مقابل بیان می‌کند که حداقل دو عامل وجود دارند که دارای میانگین رتبه متفاوت هستند. نتایج این آزمون برای بررسی یکسان بودن اولویت‌بندی عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به هم‌خانگی با توجه به آماره کای دو و سطح معناداری محاسبه شده نشان می‌دهد فرض H_0 در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ رد می‌گردد و در نتیجه می‌توان گفت بین عوامل نفوذ فرهنگی در تمایل افراد به

سوزوکی (۲۰۰۶) هم‌خوانی دارد.

نتیجه‌گیری

جامعه‌ی ایران در دو و نیم دهه‌ی اخیر، شاهد تغییرات گسترده‌ای بوده است. این تغییرات، در حوزه‌های گوناگون از سبک زندگی تا فرهنگ سیاسی و در سطوح مختلف باورها، ارزش‌ها، هنجارها و نمادها قابل مشاهده است. این تغییرات، طیف وسیعی از مسائل از جمله تغییر در نوع نگرش نسبت به دین و رواج شیوه‌های جدید دین‌داری، تغییر فرهنگ همیاری و همکاری مبتنی بر جمع‌گرایی به سمت فرهنگ منفعت‌طلبی و لذت‌طلبی فردگرایانه، تغییر فرهنگ اجتماعی به سمت منافع گروهی و طبقاتی، تغییر در سبک زندگی و ابعاد مختلف آن، مانند پوشش و مد حجاب، ازدواج و روابط جنسی، مصرف‌گرایی و مد زدگی، بحران‌های هویتی و غیر آن را شامل می‌شود. آن چه مشخص است، این‌که تغییرات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را نمی‌توان تک عاملی تحلیل و بررسی نمود؛ بلکه این تحولات ناشی از عوامل متعدد و متفاوتی هستند که کنش و واکنش تو در توی آنها با یکدیگر، تغییر در سطوح گوناگون و در لایه‌های عمیق‌تر مربوط به هر یک را رقم می‌زند. از جمله‌ی این عوامل می‌توان به نفوذ اقتصادی و به تبع آن نفوذ فرهنگی و سیاسی اشاره کرد. در این زمینه، باید گفت نفوذ در برنامه‌های کلان و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی مبتنی بر الگوهای توسعه‌ی غیر بومی یا برون‌زا، می‌تواند پیامدهای فرهنگی و سیاسی متناسب با خود را به همراه آورد (خطیبی، ۱۳۹۵).

الگوی توسعه درون‌زا، الگویی است که با اقتضانات فرهنگی یک جامعه تناسب دارد و الگوی برون‌زا، الگویی است که به عنوان الگوهای مسلط توسعه در جهان، برای دیگر کشورها ارائه و تجویز می‌شود (هزاوه‌ایی، ۱۳۸۵). هر الگوی توسعه‌ی اقتصادی، در

همین طور تغییرات فرهنگی به عنوان یکی از عوامل نفوذ فرهنگی می‌باشد. لذا با توجه به سوال اصلی تحقیق، عوامل تغییرات فرهنگی شناسایی و دسته‌بندی گردیده که شامل: افزایش هم‌خانگی در بین جوانان، تغییرات رویکرد خانواده‌ها با این نوع سبک زندگی در بین جوانان، بازاندیشی؛ آرمان‌زدایی از زندگی سنتی در بین جوانان، تردید نسبت به ارزش‌های پیشین و پیدایش ارزش‌های جدید، پیدایش گرایش‌های روشن‌فکرانه، شکل‌گیری الگوهای جدید همسریابی، تردید در زمینه ارزش ازدواج و ارزش‌زدایی از ازدواج، افزایش ارزش استقلال و آزادی فردی، رهایی از ارزش‌ها و نفوذ خانواده، نظارت و کنترل بعد از ازدواج بر اعمال و رفتار در زوجین، عدم احساس نیاز یا برنامه‌ریزی برای ازدواج، گسست نسلی، رواج فردگرایی می‌باشد. مقایسه نتایج این تحقیق با تحقیقات شامل: ماریا کاور - سوسائی و کوئن ماتیجس (۲۰۱۰)، کاتجا کوپن (۲۰۱۰) هم‌خوانی دارد.

در ادامه تغییرات اجتماعی به عنوان یکی از عوامل نفوذ فرهنگی می‌باشد. لذا با توجه به سوال اصلی تحقیق، عوامل تغییرات فرهنگی شناسایی و دسته‌بندی گردیده که شامل: تجربه دوستی با جنس مخالف، کلان‌شهرنشینی و فرصت گمنامی، نگرانی از پیامدهای طلاق، ترس از تنهایی و نداشتن حامی، عدم مسئولیت‌پذیری، ارضای نیازهای جنسی، وابستگی عاطفی، کاهش کنترل والدین، مهاجرت به شهرهای بزرگ ازدواج آزمایشی، نقش گروه‌های دوستی، افزایش سن ازدواج، افزایش طلاق، شرایط خانوادگی، آزمودن سازگاری قبل از ازدواج، تسهیل روابط دختر و پسر در جامعه امروزی و نیز هم‌خانگی به عنوان یکی از راه‌های آماده شدن برای ازدواج می‌باشد. مقایسه نتایج این تحقیق با تحقیقات شامل ساندرایا باچلر، جانین باکستر، میشله هینز و مارک وسترن (۲۰۰۸)، ماریاکاور - سوسائی و کوئن ماتیجس (۲۰۱۰)، کایو

از سوی هویت توسعه اشاره کرد (عیوضی، ۱۳۸۹). سبک زندگی و رفتار فردی و اجتماعی تحت تاثیر این تغییرات ارزشی سمت و سوی خاص خود را می‌یابند. بحران هویت، بحران اخلاق، بحران جنسیت و بحران خانواده، قسمتی از پیامدهای ناشی از پیاده شدن الگوهای توسعه‌ی ناهمخوان با فرهنگ جامعه می‌باشد (خطیبی، ۱۳۹۵).

باید توجه داشت که وقتی ارزش‌های یک جامعه تغییر کند و جامعه ایران دارای هویت فرهنگی آمیخته با مذهب، به طرف ارزش‌های غیرمذهبی برود، یعنی ارزش‌های مذهبی از نظر اجتماعی کم‌رنگ و یا بی‌ارزش شده‌اند و طبعاً دارندگان سمبل‌های آن نیز از افراد کم‌ارزش می‌شوند. پیامد این تغییر، فراتر رفته و نهادهای وابسته به آن نظام ارزشی را نیز در بر می‌گیرد (عیوضی، ۱۳۸۹). به عنوان مثال در بحث سبک‌های جدید زندگی زوجین، هم‌خانگی به عنوان یک ارزش، قابل ستایش شده و فرهنگی شکل خواهد گرفت که مبتنی بر تمایل افراد به این سبک زندگی بوده و به عنوان یک هنجار در جامعه نهادینه می‌شود.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که فرایند جهانی شدن در ابعاد گوناگون اقتصادی، فرهنگی و تکنولوژیکی خود به تدریج و در طول سالیان اخیر زمینه‌های بروز انواع تغییرات اجتماعی را در حوزه خانواده در جامعه ایرانی ایجاد کرده است؛ تغییراتی چون افزایش سن ازدواج، افزایش طلاق، شکاف نسلی و همچنین افزایش ورود دختران به عرصه‌های دانشگاهی و محیط کار و سپس تسهیل روابط دختر و پسر. نتیجه این تحولات و فرایندهای جامعه‌پذیری جهانی سبب شده است که روابط جنسی پیش از ازدواج در ایران گسترش یابد. روابطی که به تدریج با افزایش یافتن، متکثر و متنوع نیز شده‌اند؛ تنوعی از تغییرات که هم‌خانگی نیز یکی از محصولات آن بوده است. به عبارتی، هم‌خانگی در ایران ظهور نکرد که

برگیرنده‌ی ارزش‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی خاص خود است. هر گاه ارزش‌های جدید در جامعه وارد شود و به دنبال نهادینه‌کردن خود باشد، تضادی میان ارزش‌های جدید و قدیم ایجاد خواهد شد. بدین ترتیب، زمانی که ارزش‌های جدید بتواند به مقابله با ارزش‌های قدیمی بپردازد، ممکن است فرهنگ جامعه را دست‌خوش تحولاتی کرده و در نهایت، هویت فرهنگی جامعه را با چالش مواجه سازد و در صورت حل نشدن این چالش، بستری برای تبدیل آن به بحران و تهدید فراهم خواهد شد. بدین ترتیب، شکل‌گیری بحران هویت موجب می‌شود تا افراد نتوانند به شناسایی خود و هویت فرهنگی خود به منظور حرکت به سوی پیشرفت بپردازند (عیوضی، ۱۳۸۹).

در رابطه با جامعه ایران، در سال‌های پس از جنگ تحمیلی با توجیه لزوم بازسازی کوتاه مدت اقتصادی برای جبران خسارات ناشی از جنگ، «برنامه‌ی تعدیل اقتصادی» از سوی مدیران اجرایی به مرحله‌ی اجرا گذاشته شد و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی گوناگون کشور را تحت تأثیر قرار داد. این مجموعه برنامه‌ها که بدون توجه به هشدارهای بسیاری از دغدغه‌مندان و صاحب‌نظران اقتصادی و اجتماعی، در سال‌های پس از جنگ در قالب برنامه‌های مختلف توسعه باز تولید و به مرحله‌ی اجرا گذاشته شده، تحولات عمیقی را در عرصه‌ی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در جامعه ایران به دنبال داشته است (خطیبی، ۱۳۹۵).

در این زمینه، تحقیق گسترده‌ای در کتاب توسعه و تضاد نوشته آقای «رفیع‌پور» صورت گرفته که بر اساس آن در اثر فرآیند توسعه برون‌زا، شاهد برخی تغییرات ارزشی در جامعه ایران هستیم که از جمله آن می‌توان به تبدیل شدن ثروت به یک ارزش اجتماعی، تجمل‌گرایی، کم‌رنگ شدن ارزش‌های دینی و تلاش افراد جامعه برای مطابقت خود با ارزش‌های القا شده

وارد شد؛ الگویی از رابطه که ریشه‌های عمیق غربی دارد و محصول تغییرات الگوی خانواده در چند دهه گذشته در این کشورها بوده است. هم‌خانگی، امروزه، هر چند در بسیاری از کشورها به الگویی رایج و ثابت در کنار الگوهای پیشین خانواده تبدیل شده است، اما در ایران، ویژگی‌های مناطق دیگر جهان را دارا نیست و به همین سبب، محصول تحولات اجتماعی در حال گذار جامعه ایرانی است. این الگو و تداوم آن در کنار الگوهای دیگر، زمانی مطرح می‌شود که هم‌خانگی از طرف قشر کثیری از افراد جامعه ایرانی پذیرفته شده باشد و از طرفی، در بیشتر نقاط ایران نیز یافت شود؛ در حالی که به نظر نمی‌رسد روند تحولات سال‌های اخیر ایران هنوز به این مرحله از تغییرات رسیده باشد. در این میان، پیدایش الگوهای هم‌خانگی در کلان شهرها و بهره‌گیری سوژه‌ها از استراتژی گم‌نامی و پنهان‌کاری، خود، شاهدی بر مخالفت توده‌های جامعه با این الگوهای در حال رشد است؛ الگوهایی که هر چند شاید سال‌ها بعد بتوان آنها را الگوهای رایج و ثابتی در کنار خانواده امروزی تصور کرد، اما هم‌چنان در ایران باید آنها را الگوهای انحرافی دانست (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۱).

سیاست‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی و تحولات دیگری چون گسترش حضور و نفوذ ماهواره و اینترنت و امکانات ارتباطی جدید در جامعه سبب شده‌اند که منابع جامعه‌پذیری، متکثر شوند و الگوهای هنجاری و ارزش‌های سنتی، کمتر از گذشته، در جامعه تأثیرگذار شوند. از طرفی، گسترش عقلانیت مدرن و نقد دائم سنت بر تسریع و تشدید این تحولات مؤثر بوده است. در این بین، تجدد و زاده‌اش امر مدرن با تنوع بی‌پایانش، اگر چه در «نو بودن» نقطه پیوند یافته است اما وضعیت تناقض نمای آن در گستره بی‌پایان این «نو به نو شدن» پیش از آشکار شدن رنگ باخته و جای خود را به تناقضی جدید

سپرده است. دوگانه جذب و طرد همان دوگانه آشکار امر مدرن است که با همان دست که می‌دهد با همان دست نیز می‌ستاند. نباید از این نکته غافل ماند که تکیه بی‌چون و چرا بر عقلانیت مدرن و ارزش‌های آن و نفی سنت روزی روزگاری ضد خودش را هم در دل خویش خواهد پروراند (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۱).

جامعه ایران، امروزه، به صورتی مصنوعی و ناقص، تحت فرایند مدرنیزه شدن قرار گرفته است و از طرفی فناوری‌های جدید و مدرن وارداتی هم، که با خود ارزش‌های جدید و ناهماهنگ با نظام اجتماعی موجود را به همراه آورده‌اند، موجب تحولات سریع در برخی ابعاد جامعه شده‌اند. تجربه کشورهای دیگر نشان داده است که در نظر نگرفتن تبعات اجتماعی و فرهنگی مدرنیزاسیون و توسعه اقتصادی، نتیجه‌اش را با تغییرات ساختار اجتماعی در دهه‌های بعد نشان خواهد داد. اما مدیریت نظام اجتماعی حاکم در ایران، سرمست از اندک تحولات اقتصادی و نتایج مادی آن و بدون در نظر گرفتن پیامدهای فرهنگی و اجتماعی این تحولات، هم‌چنان پرقدردت بر طبل اجرای این تغییرات می‌کوبد و نتایج کوتاه مدت اقتصادی را ارج می‌نهد و پیامدهای بلندمدت اجتماعی آن را در نمی‌یابد؛ پیامدهایی که می‌تواند در آینده‌ای نه چندان دور ایران را با چالش‌های مهمی از تنوع مسائل اجتماعی جدید روبه رو کند (آزاد ارمکی و دیگران، ۱۳۹۱). همان‌گونه که از نتایج تحقیق پیداست، هم‌خانگی به شکلی آرام و خزنده در حال جا بازکردن در زندگی افراد ایرانی است و این خود تهدیدی جدی برای نهاد خانواده و ثبات ازدواج می‌باشد. متأسفانه دوری از خانواده و کم شدن کنترل اجتماعی در کلان شهرها به موازات نگرش‌های آزاداندیشانه نسبت به ازدواج و روابط جنسی پیش از ازدواج و مد شدن و رواج تنوع‌طلبی، فضایی مناسب را برای تجربه این نوع

پیشنهادهایی جهت جلوگیری از آسیب‌های رسانه‌های

جهانی به شرح ذیل اعلام می‌گردد:

- آموزش سواد رسانه‌ای در بین افراد جامعه.
- ایجاد فرهنگ استفاده از رسانه‌ها و تکتولوژی‌های روز دنیا.
- توجه رسانه‌های داخلی به مسایل خانواده و معضلات اجتماعی موجود و اشاعه فرهنگ ایرانی و اسلامی به شکلی جذاب و امروزی.
- برنامه‌ریزی مسئولان صدا و سیما جمهوری اسلامی برای تهیه و تولید برنامه‌های جذاب، عمیق و مورد نیاز جوانان برای جانشین‌سازی آنها با برنامه‌های تلویزیونی شبکه‌های ماهواره‌ای.

شناسایی تغییرات فرهنگی

پیشنهادهایی برای بهبود تغییرات فرهنگی به شرح

ذیل اعلام می‌گردد:

- آموزش صحیح روابط بین دختر و پسر در زمان دبیرستان و دانشجویی.
- برنامه‌های آموزشی برای خانواده‌ها در برخورد با چنین مشکلی در خانواده.
- برنامه‌ریزی برای پخش فیلم‌های آموزشی در صدا و سیما.
- تحصیل در سطح آموزش عالی و حوزه فرهنگ.
- برنامه‌ریزی برای واحد درسی در دبیرستان و دانشگاه.
- اصلاح باورهای غلط در بین جوانان و خانواده در خصوص تأثیرات مثبت هم‌خانگی بر کیفیت ازدواج.
- تغییر در شرایط محیطی و از بین بردن عوامل محدود کننده و کاهنده در شناخت دو جنس از یکدیگر، در کنار به تعادل رساندن جایگاه زنان و مردان.

روابط به وسیله جوانان فراهم کرده است. آمار بالای طلاق، وفور خیانت‌های عاطفی و جنسی افراد متأهل و شیوع شکل‌های نوین روابط پیش از ازدواج همگی بنیان خانواده سنتی ایرانی را نشانه رفته‌اند و حل این معضلات نیازمند عزم جدی مسئولان در سطح کلان و بازنگری در سیاست‌های شغلی، کارآفرینی، تحصیل در سطح آموزش عالی و حوزه فرهنگ می‌باشد. بی‌توجهی رسانه‌های داخلی به مسایل خانواده و معضلات اجتماعی موجود و ناتوانی در اشاعه فرهنگ ایرانی و اسلامی به شکلی جذاب و امروزی، خود زمینه‌ساز گرایش افراد به تقلید از سبک‌های زندگی تبلیغ شده در رسانه‌های خارجی شده است و مسئولان در این زمینه باید جدی‌تر عمل کنند.

پیشنهادهایی مبتنی بر نتایج

با توجه به نتایج این تحقیق که با عنوان شناسایی عوامل نفوذ فرهنگی می‌باشد، در این تحقیق ۴ عامل نفوذ فرهنگی شناسایی شده است، که به ترتیب اولویت عوامل، به شرح ذیل برای هر عامل پیشنهادهایی ارائه می‌گردد:

شناسایی تغییرات اقتصادی

پیشنهادهایی برای بهبود تغییرات اقتصادی به شرح

ذیل می‌باشد:

- ایجاد فضای اقتصادی به منظور جذب نیروها (تعادل بین فارغ‌التحصیلان و بازار کار).
- فراهم نمودن زمینه اشتغال جوانان و رونق تولیدات داخلی.
- ایجاد امنیت شغلی در بین کارمندان.
- برنامه‌ریزی تسهیلات آسان‌تر برای ازدواج جوانان.
- حمایت از کارآفرینی.

شناسایی رسانه‌های جهانی

شناسایی تغییرات اجتماعی:

پیشنادهایی برای بهبود تغییرات اجتماعی به شرح ذیل اعلام می‌گردد:

- برنامه‌ریزی برای ساماندهی جوانان به منظور تغییرات اجتماعی.
- ایجاد فضاهایی برای مشاوره جوانان در زمان سردرگمی و تنهایی
- سیاست‌گذاری به منظور آگاه‌سازی و آشنایی در بین جوانان به منظور ازدواج.
- آموزش به مادران در زمان کودکی در مهد کودکها به منظور ارتباط خوب بین فرزند و والد و کنترل متعادل (نه سخت‌گیرانه و نه سهل‌گیرانه) والدین بر فرزندان
- برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری جهت ایجاد شرایط تعادل در پایداری توافق ازدواج، بعنوان مثال آمار بالای طلاق در کشور نشان می‌دهد که سند ازدواج کنونی شرایط لازم برای حفظ پایداری ازدواج را ندارد. چه بسا یک پیشنهاد بعنوان راه حل می‌تواند ارائه یک سند حقوقی جدید در کتاب سند ازدواج باشد، که با توجه به شرایط اقتصادی - اجتماعی کنونی در تعادل باشد.

منابع

آزاد ارمکی، زند و طاهره خزاعی، (۱۳۸۱). روند تغییرات فرهنگی و اجتماعی خانواده تهرانی طی سه نسل، فصلنامه علوم انسانی دانشگاه الزهرا، سال ۱۲ و ۱۳.

آزاد ارمکی، ساعی، ایثاری و سحر طالبی، (۱۳۹۰). سنخ‌شناسی الگوهای روابط جنسی پیش از ازدواج در ایران، دو فصلنامه جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال دوم، شماره ۲.

آزاد ارمکی، ساعی، ایثاری، سحر طالبی، (۱۳۹۱). هم‌خانگی؛ پیدایش شکل‌های جدید خانواده در تهران، جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال سوم، شماره ۱.

باومن، زیگموند، (۱۳۹۴). عشق سیال، تهران، ققنوس.

خطیبی، علی، (۱۳۹۵). سیاست‌های اقتصاد لیبرال زمینه‌ساز نفوذ همه‌جانبه.

خلج‌آبادی فراهانی، فریده و امیرهوشنگ مهریار، (۱۳۸۹). بررسی نقش خانواده در ارتباطات با جنس مخالف قبل از ازدواج در دختران دانشجوی در تهران، فصلنامه خانواده‌پژوهی، سال ۶، شماره ۲۴.

رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۸۰). توسعه و تضاد؛ کوششی در جهت تحلیل علل پیدایش انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی ایران، تهران: شرکت سهامی انتشار.

ساروخانی، باقر و مجتبی صدیقی‌فرد، (۱۳۸۸). شکاف نسلی در خانواده ایرانی، دیدگاه‌ها و بینش‌ها، پژوهشنامه علوم اجتماعی، سال ۳، شماره ۴.

شکارچی، زیبا، (۱۳۹۲). خط قرمزهایی که حالا مد شده.

شمس‌اللهی، عبدالصالح، (۱۳۹۴). رابطه نفوذ فرهنگی و تغییر تعریف‌های فرهنگی، وب سایت شخصی عبدالصالح شمس‌اللهی.

صالحی‌امیری، رضا و سعید محمدی، (۱۳۸۹). دیپلماسی فرهنگی، تهران: ققنوس.

عبادت‌ی، حسین، (۱۳۹۴). میزگرد بررسی دلایل نفوذ فرهنگی.

عسگری‌خانقاه، اصغر و تقی آزاد ارمکی، (۱۳۸۰). وضعیت پیوستاری تغییرات فرهنگی در ایران، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات فصلنامه‌نامه علوم اجتماعی سابق ۹.

- Youth in Pune District, Maharashtra, India", International Family Planning Perspectives, Vol. 33, No.4.
- Barlow, A, S. Duncan, J. Grace & P. Alison (2005). Cohabitation, Marriage and the Law, Social Change and Legal Reform in the 21st Century, Oxford: Hart Publishing
- Bumpsss, L. and Lu (: 000). '0rnnds nn Cohbbooooooond Impooocooos for Chdddnn's Family Contexts in the United eeeee', Population Studies, Vol. 54, No. 1
- Brennom, Jennifer Marie Meehan, (2001). "Cohabitation versus marriage as a first union: a developmental approach" Retrospective Theses and Dissertations.
- Carr, D, (2011). 'Prmmr in mmr:c:: How Young Americans Meet, Mate, and Think about Marriage by Mark Regnerus and Jeremy eec kII', mmrracan JournaElbf oocooogy, oo 117, No. 3.
- French, M, T, Popovici, I. Robins, P. Homer, J, (2014). Personal traits, cohabitation, and marriage. Social Science Research 45.
- Lee, G. R & K. Payne, (2010). "Changing aa rrggg Prrrrr since 1970 Whtt's oo nrg on and Why?" Journal of Comparative Family Studies, Vol. 41, No. 4.
- Legkauskas, V & D, Stankeviciene, (2009). "Premarital Sex and Marital Satisfaction of Middle Age Men and Women: A Study of Marriage Lithuanian Couples", Journal of Sex Role, Vol. 60, No. 1.
- Raymo, J.M, M. Iwasawa & L. Bumpass, (2009). "Cohabitation and Family Formation in Japan", Journal of Demography, Vol. 46, No. 4.
- Regnerus, M & J. Uecker, (2011). Premarital sex in America: How Young Americans Meet, Mate and Think about Marrying, Oxford: Oxford University Press.
- Utomo, I, (2002). "Sexual Values and Early Experiences among Young People in Jakarta", in Lenore Manderson & Pranee Liamputtong (eds.), Coming of Age in South and Southeast Asia: Youth, Courtship and Sexuality, Surrey, UK: Curzon Press, Richmond.
- Welling, K. et al, (2006). "Sexual Behavior in Context: A Global Perspective", Journal of Lancet, Vol. 368.
- Wiik, K.A, E. Bernhardt & T. Noack, (2009). "A Study of Commitment and Relationship Quality in Sweden and Norway", Journal of Marriage and Family, Vol. 71, No. 3.
- Wite, Linda J, (1999). "Cohabitation: A Communitarian Perspective", University of Chicago.
- Zhang, K & D. Li, (1999). "Changing Sexual Attitudes and Behavior in China: Implications
- عنایت، حلیمه و مجید موحد، (۱۳۸۳). زنان و تحولات ساختاری خانواده در عصر جهانی شدن، فصلنامه پژوهش زنان، شماره ۹.
- عیوضی، محمدرحیم. و محمدجواد هراتی، (۱۳۸۹). توسعه و هویت فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات انقلاب اسلامی، شماره ۲۱.
- فاستر، جورج، (۱۳۷۸). ترجمه سیدمهدی ثریا. جوامع سنتی و تغییرات فنی، تهران: کتاب فردا.
- کشاوری، احمدرضا، (۱۳۹۴). نقدی بر فیلم دوران عاشقی.
- گرمارودی، مکارم، علوی و زینب عباسی، (۱۳۸۸). عادات پرخطر بهداشتی در دانش آموزان شهر تهران، فصلنامه پژوهشکده علوم بهداشتی جهاد دانشگاهی (پایش)، سال ۹، شماره ۱.
- گل محمدی، احمد، (۱۳۸۱). جهانی شدن فرهنگ، هویت، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۸). ترجمه منوچهر صبوری، جامعه‌شناسی، تهران: نشر نی، چاپ پنجم.
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۶). ترجمه منوچهر صبوری، جامعه‌شناسی، تهران: نشر نی.
- نوروزی، محمدجواد، (۱۳۹۴). فرهنگ گذرگاه نفوذ در ساحت نظام سیاسی، کیهان فرهنگی، شماره ۳۸۴.
- هزاوه‌ای، مرتضی، (۱۳۸۵). تأثیرپذیری سیاست‌های توسعه در ایران از الگوهای مسلط غربی، رساله دکتری، دانشگاه امام صادق (ع).
- هوشنگی، طاهره، (۱۳۹۲). عشق و ازدواج در دنیای سنت و مدرنیته.
- یوسفیان، جواد، (۱۳۶۸). نگاهی به مفهوم فرهنگ، مجله رشد آموزش علوم اجتماعی، سال اول، ش ۲.
- Alexander, M. L, Grada, S. Kanade, S. Jejeebhoy & B. Ganatra (2007). "Correlates of Premarital Relationships among Unmarried

يادداشت‌ها

¹ *Bumpass and Lu, 2000*

² *Robert Franken*

³ *Bauman*

⁴ *Brennom*

⁵ *Wite*

⁶ *carr*

⁷ *French*

⁸ *non-marital cohabitation*

⁹ *Oswld Spengler*

¹⁰ *Arnold Toynbee*

¹¹ *P.A.Sorokin*

¹² *Cyclic Prosses*

¹³ *Autodynamism*

¹⁴ *Hetrodynamism*

¹⁵ *Cultural contact*

¹⁶ *Fuster*

¹⁷ *sexual revolution*

¹⁸ *Legkauskas*

¹⁹ *Stankeviciene*

²⁰ *Harding & Jencks, 2003*

²¹ *Regnerus*

²² *Uecker*

²³ *Welling et al., 2006*

²⁴ *marriage age*

²⁵ *marriage rate*

²⁶ *Lee*

²⁷ *Barlow*

²⁸ *Wiik*

²⁹ *premarital sex*

³⁰ *extramarital sex*

³¹ *Zhang*

³² *Li*

³³ *Ghuman et al. 2006*

³⁴ *sex workers*

³⁵ *Sakalli & Glick, 2003*

³⁶ *virginity*

³⁷ *Erkmen*

³⁸ *Dillbazan*

³⁹ *Alexander*

⁴⁰ *Raymo*

⁴¹ *Utomo*

⁴² *Maria Cover-Sussai*

⁴³ *Koen Matthijs*

⁴⁴ *Linda J. Wite*

⁴⁵ *Katja Koppen*

⁴⁶ *snow ball sampling*

⁴⁷ *chain sampling*

