

بررسی تأثیر جهت‌گیری‌های ارزشی- فرهنگی بر نوع نگرش به ازدواج جوانان در شهر تهران

رسول صادقی^۱

مریم رضایی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۲/۲۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۴/۹

ارزش‌ها و نگرش‌های ازدواج در ایران به‌طور چشمگیری در حال تغییر است. درک و تبیین این تغییرات، مستلزم در نظر گرفتن نقش عوامل و نیروهای فرهنگی به همراه و یا در تقابل با عوامل ساختاری است. مقاله پیش‌رو قصد دارد در چارچوب «نظریه گذار دوم جمعیتی» به این پرسش پاسخ دهد که جوانان تهرانی چه نگرشی به ازدواج و اشکال نوپدید آن دارند؟ همچنین، جهت‌گیری‌های ارزشی و فرهنگی چه تأثیری بر نوع نگرش آنها دارند؟

داده‌ها با استفاده از ابزار پرسشنامه طی پیمایش مقطعی در میان جوانان ۱۵-۳۰ ساله شهر تهران به شیوه نمونه‌گیری چندمرحله‌ای گردآوری شده است. نتایج مطالعه نشان داد تغییرات اجتماعی و فرهنگی منجر به تغییر ارزش‌ها و نگرش‌های ازدواج شده است. حدود یک پنجم جوانان مورد بررسی نگرش مدرن نسبت به ازدواج و تشکیل خانواده دارند. نتایج تحلیل چندمتغیره نشان داد با تغییر جهت‌گیری‌های فرهنگی به سمت فردگرایی، برابرگرایی جنسیتی، عرفی‌شدن و گرایش به رسانه‌های فرامرزی (ماهواره و اینترنت)، نگرش‌های سنتی به ازدواج کاهش و در مقابل، نگرش‌های مدرن به ازدواج افزایش می‌یابد. بر این اساس، با توجه به تغییرات ابعاد و مولفه‌های مختلف ارزشی و فرهنگی در جامعه، انتظار می‌رود نگرش‌های مدرن و اشکال نوپدید ازدواج در آینده افزایش یابد.

واژگان کلیدی: جوانان، تحولات فرهنگی، تغییرات ارزشی، فردگرایی، ازدواج و همبستگی

۱. دانشیار، جمعیت‌شناسی، دانشگاه تهران و محقق موسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
E-mail: Rassadeghi@ut.ac.ir

۲. کارشناسی‌ارشد، جمعیت‌شناسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

ازدواج و تشکیل خانواده به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پدیده‌های اجتماعی در همه جوامع از جایگاه و اهمیت خاصی برخوردار است. از این رو، نظام اجتماعی و اخلاق آرمانی در هر جامعه‌ای با رویکردی محافظه‌کارانه همواره در صدد حفظ و پایداری نهاد ازدواج و خانواده بوده است. با این وجود، امروزه الگوهای ازدواج در بسیاری از جوامع، با شدت و ضعف، تغییر یافته است (عباسی شوازی و صادقی ۱۳۸۴؛ محمدپور و همکاران ۱۳۸۸).

به دنبال تحولات بنیادین اقتصادی و اجتماعی‌ای که در پی مدرن‌سازی جوامع پدید آمده است، دگرگونی‌های فراوانی در ساختار خانواده و به تبع آن کارکردهایش در سراسر جهان ایجاد شد (نجفی‌اصل و قاضی طباطبایی، ۱۳۹۱). در واقع، نهاد ازدواج تحت‌تأثیر تغییرات ساختاری^۱ و فرهنگی^۲ و به‌طور کلی متأثر از جایگاه جوامع در گذار از نظم سنتی به نظم مدرن دچار تغییرات چشمگیری شده است تا جایی که امروزه در ادبیات جامعه‌شناسی و جمعیت‌شناسی نظریه‌ها و ایده‌هایی نظیر انقلاب جهانی خانواده، گذار خانواده^۳، گذار ازدواج^۴، و گذار دوم جمعیت‌شناختی^۵ مطرح شده است.

جامعه ایرانی نیز از تحولات و تغییرات ازدواج و خانواده بی‌تأثیر نمانده و ابعاد مختلف آن در حال تغییر است. میزان تأثیرپذیری خانواده ایرانی از ویژگی‌های جامعه مدرن، از جمله افزایش تحصیلات، اشتغال زنان در مشاغل جدید، افزایش فردگرایی، رشد و بسط عاملیت، عدم پابندی به سنت‌ها، افزایش فرصت‌ها و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مدرن ارتباطی در شکلگیری تغییرات ازدواج و خانواده نقش عمده‌ای داشته‌اند. سرعت تحولات و بعضاً غیرقابل کنترل بودن تغییرات، ایجاد گسست‌هایی در لایه‌های پنهان روابط و ساختارها، ایجاد قرابت با الگوهای غربی خانواده، حمایت‌های دینی از جنبه‌های دینی - سنتی خانواده و مقاومت بخش سکولار جامعه در برابر این حضور از ابعاد تغییرات خانواده در ایران است (لول‌آور، ۱۳۹۰). بر این اساس، امروزه، شاهد ظهور نشانه‌هایی از الگوی جدید روابط زن و مرد در قالب هم‌بالینی یا هم‌خانگی^۶ در ایران به‌ویژه در کلان‌شهر تهران هستیم (گلچین و صفری، ۱۳۹۶). افزایش

۱. Structural Changes

۲. Cultural Changes

۳. Family Transition

۴. Marriage Transition

۵. Second Demographic Transition

۶. Cohabitation

زندگی‌های هم‌خانگی در ایران در سال‌های اخیر، محصول فرآیند تجدد ایرانی و گسترش جهانی شدن است؛ بدین معنا که به دنبال پیدایش و گسترش برخی تحولات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، زمینه‌های لازم برای بروز این شکل نوظهور خانواده در جامعه معاصر ایرانی به ویژه در میان جوانان فراهم آمده است (آزادارمکی و همکاران، ۱۳۹۱). بنابراین، ابعاد مختلف خانواده در ایران طی چند دهه اخیر، تحولات محسوسی را در دو بُعد عینی - ساختاری و ذهنی - معنایی تجربه کرده است. کاهش باروری و کوچک شدن ابعاد خانواده، گسترش خانواده هسته‌ای، به تأخیر انداختن ازدواج و فرزندآوری، افزایش طلاق و جدایی، افزایش خانوارهای زن‌سرپرست، تغییر روابط جنسیتی و بین‌نسلی، ظهور اشکالی جدید از رابطه و پیوند میان دو جنس از ابعاد مهم تحولات خانواده در ایران محسوب می‌شود.

علیرغم اهمیت تغییرات ساختاری در تبیین تحولات ازدواج و خانواده، مطالعات مختلف در کشورهای آسیایی نشان داده‌اند که مدرنیزاسیون و تغییرات ساختاری مرتبط با آن برای درک و تبیین فرآیند تغییرات ازدواج کافی نیست (ساندرام، ۲۰۰۵) و در مقابل، نقش عوامل فرهنگی، ارزش‌ها و نگرش‌ها روزبه‌روز برجسته‌تر شده است. ارزش‌ها و نگرش‌ها در شکل‌گیری کنش‌های فردی و اجتماعی اهمیت فزاینده‌ای دارند (عظیمی‌هاشمی و همکاران، ۱۳۹۴). از این رو، مطالعه و شناخت محیط فرهنگی کنشگران به عنوان بستر شکل‌گیری کنش و بررسی هنجارهای حاکم بر رفتار کنش‌گران، توضیح مناسبی از ساز و کار عوامل فرهنگی مؤثر بر ازدواج ارائه خواهد داد. بر این اساس، این مقاله به دنبال پاسخ به دو پرسش زیر است:

۱. جوانان تهرانی چه نگرشی به ازدواج و اشکال نوپدید آن دارند؟
۲. جهت‌گیری‌های مختلف ارزشی و فرهنگی نظیر فردگرایی^۱، برابرگرایی جنسیتی^۲ و سکولاریسم (عرفی - شدن)^۴ چه تأثیری بر نوع نگرش جوانان به ازدواج دارند؟

پیشینه پژوهش

مطالعه مالهورترا و همکارانش^۵ (۱۹۹۲) در مورد مقایسه نسلی ادراکات و انتظارات ازدواج دختران و مادران در سریلانکا نشان داد که نگرش‌های دختران و مادرانشان درباره ازدواج نسبتاً مدرن می‌باشد. در تبیین این وضعیت، گسترش تحصیلات و استفاده از رسانه‌ها بسیار مهم بوده‌اند؛ بدین صورت که در بستر

۱. Cultural forces
۲. Individualism
۳. Gender egalitarianism
۴. Secularism
۵. Malhotra et al

جامعه ای که فرصت های تحصیلی و رفاه اجتماعی برای زنان در دسترس باشد، مادران در توافق بیشتری با دخترانشان بر ابعاد فردی ازدواج تاکید دارند تا ابعاد خانوادگی آن. مالهورا و تسوی^۱ (۱۹۹۶) در مطالعه دیگری به بررسی تأثیر عوامل نوسازی و عوامل فرهنگی بر زمان ازدواج در سریلانکا پرداختند. نتایج این مطالعه نشان می دهد که عوامل فرهنگی نقش تعیین کننده ای در زمان ازدواج زنان دارند. با این حال، نقش ایده ها و هنجارهای مدرن به طور قابل توجهی مهم و البته تا حدودی مبهم می باشند. در حقیقت، یافته های این بررسی بیانگر ارتباط متقابل عوامل نوسازی و فرهنگی در تعیین زمان ازدواج است.

مانینگ^۲ و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی شکل های نوظهور خانواده- نظیر خانواده تکوالدی و زندگی های مشترک بدون ازدواج- از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۰ در ایالات متحده امریکا پرداختند و به روند پنج برابر شدن این اشکال جدید خانواده اشاره کردند. پرلی و برناردی^۳ (۲۰۱۵) در تبیین افزایش زندگی های مشترک بدون ازدواج (همباشی) بر هنجارهای اجتماعی و فرهنگ و تغییرات آنها تاکید دارند. اگرچه همباشی در تمام کشورهای اروپایی افزایش پیدا کرده، اما افزایش آن یک شکل نبوده و بعضی از کشورها، تجربه افزایش سریع و برخی دیگر روندی آرام در پدیده همباشی داشته اند.

کشاوری و همکاران (۲۰۱۸) در یک مطالعه کیفی به بررسی نگرش به ازدواج جوانان ایرانی پرداختند. نتایج آن نشان داد مفهوم ازدواج از دیدگاه جوانان ایرانی یک عنصر اساسی است که می تواند به ایجاد حس تعلق، ثبات، رسیدن به آرامش در زندگی و در نهایت رسیدن به تعالی کمک کند. به طور کلی، نتایج این مطالعه بیانگر نگرش مثبت به ازدواج در بین جوانان مجرد است.

در ایران طی چند دهه اخیر، ابعاد مختلف ازدواج تحولاتی چشمگیری را تجربه کرده است. این تغییرات شامل افزایش سن ازدواج (محمودیان ۱۳۸۳؛ صادقی و همکاران ۱۳۸۶؛ مجدالدین ۱۳۸۶؛ کاظمی پور ۱۳۸۸؛ حسینی و گراوند ۱۳۹۲)، تغییر نگرش به روابط پیش از ازدواج (محبوبی منش ۱۳۸۳؛ موحد و عباسی شوازی ۱۳۸۵)، تغییر نگرش به مجرد و ازدواج (عسکری ندوشن و همکاران ۱۳۸۸؛ نیک خواه و همکاران ۱۳۹۶)، تغییر ارزش های ازدواج و خانواده (زنجانی زاده و جوادی ۱۳۸۴؛ کفاشی ۱۳۸۹؛ سیار و همکاران ۱۳۹۱؛ ابوالقاسمی و همکاران ۱۳۹۲؛ جاراللهی و صدیقی کسمایی ۱۳۹۲؛ زاهدی و خضرنژاد ۱۳۹۲؛ سرایی و اوجاقلو ۱۳۹۲؛ حاجیان مقدم ۱۳۹۳؛ رحمانی و همکاران ۱۳۹۵؛ مهدوی و همکاران

۱. Malhotra, A, and A. O. Tsui

۲. W. D. Manning

۳ Perelli-Harris and Bernardi

۱۳۹۵) و رواج اشکال جدید ازدواجی (محبوبی‌منش ۱۳۸۳؛ جوادی و زنجانی‌زاده ۱۳۸۴؛ آزادارمکی و همکاران ۱۳۹۱؛ گلچین و صفری ۱۳۹۶؛ صادقی و رضایی ۱۳۹۷) می‌باشند.

آزادارمکی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه هم‌خانگی در تهران نشان دادند که هم‌خانگی محصول فرایند تجدد ایرانی و گسترش جهانی شدن و ورود آن به ایران است؛ فرایندهایی که ابتدا با تغییر اوضاع اقتصادی یا ورود سرمایه‌داری و پیدایش ناامنی شغلی، تغییر فرهنگی یا لیبرالیسم اخلاقی که مشخصه آن الگوهای متعدد روابط جنسی پیش از ازدواج و ورود عناصر نوسازی مثل رسانه‌های جهانی (ماهواره و اینترنت)، افزایش ارتباطات شخصی و پنهانی با تلفن همراه، افزایش دانشگاه‌ها و آموزش مدرن، شهرنشینی و فرصت گمنامی همراه است، به تدریج، تغییرات اجتماعی متفاوتی را در داخل کشور پدید می‌آورند. رسانه‌های ارتباطی، با سست کردن ارزش‌های پیشین و درونی‌سازی ارزش‌های نوین در بین مردم، آن‌ها را آماده انجام دادن رفتارهای جدید می‌کنند. نتیجه این تغییرات، افزایش سن ازدواج، افزایش طلاق، شکاف نسلی، تسهیل روابط دختر و پسر و هم‌خانگی، کاهش کنترل خانواده و... است.

مطالعه نیکخواه و همکاران (۱۳۹۶) با عنوان «سنجش نگرش دانشجویان دختر دانشگاه فردوسی مشهد نسبت به ازدواج و عوامل مؤثر بر آن» نشان داد که بیشتر پاسخگویان نگرش سنتی به ازدواج دارند. همچنین نتایج این مطالعه نشان داد که بین متغیرهای پایگاه اقتصادی - اجتماعی، دینداری، هزینه فرصت و کلیشه‌های نقش جنسیتی با نوع نگرش به ازدواج، رابطه وجود دارد. بیشترین میزان اثرگذاری در نگرش سنتی به ازدواج مربوط به متغیر دینداری و برای نگرش مدرن به ازدواج، مربوط به متغیر هزینه فرصت است.

گلچین و صفری (۱۳۹۶) به بررسی الگوی هم‌خانگی در تهران به عنوان یک رابطه کم دوام که ناشی از تضادهای ارزش‌های مدرن و سنتی است، پرداخته‌اند. براساس نتایجی که از زوج‌های هم‌خانه به دست آوردند مقوله‌های تقلیل کارکرد و اهمیت خانواده، مهاجرت و زندگی در تهران با نظارت پایین به عنوان شرایط زمینه‌ای برای شروع هم‌خانگی شناخته شده است. دید منفی نسبت به ازدواج مرسوم، باورهای فمینیستی و اعتقاد نداشتن و پایبند نبودن به ارزش‌های دینی جامعه از جمله دلایل شکل‌گیری این نوع رابطه است.

شکوری و همکاران (۱۳۹۷) در بررسی عوامل مؤثر بر عدم تمایل به ازدواج در بین کارکنان مجرد ادارات شهرستان همدان نشان دادند که متغیرهای تمکن مالی ناکافی علیرغم داشتن شغل و درآمد، دشواری ازدواج و منوط کردن اقدام به ازدواج به شروطی که برآورده کردن آن‌ها در شرایط امروز جامعه دشوار است، نگرانی زوجین از داشتن ازدواج ناموفق، اعتقاد به وجود هزینه- فرصت بالای ازدواج، لذت از مجردی، معاشرت با جنس مخالف، داشتن انتظارات آرمان‌گرایانه از ازدواج و نوع نگرش به ازدواج از عوامل معنادار مرتبط با مجرد کارکنان می‌باشند.

به طور خلاصه، در بررسی نقش نیروها و عوامل فرهنگی تأثیرگذار بر تغییرات ازدواج و خانواده، مطالعات انجام شده در جامعه ایران بر عوامل مختلفی نظیر تغییر اولویت‌های ارزشی (محبوبی‌منش ۱۳۸۳؛ موحد و عباسی‌شوازی ۱۳۸۵؛ آزادارمکی و همکاران ۱۳۹۱؛ حسینی و گراوند ۱۳۹۲؛ آقاسی و فلاح‌مین‌باشی ۱۳۹۴)، عرفی‌شدن (موحد و عباسی‌شوازی ۱۳۸۵؛ برات دستجردی و عرفان ۱۳۹۱؛ حسینی و گراوند ۱۳۹۲؛ فراهانی خلیج‌آبادی و همکاران ۱۳۹۲؛ احمدزاده کرمانی و قاسمی ۱۳۹۲؛ ساعی و همکاران ۱۳۹۴؛ آقاسی و فلاح‌مین‌باشی ۱۳۹۴؛ حقیقتیان و دارابی ۱۳۹۴؛ مهدوی و همکاران ۱۳۹۵؛ رحمانی و همکاران ۱۳۹۵؛ نیکخواه و همکاران ۱۳۹۶)، ارتباطات فرامنطقه‌ای و الگوبرداری‌های غیربومی (محمدپور و همکاران ۱۳۸۸)، استفاده از ماهواره (جوادی و زنجانی‌اعزازی ۱۳۸۴؛ آزادارمکی و همکاران ۱۳۹۱؛ رحمانی و همکاران ۱۳۹۵؛ ساعی و همکاران ۱۳۹۴)، استفاده از اینترنت (جوادی و زنجانی‌اعزازی ۱۳۸۴؛ زنجانی زاده و جوادی ۱۳۸۴؛ کفاشی ۱۳۸۹؛ آزادارمکی و همکاران ۱۳۹۱؛ برات دستجردی و عرفان ۱۳۹۱؛ ابوالقاسمی و همکاران ۱۳۹۲؛ احمدزاده کرمانی و قاسمی ۱۳۹۲؛ مهدوی و همکاران ۱۳۹۵)، لیبرالیسم اخلاقی و شکل‌گیری گرایش‌های روشن‌فکرانه (آزادارمکی و همکاران ۱۳۹۱)، فردگرایی (محبوبی‌منش ۱۳۸۳؛ جمشیدیها و همکاران ۱۳۹۲؛ حسینی و گراوند ۱۳۹۲؛ سرایی و اوچاقلو ۱۳۹۲؛ احمدزاده کرمانی و قاسمی ۱۳۹۲؛ ربانی و محمدزاده یزد ۱۳۹۲؛ مهدوی و همکاران ۱۳۹۵)، برابرگرایی جنسیتی (قاسمی- اردهایی ۱۳۸۶؛ حسینی و گراوند ۱۳۹۲؛ فراهانی خلیج‌آبادی و همکاران ۱۳۹۲؛ آقاسی و فلاح‌مین‌باشی ۱۳۹۴؛ مهدوی و همکاران ۱۳۹۵؛ نیکخواه و همکاران ۱۳۹۶) تاکید کرده‌اند.

چارچوب نظری پژوهش

نهاد ازدواج تحت تأثیر تغییرات ساختاری^۱ و فرهنگی^۲ و به طور کلی متأثر از جایگاه جوامع در گذار از نظم سنتی به نظم مدرن دچار تحولات چشمگیری شده است. در زمینه گذار و تغییرات ازدواج، مورگان^۳ (۱۹۸۲) تغییر ماهیت ازدواج را در قالب تغییر از مدل نهادی^۴ به مدل رابطه‌ای/ معاشرتی^۵ مطرح کرده است. استون^۶ (۱۹۷۹) نیز در این زمینه معتقد است که افزایش آغازین ازدواج‌های رابطه‌ای/ معاشرتی در انگلستان به قرن هیجدهم و در میان طبقات اجتماعی بالا و متوسط جامعه بر می‌گردد.

در نظریه‌های با رویکرد ساختاری بر نقش پایگاه و طبقه اجتماعی در تحولات ازدواج و خانواده تأکید شده است. این رویکرد، تغییرات ازدواج را به‌عنوان «سازگاری سیستماتیک با تغییرات شرایط نظام اجتماعی پیرامونی» یا بعبارتی انطباق با شرایط اقتصادی اجتماعی تغییر یافته در نظر می‌گیرد (عباسی شوازی و صادقی، ۱۳۸۴). علاوه بر نظریه‌های با رویکرد ساختاری، نظریه‌های با رویکرد ارزشی- فرهنگی بر تغییرات فرهنگی و ارزشی جامعه و ماهیت نو و ابداعی بودن ایده‌ها و نگرش‌ها تأکید دارند. در این میان، نظریه گذار دوم جمعیتی^۷ به تبیین تغییرات عمده در ازدواج و تشکیل خانواده در بستر تغییرات ایده‌ای و فرهنگی پرداخته است. مطابق این نظریه، جوامع معاصر شاهد روند فزاینده اشکال نوپدید ازدواج هستند. این نظریه تغییرات ازدواج و خانواده را در چارچوب تغییر ارزش‌ها و ایدئولوژی‌ها برای توسعه فردی و یا خودتحقق‌بخشی و اهمیت آزادی‌های اجتماعی و فردی تبیین می‌کند (ون‌دکا، ۱۹۹۷؛ لسته‌هاک، ۲۰۱۴). بر اساس این نظریه، آنچه موجب ظهور و گسترش انواع جدید خانواده در جوامع غربی شده است، نیروهای اجتماعی و فرهنگی نظیر عرفی شدن، عدالت‌خواهی، اصول اخلاقی جدید، تمرکز بر ارزش‌های فردی و روابط زناشویی جدید می‌باشند (لسته‌هاک و سوروکین، ۲۰۰۲).

نظریه تغییرات فرهنگی- ارزشی اینگله‌هارت^۸، یکی دیگر از نظریاتی است که در تبیین تغییرات ازدواج و خانواده قابل استفاده است. طبق این نظریه، وقتی جامعه‌ای صنعتی می‌شود، از تحولات ارزشی و فرهنگی نظیر تحولات خانواده، کاهش زاد و ولد، تضعیف ارزش‌های مذهبی و ارزش‌های سنتی در امان نمی‌ماند.

۱. Structural Changes

۲. Cultural Changes

۳. P. Morgan

۴. Institutional Model

۵. Relational/ Companionate Model

۶. L. Stone

۷. Second demographic transition

۸. Inglehart

وی اثر توسعه اجتماعی - اقتصادی بر تغییرات فرهنگی را روندی دو مرحله‌ای می‌داند: صنعتی شدن، نخست فرایند تغییر فرهنگی را رشد می‌دهد و سکولاریسم را به همراه می‌آورد. ظهور جامعه فراصنعتی فرایند عمده دوم تغییر فرهنگی را شکل می‌دهد که با روند افزایش استقلال فردی و ارزش‌های ابراز وجود، همراه است (اینگلهارت ۱۳۸۲؛ حقیقتیان و دارابی ۱۳۹۴). علاوه بر این، نظریه مذکور بر جابجایی اولویت‌های مادی به سمت اولویت‌های فرامادی تأکید دارد. مادی‌گرایان به دلیل عدم امنیت اقتصادی در دوران بلوغ، دارای ترجیحات مادی‌گرایانه هستند. فرامادیون کسانی هستند که پیش از دوران بلوغ‌شان، امنیت اقتصادی داشته و دارای نیازهایی نظیر خودشکوفایی هستند. جوانان به مراتب بیشتر از بزرگترها بر خواسته‌های فرامادی تأکید می‌ورزند. همچنین، فرامادیون بیشتر از مادی‌گرایان از هنجارهای جدید حمایت می‌کنند (اینگلهارت و همکاران ۲۰۰۴؛ اینگلهارت ۱۳۷۳).

نظریه اشاعه نیز یکی دیگر از نظریه‌هایی است که به تبیین تغییرات ازدواج و خانواده از منظر تحولات فرهنگی می‌پردازد. اشاعه، فرایندی است که از طریق آن ایده‌ها و ارزش‌های جدید در میان مناطق، گروه‌های اجتماعی، یا افراد، مستقل از شرایط اقتصادی و اجتماعی‌شان گسترش می‌یابد. کانال‌های اشاعه و تعامل اجتماعی که تاثیرگذار بر نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط با خانواده شامل «یادگیری اجتماعی^۱، فشار اجتماعی^۲، تعهد و التزام ذهنی^۳ و سرایت^۴» می‌باشند (برناردی، ۲۰۰۳). نظریه اشاعه معمولاً تأکید بر ماهیت نو و ابداعی بودن ایده‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی دارد که گسترش پیدا می‌کنند. از این رو، در بیان این نظریه اغلب از واژه‌های «ایده‌سازانه»^۵ (لوکاس و میر، ۱۳۸۱) و «اشاعه نوآوری» استفاده می‌شود. در چارچوب این نظریه بر «نوآوری رفتاری»^۶، «تغییر ایده‌ها» و «دینامیک اجتماعی»^۷ اشاعه ایده‌ها و رفتار تأکید می‌شود (کاسترلین، ۲۰۰۱). چارچوب دینامیک اجتماعی بیشتر بر نقش تعامل و ارتباطات متقابل اجتماعی^۸ افراد (بونگارت و واتکینز ۱۹۹۶؛ کوهلر ۲۰۰۰)، تقلید اجتماعی^۹ از رفتار نخبگان جامعه و دیگران مهم (کللند و ویلسون، ۱۹۸۷)، شبکه‌های اجتماعی و وسایل ارتباط جمعی (رید و همکاران ۱۹۹۹؛

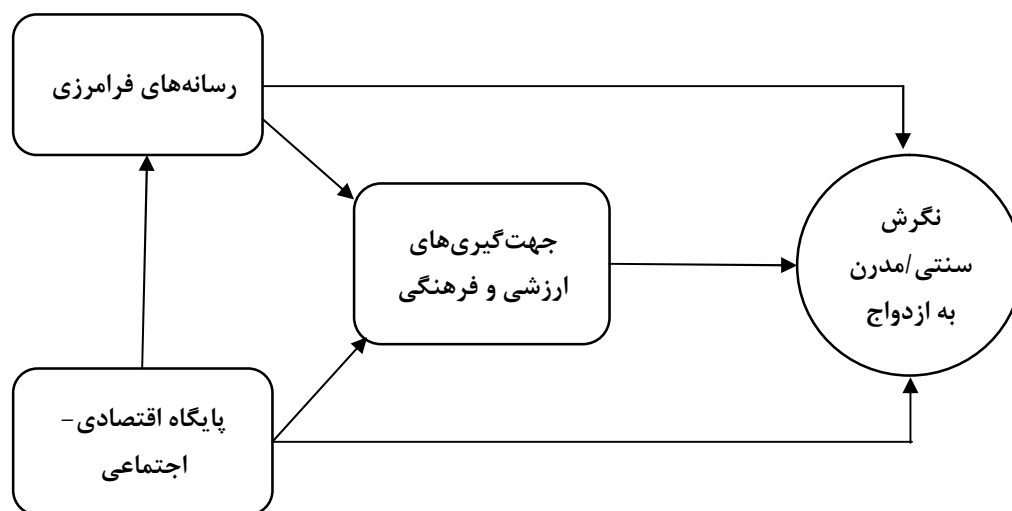
۱. Social learning
۲. Social pressure
۳. Subjective obligation
۴. Contagion
۵. Ideational
۶. Behavioral Innovation
۷. Social Dynamics
۸. Social Interactions
۹. Social Imitation

کاسترلین (۲۰۰۱) تأکید دارد. کاسترلین (۲۰۰۱) از دینامیک اجتماعی با عنوان «اثرات اجتماعی»^۱ نام می‌برد. مونتگومری^۲ و کاسترلین (۱۹۹۶) به سه مکانیزم اصلی اثرات اجتماعی با عناوین «یادگیری اجتماعی»، «نفوذ اجتماعی»^۳ و «هنجارهای اجتماعی»^۴ اشاره کرده‌اند. به طور خلاصه، بر اساس این نظریه، رسانه‌ها با تغییر در نظام معنایی^۵ نحوه نگرش افراد به ازدواج را تغییر می‌دهند.

علاوه بر نظریه اشاعه، در نظریه الگوبرداری تأکید شده است که رسانه‌ها مردم را طبق الگوهای مختلف رفتاری به عمل وا می‌دارند. این تصاویر می‌توانند به عنوان الگوی رفتار عمل کنند و قابل تقلید باشند و مردمی که بیننده کنش تصویر شده هستند، ممکن است از آن به عنوان بخشی از مجموعه رفتاری خود استفاده کنند (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۵). رسانه‌ها، درک فرد از روابطش را تغییر می‌دهند. داده‌ها و افکاری که رسانه‌ها در جامعه منتشر می‌کنند، فقط بازتابی از جهان اجتماعی نیست، بلکه یکی از عامل‌ها و نیروهای موثر در شکل جهان اجتماعی است. این تعامل و تبادل بیش تر افراد، موجب همگرایی فرهنگی و روی هم رفته، بازاندیشی ارزشی می‌گردد. بازاندیشی همه جنبه‌های زندگی افراد را در بر می‌گیرد. یکی از این جنبه‌ها، ارزش‌های ازدواج است. حضور ما در عرصه جهانی و تعامل با سایر فرهنگ‌ها و افزایش آگاهی از جهانی شدن، موجب تردید در ارزش‌های محلی ازدواج و قداست آن می‌شود (خواجه نوری و حسینی، ۱۳۹۵).

بر اساس نظریه‌های مذکور، مدل نظری تحقیق به صورت شکل ۱ طراحی شده است. بر اساس نظریه-های اشاعه و الگوبرداری، میزان استفاده از ماهواره و اینترنت در مدل آمده است. همچنین، در رویکرد ساختاری نیز بر طبقه و موقعیت اقتصادی و اجتماعی تأکید شده است. بخش میانی مدل نیز برگرفته از نظریه گذار دوم جمعیتی است. طبق این نظریه تغییر نگرش‌های سنتی ازدواج به مدرن در چارچوب تغییرات ارزشی و فرهنگی نظیر فردگرایی، فمینیسم و برابرگرایی جنسیتی و عرفی شدن رخ می‌دهد.

۱. Social Effects
۲. M. Montgomery
۳. Social Influence
۴. Social Norms
۵. Meaning-Giving System



شکل ۱: مدل نظری - تحلیلی پژوهش

با توجه به چارچوب و مدل نظری تحقیق، فرضیه‌های تحقیق این است که در طبقه بالای اجتماعی و با افزایش گرایش به رسانه‌های فرامرزی و همچنین گسترش ارزش‌های مدرن فرهنگی نظیر برابری جنسیتی، فردگرایی و عرفی‌شدن، نگرش‌های ازدواج از سنتی به مدرن تغییر می‌یابد.

روش‌شناسی پژوهش

داده‌های مورد استفاده در این مقاله از مطالعه مقطعی - پیمایشی در میان جوانان ۱۵ - ۳۰ سال شهر تهران در سال ۱۳۹۳ گردآوری شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بوده که توسط پرسشگران در درب منازل به شیوه مصاحبه تکمیل گردیده است.

حجم نمونه ۷۲۰ نفر از جوانان ازدواج کرده در مناطق مختلف شهر تهران به شیوه نمونه‌گیری چندمرحله‌ای انتخاب شدند؛ بدین ترتیب که ابتدا با استفاده از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای، ۸ منطقه شهری تهران شامل مناطق ۱، ۲، ۵، ۶، ۹، ۱۳، ۱۵ و ۱۹ که در خوشه‌های مختلف توسعه‌ای قرار دارند (مناطق ۱ و ۲ در سطح توسعه‌ای بالا، مناطق ۵ و ۶ در سطح توسعه‌ای متوسط به بالا، مناطق ۹ و ۱۳ در سطح توسعه‌ای متوسط به پایین و مناطق ۱۵ و ۱۹ در سطح توسعه‌ای پایین) انتخاب شدند. در سطوح مختلف توسعه‌ای،

تعداد نمونه برابر و حدود ۱۸۰ نمونه تعیین شد. در درون هر منطقه، دو محله و در درون هر محله سه بلوک به صورت تصادفی انتخاب شدند و ۱۰ پرسشگر آموزش دیده مقابل در منازل با نمونه واجد شرایط مصاحبه کردند و پرسش نامه ها تکمیل شد.

متغیر وابسته مطالعه، نگرش به ازدواج می باشد که علاوه بر نمره مقیاس، آن در سه مقوله سنتی، بینابین و مدرن دسته بندی و ارائه شده است. متغیرهای مستقل تحقیق شامل میزان استفاده از رسانه های فرامرزی (ماهواره و اینترنت)، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، فردگرایی، برابرگرایی جنسیتی و سکولاریسم (عرفی شدن) می باشند.

پایگاه اقتصادی - اجتماعی نیز در چهار بُعد اقتصادی، منزلتی، معرفتی و هویتی مورد سنجش قرار گرفته است. میزان استفاده از رسانه های فرامرزی شامل اینترنت و ماهواره در قالب دو گویه و طیف لیکرت اندازه گیری شده است. فردگرایی بدین معنی است که افراد به جای اولویت دادن به خواسته ها و علایق جمعی، سنتی و خانوادگی، به ارزش ها و خواسته های فردی خود اولویت دهند. فردگرایی در قالب ۸ گویه به شکل طیف لیکرت با مقدار آلفای کرونباخ ۰/۸۱ سنجش شده است. نمره این مقیاس در دامنه بین حداقل ۸ و حداکثر ۴۰ نوسان دارد و نمره بالاتر بیانگر فردگرایی بیشتر است. برابرگرایی جنسیتی براساس نگرش نسبت به نظام نقش ها و تقسیم کار جنسیتی توسط یک مقیاس ۹ گویه ای در قالب طیف لیکرت با مقدار آلفای کرونباخ ۰/۸۰ سنجیده شده است. در نظام نقش ها و تقسیم کار جنسیتی سنتی تفوق و تسلط ویژه مردان است و نقش های خانگی به زنان و نقش های خارج از خانه و نیز نقش های کنترل و مدیریت در خانه و جامعه به مردان اختصاص دارد (سراج زاده و جواهری، ۱۳۸۵: ۱۸). نمره شاخص در دامنه بین حداقل ۹ و حداکثر ۴۵ نوسان دارد و نمره بالاتر به منزله نگرش های لیبرال/مدرن تر نسبت به نقش های جنسیتی است. عرفی شدن براساس پنج گویه در قالب طیف لیکرت که حداقل آن ۵ و حداکثر ۲۵ بوده است مورد اندازه گیری قرار گرفت. نمره بالاتر به منزله عرفی شدن بیشتر و نمره پایین تر به منزله دینداری بیشتر است. مقدار آلفای کرونباخ این شاخص برابر با ۰/۸۳ بدست آمد.

نگرش به ازدواج، به عنوان متغیر وابسته تحقیق، بر اساس ۹ گویه سنجش شده است. این نه گویه نگرش افراد نسبت به اشکال نوپدید ازدواج (نظیر تأخیر در ازدواج، مجرد ماندن، روابط دختر و پسر،

همباشی) را در قالب طیف لیکرت اندازه‌گیری می‌کند. مقدار آلفای کرونباخ شاخص نگرش به ازدواج ۰/۷۳ به دست آمد.

برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس، آزمون رگرسیون چندمتغیری و تکنیک تحلیل مسیر استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیتی نمونه

حدود ۴۴ درصد نمونه را مردان و ۵۶ درصد را زنان تشکیل داده است. بیشتر پاسخگویان (۷۵ درصد) در گروه سنی ۲۵-۳۰ سال قرار دارند. از نظر تحصیلات حدود ۴۵ درصد پاسخگویان تحصیلات دانشگاهی داشته‌اند، ۳۷ درصد تحصیلات دیپلم، ۱۴ درصد راهنمایی و متوسطه، ۳ درصد ابتدایی و تنها ۱/۳ درصد پاسخگویان بی‌سواد بوده‌اند.

به لحاظ وضعیت شغلی ۴۰ درصد پاسخگویان دارای مشاغل تمام وقت بوده‌اند و ۱۴ درصد نیز مشاغل پاره‌وقت داشته‌اند. مقایسه وضعیت شغلی مردان و زنان نشان داد که ۷۴ درصد مردان شغل تمام وقت دارند، در حالی که این نسبت برای زنان مورد بررسی تنها ۱۴ درصد بوده است و حدود ۱۵ درصد زنان نیز در کارها و مشاغل پاره‌وقت بوده‌اند. همچنین محل تولد ۶۸ درصد نمونه تهران و ۳۲ درصد غیر از شهر تهران بوده است.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیتی نمونه به تفکیک جنس

زن		مرد		هر دو جنس		سن
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۵/۷	۲۳	۰/۶	۲	۳/۵	۲۵	۱۵-۲۰ سال
۳۳/۳	۱۳۵	۷/۳	۲۳	۲۱/۹	۱۵۸	۲۰-۲۵ سال
۶۱/۰	۲۴۷	۹۲/۱	۲۹۰	۷۴/۶	۵۳۷	۲۵-۳۰ سال
۲۶/۱		۲۸/۰		۲۶/۹		میانگین سنی (سال)

۶۴/۷	۲۶۲	۷۱/۷	۲۲۶	۶۷/۸	۴۸۸	شهر تهران	محل تولد
۳۱/۶	۱۲۸	۲۵/۱	۷۹	۲۸/۸	۲۰۷	سایر شهرها	
۳/۷	۱۵	۳/۲	۱۰	۳/۵	۲۵	روستا	
۱/۰	۴	۱/۶	۵	۱/۳	۹	بیسواد	سطح تحصیلات
۴/۲	۱۷	۱/۶	۵	۳/۱	۲۲	ابتدایی	
۱۲/۳	۵۰	۱۵/۲	۴۸	۱۳/۶	۹۸	راهنمایی / متوسطه	
۴۱/۷	۱۶۹	۳۲/۱	۱۰۱	۳۷/۵	۲۷۰	دیپلم/پیش دانشگاهی	
۳۷/۳	۱۵۱	۴۱/۶	۱۳۱	۳۹/۲	۲۸۲	فوق دیپلم/ لیسانس	
۳/۵	۱۴	۷/۹	۲۵	۵/۴	۳۹	فوق لیسانس/ دکترا	
۱۴/۱	۵۷	۷۴/۰	۲۳۳	۴۰/۳	۲۹۰	شاغل تمام وقت	
۱۴/۶	۵۹	۱۴/۰	۴۴	۱۴/۳	۱۰۳	شاغل پاره وقت	
۶۴/۰	۲۵۹	۳/۱	۱۳	۳۷/۸	۲۷۲	خانه دار	
۵/۲	۲۱	۳/۵	۸	۴/۰	۲۹	دانشجو	
۲/۰	۸	۴/۴	۱۴	۳/۱	۲۲	بیکار	
۰/۲	۱	۱/۰	۳	۰/۶	۴	سایر	

پایگاه اقتصادی - اجتماعی

پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانوار در چهار بُعد اقتصادی، منزلتی، معرفتی و هویتی مورد سنجش قرار گرفت. برای سنجش «بُعد اقتصادی پایگاه»، از متغیرهایی نظیر متوسط هزینه ماهانه خانوار، مالکیت مسکن، وضعیت مالی و اقتصادی خانوار استفاده شد. برای سنجش «بُعد منزلتی پایگاه»، از دو شاخص موقعیت اجتماعی و توسعه‌ای محل سکونت و همچنین منزلت شغلی سرپرست خانوار استفاده شده است. «بُعد معرفتی پایگاه»، بر اساس سطح تحصیلات فرد و در نهایت، «بُعد هویتی پایگاه» بر اساس هویت طبقاتی

خوداظهاری افراد و تعیین جایگاه طبقاتی خانواده سنجش شده است. بر اساس نمره شاخص پایگاه اقتصادی - اجتماعی، افراد مورد بررسی در چهار گروه طبقه‌بندی شدند. بر اساس نتایج جدول ۲، حدود ۱۶ درصد افراد مورد بررسی در طبقه پایین، ۳۰ درصد در طبقه متوسط به پایین، ۳۵ درصد در طبقه متوسط به بالا و در نهایت ۱۹ درصد در طبقه بالا قرار گرفتند.

جدول ۲: پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانوار پاسخگویان به تفکیک جنس

زن		مرد		هر دو جنس		پایگاه اقتصادی و اجتماعی
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۱۷/۳	۷۰	۱۴/۰	۴۴	۱۵/۸	۱۱۴	پایین
۳۰/۴	۱۲۳	۲۸/۹	۹۱	۲۹/۷	۲۱۴	متوسط به پایین
۳۱/۶	۱۲۸	۳۹/۴	۱۲۴	۳۵/۰	۲۵۲	متوسط به بالا
۲۰/۷	۸۴	۱۷/۸	۵۶	۱۹/۴	۱۴۰	بالا
۱۰۰/۰	۴۰۵	۱۰۰/۰	۳۱۵	۱۰۰/۰	۷۲۰	تعداد نمونه

استفاده از رسانه‌های فرامرزی

در جدول ۳ میزان استفاده جوانان مورد بررسی از رسانه‌های فرامرزی ارائه شده است. بر این اساس، حدود ۴۵ درصد پاسخگویان در طول شبانه روز از اینترنت استفاده نمی‌کنند، ۲۶ درصد کمتر از یک ساعت، ۱۶ درصد دو الی سه ساعت، و ۱۳ درصد چهار ساعت و بیشتر از اینترنت استفاده می‌کردند. در استفاده از ماهواره حدود ۳۰ درصد پاسخگویان اظهار نموده‌اند که از ماهواره اصلاً استفاده نمی‌کنند، در مقابل ۷ درصد روزی یک ساعت، ۲۳ درصد دو الی سه ساعت و حدود ۴۰ درصد چهار ساعت و بیشتر در طول شبانه روز از ماهواره استفاده می‌کردند.

جدول ۳: میزان استفاده از رسانه‌های فرامرزی در نمونه مورد بررسی

تعداد نمونه	چهار ساعت و بیشتر	دو، سه ساعت	کمتر از یک ساعت	اصلاً	میزان استفاده در طول شبانه‌روز	
۷۱۹	۱۳/۱	۱۶/۰	۲۵/۹	۴۵/۱	هر دو جنس	اینترنت
۳۱۵	۱۴/۰	۱۶/۵	۲۴/۸	۴۴/۸	مرد	
۴۰۴	۱۲/۴	۱۵/۶	۲۶/۷	۴۵/۳	زن	
۷۲۰	۳۹/۶	۲۳/۱	۷/۷۵	۲۹/۹	هر دو جنس	ماهواره

۳۱۵	۳۶/۲	۲۶/۳	۷/۹	۲۹/۵	مرد
۴۰۵	۴۲/۲	۲۰/۵	۷/۲	۳۰/۱	زن

جهت‌گیری‌های ارزشی - فرهنگی

جهت‌گیری‌های ارزشی - فرهنگی افراد مورد بررسی در سه بُعد فردگرایی، عرفی شدن و برابرگرایی جنسیتی مورد بررسی قرار گرفت. همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، نیمی از جمعیت نمونه (۵۱ درصد) فردگرایی پایینی دارند و درصد افرادی که دارای فردگرایی بالا هستند ۱۷ درصد می‌باشد.

جدول ۴: میزان شیوع جهت‌گیری‌های ارزشی - فرهنگی پاسخگویان به تفکیک جنس

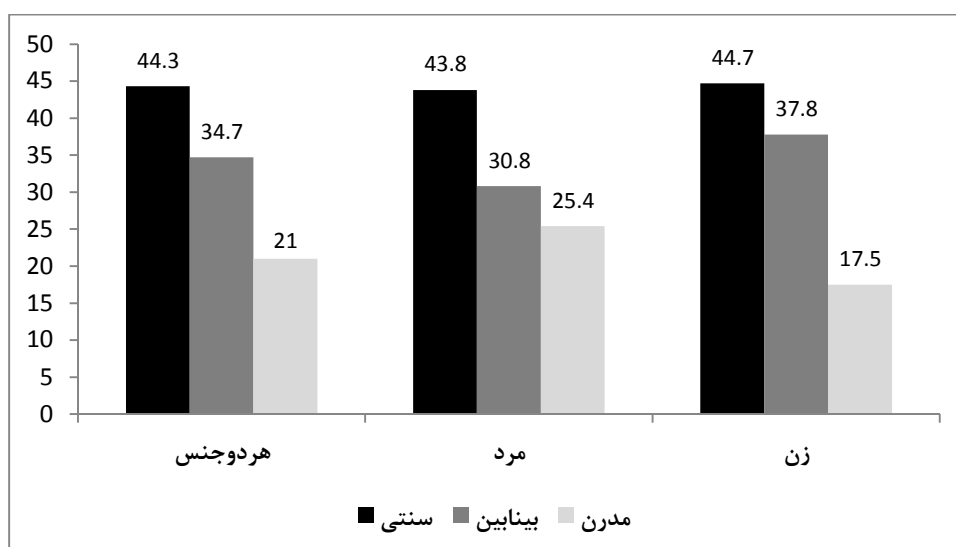
زن		مرد		هر دو جنس		جهت‌گیری‌های ارزشی - فرهنگی	
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد		
۵۲/۳	۲۱۲	۴۹/۲	۱۵۵	۵۱/۰	۳۶۷	کم	فردگرایی
۳۱/۹	۱۲۹	۳۲/۱	۱۰۱	۳۱/۹	۲۳۰	متوسط	
۱۵/۸	۶۴	۱۸/۷	۵۹	۱۷/۱	۱۲۳	زیاد	
۱۲/۶	۵۱	۳۸/۴	۱۲۱	۲۳/۹	۱۷۲	کم	برابرگرایی جنسیتی
۵۴/۱	۲۱۹	۵۱/۱	۱۶۱	۵۲/۸	۳۸۰	متوسط	
۳۳/۳	۱۳۵	۱۰/۵	۳۳	۲۳/۳	۱۶۸	زیاد	
۲۶/۷	۱۰۸	۲۰/۳	۶۴	۲۳/۹	۱۷۲	کم	سکولاریسم (عرفی شدن)
۵۸/۵	۲۳۷	۶۴/۱	۲۰۲	۶۱	۴۳۹	متوسط	
۱۴/۸	۶۰	۱۵/۶	۴۹	۱۵/۱	۱۰۹	زیاد	
۱۰۰/۰	۴۰۵	۱۰۰/۰	۳۱۵	۱۰۰/۰	۷۲۰	کل نمونه	

از لحاظ نگرش‌های جنسیتی اکثریت جمعیت نمونه (۵۳ درصد) در طبقه متوسط قرار دارند. تعداد افرادی که دارای نگرش‌های سنتی و برابری طلب هستند تقریباً برابر است (۲۳ درصد). زمانی که به این متغیر به تفکیک جنس نگاه می‌کنیم، نسبت بیشتری از مردان - در مقایسه با زنان - دارای نگرش‌های سنتی هستند (۴/۳۸ درصد برای مردان و ۶/۱۲ درصد برای زنان). در مورد نگرش‌های جنسیتی برابری طلب، زنان نسبت به مردان بیشتر در این گروه قرار می‌گیرند (۳/۳۳ درصد برای زنان در مقابل ۵/۱۰ درصد برای مردان). در نهایت، از بین کل پاسخگویان ۶۱ درصد دارای نگرش‌های میانه‌رو مذهبی هستند. ۲۴ درصد از افراد نیز دارای نگرش‌های مذهبی‌تر هستند و ۱۵ درصد نگرش سکولار دارند.

نگرش‌های سنتی - مدرن ازدواج

گذار و تغییر ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهای سنتی ازدواج به سمت مدرن شدن، محور و شالوده نظریه‌های تغییر خانواده نظیر نظریه مدرنیزاسیون (گود، ۱۹۶۳) نظریه گذار دوم جمعیتی (ون دکا ۱۹۸۷ و ۲۰۰۱؛ لستهاق ۱۹۹۵؛ لستهاق و مورس ۲۰۰۰) و نظریه ایده‌آلیسم توسعه‌ای^۱ (تورنتون ۵۰۰۲) است. ازدواج مدرن، یک مفهوم جامعه‌شناختی- جمعیت‌شناختی است که بر اساس یک‌سری ویژگی‌ها نظیر ازدواج در سنین بالاتر، استقلال جوانان در انتخاب همسر، الگوهای مدرن ازدواج و تشکیل خانواده، و غیره مشخص می‌شود. در مقابل، ازدواج سنتی با ویژگی‌هایی نظیر ازدواج در سنین پایین، ازدواج تنظیم‌شده، الگوهای سنتی ازدواج و تشکیل خانواده، و غیره متمایز می‌گردد.

پس از محاسبه نمره شاخص بدست آمده از ۹ گویه، افراد مورد بررسی در سه مقوله سنتی^۲، بینابینی^۳ و مدرن^۴ طبقه‌بندی شدند (شکل ۲). بر این اساس، ۲۱ درصد جوانان مورد بررسی دارای نگرش مدرن نسبت به ازدواج بوده، ۴۴ درصد نگرش سنتی نسبت به ازدواج داشته و در نهایت ۳۵ درصد نگرش بینابینی داشته‌اند. مقایسه مردان و زنان حکایت از نگرش نسبتاً مدرن‌تر برای مردان دارد.



شکل ۲: توزیع درصدی نوع نگرش جوانان مورد بررسی به ازدواج به تفکیک جنس

۱. Developmental idealism
۲. Traditional
۳. Intermediate
۴. Modern

نتایج تحلیل دومتغیره

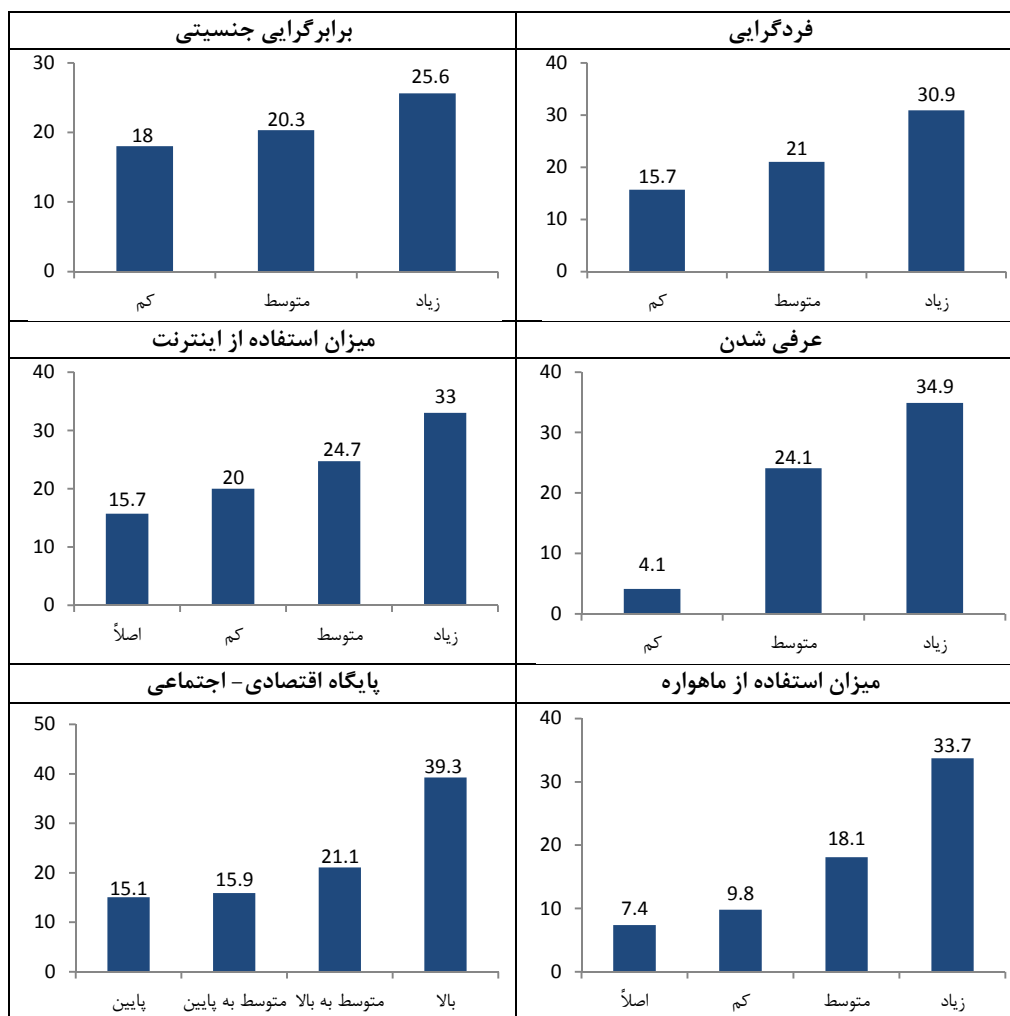
بررسی رابطه جهت‌گیری‌های ارزشی - فرهنگی با نوع نگرش به ازدواج نشان در جدول ۵ نشان داد که فردگرایی، برابرگرایی جنسیتی و عرفی شدن رابطه مثبت و معنی‌داری با نگرش‌های مدرن ازدواجی دارند. در واقع، هرچه فردگرایی، برابر گرایی جنسیتی و گرایش به عرفی شدن دین افزایش یابد، نگرش مدرن به ازدواج افزایش می‌یابد.

علاوه بر این، همان طور که در جدول ۵ مشخص است هر چه میزان استفاده از رسانه‌های فرامرزی (ماهواره و اینترنت) بیشتر می‌شود، نگرش‌های مدرن ازدواج افزایش می‌یابد. همچنین، با بهبود وضعیت و سطوح پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد، نگرش مدرن ازدواج افزایش می‌یابد.

جدول ۵: رابطه جهت‌گیری‌های ارزشی - فرهنگی و سایر متغیرها با مقیاس نگرش مدرن به ازدواج

زن		مرد		هر دو جنس		
ضریب همبستگی معناداری	سطح	ضریب همبستگی معناداری	سطح	ضریب همبستگی معناداری	سطح	
۰/۱۵۱	۰/۰۰۲	۰/۱۶۴	۰/۰۰۴	۰/۱۵۸	۰/۰۰۱	نمره شاخص فردگرایی
۰/۱۱۸	۰/۰۱۷	۰/۱۷۹	۰/۰۰۱	۰/۱۱۶	۰/۰۰۱	نمره شاخص برابرگرایی جنسیتی
۰/۳۳۵	۰/۰۰۱	۰/۳۸۰	۰/۰۰۱	۰/۳۵۷	۰/۰۰۱	نمره شاخص عرفی شدن
۰/۲۳۸	۰/۰۰۱	۰/۱۱۹	۰/۰۳۵	۰/۱۸۳	۰/۰۰۱	میزان استفاده از اینترنت
۰/۳۵۵	۰/۰۰۱	۰/۳۱۶	۰/۰۰۱	۰/۳۳۰	۰/۰۰۱	میزان استفاده از ماهواره
۰/۲۳۱	۰/۰۰۱	۰/۱۳۲	۰/۰۱۹	۰/۱۸۷	۰/۰۰۱	نمره شاخص پایگاه اقتصادی-اجتماعی

همان طور که در مجموعه شکل‌های ۳ مشخص است، هرچه میزان فردگرایی، برابرگرایی جنسیتی و عرفی - شدن افزایش می‌یابد، نگرش مدرن به ازدواج افزایش می‌یابد. در این میان شدت رابطه عرفی شدن با نگرش به ازدواج از دو متغیر دیگر قوی‌تر است. بعلاوه، نتایج بیانگر آن است افرادی که بیشتر در معرض رسانه - های فرامرزی (ماهواره و اینترنت) قرار دارند، نگرش‌های مدرن‌تری به ازدواج دارند. در خصوص تأثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی، افراد طبقه بالا نگرش مدرن‌تری به ازدواج دارند.



شکل ۳: رابطه متغیرهای مورد بررسی با نگرش مدرن به ازدواج

نتایج تحلیل چندمتغیره

به منظور بررسی تأثیر خالص و مستقل جهت گیری های ارزشی و فرهنگی بر نگرش به ازدواج از آزمون رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر استفاده شد. جدول ۶ ضرایب رگرسیونی تأثیر متغیرهای مستقل بر نگرش به ازدواج (متغیر وابسته) را نشان می دهد. بر این اساس، فردگرایی و عرفی شدن تأثیری مثبت و معنادار بر نگرش به ازدواج دارند، اما تأثیر متغیر برابری جنسیتی بر نگرش به ازدواج در میان زنان مورد بررسی معنی دار نبوده- برای مردان مثبت و معنی دار بوده- است. از این رو، با تغییر ابعاد و مولفه های فرهنگی جامعه، انتظار می رود نگرش های مدرن ازدواج شایع و متداول گردد.

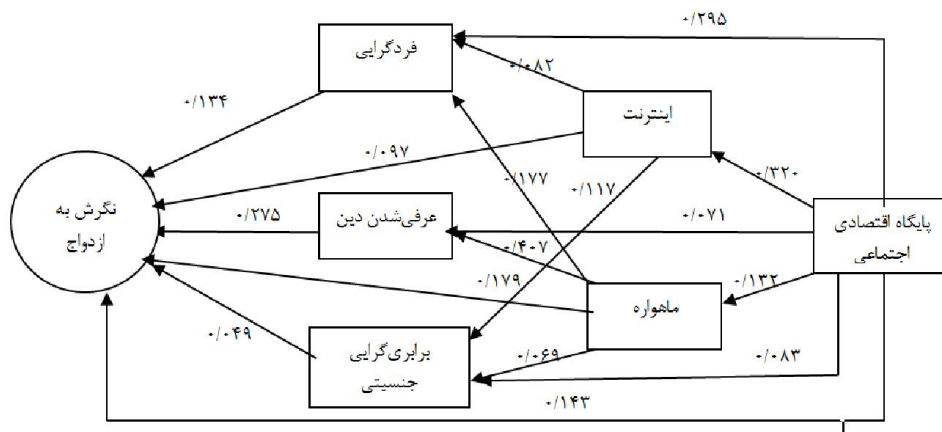
جدول ۶: نتایج رگرسیون چندمتغیری عوامل موثر بر نگرش به ازدواج به تفکیک جنس

زن		مرد		هر دو جنس		
Sig	Beta	Sig	Beta	Sig	Beta	
۰/۰۰۱	۰/۱۴۸	۰/۰۴۳	۰/۱۰۴	۰/۰۰۱	۰/۱۳۴	شاخص فردگرایی
۰/۳۸۵	۰/۰۳۹	۰/۰۴۶	۰/۰۹۶	۰/۱۴۸	۰/۰۴۹	شاخص برابرگرایی جنسیتی
۰/۰۰۱	۰/۲۴۳	۰/۰۰۱	۰/۲۹۶	۰/۰۰۱	۰/۲۷۵	شاخص عرفی شدن
۰/۰۰۵	۰/۱۳۲	۰/۲۷۷	۰/۰۶۱	۰/۰۰۶	۰/۰۹۷	میزان استفاده از اینترنت
۰/۰۰۱	۰/۱۶۳	۰/۰۰۱	۰/۲۰۱	۰/۰۰۱	۰/۱۷۹	میزان استفاده از ماهواره
۰/۰۰۱	۰/۱۷۶	۰/۰۵۰	۰/۱۰۹	۰/۰۰۱	۰/۱۴۳	شاخص پایگاه اقتصادی-اجتماعی
۰/۶۸۱	۰/۰۱۹	۰/۵۵۵	۰/۰۳۰	۰/۴۰۴	۰/۰۲۸	سن
۲۱/۳۵ (۰/۰۰۱)		۱۴/۲۷ (۰/۰۰۱)		۳۰/۰۹ (۰/۰۰۱)		F(sig)
۰/۵۲۳		۰/۴۹۶		۰/۵۰۱		R
٪۲۷/۴		٪۲۴/۶		٪ ۲۵/۱		ضریب تعیین (R ^۲)

نکته: نمره بیشتر در مقیاس نگرش به ازدواج بیانگر نگرش‌های مدرن است.

میزان استفاده از اینترنت برای زنان و میزان استفاده از ماهواره برای مردان و زنان رابطه مثبت و معناداری با نگرش (مدرن) به ازدواج دارند. در واقع، در معرض رسانه‌های فرامرزی قرار گرفتن موجب تغییر در نگرش‌ها و ارزش‌های سنتی ازدواج می‌شود. علاوه بر این‌ها، با افزایش سطوح نمره شاخص پایگاه اقتصادی-اجتماعی، نگرش مدرن به ازدواج افزایش می‌یابد.

مقایسه ضرایب رگرسیونی استاندارد (Beta) نشان می‌دهد از میان عوامل مورد بررسی، بیشترین تأثیر بر نگرش مدرن به ازدواج مربوط به متغیر عرفی شدن است. در مجموع، متغیرهای مورد بررسی ۲۵ درصد واریانس متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند و واریانس باقیمانده توسط سایر متغیرها و عوامل (عمدتاً ساختاری نظیر مدرنیزاسیون، تحصیلات، شهرنشینی و...) که در این مطالعه مدنظر نبوده است، تبیین می‌شود.



شکل ۴: مدل تحلیل مسیر از مکانیزم اثرگذاری متغیرهای مختلف بر نگرش به ازدواج

مکانیزم اثرگذاری متغیرهای مورد بررسی بر نگرش به ازدواج در شکل ۴ ارائه و نمایش داده شده است. از این رو، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، میزان استفاده از اینترنت و ماهواره، نه تنها نگرش به ازدواج، بلکه مولفه‌های فرهنگی دیگر نظیر فردگرایی، عرفی شدن و برابرگرایی جنسیتی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند. بر این اساس، بیشترین تأثیر مستقیم متغیرها بر نگرش به ازدواج، به ترتیب، مربوط به متغیرهای عرفی شدن و میزان استفاده از ماهواره است. پایگاه اقتصادی و اجتماعی نیز بیشترین تأثیر غیرمستقیم را بر نگرش به ازدواج داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

تغییرات نگرشی و ارزشی به ازدواج یکی از ابعاد تغییرات اجتماعی است. بر اساس نتایج، حدود یک پنجم جوانان تهرانی جهت‌گیری ارزشی و نگرشی مدرن نسبت به ازدواج دارند. در مقابل حدود نیمی از پاسخگویان نگرش سنتی به ازدواج داشته‌اند. از این رو، بیشتر پاسخگویان نگرش سنتی به ازدواج دارند. مطالعه نیکخواه و همکاران (۱۳۹۶) در میان دانشجویان نشان داد که بیشتر پاسخگویان نگرش سنتی به ازدواج دارند.

نتایج تحلیل‌های چندمتغیره نشان داد هرچه فردگرایی، برابرگرایی جنسیتی و عرفی شدن افزایش یابد، نگرش‌های مدرن به ازدواج افزایش می‌یابد. همچنین، هرچه میزان استفاده از رسانه‌های فرامرزی (ماهواره و اینترنت) بیشتر شود، ارزش‌های مدرن ازدواجی افزایش می‌یابد. بعلاوه، با بهبود وضعیت و سطوح پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد، نگرش‌های مدرن ازدواج افزایش می‌یابد.

از این رو، همان طور که ران لسته‌هاقی (۲۰۱۴) بیان می‌کند انتخاب اشکال جدید خانواده با جهت‌گیری‌های ارزشی در حوزه‌های مختلف مرتبط است. پرلی و برناردی (۲۰۱۵) نیز در تبیین افزایش زندگی‌های مشترک بدون ازدواج (هم‌باشی) بر هنجارهای اجتماعی و فرهنگ و تغییرات آنها تاکید دارند. به نظر اینگلههارت (۱۹۹۰)، نیز هم‌باشی شیوه زندگی فرامادی‌گرایانه است.

در مطالعات قبلی (میرزایی و قربانی، ۱۳۹۴) نشان داده شده است که تغییرات ارزشی اثر معناداری بر زمان-بندی ازدواج دارد. همچنین، رابطه دینداری و نگرش به ازدواج در مطالعات قبلی نیز تایید شده است (رازقی و همکاران، ۱۳۹۶؛ نیکخواه و همکاران، ۱۳۹۶). افراد کمتر مذهبی، دیدگاه سنتی کمتر و در مقابل مدرن بیشتری نسبت به ازدواج دارند (گوبرنسکایا، ۲۰۰۸). عرفی‌شدن بخش زیادی از رفتارهای درون خانواده، تکثر منابع معنابخش به کنش‌های افراد، کاهش نقش آموزه‌های دینی در شکل دادن به کنش‌ها و روابط درون خانواده و جایگزینی ارزش‌های فردگرایانه به جای ارزش‌های جمع‌گرایانه در خانواده مدرن ایرانی در حال شکل‌گیری است (لولا‌آور، ۱۳۹۰).

میزان استفاده از رسانه‌های فرامرزی (نظیر ماهواره و اینترنت) رابطه مثبت و معناداری با نگرش‌های مدرن ازدواج دارد. شبکه‌های اینترنت، الگوهای روابط بین کنشگران را در شبکه‌های اجتماعی در تمامی سطوح هنجارها، الگوها و ارزش‌های سنتی حاکم بر آشنایی و یافتن فرد مناسب برای ازدواج را دچار تغییر و تحول اساسی کرده و در شکل‌دهی و ساخت مجدد و بازتولید ازدواج نقشی مهم ایفا می‌کند (رازقی و همکاران، ۱۳۹۶). تأثیر ماهواره بر ارزش‌های مدرن زوجین نیز در مطالعات قبلی تایید شده است (نعیمی، ۱۳۸۹). از این رو، ارزش‌های پست مدرن خانوادگی متأثر از مصرف رسانه (اینترنت و ماهواره) است (مدیری و مهدوی، ۱۳۹۴). نقش رسانه‌ها در فرآیند جهانی‌شدن بسیار موثر است و آن ابزار بسط و گسترش مدرنیته به تمام دنیاست که توانسته است با تسهیل و سرعت بخشی ارتباطات فردی و گروهی، فضای جهانی را متحول کند و از مرزهای زمانی و مکانی بگذرد. در این بستر، هویت شخصی با فاصله گرفتن از چارچوب‌های تنگ اجتماعی و سنتی، دنباله‌رو عنصرهای مدرن در عرصه جهانی شده‌اند و این خود می‌تواند معطلات زیادی را به همراه بیاورد (گیدنز، ۱۳۸۲).

علاوه بر اینها نتایج نشان داد علیرغم تغییرات قابل توجه در نگرش‌های ازدواجی، هنوز تفاوت‌های طبقاتی محسوس است. این وضعیت بیانگر ارزش‌ها و انتظارات متفاوت در طبقات مختلف اجتماعی است. مطالعه

نیکخواه و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد که با افزایش پایگاه اقتصادی- اجتماعی، نگرش افراد به ازدواج مدرن تر می شود. مطالعه استون (۱۹۷۹) نیز به افزایش ازدواج های رابطه ای / معاشرتی در میان طبقات اجتماعی بالا و متوسط جامعه در انگلستان اشاره داشت. از این رو، نگرش و اشکال جدید ازدواج در میان طبقات متوسط و بالای جامعه بیشتر شیوع دارد.

بنابراین، یافته های پژوهش در چارچوب نظریه های اشاعه، گذار دوم جمعیتی و تغییرات فرهنگی قابل تبیین است. تغییرات اجتماعی و فرهنگی، ارزش ها و هنجارهای پذیرفته شده در حوزه ازدواج و تشکیل خانواده را تغییر داده است.

بدین ترتیب، یکی از موارد بارز دگرگونی های اجتماعی بخصوص در کشورهای در حال توسعه نظیر ایران، تغییر نگرش به ازدواج ناشی از سیاست های مبتنی بر نوسازی و تغییرات فرهنگی متأثر از آن می باشد. در فرایند نوسازی مشاهده می شود که انشقاق، گسستگی و تضعیف در بین عوامل همبسته اجتماع سنتی به وجود می آید. در این شرایط افراد به صورت اتمی مجزا به نظر می رسند که به دنبال حداکثر سود و منفعت فردی و شخصی خود هستند؛ یعنی منافع شخصی بر مصالح جمعی اولویت می یابد و تغییر در ایده ها و ارزش های افراد در جهت استیلای سکولاریسم، مادی گرایی و فردگرایی صورت می گیرد. در نتیجه خانواده محوری به سوی فردمحوری و همچنین ازدواج نهاد محور به سمت ازدواج رابطه محور تغییر پیدا می کند. این شرایط می تواند منحل نظم اجتماعی و تضعیف کننده وجود ضروری حداقلی از جهت گیری های جمع گرایانه برای هر جامعه ای باشد. همزمان با این تحولات، نوعی گذار و نابسامانی در نهاد ازدواج و خانواده صورت می گیرد که می تواند در حوزه مسائل و آسیب های اجتماعی مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد. همچنین، انتظار می رود با تحولات فرهنگی و اجتماعی در جامعه، اشکال نوپدید در حوزه ازدواج و تشکیل خانواده در ایران افزایش یابد.

منابع

- ابوالقاسمی، محمود؛ نوروزی، عباسعلی و طالبزاده نوبریان، محسن. (۱۳۹۲). «تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده: از منظر هویت دینی و ملی». فصلنامه مطالعات ملی. شماره ۵۵، صص ۲۴-۳.
- احمدزاده کرمانی، روح‌الله و قاسمی، طیبه. (۱۳۹۲). «بررسی نقش اینترنت بر ارزش‌های خانواده (مورد مطالعه: جوانان منطقه ۱۵ تهران)». مطالعات رسانه‌ای. شماره ۲۳، صص ۶۴-۵۱.
- اینگلهارت، رونالد. (۱۳۸۲). تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی. مریم وتر. تهران: انتشارات کویر
- آزادارمکی، تقی؛ شریفی‌ساعی، محمدحسین؛ ایشاری، مریم و طالبی، سحر. (۱۳۹۱). «هم‌خانگی، پیدایش شکل‌های جدید خانواده در ایران». جامعه پژوهی فرهنگی. دوره ۳، شماره ۱، صص ۴۳-۷۷.
- آقاسی، محمد و فلاح‌مین‌باشی، فاطمه. (۱۳۹۴). «نگرش جوانان ایرانی به ازدواج، انتخاب همسر و تشکیل خانواده». پژوهش‌نامه زنان. دوره ۶، شماره ۱۰، صص ۲۱-۱.
- برات دستجردی، نگین، و عرفان، آرزو. (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر در گرایش به ازدواج اینترنتی در بین دانشجویان (با رویکرد آسیب‌شناسانه به ازدواج اینترنتی)». فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ. شماره ۴، صص ۸۲-۶۵.
- جاراللهی، عذرا، و کسمایی صدیقی، مینو. (۱۳۹۲). «تفاوت نسلی میان مادران و دختران: بررسی عوامل مؤثر بر تفاوت نگرش آن‌ها به ارزش‌های مربوط به خانواده». فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. شماره ۱۴، صص ۱۰۵-۶۹.
- جمشیدیها، غلامرضا؛ صادقی‌فسایی، سهیلا و لولآور، منصوره. (۱۳۹۲). «نگرش جامعه شناختی بر تأثیر فرهنگ مدرن از منظر جنسیتی بر تحولات خانواده در تهران». زن در فرهنگ و هنر. دوره ۵، شماره ۲، صص ۱۹۸-۱۸۳.
- جوادی، علی‌محمد و زنجانی‌زاده، هما. (۱۳۸۴). «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد (در سال ۸۳-۸۲)». مجله جامعه‌شناسی ایران. شماره ۲۲، صص ۱۴۶-۱۲۱.

- حاجیان مقدم، فاطمه. (۱۳۹۳). «فرا تحلیل مطالعات خانواده در زمینه عوامل مقوم و عوامل فرساینده خانواده ایرانی». پژوهش‌نامه زنان. دوره ۵، شماره ۹، صص ۱-۳۹.
- حسینی، حاتم، و گراوند، مریم. (۱۳۹۲). «سنجش عوامل مؤثر بر شکاف رفتار و نگرش زنان به سن مناسب ازدواج در شهر کوهدشت». فصلنامه زن در توسعه و سیاست. دوره ۱۱، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۱۸.
- حقیقتیان، منصور؛ دارابی، مسعود. (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر نوسازی فرهنگی و مکانیسم تأثیرگذاری آن بر ارزش‌های خانواده (مطالعه موردی: شهرستان نهاوند)». فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. دوره ۶، شماره ۲۰، صص ۵۷-۸۸.
- خواجه نوری، بیژن و حسینی، مریم. (۱۳۹۵). «رابطه جهانی شدن فرهنگی و ارزش‌های ازدواج در بین ساکنان شهر شیراز». مجله زن و جامعه. دوره ۷، شماره ۳، صص ۱۱۵-۱۳۴.
- رازقی، نادر؛ علیزاده، مهدی و محمدی سنگ‌چشمه، سمیه. (۱۳۹۶). «بررسی جامعه‌شناختی نگرش جوانان نسبت به ازدواج در فضای مجازی». فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی. شماره ۶۵، صص ۸۶-۶۷.
- ربانی، علی و محمدزاده، عاطفه. (۱۳۹۲). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شکاف نسلی ارزشی در منطقه ۹ شهرداری مشهد با تأکید بر ارزش‌های دینی». مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد. دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۹۳-۱۱۶.
- رحمانی، غلام عباس؛ وحید، فریدون و اسماعیلی، رضا. (۱۳۹۵). «بررسی تغییرات فرهنگی ناشی از استفاده از رسانه ماهواره در حوزه ارزش‌های خانواده (مورد مطالعه: خانواده‌های شهرستان فرشبند فارس در سال ۱۳۹۳-۹۴)». دوفصلنامه پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی. دوره ۶، شماره ۱۳، صص ۱-۳۲.
- زاهدی، محمدجواد، و خضرنژاد، عمر. (۱۳۹۲). «نوسازی و فرایند تحول ارزش‌ها در حوزه خانواده (بررسی نمونه‌ای دگرگونی ارزش‌های خانوادگی در شهر بوکان)». مجله جامعه‌شناسی ایران. شماره ۴۰، صص ۶۸-۹۷.

- زنجانی‌زاده، هما و جوادی، علی‌محمد. (۱۳۸۴). «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد (در سال ۸۳-۸۲)». مجله جامعه‌شناسی ایران. دوره ۶، شماره ۲، صص ۱۴۶-۱۲۱.
- سرایی، حسن و اوجاقلو، سجاد. (۱۳۹۲). «مطالعه نسلی تغییر ازدواج در ایران، مطالعه موردی: زنان شهر زنجان». مطالعات توسعه اجتماعی ایران. دوره ۵، شماره ۴، صص ۱۹-۴۲.
- سیار، ثریا؛ راهب، غنچه و اقلیما، مصطفی. (۱۳۹۱). «مقایسه کارکرد خانواده در ازدواج‌های سنتی و مدرن در زنان متأهل شهر تهران». فصلنامه رفاه اجتماعی. شماره ۴۷، صص ۲۹۶-۲۸۱.
- شکوری، اعظم؛ نقدی، اسداله؛ امام‌علی‌زاده، حسین و رحیمی، زهرا. (۱۳۹۷). «عوامل موثر بر عدم تمایل به ازدواج در بین کارکنان مجرد ادارات شهرستان همدان». فصلنامه راهبردی ورزش و جوانان. دوره ۱۷، شماره ۴۱، صص ۷۲-۴۹.
- صادقی، رسول و رضایی، مریم. (۱۳۹۷). «نگرش به اشکال نوپدید در حوزه ازدواج و تشکیل خانواده». سومین همایش ملی آسیب‌های اجتماعی ایران.
- صادقی، رسول؛ قدسی، علی‌محمد و افشارکهن، جواد. (۱۳۸۶). «واکاوی مسئله ازدواج و اعتبارسنجی یک راه حل». فصلنامه زن در توسعه و سیاست. شماره ۱۷، صص ۸۳-۱۰۸.
- عباسی‌شوازی، محمدجلال و صادقی، رسول. (۱۳۸۴). «قومیت و الگوهای ازدواج در ایران». فصلنامه پژوهش زنان. دوره ۳، شماره ۱، صص ۴۷-۲۵.
- عسکری‌ندوشن، عباس؛ عباسی‌شوازی، محمدجلال و صادقی، رسول. (۱۳۸۸). «مادران، دختران و ازدواج: تفاوت‌های نسلی در ایده‌ها و نگرش‌های ازدواج در شهر یزد». فصلنامه مطالعات راهبردی زنان. دوره ۱۱، شماره ۴۴، صص ۷-۳۶.
- عظیمی‌هاشمی، مژگان؛ اعظم‌کاری، فائزه؛ بیگناه، معصومه و رضامنش، فاطمه. (۱۳۹۴). «ارزش‌ها، نگرش‌ها و الگوهای کنش جوانان در خصوص همسرگزینی و روابط پیش از ازدواج». راهبرد فرهنگ. شماره ۲۹، صص ۲۱۲-۱۷۹.

- فراهانی خلیج آبادی، فریده؛ کاظمی پور، شهلا و رحیمی، علی. (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر معاشرت با جنس مخالف قبل از ازدواج بر سن ازدواج و تمایل به ازدواج در بین دانشجویان دانشگاه‌های تهران». فصلنامه خانواده‌پژوهشی. شماره ۳۳، صص ۲۸-۷.
- قاسمی‌اردهایی، علی. (۱۳۸۶). «تأثیر محل زندگی (روستا/شهر) بر زمان ازدواج زنان در ایران». فصلنامه روستا و توسعه. دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۸۵-۶۳.
- کاظمی پور، شهلا. (۱۳۸۸). «سنجش نگرش جوانان نسبت به ازدواج و شناخت آثار و پیامدهای آن». فصلنامه مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی. شماره ۴۲، صص ۹۵-۷۵.
- کفاشی، مجید. (۱۳۸۹). «مدلسازی معادلات ساختاری تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده». پژوهش‌نامه علوم اجتماعی. دوره ۴، شماره ۳، صص ۱۵۴-۱۳۵.
- گلچین، مسعود و صفری، سعید. (۱۳۹۶). «کلان‌شهر تهران و ظهور نشانه‌های الگوی تازه‌ای از روابط زن و مرد؛ مطالعه زمینه‌ها، فرایند و پیامدهای هم‌خانگی». فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۵۷-۲۹.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۲). «چشم انداز خانواده». محمدرضا جلالی پور. آفتاب، دوره ۳، شماره ۲۹، صص ۵۷-۵۴.
- لوکاس، دیوید و میر، پاول. (۱۳۸۷). درآمدی بر مطالعات جمعیتی. حسین محمودیان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- لولآور، منصوره. (۱۳۹۰). «تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر ویژگی‌های جامعه مدرن بر تحول خانواده در ایران طی سه دهه اخیر: مطالعه شهر تهران ۱۳۹۰-۱۳۸۹». پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران.
- مجدالدین، اکبر. (۱۳۸۶). «بررسی دلایل و آثار افزایش سن ازدواج دختران روستایی در آستیان». پژوهشنامه علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی. شماره ۵۳، صص ۳۸۶-۳۷۵.
- محبوبی منش، حسین. (۱۳۸۳). «تغییرات اجتماعی ازدواج». فصلنامه مطالعات راهبردی زنان. شماره ۲۶، صص ۲۰۲-۱۷۲.

- محمدپور، احمد؛ رضایی، مهدی؛ پرتوی، لطیف و صادقی، رسول. (۱۳۸۸). «بازسازی معنایی تغییرات خانواده به شیوه نظریه زمینه ای (مطالعه موردی: ایلات منگور و گورک)». فصلنامه خانواده پژوهی. دوره ۵، شماره ۳، صص ۳۳۰-۳۰۹.
- محمدپور، احمد؛ صادقی، رسول؛ رضایی، مهدی و پرتوی، لطیف. (۱۳۸۸). «سنت، نوسازی و خانواده (مطالعه تداوم و تغییرات خانواده در اجتماع های ایلی با استفاده از رهیافت روش تحقیق ترکیبی)». فصلنامه زن در توسعه و سیاست. شماره ۲۷، صص ۹۳-۷۱.
- محمودیان، حسین. (۱۳۸۳). «سن ازدواج در حال افزایش: بررسی عوامل پشتیبان». نامه علوم اجتماعی. دوره ۱۱، شماره ۴، صص ۵۴-۲۷.
- مدیری، فاطمه و مهدوی، محمدصادق. (۱۳۹۴). «ارزش های پست مدرن خانوادگی در شهر تهران». فصلنامه خانواده پژوهی. شماره ۴۳، صص ۲۹۶-۲۸۱.
- موحد، مجید و عباسی شوازی، محمدتقی. (۱۳۸۵). «بررسی رابطه جامعه پذیری و نگرش دختران به ارزش های سنتی و مدرن در زمینه روابط بین شخصی دو جنس پیش از ازدواج». فصلنامه مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان. دوره ۴، شماره ۱، صص ۹۹-۶۷.
- مهدوی، محمدصادق؛ کلدی، علیرضا و جمند، بهاره. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر بی رغبتی جوانان شهری به ازدواج (مورد مطالعه: شهر تهران)». مطالعات جامعه شناختی شهری (مطالعات شهری). دوره ۶، شماره ۱۹، صص ۶۰-۳۳.
- میرزایی، محمد و قربانی، فرزاد. (۱۳۹۴). «جهت گیری ارزشی مادی گرایانه-فرامادی گرایانه و زمان-بندی ازدواج: مردان و زنان در شرف ازدواج استان کهگیلویه و بویراحمد». نامه انجمن جمعیت-شناسی ایران. شماره ۲۰، صص ۷۰-۴۹.
- نجفی اصل، زهره و قاضی طباطبایی، محمود. (۱۳۹۱). «بررسی سیر تحولات کارکردهای ازدواج و فرزندآوری در سه نسل متوالی در دو خانواده روستایی (مطالعه موردی: روستای حصارخروان استان قزوین)». نامه انجمن جمعیت شناسی ایران. شماره ۱۴، صص ۱۱۲-۸۵.

- نیک‌خواه، هدایت‌الله؛ فانی، مریم و اصغرپور ماسوله، احمدرضا. (۱۳۹۶). «سنجش نگرش دانشجویان نسبت به ازدواج و عوامل مؤثر بر آن». فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی. شماره ۶۷، صص ۹۹-۱۲۲.
- Gubernskaya, Z. (۲۰۰۸). **“Changing Attitudes toward Marriage and Children in Six Countries”**. Sociological Perspectives, ۵۳(۲): ۱۷۹-۲۰۰.
- Hamplova, D., (۲۰۰۳). **“Marriage and Educational Attainment: A Dynamic Approach to First Union Formation”**. Czech Sociological Review, ۳۹ (۶): ۸۴۱-۸۶۳.
- Keshavarz, M., M. Shariati, A. Ebadi, and Z. Behboodi Moghadam, (۲۰۱۸). **“Desire and Attitude to Marriage Among Unmarried Iranian Youth: A Qualitative Study”**. International Journal of Women’s Health and Reproduction Sciences, ۶(۴): ۴۲۵-۴۳۱.
- Lesthaeghe R, Surkyn J. (۲۰۰۲). **“New forms of household formation in Central and Eastern Europe: Are they related to newly emerging value orientations?”**. Economic Survey of Europe (UN Economic Commission for Europe, Geneva), Pp. ۱۹۷-۲۱۶.
- Lesthaeghe, R. (۲۰۱۴). The Second Demographic Transition: A Concise Overview of its Development, Proceedings of the National Academy of Sciences, ۱۱۱(۵۱): ۱۸۱۱۲-۱۸۱۱۵.
- Malhotra A, A. Tsui, and V. de Silva. (۱۹۹۲). **“Mothers, Daughters and Marriage: Explaining Similarity in Generational Perceptions in Sri Lanka”**. Unpublished Report.
- Malhotra, A, and A. O. Tsui. (۱۹۹۶). **“Marriage Timing in Sri Lanka: The Role of Modern Norms and Ideas”**. Journal of Marriage and the Family, ۵۸(۲): Pp. ۴۷۶-۴۹۰.
- Manning, W. D., P. J. Smock, C. Dorius, and E. Cooksey. (۲۰۱۴). **“Cohabitation Expectations among Young Adults in the United States: Do They Match Behavior?”**. Population Research Policy Review, ۳۳ (۲): ۲۸۷-۳۰۵.
- Marsh, R. M. and A. R. O'Hara. (۱۹۶۱). **“Attitudes toward Marriage and the Family in Taiwan”**. American Journal of Sociology ۶۷(۱): ۱-۸.

- Morgan, D. (1992). **Marriage and society: understanding an era of change**. In J Lewis, D Clark, D Morgan (Eds) Whom God hath joined together, London: Rutledge.
- Perelli-Harris, B. and L. Bernardi. (2015). **“Exploring social norms around cohabitation: The life course, individualization, and culture”**. Demographic Research, Vol. 33, Pp. 701-732.
- Stone, L. (1979). **The family, sex and marriage in England 1500-1800**. Harmondsworth: Penguin
- Sundaram, A. (2005). **“Modernization, Life Course, and Marriage Timing in Indonesia”**. Unpublished Ph.D. Thesis, University of Maryland, College Park.
- Van de Kaa, D.J. (1997). **“Options and Sequences: Europeans Demographic Patterns”**. Journal of the Australian Population Association, 14(1).

Value- Cultural Oreintations and Attitude toward Marriage among Youth in Tehran City

Rasoul Sadeghi

Ph.D., Associate Professor in Demography, University of Tehran and Researcher in National Population Studies and Comprehensive Management Institute, Tehran, Iran

Maryam Rezaei

Master Degree in Demography, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 12 May 2019

Accepted: 30 Jun. 2019

Marriage's values and attitudes in Iran are significantly changing. Understanding and explaining of these changes requires taking into account the role of cultural forces in combination with or in opposition to structural forces. The article is to examine the effects of cultural factors on the attitude toward marriage and family. Data was collected using cross-sectional survey and multi-stage sampling among young people in Tehran city. The findings showed that about one-fifth of respondents have a modern orientation toward marriage and family formation. The findings also indicated that socio-cultural changes have led to changes in the values and norms of marriage and family formation. Multivariate analysis revealed that with increasing in individualism, gender egalitarian, secularism, and exposure to transnational media (satellite and Internet), the traditional attitude toward marriage decreased and, on the other hand, modern attitude to marriage increased. Thus, considering the changes in the cultural components of society, modern values and new forms of marriage and family formation are expected to increase in Iran.

Key Words: Youth, Cultural Changes, Value Changes, Individualism, Marriage and Cohabitation