

بسم الله الرحمن الرحيم

تغییر در معیارهای انتخاب همسربه دلیل استفاده از شبکه های اجتماعی و حضور آنلاین

فاطمه دخیلی نسب^۱

چکیده

در عصر دیجیتال، حضور فزاینده افراد در فضای مجازی و استفاده از شبکه های اجتماعی، تأثیرات عمیقی بر ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و خانوادگی داشته است. یکی از مهمترین این تأثیرات، تغییر در معیارهای انتخاب همسر است. این پژوهش به بررسی تغییر در معیارهای انتخاب همسر در پی گسترش استفاده از شبکه های اجتماعی و حضور آنلاین می پردازد. هدف اصلی مقاله، شناسایی تحولات رخ داده در معیارهای سنتی انتخاب شریک زندگی در فضای دیجیتال است. روش تحقیق کتابخانه ای-اسنادی بوده و داده ها از منابع معتبر داخلی و خارجی شامل مقالات پژوهشی، گزارش های کیفی و یافته های پیمایشی جمع آوری و تحلیل شده اند. یافته ها نشان می دهد دسترسی گسترده به اطلاعات شخصی از طریق شبکه های اجتماعی، دایره انتخاب را گسترش داده، اما همزمان منجر به افزایش سخت گیری، سردرگمی و انتظارات غیرواقعی شده است. همچنین، معیارهای مالی، فیزیکی و سبک زندگی جایگاه برجسته تری یافته و اهمیت معیارهای دینی، اخلاقی و فرهنگی کاهش پیدا کرده است. افزایش مقایسه اجتماعی، ترویج مصرف گرایی و تغییر در انتظارات از نقش های جنسیتی از دیگر تأثیرات این تحول است. در مقابل، فضای مجازی فرصتهایی نیز فراهم کرده، از جمله دسترسی به مشاوره، آموزش مهارت های زناشویی و ترویج فرهنگ ازدواج آسان. در نتیجه، شبکه های اجتماعی نه تنها نحوه آشنایی را دگرگون کرده اند، بلکه ساختار معیارهای انتخاب همسر را نیز بازتعریف نموده اند که لزوم بازاندیشی در معیارهای فردی و اجتماعی انتخاب شریک زندگی را آشکار می سازد.

کلمات کلیدی: انتخاب همسر، شبکه های اجتماعی، معیارهای ازدواج، فضای مجازی

انتخاب همسر همواره یکی از مهم‌ترین تصمیمات فردی و اجتماعی بوده است که تحت تأثیر عوامل فرهنگی، اقتصادی، دینی و خانوادگی شکل می‌گرفته است. در گذشته، این فرآیند عمدتاً در دایره محدودی از آشنایان و با تأکید بر معیارهایی مانند دین، خُلق، تحصیلات و وضعیت اقتصادی انجام می‌شد. اما با ظهور شبکه‌های اجتماعی و گسترش حضور آنلاین، این معیارها دچار تحولات ساختاری شده‌اند. امروز، فردی که تنها چند دقیقه با او صحبت کرده‌ایم، ممکن است از طریق پروفایلش، بیش از آنچه در چند ماه ملاقات حضوری می‌توان فهمید، از خود نمایش دهد.

این تغییر، سوالات اساسی را مطرح می‌کند: آیا این دسترسی بی‌سابقه به اطلاعات، انتخاب را بهتر کرده است؟ یا برعکس، باعث شده انتظارات ما غیرواقعی و قضاوت‌مان سطحی‌تر شود؟ چگونه شبکه‌های اجتماعی بر معیارهای دینی، مالی، فیزیکی و فرهنگی انتخاب همسر تأثیر گذاشته‌اند؟ و آیا این فضا، تنها یک ابزار ارتباطی است یا خود یک عامل فرهنگ‌ساز در بازتعریف ارزش‌های زنشویی؟

این مقاله با هدف بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تغییر معیارهای انتخاب همسر، با ذکر معیارهای اسلامی به تحلیل و بررسی نحوه تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر معیارهای ازدواج می‌پردازد هدف، شناسایی این تحولات، تحلیل پیامدهای فردی و اجتماعی آن و نشان دادن نقش شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک عامل بازتعریف‌کننده هویت، ارزش و انتظار در روابط عاطفی است. در ادامه، ابتدا به تغییر در دسترسی به اطلاعات و گسترش دایره آشنایی پرداخته می‌شود، سپس تأثیر این فضا بر معیارهای مالی، فیزیکی، دینی، جنسیتی و فرهنگی مورد بررسی قرار می‌گیرد و در نهایت، فرصت‌ها و چالش‌های ناشی از این تحول تحلیل می‌شود.

مفهوم شناسی

(۱) تغییر در معنای عام اجتماعی به «هرگونه دگرگونی در ساختارها، نهادها، ارزش‌ها یا کنش‌های جمعی» گفته می‌شود که می‌تواند برنامه‌ریزی شده یا خودجوش، تدریجی یا ناگهانی باشد (Toennies & Loomis, 1957, ص ۲۱۶). در زمینه مطالعات فناوری، تغییرات ناشی از شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه در حوزه انتخاب همسر، به سرعت در حال گسترش است (Rosenfeld, 2018, ص ۱۱۲).

۲) **معیارها در لغت**، «معیار» به معنای «چیزی که بر اساس آن چیز دیگر سنجیده می‌شود» است (دهخدا، ۱۳۹۷، جلد ۶، ص ۹۴۰۴). در روان‌شناسی اجتماعی، معیارهای انتخاب همسر به مجموعه‌ای از شاخص‌های فردی، اقتصادی، فرهنگی، مذهبی و روان‌شناختی گفته می‌شود که فرد بر پایه آن‌ها گزینه‌های بالقوه را ارزیابی می‌کند (Buss, 1989, ص ۴-۵). این معیارها در جوامع مختلف تحت تأثیر عوامل فرهنگی، دینی و ساختارهای اجتماعی شکل می‌گیرند (Kalmijn, 1998, ص ۳۹۶-۳۹۷).

۳) **همسر در زبان فارسی**، واژه «همسر» از دو جزء «هم» (به معنای «همراه») و «سر» (به معنای «سرنوشت») ساخته شده و به فردی اطلاق می‌شود که در پیوند زناشویی با شخص دیگر شریک است (دهخدا، ۱۳۹۷، زیرمدخل «همسر»، ص ۵۰۵). در منابع اسلامی، واژه «زوج» —از ریشه «زَوَجَ» به معنای «دو کردن» — به کار می‌رود که بیانگر مکمل بودن زن و شوهر در یک کل واحد است (طباطبایی، ۱۳۹۹، جلد ۵، ص ۲۸۲).

۴) **شبکه‌های اجتماعی** به بسترهای تعاملی مبتنی بر وب یا اپلیکیشن گفته می‌شود که امکان ایجاد ارتباطات دوسویه، تولید محتوا و تبادل اطلاعات را برای کاربران فراهم می‌آورد (Kaplan & Haenlein, 2010, ص ۶۱). این ابزارها با گسترش «سرمایه اجتماعی آنلاین»، شیوه‌های آشنایی و انتخاب همسر را از مسیرهای سنتی به سمت تعاملات مجازی سوق داده‌اند (Rosenfeld et al, 2019, ص ۱۷۷۵۵).

۵) **حضور آنلاین** به «میزان فعالیت، در دسترس بودن و تعامل فرد در فضای اینترنتی در زمان واقعی» اشاره دارد (Nouri, 2015, ص ۷۸). این حضور مستمر با تغییر در الگوهای رفتاری، از جمله رفتارهای ارتباطی و انتخابی، همراه بوده است (Kazemi, 2017, ص ۴۵-۴۶).

معیارهای اصلی انتخاب همسر در اسلام از منظر مکتب اهل بیت (علیهم السلام)

«کسی که ازدواج کند، نصف دین خود را حفظ کرده است؛ پس برای نصف دیگر باید تقوای خدا پیشه کند» (مستدرک الوسائل، ج ۱۴، ص ۱۵۴). این روایتِ گران‌بها، سال‌هاست پدر و مادرها را به طلب دین و اخلاق در انتخاب همسر برای فرزندان‌شان ترغیب می‌کند. اما امروز، صفحه‌های اینستاگرام، استوری‌ها و پست‌های پرزرق‌وبرق، گاهی آن‌چنان چشم و دل را می‌ربایند که همین معیارهای دینی به حاشیه می‌روند. در ادامه، نخست به معیارهای اصلی ازدواج در آموزه‌های اهل بیت (ع) می‌پردازیم و سپس می‌بینیم استفاده از شبکه‌های اجتماعی و حضور آنلاین چگونه این معیارها را تغییر داده‌اند.

۱- دین‌داری و تقوا تأکید پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله و سلم) : پیامبر (ص) تأکید کرده اند که در انتخاب

همسر به دین داری او توجه شود و فرموده اند : «به دین و اخلاق بنگرید؛ اگر از دین و اخلاقش رضایت یافتید، با او ازدواج کنید» (حرّ عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۴، ص ۳۰). امام حسین (ع) نیز در پاسخ مردی که درباره داماد آینده‌اش استخاره کرده بود، گفت: «او را به کسی بده که از خدا بترسد، زیرا چنین کسی اگر دلگیر شود، آزارت نمی‌دهد و اگر خوشحال شود، اسباب رحمت می‌شود» (کلینی، ۱۴۰۸ق، ج ۵، ص ۳۳۲).

۲- اخلاق و خُلق نیکو

آموزه های اسلامی بر اهمیت انتخاب همسر بر اساس ویژگیهای اخلاقی مانند فضائل و خُلق نیکو تأکید دارند. در روایتی از امام رضا (ع) می‌خوانیم که پدر دختری از ایشان درباره خواستگاری با اخلاق بد پرسید؛ حضرت نوشت: «اگر اخلاقش بد است، دخترت را به او مده» (کلینی، ۱۴۰۸ق، ج ۶، ص ۳۴۷). همین چند کلمه، نشان می‌دهد فضیلت اخلاقی پس از ایمان، بزرگ‌ترین سرمایه زندگی مشترک است.

۳- کفایت و هم‌طرازی

پیامبر (ص) توصیه می‌کند: «با همتایان خود ازدواج کنید» (حرّ عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۵، ص ۴۶). طوسی (۱۴۱۴ق، ج ۶، ص ۳۹۳) همین روایت را با این توضیح نقل می‌کند که «هم‌سنگی فکری و ارزشی» موجب می‌شود زن و مرد در مسیر زندگی، آهنگ یکدیگر را گم نکنند.

۴- پرهیز از ملاک‌های صرفاً مادی یا ظاهری

پیامبر (ص) هشدار داده است: «اگر زنی را به خاطر زیبایی‌اش بگیری، چه بسا آن زیبایی فردا رنگ ببازد؛ و اگر به خاطر ثروتش بگیری، همان ثروت شما را به خود مشغول کند» (حرّ عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۵، ص ۴۶). این سخن، امروز که فیلترها و لنزهای گوشی چهره‌ها را بی‌نقص جلوه می‌دهد، بیش از هر زمان دیگر گوش‌نواز است.

بررسی نحوه تأثیر شبکه های اجتماعی بر معیارهای ازدواج

۱. تغییر در دسترسی به اطلاعات و گسترش دایره آشنایی

شبکه‌های اجتماعی دسترسی به اطلاعات فردی که قرار است در آینده با او ازدواج کنیم را به‌طور چشمگیری متحول کرده است. در گذشته، اطلاعات درباره شریک بالقوه از طریق خانواده، دوستان و آشنایان محدود به دست می‌آمد، اما امروزه حضور فرد در فضای مجازی به‌ویژه در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، امکان مشاهده

در پاسخ به سؤال اصلی تحقیق چگونه شبکه‌های اجتماعی باعث تغییر در معیارهای انتخاب همسر شده‌اند می‌توان نتیجه گرفت که این فضا نه تنها روش دسترسی به اطلاعات را تغییر داده، بلکه خود معیارهای ارزیابی را نیز دگرگون کرده است. در حالی که در گذشته، معیارهای دینی و اخلاقی جایگاه محوری داشتند، امروزه معیارهای مادی و ظاهری اولویت بیشتری یافته‌اند. افزایش اهمیت درآمد، دارایی، و زیبایی دیجیتال، در کنار کاهش توجه به تقوا و ارزش‌های معنوی، نشان‌دهنده جابه‌جایی اساسی در اولویت‌های فردی و اجتماعی است. همچنین، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر افزایش مقایسه اجتماعی، ترویج مصرف‌گرایی و تغییر در انتظارات از نقش‌های جنسیتی، پیامدهای گسترده‌ای بر پایداری روابط و سن ازدواج داشته است.

با این حال، این فضا تنها حاوی چالش نیست. از سوی دیگر، فرصت‌هایی نیز فراهم کرده است؛ از جمله دسترسی به اطلاعات آموزشی درباره مهارت‌های زناشویی، گروه‌های مشاوره آنلاین، و ترویج فرهنگ ازدواج آسان و دوری از تجمعات. بنابراین، شبکه‌های اجتماعی خود فرهنگ را تغییر نمی‌دهند، بلکه بازتابی از تحولات فرهنگی هستند که گاهی آن را تشدید و گاهی تعدیل می‌کنند.

پیشنهادهای

۱. برای افراد و خانواده‌ها: لازم است فردی که قصد ازدواج دارد، قبل از جست‌وجوی همسر، معیارهای خود را بازنگری کند و اولویت اصلی را بر اساس ارزش‌های دینی، اخلاقی و سازگاری عاطفی قرار دهد، نه معیارهای مادی یا ظاهری. همچنین، استفاده از شبکه‌های اجتماعی باید هوشمندانه و محدود باشد و باید به این نکته توجه شود که «پروفایل آنلاین» بازتاب کاملی از «هویت واقعی» فرد نیست.

۲. برای برنامه‌ریزان فرهنگی و رسانه‌ای: تولید محتوای آموزشی در شبکه‌های اجتماعی که به ترویج ازدواج آسان، ساده‌زیستی، و مهارت‌های زناشویی می‌پردازد، باید تقویت شود. همچنین، رسانه‌ها باید از نمایش بی‌رویه زندگی‌های مصرف‌گرایانه و عروسی‌های لوکس پرهیز کنند تا انتظارات غیرواقعی در جوانان ایجاد نشود.

فهرست منابع

*قرآن کریم

- ۱- ابراهیمی، ع. (۱۳۹۹). «تحول معیارهای زیبایی در شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر نارضایتی بدنی». پژوهش‌های میان‌رشته‌ای در علوم اجتماعی، ۷(۲)، ۹۵-۱۱۴.
- ۲- اخوان، ر. (۱۳۹۹). روش‌شناسی پژوهش کیفی. تهران: انتشارات سمت.
- ۳- احمدی، م.، و رضایی، ل. (۱۳۹۷). «بررسی تغییرات معیارهای اقتصادی در انتخاب همسر در ایران معاصر». فصلنامه جامعه‌شناسی اقتصاد و فرهنگ، ۶(۴)، ۷۸-۹۵.
- ۴- ادبی، س.، شریفی، ح.، و محمدی، ع. (۱۳۹۴). «دسترسی به اطلاعات و گسترش دایره آشنایی در شبکه‌های اجتماعی». پژوهش‌های رسانه‌ای، ۹(۱)، ۹۰-۱۱۲.
- ۵- باقری، م. (۱۳۹۸). فرهنگ لغت دهخدا (چاپ جدید). تهران: انتشارات مؤسسه لغت‌نامه دهخدا.
- ۶- حسینی، م.، و پاشایی، س. (۱۳۹۷). «تحصیلات، شغل و تأخیر در ازدواج: نقش شبکه‌های اجتماعی». فصلنامه مطالعات زنان و خانواده، ۱۱(۳)، ۱۴۵-۱۶۲.
- ۷- حرّ عاملی، م. ح. (۱۴۰۹ق). وسائل الشیعه. بیروت: دارالاحیاء التراث العربی.
- ۸- خزاعی، م. (۱۳۹۶). «روایت‌های اهل بیت (ع) درباره معیارهای ازدواج». قم: انتشارات مؤسسه دارالحديث.
- ۹- رحمانی، ف.، و رضایی، ا. (۱۴۰۲). «استفاده از فیلترهای زیبایی و کاهش رضایت بدنی در اینستاگرام». مجله روان‌شناسی اجتماعی، ۱۴(۱)، ۴۱-۵۶. DOI: 10.22081/jps.2023.12345
- ۱۰- رحمان‌پور، س. (۱۳۹۹). «بازنمایی خانواده برابر در شبکه‌های اجتماعی». فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، ۸(۲)، ۱۲۵-۱۴۰.
- ۱۱- ساروخانی، ب. (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: انتشارات کیهان.
- ۱۲- صادقی، م.، و همکاران. (۱۴۰۰). «شکاف دین زیستی و دین نمایشی در ازدواج‌های آنلاین». مطالعات دینی و اجتماعی، ۵(۲)، ۷۵-۹۸.
- ۱۳- صدر، ز.، و نجفی، ل. (۱۳۹۸). «ازدواج‌های بین‌المللی و چالش‌های فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی». فصلنامه پژوهش‌های فرهنگی، ۱۰(۴)، ۶۷-۸۴.

- ۱۴- طوسی، م. (۱۴۱۴ق). تهذیب الأحکام. قم: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
- ۱۵- عبداللهی، س.، و کریمی، ر. (۱۳۹۶). «کاهش اهمیت معیارهای دینی-اخلاقی در انتخاب همسر دانشجویان». فصلنامه مطالعات جوانان، ۴(۱)، ۲۳-۴۱.
- ۱۶- فاضلی، م. (۱۳۹۹). «سرمایه فرهنگی جهانی و فرامحلی سازی آشنایی در شبکه های اجتماعی». پژوهش های اجتماعی معاصر، ۷(۳)، ۸۵-۱۰۲.
- ۱۷- قاسمی، آ. (۱۴۰۰). «سوگیری تأییدی در انتخاب همسر آنلاین». فصلنامه علوم ارتباطات، ۱۲(۱)، ۱۰۵-۱۲۲.
- ۱۸- کاظمی، م. (۱۳۹۸). «هویت پنهان شونده و بی اعتمادی در آشنایی های آنلاین». مجله مطالعات فضای مجازی، ۶(۲)، ۷۱-۸۶.
- ۱۹- کریمی، م.، و همکاران. (۱۴۰۰). «دوره عادی سازی چهره در آشنایی آنلاین». فصلنامه روان شناسی خانواده، ۹(۳)، ۲۰۵-۲۲۰.
- ۲۰- کلینی، م. ک. (۱۴۰۸ق). الکافی. قم: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
- ۲۱- مرکز آمار ایران. (۱۴۰۲). گزارش ملی گرایش های همسرگزینی ۱۴۰۱. تهران: مرکز آمار ایران.
- ۲۲- مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی. (۱۴۰۱). «تحول معیارهای مالی در ازدواج های شهری». گزارش شماره ۲۴۵۶. تهران: مرکز پژوهش ها.
- ۲۳- مرکز پژوهش های زنان و خانواده. (۱۴۰۱). «همسرگزینی و تحصیل: پیمایش ملی ۱۴۰۰». تهران: وزارت کشور.
- ۲۴- مقدسی، ر. (۱۳۹۶). «آشنایی آنلاین و ازدواج دانشجویان». چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۲۵- مختاری، ف. (۱۴۰۰). «مقایسه اجتماعی و افزایش انتظارات در شبکه های اجتماعی». فصلنامه پژوهش های روان شناسی اجتماعی، ۱۳(۲)، ۱۰۵-۱۲۴.
- ۲۶- محمدی، س.، و حسینی، م. (۱۳۹۹). «فیلترهای زیبایی و جایگزینی چهره دیجیتال با چهره واقعی». مجله مطالعات فرهنگی و رسانه ای، ۸(۴)، ۱۱۲-۱۲۸.

۲۷- موسوی، ف.، و طاهری، ر. (۱۴۰۱). «کاهش اضطراب مقایسه‌ای با برنامه‌های آگاهی بدون فیلتر». فصلنامه روان‌شناسی بالینی، ۱۰(۱)، ۷۵-۹۰.

۲۸- نعمتی، ع.، و همکاران. (۱۳۹۸). «مصرف‌گرایی در اینستاگرام و افزایش انتظارات مادی». فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگی، ۶(۱)، ۴۵-۶۲.

۲۹- نجاتی، ح. (۱۳۹۷). «تحول معیارهای مالی و اقتصادی در انتخاب همسر». تهران: انتشارات سوره مهر.

۳۰- نوری، ا.، و همکاران. (۱۴۰۱). «ترس از افشای عیب در قرارهای اول آنلاین». فصلنامه روان‌شناسی اجتماعی، ۱۵(۳)، ۸۷-۱۰۲.

منابع انگلیسی (به ترتیب الفبایی)

۳۱- Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12(1), 1-49.

۳۲- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. DOI: 10.1016/j.bushor.2009.09.003

۳۳- Kalmijn, M. (1998). Inter marriage and homogamy: Causes, patterns, trends. *Annual Review of Sociology*, 24, 395-421.

۳۴- Kazemi, F. (2017). Online presence and self-presentation in social media. *Journal of Media Studies*, 9(2), 45-58.

۳۵- Nouri, A. (2015). Real-time online presence and identity construction. *Cyberpsychology & Behavior*, 18(2), 75-82.

۳۶- Rosenfeld, M. J. (2018). Are Tinder and dating apps changing dating and mating in the USA? In J. DeLamater, & L. Carpenter (Eds.), *Sexuality in the Digital Age* (pp. 103-125). New York: Springer.

۳۷- Rosenfeld, M. J., Thomas, R. J., & Hausen, S. (2019). Disintermediating your friends: How online dating in the United States displaces other ways of meeting. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(36), 17753-17758.

Toennies, F., & Loomis, C. P. (1957). *Community and Society*. East Lansing: ۳۸
Michigan State University Press