



Examining the Relationship between Cultural Globalization and Marriage Spaces: The Mediating Role of Modern Identity (A case study of Al-Zahra University students)

Ezatalah Mirzaei¹, Elham Keshavarz Moghadam², Ehsan Asgari³, Mahdi Mirzaei⁴

1. (Corresponding Author), PhD in Cultural Sociology, Assistant Professor in the Department of Cooperation and Social Welfare, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. e.mirzaei@atu.ac.ir
2. Doctorate in International Relations, Assistant Professor, Department of International Relations, University of Tehran, Tehran, Iran. e.keshavarz@ut.ac.ir
3. PhD in Political Sociology, Research Institute of Imam Khomeini and Islamic Revolution, Tehran, Iran. askariehsan1372@gmail.com
4. BA student of Elementary Education, Farhangian Shahid Rajaei University of Shiraz, Shiraz, Iran. rezamirzaei5250@mail.com

ABSTRACT

Received: 01/01/2024 - Accepted: 01/07/2024

Purpose: The purpose of writing this article was to investigate the relationship between cultural globalization and marriage spaces, relying on the mediating role of modern identity. **Method:** The type of research was descriptive and the method was survey. The total sample consisted of 271 students of Al-Zahra University (S) who were married between 1398 and 1401, and this number was able to respond to the question of cultural globalization and modern identity. The collected data were analyzed and interpreted using SPSS and AMOS software and Pearson, regression and Sobel correlation tests. **Findings:** In terms of influencing the dimensions of the dependent variable (spouse selection spaces), the highest rate was related to the relationship between individualism and the unsupervised spousal selection space (0.77); This means that the higher the level of individualism, the higher the number of unsupervised marriages and vice versa. The lowest level of correlation was also seen between the variables of using Iranian music and the atmosphere of passive surveillance in choosing a spouse (0.16). Also, relying on the Sobel test, it was determined that the value of this statistic in all variables is greater than ± 1.96 , and this means that the variable of modern identity has played a significant role as a mediator in the relationship between cultural globalization and spouse selection spaces. **Conclusion:** Considering that the social behavior is being internalized from the moment of birth to the time of death, in order to improve the performance of people in the matter of choosing a spouse, the trustees of Sadr al-Ashara should be in the direction of identity formation and strengthening of traditional identity formation resources and also form a resistant identity in the face of identity. try to be modern and globalized. Also, the supervision of parents, along with the conscious choice of children, can be effective in the performance of choosing a spouse.

Keywords: Cultural globalization, Modern identity, Marriage, Space, Al-Zahra University



بررسی رابطه جهانی شدن فرهنگی و فضاهای همسرگزینی: نقش میانجی‌گری هویت مدرن (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه الزهرا (س))

عزت اله میرزائی^۱، الهام کشاورز مقدم^۲، احسان عسگری^۳، مهدی میرزائی^۴

۱. نویسنده مسئول، دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، استادیار گروه روانی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، e.mirzaei@atu.ac.ir
۲. دکتری روابط بین‌الملل، استادیار گروه روابط بین‌الملل دانشگاه تهران، تهران، ایران. e.keshavarz@ut.ac.ir
۳. دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، پژوهشکده امام خمینی (ره) و انقلاب اسلامی، تهران، ایران. askariehsan1372@gmail.com
۴. دانشجوی کارشناسی آموزشی ابتدایی، دانشگاه فرهنگیان شهید رجایی شیراز، شیراز، ایران. rezammirzaei5250@mail.com

(صفحات ۲۰۸-۲۲۵)

چکیده

هدف: هدف از نگارش مقاله‌ی حاضر، بررسی رابطه‌ی جهانی شدن فرهنگی و فضاهای همسرگزینی با تکیه بر نقش میانجی‌گری هویت مدرن بود.

روش: نوع پژوهش توصیفی و روش نیز پیمایش بود. حجم نمونه نیز به صورت تمام‌شماری، تعداد ۳۷۱ نفر از دانشجویان دانشگاه الزهرا (س) که طی سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ ازدواج کرده بودند، را تشکیل داد که این تعداد توانستند به سبب سبب‌های جهانی شدن فرهنگی و هویت مدرن پاسخ دهند. چنانچه داده‌های گردآوری شده با بهره‌بردن از نرم افزارهای SPSS و AMOS و آزمون‌های همبستگی پیرسون، رگرسیون و سوبل مورد تحلیل و تفسیر قرار گرفتند.

یافته‌ها: از حیث تأثیرگذاری بر ابعاد متغیر وابسته (فضاهای همسرگزینی)، بیشترین میزان مربوط به رابطه‌ی میان فردگرایی و فضای نظارت‌گریز همسرگزینی بود (۰/۷۷)؛ بدین معنا که هرچه میزان فردگرایی بالاتر باشد، به همان میزان نیز میزان ازدواج‌های نظارت‌گریز افزایش پیدا می‌کند و بالعکس. کمترین میزان ارتباط نیز میان متغیرهای استفاده از موسیقی ایرانی و فضای نظارت منفعلانه‌ی همسرگزینی (۰/۱۶) دیده شد. همچنین با تکیه بر آزمون سوبل، مشخص گردید که میزان این آماره در همه‌ی متغیرها بزرگ‌تر از ۱/۹۶± است و این بدین معناست که متغیر هویت مدرن نقش معناداری به عنوان میانجی در رابطه‌ی بین جهانی شدن فرهنگی و فضاهای همسرگزینی ایفا نموده است.

نتیجه‌گیری: با توجه به اینکه رفتار اجتماعی از لحظه‌ی تولد تا زمان مرگ در حال شدن و درونی شدن است، به منظور بهبود عملکرد افراد در موضوع همسرگزینی، متولیان امر باید در جهت هویت‌سازی و تقویت منابع هویت‌ساز سنتی و ایضاً شکل دادن به هویت مقاوم در مواجهه با هویت مدرن و جهانی‌شده تلاش کنند. همچنین نظارت توامان والدین در کنار انتخاب آگاهانه فرزندان می‌تواند در عملکرد همسرگزینی مؤثر واقع شود.

واژه‌های کلیدی: جهانی شدن فرهنگی، هویت مدرن، همسرگزینی، فضا، دانشگاه الزهرا (س).

مقدمه

تحولات اجتماعی دهه‌های گذشته در سطح جهانی، نظام خانواده را با تغییرات، چالش‌ها و مسائل متنوع و گسترده‌ای مواجه نموده که علاوه بر ایجاد مخاطره در زندگی خانوادگی، نوعی انطباق‌پذیری در الگوهای حاکم بر ازدواج و خانواده نیز صورت داده است. بی‌تردید نظام خانواده و ازدواج و ارزش‌های آن در جامعه‌ی ایرانی نیز از این قاعده مستثنی نبوده و متأثر از این تأثیرات بیرونی، تغییراتی را به ویژه در مفاهیم سنتی و ساختار فرهنگی زندگی خانوادگی و نحوه‌ی تشکیل خانواده به خود دیده است (میرزایی، ۱۴۰۰).

یکی از مظاهر این تأثیرپذیری، جایگزینی ارزش‌هایی مانند هسته‌ای شدن خانواده و آزادی در انتخاب همسر به جای ارزش‌های سنتی خانواده است که موجب تغییر در شیوه‌های همسرگزینی، تغییرات روابط دو جنس در قبل و بعد از ازدواج و... شده است (میرزایی، ۱۴۰۰؛ عظیمی هاشمی، اعظم‌کاری، بیگناه و رضامنش، ۱۳۹۴). در این راستا شواهد تجربی مهمی از تغییرات گسترده در نهاد ازدواج در ایران توسط پژوهشگران مستندسازی شده که نشان از در هم شکسته شدن بسیاری از عناصر مهم و سنتی ساختار فرهنگی همسرگزینی در جامعه است (ویکس، ۲۰۰۲؛ تریمین، ۲۰۰۶؛ میرزایی، انتظار، کرمی و شالچی، ۱۴۰۰؛ عباس‌زاده، سعیدی عطایی و افشاری، ۱۳۹۴؛ دلخמוש، ۱۳۹۲؛ آزاد ارمکی و ملکی، ۱۳۸۶).

چنانچه پژوهش‌های انجام شده حاکی از تغییر الگوها و ارزش‌های ازدواج است (خواجه‌نوری و حسینی، ۱۳۹۵؛ دلخמוש، ۱۳۹۲؛ خواجه‌نوری و ریاحی، ۱۳۹۲؛ خواجه‌نوری و دلاور، ۱۳۹۱). این پژوهش‌ها، تغییر در حوزه‌ی همسرگزینی و شکل‌گیری ارزش‌های فرهنگی غیر سنتی در مورد ازدواج را نشان می‌دهند که با ارزش‌های سنتی جامعه‌ی ایرانی در تضاد است. این تغییر ارزشی و تقدّس‌زدایی از ازدواج، ضرورت مطالعه همسرگزینی و ازدواج را نمایان ساخته و ضرورت پاسخگویی به پرسش‌هایی از

این قبیل که افراد در چه شرایط و با چه معیارهایی اقدام به شکل‌دهی چنین روابطی می‌کنند را ایجاد نموده است؛ لذا مطالعه‌ی عامل‌هایی که بتوانند این تغییرات را تبیین نمایند از اهمیت شایانی برخوردار است.

برخی پژوهشگران، همسرگزینی^۱ را به عنوان یکی از مهمترین انتخاب‌های زندگی انسان‌ها و به عنوان فرآیندی که رفتارهای انتخاب همسر را در آنها شکل می‌دهد، شامل بررسی و سنجش ویژگی‌ها و جایگاه همسر آینده از جنبه‌های گوناگونی نظیر ویژگی‌های ظاهری، درآمد، پایگاه اجتماعی-اقتصادی، سطح تحصیلات، پایگاه شغلی و مواردی از این دست دانسته‌اند (ماتسومورا، ۲۰۲۳؛ مک‌کنزی و ژیونگ، ۲۰۲۱؛ چن، ۲۰۰۵). برخی دیگر نیز آن را در معنای شیوه‌ها، تکنیک‌ها، معیارها و روش‌های انتخاب همسر به کار برده‌اند (آیان، ۲۰۲۱؛ کتابی، ۱۳۸۳). لکن فارغ از معنای همسرگزینی، فضایی که در بستر آن کنش همسرگزینی اتفاق می‌افتد از حیث گره‌خوردگی فضا با فعالیت‌های انسان‌ها به عنوان کنشگران اصلی و عاملان اجتماعی ارزش‌تحلیلی بالایی در موضوع همسرگزینی دارد که در این زمینه فقر مطالعات نظری و تجربی شدیدی در جامعه‌شناسی احساس می‌شود. هرچند مفهوم‌پردازی‌های زیادی در خصوص فضا در جامعه‌شناسی صورت گرفته است، ولی فضای همسرگزینی و نقش فضا در همسرگزینی کمتر مورد توجه اندیشمندان این حوزه واقع شده و عمدتاً فضا را در کالبد شهری و معنای صلب آن مورد بحث قرار داده‌اند. برخی فضا را بُعد مادی جامعه فرض می‌کنند و روابط اجتماعی را در شکل دادن به آن مؤثر می‌دانند (موکومانه، ۲۰۲۳). بعضی معتقدند فضا امکانات و محدودیت‌هایی ایجاد می‌کند که مردم بر اساس معیارهای فرهنگی خود آن را انتخاب می‌کنند (سیگنورینی، ۲۰۲۳؛ تولائی، ۱۳۷۲: ۷). برخی نیز بار د جهان شمول بودن فضا، آن را یک تولید اجتماعی می‌دانند که فقط می‌تواند در متن و زمینه یک جامعه خاص فهم شود (کامرون، ۲۰۲۳؛ فاجز، ۲۰۱۹؛ اشمید، ۲۰۰۸: ۲۹). این دیدگاه، ماهیتی اساساً

تاریخی برای فضا در نظر می‌گیرد و نه صرفاً رابطه‌ای (کامرون، ۲۰۲۳). برخی دیگر از پژوهشگران نیز فضا را مقوله‌ای ذاتاً اجتماعی می‌دانند که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند، سکونت می‌کنند و به شیوه‌ی خاص خودشان مصرف می‌کنند (کورنیک، ۲۰۲۳؛ زایلینچ، ۲۰۰۷: ۵). در این معنا می‌توان یک رابطه‌ی دیالکتیکی بین فضا و عوامل اجتماعی فرض کرد که این خاصیت دیالکتیکی هم درجه‌ای از آزادی فردی و هم درجه‌ای از اجبار و تعین‌پذیری را برای هر دو سوی این رابطه پدید می‌آورد.

در بین نظریات مختلف فضا، تنها مفهوم نظری و بومی «فضای همسرگزینی» (انتظاری، ۱۳۹۰) است که به طور خاص نقش فضا را در کنش همسرگزینی عاملان اجتماعی و برهم زدن موقتی چینش معیارهای همسرگزینی افراد مورد تأکید قرار داده است. بر اساس مبانی نظری این مفهوم، خانواده و ازدواج در جامعه‌ی ایران به واسطه‌ی تغییرات اجتماعی ناشی از جهانی‌سازی، تغییراتی را در الگوهای همسرگزینی جوانان به خود دیده است. مفهوم «فضای همسرگزینی» ناظر بر عوامل و عناصر متشکله و مداخله‌گر در امر همسرگزینی و موقعیت یا مکانی است که بهترین امکان واریسی معیارهای ازدواج، گزینشگری و گزینش‌شوندگی را برای طرفین فراهم می‌کند. این فضا، به مکان خاصی اطلاق نمی‌شود و ممکن است هر جایی شکل بگیرد، اما عناصر متعددی همچون مکان یا موقعیت گزینش و عناصر نمادین آن در شکل‌گیری فضای همسرگزینی نقش دارند.

با این تفسیر، فضای همسرگزینی به عنوان موقعیتی فضائی (اعم از حقیقی: کافه، پارک، سینما، پاساژ، مراکز خرید، خیابان، مکان‌های برگزاری پارتی‌های شبانه، منزل و...) یا مجازی: اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی و...) تلقی می‌شود که حاوی چینش خاصی از نمادها و عناصر نمادین است که امکان گزینش‌گری و گزینش‌شوندگی را برای طرفین زوجیت فراهم می‌آورد و بر حسب امکان واریسی معیارهای ازدواج، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد؛ به این ترتیب که واریسی برخی از معیارهای ازدواج را نسبت به برخی دیگر،

تسهیل یا محدود می‌کند (انتظاری، ۱۳۹۰).

حال، آنچه مهم است، نقش میانجی‌گری هویت در ارتباط میان دو مقوله‌ی جهانی‌شدن فرهنگی و فضا‌های همسرگزینی می‌باشد؛ زیرا هویت^۱ یکی از موضوعات بسیار مهم و حساس می‌باشد که در عصر حاضر و با توجه به تغییر و تحولات عمده‌ای که در حال حادث شدن است، ضرورت بهره‌مندی از آن امری غیر قابل انکار می‌باشد. در واقع هویت، به درک و تلقی مردم از اینکه چه کسی هستند و چه چیزی برایشان معنادار است مربوط می‌شود. هویت در معنای اجتماعی نیز ناظر به ویژگی‌هایی است که از طرف دیگران به یک فرد نسبت داده می‌شود (گیدنز، ۱۴۰۱؛ گیدنز، ۱۳۹۸؛ معمار، عدلی‌پور و خاکسار، ۱۳۹۱). از طرفی هویت فرد در پاسخ به پرسش‌هایی از کیستی، چرایی و چرایی فرد از خود به ظهور می‌رسد (تاجیک، ۱۳۷۹) و هویت فرهنگی پاسخ به همین پرسش‌ها در بستر فرهنگ جامعه است. بر این اساس، عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت، تعاملات انسانی است؛ به نحوی که فرد هنگامی که در تعامل با دیگران است، هویت خود را به عنوان یک عضو جامعه پیدا می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۹). منابع شکل‌دهنده هویت در جوامع سنتی بیشتر جنبه انتسابی داشته و بر همین اساس افراد از لحاظ هویت‌یابی چندان دستخوش تغییر نمی‌شدند، اما امروزه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی^۲ در قالب جهانی‌شدن فرهنگ، دگرگونی‌های عمیقی را در ابعاد مادی و غیرمادی زندگی بشر ایجاد کرده (خدایاری، دانشور حسینی و سعیدی، ۱۳۹۳) و موجبات فاصله‌گرفتن انسان‌ها از منابع هویت‌ساز سنتی را فراهم آورده و تمامی مرزهای هویتی مانند خانواده، محله، قومیت و ملیت را به شدت نفوذپذیر کرده است (کیانپور، عدلی‌پور و ملک‌احمدی، ۱۳۹۳).

مکان نیز در گذشته نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی و فرهنگی افراد داشته و به دلیل ارتباط کمتر افراد با دنیای خارج و به تبع آن ارتباط رو در رو با اطرافیان،

1. Identity

2. Virtual social networks

سنت‌های بومی و محلی بخش اعظمی از هویت فرد را شکل می‌داد (عدلی‌پور، یزدخواستی و خاکساری، ۱۳۹۲). با ورود به عصر اطلاعات، نقش پررنگ رسانه‌های اطلاعاتی و ارتباطی (جهانی‌شدن فرهنگ) سبب شده است تا افراد در بستر مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی، هویت کاملاً جدید و گاهاً متعارضی را از خود به نمایش گذارند و حتی جنس، سن، علایق، سنن و رسوم، گرایش و اعتقادات مذهبی، پایگاه منزلتی، محل زندگی، زبان، تصویر و ویژگی‌های ظاهری خود را متفاوت از آنچه هست ارائه کنند (استراتون، ۲۰۲۳؛ سزاروتا، رحمان و کانتارو، ۲۰۲۱). در واقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی با فراهم آوردن ویژگی‌های پیش‌گفته، این امکان را فراهم آورده تا جهان جدیدی در موازات جهان واقعی تحت عنوان «جهان مجازی» شکل گیرد و دگرگونی بنیادینی را در ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی به وجود آورد. در همین ارتباط، بل^۱ معتقد است جهان مجازی و امکان برقراری ارتباط همزمان و بی‌شمار، منشأ ظهور هویت‌های خلق‌الساعه در دوره‌ای محدود شده که با ظهور هویت‌های جدید بعدی به سرعت از بین می‌روند (به نقل از هارت، ۲۰۱۱؛ کورنیک، ۲۰۲۳؛ یه، چن، داون و یانگ، ۲۰۱۷).

به نظر می‌رسد بحث هویت و تغییرات هویتی ناشی از پدیده جهانی‌شدن نیز که در سطوح فردی، اجتماعی و فرهنگی همواره مورد مذاقه صاحب‌نظران جامعه‌شناسی بوده (مظاهری و حسین‌زادگان، ۱۳۹۰)، در انتخاب فضاها و همسرگزینی نیز نقش داشته باشد.

از آنجا که جهانی‌شدن فرهنگی در معنای عام و وسایل ارتباطی جدید و شبکه‌های اجتماعی مجازی به طور خاص، زندگی اجتماعی افراد را در معرض تغییرات پیوسته قرار می‌دهد و جوانان نیز به عنوان یکی از گروه‌های اجتماعی به دلایل ویژگی‌های خاص خود از قبیل تنوع خواهی و نوگرایی بیشتر از سایر افراد در مسیر و روند جهانی‌شدن

فرهنگی قرار می‌گیرند، بنابراین، نسبت به سایر گروه‌های سنی آمادگی بیشتری دارند تا روند جهانی‌شدن فرهنگی را در بستر اجتماعی فراهم و ارزش‌های فرهنگی آن را در زندگی اجتماعی خود و در ابعاد مختلف از جمله اوقات فراغت، شیوه و سبک زندگی، الگوی تعاملات جنسی و... مورد کاربست قرار دهند. به ویژه که برای گروه هدف این پژوهش دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی، وسایل ارتباطی جدید و ماهواره سهل‌تر از سایر مؤلفه‌های جهانی‌شدن فرهنگی همچون مهاجرت، گردشگری و... است. برخی پژوهشگران بیان می‌کنند که جوانان، بیشترین استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند (لو، ۲۰۱۶؛ لیم و چو، ۲۰۱۰). جامعه‌ی جوان ایرانی نیز از این قاعده مستثنی نبوده و جوانان یکی از مهمترین اقشاری هستند که به دلیل خصوصیات مربوط به دوره‌ی جوانی بیشترین تأثیر را از رسانه‌های نوین دیجیتالی پذیرا بوده است (کیانپور، عدلی‌پور و ملک‌احمدی، ۱۳۹۳) و این موضوع در خانواده‌هایی که یک یا هر دو والد غایب هستند، به دلیل ضعف نظارت والدینی از اهمیت بیشتری برخوردار است. لذا از آنجا که شکل‌گیری هویت مجازی و مدرن در جوانان الگوهای رفتاری آنها برای انتخاب همسر و حتی فضاهایی که در آن نسبت به گزینش‌گری و گزینش‌شوندگی اقدام می‌کنند را دستخوش تغییر قرار می‌دهد، مطالعه حاضر با اهمیت می‌کند. با این وصف، می‌توان ادعا کرد که هویت مدرن به عنوان پدیده‌ای جهان‌شمول که تحت تأثیر فضای شبکه‌های اجتماعی نوین امروز قرار دارد نیز می‌تواند فضاهاى همسرگزینی (نظارت‌پذیر/ نظارت‌انفعالی/ نظارت‌گریز) را دستخوش تغییر نماید.

چنانچه در زمینه‌ی هویت و شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز تحقیقات متعددی صورت گرفته که حاکی از تغییر و تحوّل هویت در فضای مجازی است (رن و کیسلر، ۲۰۰۷؛ پایاکاریسی، ۲۰۰۹). مطالعات کلایر (۲۰۰۹) و خدایاری، دانشور حسینی و سعیدی (۱۳۹۳) در خصوص اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری هویت نشان داده است که تأثیرات این شبکه‌ها در رفتار و ایدئولوژی مصرف‌کنندگان انعکاس یافته و

هویت اجتماعی آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. برخی پژوهش‌های دیگر نیز حاکی از وجود رابطه‌ی بین استفاده از رسانه‌های ارتباطی نوین همچون ماهواره و اینترنت با هویت جوانان بوده است (کلدی و فقیه، ۱۳۸۸؛ مظاهری و حسین‌زادگان، ۱۳۹۰؛ کیانپور و همکاران، ۱۳۹۳). پژوهش کیانپور و همکاران (۱۳۹۳) نشان می‌دهد که فناوری‌های نوین اطلاعاتی مبین هویت بی‌ثبات، تغییرپذیر و منعطف انسان‌ها بوده و به شدت هویت اجتماعی افراد را تهدید می‌کند. در همین زمینه پژوهش کوثری (۱۳۸۶) بر روی کاربران ایرانی فعال در شبکه اورکات^۱ نشان می‌دهد که مهمترین علت حضور کاربران در شبکه، پیدا کردن دوست و پیدا کردن شریک فعال برای زندگی و ازدواج، توجه به موسیقی کلاسیک و پاپ غربی، کتاب و فیلم‌های خارجی بوده است. همچنین کنعانی، محمدزاده و محمدزاده (۱۳۹۳) نشان داده‌اند که اینترنتی شدن روابط اجتماعی در جامعه‌ی امروز ایرانی نشانگر این واقعیت است که مرادوات دوستانه در دنیای مجازی با تغییرات اجتماعی و ساختاری در حال تبدیل شدن به فرهنگی پذیرفته شده است و محدودیت‌های فرهنگی گذشته در خصوص ارتباط با جنس مخالف در حال محو شدن می‌باشد.

با توجه به آنچه مرور شد، می‌توان نقش هویت و چگونگی اثرپذیری فضاهای همسرگزینی از آن را مهم دانست. در واقع اینکه آیا جهانی شدن فرهنگی به واسطه‌ی تغییرات هویتی و ایجاد چالش‌های بومی و دینی توانسته است گونه‌ها و فضاهای همسرگزینی را تغییر دهد و این فضا بر ساختار میل‌ورزی انسان ایرانی در مورد همسرگزینی اثر گذاشته و از طریق تغییر در چینش معیارهای همسرگزینی موجبات ازدواج‌های نظارت نشده را فراهم نموده‌اند یا خیر، مسئله‌ی اصلی این پژوهش است. چنانچه تلاش بر این است تا بر اساس معرف‌های مصرف پوشش داخلی، مصرف پوشش غربی، استفاده از موسیقی داخلی، استفاده از موسیقی خارجی، استفاده از رسانه

داخلی، استفاده از رسانه خارجی و فردگرایی (به عنوان شاخص‌های جهانی‌شدن فرهنگی)، ارتباط میان جهانی‌شدن فرهنگی و فضا‌های همسرگزینی با تکیه بر متغیر میانجی هویت مدرن مورد نقد و مذاقه قرار گیرد. بر این اساس، پژوهش حاضر به دنبال نیل به آزمون این فرضیه است: «هویت مدرن در رابطه‌ی جهانی‌شدن فرهنگی و فضا‌های همسرگزینی نقش میانجی معنادار دارد».

روش

روش‌های تحقیق گوناگونی در علوم انسانی به کار می‌رود که یکی از آنها، پیمایش است که جزو بهترین روش‌های تحقیق در مطالعات پهنانگر کمی است. در این تحقیق نیز از روش پیمایش استفاده شده است که با چهار مشخصه از سایر روش‌های تحقیق در علوم انسانی متمایز می‌گردد: (۱) وجود مجموعه ساختمان‌د و منظمی از داده‌ها که ماتریس متغیر بر حسب مورد نامیده می‌شود؛ (۲) واحد مشاهده = فرد پاسخگو؛ (۳) استنباط نمونه‌ای؛ و (۴) تحلیل آماری (ر.ک. به: دواس، ۱۴۰۲).

از سویی دیگر از حیث موضوعی، تحقیق حاضر از نوع توصیفی - همبستگی و از نظر زمانی واجد طرح مقطعی است؛ چرا که صرفاً در یک زمان صورت گرفته و واقعیت را در یک برهه از زمان مورد بررسی قرار خواهد داد. همچنین، پژوهش‌پیش رو با ملحوظ داشتن واحد تحلیل و واحد مشاهده‌ی «فرد» در صدد نیل به اهداف مزبور می‌باشد.

به اقتضای موضوع پژوهش، کلیه‌ی دانشجویان متأهل دانشگاه الزهرا (س) که طی سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ ازدواج کرده بودند، به صورت تمام‌شماری به عنوان جمعیت و حجم نمونه انتخاب شدند که تعداد آنها با مراجعه به واحد دانشجویی-فرهنگی و همچنین نمایندگی نهاد رهبری و بسیج دانشجویی دانشگاه، ۲۷۱ مورد در نظر گرفته شد که پرسشنامه‌های مربوط به جهانی‌شدن (میرزایی، ۱۴۰۰) و هویت مدرن (کیانپور و همکاران، ۱۳۹۳ و افشاریان، ۱۴۰۰) در اختیار آنها قرار گرفت.

پس از اتمام مرحله‌ی جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، همه‌ی آنها مورد بازبینی قرار گرفتند.

در مرحله‌ی بعد نیز کلیه‌ی اطلاعات مندرج در پرسشنامه‌ها به برنامه‌ی آماری SPSS وارد شد. سپس توزیع فراوانی تمام متغیرها گرفته شد تا در صورت وجود کُد غیرمتعارف، بتوان اطلاعات را تصحیح نمود و به نوعی اعتبار و پایایی مورد قبول از حیث علمی دست پیدا کرد. در نهایت، کلیه‌ی تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS صورت گرفت که این تجزیه و تحلیل در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی منصفه‌ی ظهور پیدا خواهد کرد. از حیث قلمروی زمانی و مکانی نیز به ترتیب دانشگاه الزهرا (س) طی سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ مَدَنظر بود که محقق در اواسط سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ تلاش نمود تا از طریق ارائه‌ی پرسشنامه به دانشجویان مَدَنظر این دانشگاه به اهداف مورد نظر نیل پیدا کند.

پرسشنامه جهانی شدن فرهنگی

این پرسشنامه که توسط میرزایی (۱۴۰۰) تدوین شده است، به منظور اعتباریابی مقیاس جهانی شدن فرهنگی پرسشنامه‌ای ۳۰ گویه‌ای در چهار مؤلفه‌ی مصرف پوشش ایرانی و غربی (۶ گویه)، مصرف موسیقی داخلی و خارجی (۹ گویه)، مصرف رسانه‌های داخلی و خارجی (۱۲ گویه) و فردگرایی (۳ گویه) طراحی و بر روی ۹۹۴ نفر از گروه دختران اجرا نمود. پاسخگویان بر روی طیف سه درجه‌ای لیکرت (از ۰ تا ۲) به سؤالات پاسخ دادند که با توجه به تعداد گویه‌های مربوط به هرکدام از شاخص‌ها، میانگین‌ها می‌توانست متفاوت باشد. میزان آلفای کرونباخ این مؤلفه‌ها در مطالعه‌ی میرزایی (۱۴۰۰)، به ترتیب برابر با: ۰٫۷۱، ۰٫۷۰، ۰٫۷۹، ۰٫۶۷، ۰٫۹۵، ۰٫۷۴، ۰٫۷۱ و ۰٫۸۹ بود. میزان آلفای کرونباخ مؤلفه‌های این پرسشنامه در پژوهش حاضر به ترتیب عبارت بود از: ۰٫۷۵، ۰٫۷۴، ۰٫۸۵، ۰٫۷۶، ۰٫۹۳، ۰٫۷۷، ۰٫۷۶ و ۰٫۸۸ که نشان داد پرسشنامه مذکور ابزاری روا و معتبر برای سنجش مؤلفه‌های پژوهش است.

پرسشنامه هویت مدرن

این پرسشنامه که توسط کیانپور و همکاران (۱۳۹۳) و افشاریان (۱۴۰۰) تدوین شده، دارای ۱۹ سؤال و ۴ خرده مقیاس گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بعد معرفت‌شناختی (۵گویه)، گرایش به ارزش‌های مدرن در بعد اجتماعی (۴گویه)، گرایش به جوامع غربی (۵گویه) و جهان وطنی/جهانی‌شدن (۵گویه) بوده است. ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه برای خرده مقیاس‌های مذکور به ترتیب برابر با ۰٫۷۴، ۰٫۷۳، ۰٫۷۹ و ۰٫۷۶ بوده که در این پژوهش نیز به ترتیب برابر با ۰٫۸۳، ۰٫۷۹، ۰٫۷۸ و ۰٫۸۴ بود که نشان داد پرسشنامه مذکور ابزاری روا و معتبر برای سنجش مؤلفه‌های پژوهش است.

بنابراین در این تحقیق سه نوع متغیر بررسی خواهد شد:

الف. متغیر مستقل: جهانی‌شدن فرهنگی با معرّف‌های زیر:

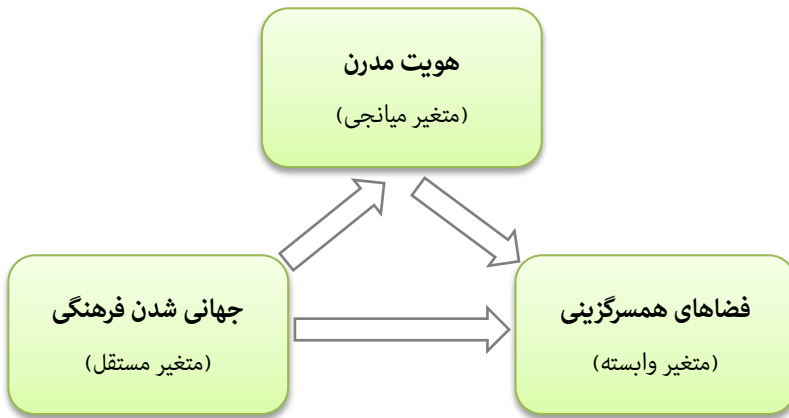
- مصرف پوشش غربی
- مصرف پوشش بومی-ایرانی
- استفاده از موسیقی خارجی
- استفاده از موسیقی داخلی
- استفاده از رسانه خارجی
- استفاده از رسانه داخلی
- فردگرایی

ب. متغیر تعدیل‌گر (میانجی): هویت مدرن با معرّف‌های زیر:

- گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بعد معرفت‌شناختی
- گرایش به ارزش‌های مدرن در بعد اجتماعی
- گرایش به جوامع غربی
- جهان وطنی

ب. متغیر وابسته: فضا‌های همسرگزینی

مدل نظری پژوهش



شکل شماره ۱. مدل پژوهش

یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۱. ویژگی‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	شاخص آماری مقیاس	میانگین	انحراف استاندارد	کجی	کشیدگی
جهانی شدن فرهنگی	پوشش بومی - ایرانی	۴,۴۴	۱,۶۸	-۱,۱۲۳	۰.۳۶۰
	پوشش خارجی (غربی)	۱,۶۲	۱,۷۳	۱,۰۱۷	۰.۰۳۴
	موسیقی خارجی	۳,۹۶	۲,۴۴	۰.۱۶۶	-۱,۲۳۲
	موسیقی ایرانی - سنتی	۵,۶۵	۳,۷۹	-۰.۱۹۹	-۱,۵۰۷
	رسانه‌های خارجی	۶,۴۵	۴,۵۹	۱,۰۳۸	۰.۲۱۵
	رسانه‌های داخلی	۹,۲۷	۴,۲۵	-۰.۰۶۳	-۰.۵۹۶
	فردگرایی	۴,۹۵	۲,۵۲	۰.۳۵۰	-۰.۳۸۷

متغیر	شاخص آماری مقیاس	میانگین	انحراف استاندارد	کجی	کشیدگی
هویت مدرن	گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بعد معرفت‌شناختی	۱۶,۲۵	۱,۶۹	۰,۷۹	-۰,۴۰۱
	گرایش به ارزش‌های مدرن در بعد اجتماعی	۱۶,۴۴	۲,۲۲	-۰,۶۲	۰,۷۴۱
	گرایش به جوامع غربی	۱۸,۵۶	۱,۹۸	۰,۳۳۹	-۰,۶۶۳
	جهان‌وطنی	۱۵,۸۹	۲,۰۹	۰,۹۸۵	۰,۸۱۲

برای بررسی نرمال بودن تک متغیری یک معیار کلی توصیه می‌شود که چنانچه کجی و کشیدگی در بازه (۳،-۳) نباشند، داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار نیستند (کولیکن^۱، ۲۰۰۹). بر اساس داده‌های جدول شماره (۱) مشخص شد که شاخص کجی و کشیدگی هیچ‌یک از نشانگرها خارج از بازه (۳،-۳) نیست و بنابراین می‌توان آن‌ها را نرمال در نظر گرفت.

جدول شماره ۲. ماتریس ضرایب همبستگی پیرسون متغیرهای تحقیق

معرف‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱. مصرف پوشش ایرانی	۱													
۲. مصرف پوشش غربی	۰,۶۹	۱												
۳. استفاده از موسیقی ایرانی	۰,۵۵	۰,۲۸	۱											
۴. استفاده از موسیقی خارجی	۰,۳۸	۰,۴۲	۰,۴۴	۱										
۵. استفاده از رسانه ایرانی	۰,۴۹	-۰,۳۹	۰,۵۶	-۰,۳۸	۱									
۶. استفاده از رسانه خارجی	-۰,۶۱	۰,۴۸	-۰,۴۹	۰,۶۰	۰,۳۳	۱								
۷. فردگرایی	-۰,۷۰	۰,۶۲	-۰,۴۶	۰,۵۷	۰,۷۹	۰,۴۱	۱							

معرف‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۸. گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بعد معرفت‌شناختی	۲۱.۰-	۳۵.۰	۳۱.۰-	۳۷.۰	-۰.۲۹	۵۶.۰	۶۴.۰	۱						
۹. گرایش به ارزش‌های مدرن در بعد اجتماعی	-۰.۲۴	۳۳.۰	۳۵.۰	۳۹.۰	۳۲.۰-	۶۱.۰	۶۶.۰	۶۹.۰	۱					
۱۰. گرایش به جوامع غربی	۶۴.۰-	۶۷.۰	۴۸.۰-	۴۵.۰	۴۰.۰	۶۶.۰	۶۹.۰	۷۴.۰	۷۵.۰	۱				
۱۱. جهان‌وطنی	۵۸.۰-	۶۳.۰	۵۴.۰-	۴۸.۰	۴۱.۰	۷۰.۰	۷۲.۰	۷۸.۰	۷۹.۰	۸۶.۰	۱			
۱۲. فضای نظارت‌پذیر همسرگزینی	۰.۵۸	-۰.۴۲	۰.۲۸	-۰.۳۴	۰.۳۸	-۰.۴۴	-۰.۵۵	-۰.۳۶	-۰.۳۳	-۰.۵۶	-۰.۵۹	۱		
۱۳. فضای نظارت‌منفعلانه همسرگزینی	۰.۳۳	۰.۳۰	۰.۱۶	۰.۲۸	۰.۲۱	۰.۳۰	۰.۳۹	۰.۲۲	۰.۳۱	۰.۲۳	۰.۳۱	۰.۲۹	۱	
۱۴. فضای نظارت‌گریز همسرگزینی	-۰.۶۱	۰.۴۰	-۰.۲۶	۰.۴۰	-۰.۳۴	۰.۵۱	۰.۷۷	۰.۴۵	۰.۵۹	۰.۶۱	۰.۵۵	-۰.۶۹	۰.۲۰	۱

داده‌های مندرج در جدول بالا حاکی از این موضوع است که از حیث تأثیرگذاری بر ابعاد متغیر وابسته (فضاهای همسرگزینی)، بیشترین میزان مربوط به رابطه‌ی میان فردگرایی و فضای نظارت‌گریز همسرگزینی می‌باشد (۰.۷۷)؛ بدین معنا که هرچه میزان فردگرایی بالاتر باشد، به همان میزان نیز میزان ازدواج‌های نظارت‌گریز افزایش پیدا می‌کند و بالعکس. کمترین میزان ارتباط نیز میان متغیرهای استفاده از موسیقی ایرانی و فضای نظارت‌منفعلانه‌ی همسرگزینی (۰.۱۶) دیده شده است.

تحلیل رگرسیونی از متغیرهای پژوهش

جدول شماره ۳. رگرسیون جهانی شدن فرهنگی بر هویت مدرن

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.801	0.699	0.647	1.89611

a. Predictors (constant): جهانی شدن فرهنگی

جدول شماره ۴. تأثیر جهانی‌شدن فرهنگی بر هویت مدرن فرهنگی

Model		Regression coefficients			t	sig
		unstandardized coefficients		Standardized coefficients		
		B	Std.Error	Beta		
	Constant	23.718	0.930		25.515	0.000
1	جهانی‌شدن فرهنگی	0.413	0.050	0.408	12.819	0.000

داده‌های مندرج در جدولهای بالا دال بر این است که سازه‌ی جهانی‌شدن فرهنگی (از طریق معرّف‌های مصرف پوشش ایرانی، مصرف پوشش غربی، استفاده از موسیقی ایرانی، استفاده از موسیقی خارجی، استفاده از رسانه ایرانی، استفاده از رسانه خارجی و فردگرایی) توانسته است حدود ۷۰ درصد از تغییرات مربوط به متغیر میانجی (هویت مدرن) را تبیین کند. این در واقع بدین معناست که حدود ۳۰ درصد از تغییرات مربوط به متغیر هویت مدرن توسط متغیرهای دیگری قابل تفسیر و تبیین می‌باشد که در این مدل نیامده‌اند.

جدول شماره ۵. رگرسیون هویت مدرن فرهنگی بر فضاها‌ی همسرگزینی

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.792	0.641	0.610	2.12786

a. هویت مدرن: Predictors (constant)

جدول شماره ۶. تأثیر هویت مدرن بر فضاها‌ی همسرگزینی

Model		Regression coefficients			t	sig
		unstandardized coefficients		Standardized coefficients		
		B	Std.Error	Beta		
	Constant	19.443	0.846		32.111	0.000
1	هویت مدرن	0.398	0.039	0.388	10.445	0.000

داده‌های مندرج در جدول‌های بالا دال بر این است که سازه‌ی هویت مدرن (از طریق معرّف‌های گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بعد معرفت‌شناختی، گرایش به ارزش‌های مدرن در بعد اجتماعی، گرایش به جوامع غربی و جهان وطنی) توانسته است حدود ۶۴ درصد از تغییرات مربوط به متغیر وابسته (فضاهای همسرگزینی) را تبیین کند. این در واقع بدین معناست که حدود ۳۶ درصد از تغییرات مربوط به متغیر وابسته (در اینجا فضاهای همسرگزینی) توسط متغیرهای دیگری قابل تفسیر و تبیین می‌باشد که در این مدل نیامده‌اند.

جدول شماره ۷. رگرسیون جهانی شدن فرهنگی بر فضاهای همسرگزینی

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.795	0.663	0.620	1.67951

a. Predictors (constant): جهانی شدن فرهنگی:

جدول شماره ۸. تأثیر جهانی شدن فرهنگی بر هویت مدرن فرهنگی

Regression coefficients					
Model	unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	19.333	0.898		22.121	0.000
1 جهانی شدن فرهنگی	0.653	0.032	0.649	14.637	0.000

داده‌های مندرج در جدول‌های بالا دال بر این است که سازه‌ی جهانی شدن فرهنگی (از طریق معرّف‌های مصرف پوشش ایرانی، مصرف پوشش غربی، استفاده از موسیقی ایرانی، استفاده از موسیقی خارجی، استفاده از رسانه ایرانی، استفاده از رسانه خارجی و فردگرایی) توانسته است حدود ۶۶ درصد از تغییرات مربوط به متغیر وابسته (فضاهای همسرگزینی) را تبیین کند. این در واقع بدین معناست که حدود ۳۴ درصد از تغییرات

مربوط به متغیر وابسته (در اینجا فضاهاى همسرگزینی) توسط متغیرهای دیگری قابل تفسیر و تبیین می‌باشد که در این مدل نیامده‌اند.

سنجش فرضیه‌ی پژوهش بر اساس آزمون سوبل

برای آزمون این فرضیه (هویت مدرن در رابطه‌ی جهانی‌شدن فرهنگی و فضاهاى همسرگزینی نقش میانجی معنادار دارد) تلاش بر این است تا اثرات غیرمستقیم متغیرهای مزبور با تکیه بر نرم افزار AMOS مورد مذاقه قرار گیرد.

جدول شماره ۹. تأثیر ضرایب و معناداری اثر غیرمستقیم جهانی‌شدن فرهنگی بر فضاهاى همسرگزینی

متغیر پیش بین	متغیر ملاک	نوع اثر	خطای استاندارد	β استاندارد شده	آماره سوبل	Sig
جهانی‌شدن فرهنگی	هویت مدرن	غیرمستقیم	۰,۰۵۰	۴۰۸,۰	۴۹,۴	۰۰۰,۰
هویت مدرن	فضاهاى همسرگزینی	غیرمستقیم	۰,۰۳۹	۳۸۸,۰	۷۸,۳	۰۰۰,۰

جدول شماره ۱۰. تأثیر ضرایب و معناداری اثر غیرمستقیم معرف‌های

جهانی‌شدن فرهنگی بر خرده مقیاس‌های فضاهاى همسرگزینی

متغیر پیش بین	متغیر ملاک	نوع اثر	خطای استاندارد	β استاندارد شده	آماره سوبل	Sig
مصرف پوشش دنی	فضای نظارت پذیر	غیرمستقیم	۰,۰۱۰	۰,۶۳۲	۲,۹۹	۰,۰۰۰
	فضای نظارت منفعلانه	غیرمستقیم	۰,۰۰۹	۰,۲۲۳	۲,۴۳	۰,۰۰۰
	فضای نظارت گریز	غیرمستقیم	۰,۰۳۶	-۰,۵۹۹	-۳,۴۴	۰,۰۰۱
مصرف پوشش ۹.۹	فضای نظارت پذیر	غیرمستقیم	۰,۰۲۷	-۰,۶۰۱	-۲,۶۷	۰,۰۰۰
	فضای نظارت منفعلانه	غیرمستقیم	۰,۰۳۳	۰,۳۱۲	۲,۶۵	۰,۰۰۰
	فضای نظارت گریز	غیرمستقیم	۰,۰۲۲	۰,۷۰۳	۳,۵۸	۰,۰۰۳

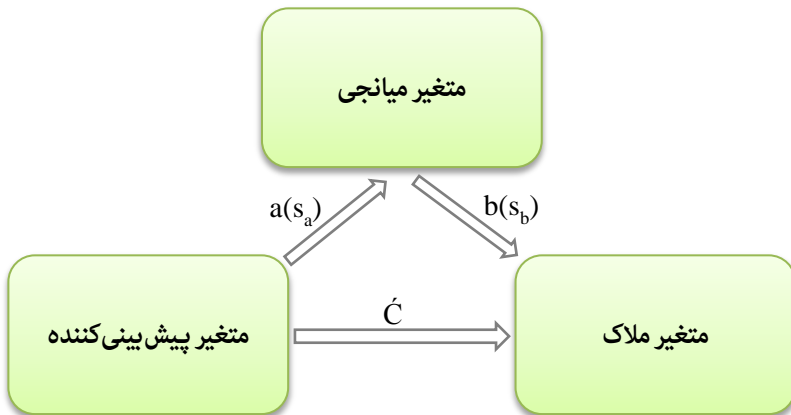
Sig	آماره سوبل	β استاندارد شده	خطای استاندارد	نوع اثر	متغیر ملاک	متغیر پیش بین
۰,۰۰۰۶	۲,۶۵	۰,۲۱۰	۰,۰۳۴	غیرمستقیم	فضای نظارت پذیر	استفاده از موسیقی داخلی
۰,۰۰۰	۲,۴۷	۰,۲۵۱	۰,۰۱۲	غیرمستقیم	فضای نظارت منفعلا نه	
۰,۰۰۴	-۳,۹۹	-۰,۳۶۹	۰,۰۲۱	غیرمستقیم	فضای نظارت گریز	
۰,۰۰۰	-۳,۱۳	-۰,۴۱۲	۰,۰۱۴	غیرمستقیم	فضای نظارت پذیر	استفاده از موسیقی خارجی
۰,۰۰۰	۲,۳۱	۰,۳۶۰	۰,۰۱۶	غیرمستقیم	فضای نظارت منفعلا نه	
۰,۰۰۰	۵,۹۸	۰,۴۴۳	۰,۰۲۲	غیرمستقیم	فضای نظارت گریز	
۰,۰۰۸	۴,۰۲	۰,۲۳۰	۰,۰۲۹	غیرمستقیم	فضای نظارت پذیر	استفاده از رسانه داخلی
۰,۰۱۰	۲,۳۳	۰,۲۲۱	۰,۰۱۹	غیرمستقیم	فضای نظارت منفعلا نه	
۰,۰۰۰	-۴,۱۵	-۰,۴۰۴	۰,۰۳۰	غیرمستقیم	فضای نظارت گریز	
۰,۰۰۰	-۳,۰۹	-۰,۴۴۹	۰,۰۹۹	غیرمستقیم	فضای نظارت پذیر	استفاده از رسانه خارجی
۰,۰۲۳	۲,۵۵	۰,۲۵۹	۰,۰۲۱	غیرمستقیم	فضای نظارت منفعلا نه	
۰,۰۰۰	۵,۸۹	۰,۶۰۱	۰,۰۱۱	غیرمستقیم	فضای نظارت گریز	
۰,۰۰۰	-۵,۷۰	-۰,۶۶۱	۰,۰۱۴	غیرمستقیم	فضای نظارت پذیر	
۰,۰۰۰	۳,۸۵	۰,۳۵۰	۰,۰۲۶	غیرمستقیم	فضای نظارت منفعلا نه	فردگرایی
۰,۰۰۰	۶,۹۶	۰,۷۴۴	۰,۰۳۰	غیرمستقیم	فضای نظارت گریز	

جهت بررسی اثر متغیر میانجی هویت مدرن در رابطه‌ی بین جهانی شدن فرهنگی با فضاهای همسرگزینی از آزمون سوبل استفاده گردید. یک روش مورد استفاده برای سنجش معناداری اثر متغیر میانجی / واسطه، آزمون سوبل (۱۹۸۲) است که مستقیماً

معناداری ab را نسبت به توزیع بهنجار Z با استفاده از خطای استاندارد متغیر میانجی می‌سنجد. بدین ترتیب که پس از تقسیم حاصل ضرب دو ضریب غیراستانداردی که مسیرهای متغیر واسطه را تشکیل می‌دهند بر خطای استاندارد این حاصل ضرب، نسبت به دست آمده با جدول توزیع بهنجار مقایسه می‌شود؛ اگر نسبت به دست آمده بزرگ‌تر از $\pm 1/96$ باشد، نتیجه گرفته می‌شود که اثر متغیر میانجی معنادار است. برای اعمال روش سوپل جهت تعیین معناداری این رابطه معادله زیر باید محاسبه گردد:

$$z\text{-value} = a*b/\text{SQRT}(b^2*s_a^2 + a^2*s_b^2 + s_a^2*s_b^2)$$

در این معادله a ضریب مسیر a و b ضریب مسیر b ، s_a^2 و s_b^2 به ترتیب خطاهای استاندارد مسیرهای a و b می‌باشند. مسیرهای موردنظر در شکل زیر نشان داده شده است.



شکل شماره ۲. نمودار مسیرها در مدل میانجی

بنابراین برای استفاده از این فرمول ضرایب غیراستاندارد و خطای استاندارد دو مسیر موردنیاز است. سوپل معتقد است که این نسبت به گونه‌ای مجانب دارای توزیع بهنجار است و زمانی که این نسبت بزرگ‌تر از $\pm 1/96$ باشد، برای نمونه‌های بزرگ منجر به رد فرض صفر در سطح ۵٪ می‌گردد. چنانچه مطابق با جدولهای شماره‌ی (۹) و (۱۰) می‌توان گفت که آماره‌ی سوپل در همه‌ی معوّف‌ها بالاتر از $\pm 1/96$ بوده و سطح معناداری

آنها نیز قابل قبول است؛ بر این اساس می‌توان ادعا نمود که فرضیه‌ی تحقیق (H_1) تأیید و فرض صفر (H_0) مبنی بر عدم هرگونه رابطه‌ی معنادار هویت مدرن به عنوان متغیر میانجی در بین متغیرهای جهانی شدن فرهنگی و فضاها‌ی همسرگزینی رد می‌گردد.

نتیجه‌گیری

همانطور که مرور شد، پژوهش حاضر در راستای نیل به این هدف قدم برداشت که به رابطه‌ی میان دو متغیر جهانی شدن فرهنگی و فضاها‌ی همسرگزینی با تکیه بر متغیر هویت مدرن (به عنوان متغیر میانجی) بپردازد. در این راستا تلاش بر این بود تا از طریق پیمایش اجرا شده روی ۲۷۱ نفر از دانشجویان متأهل دانشگاه الزهرا (س) که بین سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ ازدواج کرده بودند، به صورت تمام شماری، فرضیه‌ی اصلی این پژوهش را در معرض آزمون و محک تجربی قرار داد. هرچند تابحال تحقیقات فراوانی در راستای جهانی شدن فرهنگی، همسرگزینی و هویت مدرن به رشته‌ی نگارش درآمده است، اما باید اشاره نمود که تابحال پژوهشی یافت نشده است که توانسته باشد هر سه بعد و مؤلفه را در کنار یکدیگر مورد بحث و مذاقه قرار دهد و هرآنچه انجام شده، صرفاً مروری جداگانه بر هرکدام از آنها بوده است. از حیث تئوریکی نیز الگوهای نظری مختلفی سعی داشته‌اند تا به ارتباط میان این مقولات بپردازند که در متن این مقاله تا حدی به آنها اشاره شد. پیشفرض اصلی این تحقیق بر این مهم تکیه داشت که نقش متغیر میانجی هویت مدرن در شکل‌دهی به رابطه‌ی میان جهانی شدن فرهنگی و فضاها‌ی همسرگزینی معنادار می‌باشد.

اهم یافته‌های این پژوهش به شرح ذیل بوده است:

الف. معرّف‌های جهانی شدن فرهنگی (مصرف پوشش ایرانی، مصرف پوشش غربی، استفاده از موسیقی ایرانی، استفاده از موسیقی خارجی، استفاده از رسانه ایرانی، استفاده از رسانه خارجی و فردگرایی) توانستند حدود ۷۰ درصد از تغییرات مربوط به متغیر هویت مدرن را تبیین و پیش‌بینی کنند.

ب. معرّف‌های چهارگانه‌ی هویت مدرن (گرایش به ارزش‌های بنیادی مدرنیته در بعد معرفت‌شناختی، گرایش به ارزش‌های مدرن در بعد اجتماعی، گرایش به جوامع غربی و جهان‌وطنی) توانستند حدود ۶۴ درصد از تغییرات مربوط به متغیر فضا‌های همسرگزینی را تبیین و پیش‌بینی نمایند.

ج. با تکیه بر آزمون سوبل، فرضیه‌ی تحقیق مبنی بر «نقش معنادار متغیر میانجی‌هویت مدرن در شکل‌دهی به رابطه‌ی میان جهانی‌شدن فرهنگی و فضا‌های همسرگزینی» تأیید گردید.

د. ماتریس ضرایب همبستگی پیرسون نشان داد که از حیث تأثیرگذاری بر ابعاد متغیر وابسته (فضا‌های همسرگزینی)، بیشترین میزان مربوط به شاخص فردگرایی و فضای نظارت‌گریز همسرگزینی بود (۰/۷۷)؛ بدین معنا که هرچه میزان فردگرایی بالاتر باشد، به همان میزان نیز میزان ازدواج‌های نظارت‌گریز افزایش پیدا می‌کند و بالعکس. کمترین میزان ارتباط نیز میان متغیرهای استفاده از موسیقی ایرانی و فضای نظارت منفعلانه‌ی همسرگزینی (۰/۱۶) دیده شده است.

با استناد به داده‌های مزبور می‌توان گفت که نقش مدرنیته و جهانی‌شدن در بروز تحولات هویتی و به تبع آن، تغییرات در فضای همسرگزینی غیر قابل انکار می‌باشد. چنانچه نتایج این تحقیق را می‌توان با نتایج تحقیقات میرزایی (۱۴۰۰)، انتظاری (۱۳۹۰)، استراتون (۲۰۲۳)، کورنیک (۲۰۲۳)، سزاروتا و همکاران (۲۰۲۱)، لو (۲۰۱۶)، تریمین (۲۰۰۶)، ویکس (۲۰۰۲) و ... همسو دانست؛ چرا که در همه‌ی این تحقیقات بر نقش مدرنیته و تغییرات هویتی در تغییرات مربوط به سبک زندگی (در اینجا، فضا‌های همسرگزینی) اشاره شده است. مثلاً لو (۲۰۱۶) در تحقیق خود به این نتیجه نیل پیدا کرده که جهانی‌شدن فرهنگی در معنای عام و وسایل ارتباطی جدید و شبکه‌های اجتماعی مجازی به طور خاص، زندگی اجتماعی افراد را در معرض تغییرات پیوسته قرار داده است و جوانان نیز به عنوان یکی از گروه‌های اجتماعی به دلیل ویژگی‌های خاص خود از

قبیل تنوع خواهی و نوگرایی بیشتر از سایر افراد در مسیر و روند جهانی شدن فرهنگی قرار می‌گیرند؛ بنابراین، نسبت به سایر گروه‌های سنی آمادگی بیشتری دارند تا روند جهانی شدن فرهنگی را در بستر اجتماعی فراهم و ارزش‌های فرهنگی آن را در زندگی اجتماعی خود و در ابعاد مختلف از جمله اوقات فراغت، شیوه و سبک زندگی، الگوی تعاملات جنسی و... مورد کاربست قرار دهند؛ به ویژه که برای گروه هدف این پژوهش دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی، وسایل ارتباطی جدید و ماهواره سهل‌تر از سایر مؤلفه‌های جهانی شدن فرهنگی همچون مهاجرت، گردشگری و... است. بر این اساس، پیشنهاد می‌گردد که:

الف. مسئولین و عوامل مربوطه در نهادهایی چون مرکز آمار و اطلاعات، سازمان ثبت احوال و... باید قادر باشند تا از حیث مقایسه‌ای، تحقیقی میان دو قشر با پذیرش ازدواج نظارتی و عدم پذیرش این نوع ازدواج، ارائه و در اختیار مردم قرار دهند.

ب. کسب اطلاعات و آمارهای واقعی از دوام و پایداری ازدواج‌های سنتی و ازدواج‌های مدرن احتمالاً نشانگر این موضوع می‌باشد که تعهد در مورد ازدواج‌های جدید کمتر می‌باشد که این ادعا نیازمند واکاوی و انکشاف علمی است.

ج. مراکز مشاوره، آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و... باید فضایی مسالمت‌آمیز و دوستانه را در خانواده‌ها ایجاد کنند که در درون همین فضا بسیاری از مشکلات مرتفع گردد.

د. همانطور که قبلاً ذکر گردید، تابحال با این ماهیت هیچ پژوهشی انجام نشده است و این خود به نوعی پیشینه‌ساز و ادبیات‌ساز برای تحقیقات آتی می‌باشد؛ بنابراین به نظر می‌رسد محققان آتی بهتر است به این پرسش بپردازند که چرا در عصر کنونی بسیاری از جوانان به شکل نظارت‌گریز همسرگزینی علاقه دارند و چه راهبرد و طرحواره‌هایی در راستای مدیریت چنین فضایی می‌توان در نظر گرفت.

- **ملاحظات اخلاقی پژوهش:** تمامی شرکت‌کنندگان برای شرکت در پژوهش، رضایت شفاهی خود را اعلام نمودند و اطمینان لازم در مورد محرمانگی اطلاعات به آنها داده شد.
- **سه‌م نویسندگان:** نویسنده مسئول تمامی مراحل پژوهش را به تنهایی مدیریت کرده و مسئول نگارش مقاله است.
- **حمایت مالی:** این مقاله تحت حمایت مالی - معنوی جایی نبوده است.
- **تعارض منافع:** یافته‌های این مطالعه هیچ‌گونه تضادی با منافع شخص یا سازمانی ندارد.
- **قدردانی:** از کلیه‌ی پاسخگویانی که با شرکت خود در پژوهش به روند اجرای طرح کمک کردند، سپاسگزاری می‌شود.

منابع

- آزاد ارمکی، محمدتقی. و ملکی، امیر (۱۳۸۶). تحلیل ارزش‌های سنتی و مدرن در سطوح خرد و کلان. نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۰، ۱۲۲-۹۷. https://jnoe.ut.ac.ir/article_18324.html
- افشاریان، ندا (۱۴۰۰). شناسایی ادراک دانشجویان از عشق‌ورزی و تبیین آن بر اساس جهت‌گیری مذهبی، سبک‌های دل‌بستگی و هیجان‌های اخلاقی با میانجیگری هویت مدرن. رساله دکتری روان‌شناسی تربیتی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی.
- انتظاری، علی (۱۳۹۰). فضای همسرگزینی؛ مفهومی پیشنهادی برای درک بهتر تکوین زندگی مشترک. خبرنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۱۴ و ۱۳، ۳۴-۳۲. <https://iranca.ir>
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۷۹). روشنفکری ایرانی و معمای هویت ملی. فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵، ۱۷۶-۱۵۹. [DOI:20.1001.1.1735059.1384.6.21.1.5](https://doi.org/10.22082/cr.2014.15309)
- تولائی، نوین (۱۳۷۲). فضای شهری و روابط اجتماعی و فرهنگی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشکده هنرهای زیبا، دانشگاه تهران.
- خداایاری، کلثوم؛ دانشور حسینی، فاطمه. و سعیدی، حمیده. (۱۳۹۳). میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیست و یکم، شماره ۱ (پیاپی ۷۷)، صص ۱۹۲-۱۶۷. <https://doi.org/10.22082/cr.2014.15309>

خواججه نوری، بیژن. و حسینی، مریم (۱۳۹۵). رابطه جهانی شدن فرهنگی و ارزش‌های ازدواج در بین ساکنان شهر شیراز. فصلنامه زن و جامعه، سال هفتم، شماره سوم، ۱۳۴-۱۱۵.

[DOI:20.1001.1.20088566.1395.7.27.6.4](https://doi.org/10.1001.1.20088566.1395.7.27.6.4)

خواججه نوری، بیژن. و دلاور، مریم‌السادات (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر دوستی دختر و پسر در بین جوانان شهر شیراز با تأکید بر فرآیند جهانی شدن. جامعه‌شناسی کاربردی، دوره ۲۳، شماره ۲، ۶۴-۴۱.

https://journals.ui.ac.ir/article_18260.html

خواججه نوری، بیژن. و ریاحی، زهرا (۱۳۹۲). جهانی شدن، دنیاگرایی و زنان، مورد مطالعه: تهران، شیراز و استهبان. مجله جهانی رسانه، دوره ۸، بهار و تابستان، ۴۸-۲۱.

https://gmj.ut.ac.ir/article_66487.html

دلخمش، محمدتقی (۱۳۹۲). بازخورد جوانان ایرانی به ازدواج. یافته‌های یک پیمایش ملی، مجله روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی. دوره ۹، شماره ۳۶، ۳۳۱-۳۵۰.

<https://sanad.iau.ir/journal>

دواس، د.ا (۱۴۰۲). پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه‌ی هوشنگ ناییبی، چاپ بیست و یکم، تهران: نشر نی. عباس‌زاده، محمد؛ سعیدی عطایی، حامد. و افشاری، زهرا (۱۳۹۴). مطالعه برخی عوامل جریان مدرنیته مؤثر بر گرایش زنان به طلاق (مورد مطالعه: زنان متأهل شهر زنجان). فصلنامه پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران (پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم عمومی)، ۴ (۱)، ۴۴-۲۵.

[DOI:20.1001.1.23221453.1394.4.1.3.1](https://doi.org/10.1001.1.23221453.1394.4.1.3.1)

عدلی‌پور، صمد؛ یزدخواستی، بهجت. و خاکسار، فائزه (۱۳۹۲). شبکه اجتماعی فیس بوک و شکل‌گیری هویت بازاندیشانه در بین دانشجویان دانشگاه تبریز. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیستم، شماره ۳ (پیاپی

<https://ensani.ir/fa>

۷۵)، صص ۱۰۱-۱۲۸.

عظیمی‌هاشمی، مرگان؛ 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، ۲۱۲-۱۷۹.

<https://www.sid.ir/paper/355976/fa>

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹). عصر اطلاعات، قدرت هویت. ترجمه حسن چاوشیان. چاپ ششم، تهران: طرح نو. کتابی، احمد (۱۳۸۳). دایره همسرگزینی در بین خویشاوندان نزد اقلیت‌های دینی ایران. فصلنامه جمعیت، شماره

<https://ensani.ir/fa/article/28761>

۴۷، ۴۸، ۶۰-۴۱.

کلدی، علیرضا. و فقیهه، خسرو (۱۳۸۸). بررسی تأثیر فناوری‌های نوین اطلاعاتی (ماهواره و اینترنت) بر هویت پسران جوان شهر بوکان. مجله جامعه‌شناسی معاصر، سال دوم، شماره ۱، ۴۹-۳۵.

https://journals.srbiau.ac.ir/article_1820.html

کنعانی، محمدامین؛ محمدزاده، حمیده. و محمدزاده، فاطمه (۱۳۹۳). بررسی رابطه استفاده از اینترنت با نگرش به دوستی با جنس مخالف (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه گیلان). فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران،

[DOI:https://doi.org/10.7508/ijcr.2014.28.003](https://doi.org/10.7508/ijcr.2014.28.003)

دوره هفتم، شماره ۴، ۸۴-۶۳.

کوثری، مسعود (۱۳۸۶). جهان‌فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه دوست‌یابی اورکات. چاپ اول، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

کیانپور، مسعود؛ عدلی‌پور، صمد. و ملک‌احمدی، حکیمه (۱۳۹۳). تعامل در فیس‌بوک و تأثیر آن بر هویت مدرن جوانان شهر اصفهان. مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی، دوره نهم، شماره ۲، ۱۵۴-۱۳۲.

magiran.com/p1392741

گیدنز، آنتونی (۱۳۹۸). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه ناصر موفقیان، چاپ یازدهم، تهران: نشر نی.

گیدنز، آنتونی (۱۴۰۱). پیامدهای مدرنیت. ترجمه محسن ثلاثی. چاپ یازدهم، تهران: نشر مرکز. مظاهری، محمدمهدی. و حسین‌زادگان، زهره (۱۳۹۰). بررسی تأثیر رسانه‌های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان.

فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن. سال دوم، شماره دوم (پیاپی ۵)، صص ۶۲-۳۹.

https://sspp.iranjournals.ir/article_2477.html

معمار، ثریا؛ عدلی‌پور، صمد. و خاکسار، فائزه (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران). فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. دوره اول، شماره ۴، صص ۱۷۶-۱۵۵.

[DOI:10.22059/JISR.2013.36574](https://doi.org/10.22059/JISR.2013.36574)

میرزایی، عزت‌اله (۱۴۰۰). تجربه جهانی‌شدن فرهنگی و فضا‌های همسرگزینی؛ ازدواج‌های صورت گرفته در بین دختران تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) طی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۸. رساله دکتری رشته جامعه‌شناسی فرهنگی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.

میرزایی، عزت‌اله؛ انتظاری، علی؛ کرمی، محمدتقی. و شالچی، وحید (۱۴۰۰). جهانی‌شدن فرهنگی و فضا‌های همسرگزینی: مطالعه موردی دختران تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) شهر تهران. فصلنامه

[DOI:10.18502/qjcr.v20i79.7343](https://doi.org/10.18502/qjcr.v20i79.7343)

پژوهش‌های مشاوره، ۲۰ (۷۹)، ۸۵-۱۰۹.

Ayun, Q. (2021). Psychoeducational Interventions on Conflict Resolution Styles among Individuals Involved in Commuter Marriages Journal of Innovation and Community Engagement (Journal of ICE).2 (2).101- 110.

[DOI: https://doi.org/10.28932/jice.v2i2.3777](https://doi.org/10.28932/jice.v2i2.3777)

Cameron, E. (2023). GEOG 2300: Space, Place, and Culture, Final outline will be provided January 2023.

Chen, C. H. Y. (2005). *Picking and choosing: The simulation of sequential mate selection process*. University of Wisconsin-Madison, Department of Sociology.

Claire, P. (2009). Identity formation in contemporary society: the influence of the media on the formation of identity, University of KwaZulu-Natal, Durban, South Africa.

Fuchs, C. (2019). Henri Lefebvre's Theory of the Production of Space and the Critical Theory of Communication. *Communication Theory*, 29 (2), 129-150

<https://doi.org/10.1093/ct/qty025>

Hart, J. M. (2011). *A Study on the motives of high school and undergraduate college student for using the social network site facebook, proqst*. Submitted in Partial Fulfillment of a Doctoral Degree in Education. Liberty University.

- Kurnicki, L.R.(2023). The Impact of The Globalization Process on The Modern World - The Need to Find a New Path of Human Development, IBIMA Publishing, Journal of Eastern Europe Research in Business and Economics, <http://ibimapublishing.com/articles/JEERBE/2023/360979/>, Vol. 2023 (2023), Article ID 360979, 9 pages, ISSN: 2169-0367. DOI: [10.5171/2023.360979](https://doi.org/10.5171/2023.360979)
- Lim, B. & Chou, A (2010). *A framework for measuring happiness in online social network*. Illinois state university.
- Lind, G. (2008). The Meaning and measurement of moral judgment competence: A dual-aspect model. In Fasko, Daniel, Jr. & Willis, Wayne, eds. (2008). *Contemporary philosophical and psychological perspectives on moral development and education*, pp. 185-220. <https://www.researchgate.net/publication/45817666>
- Low, M. (2016). *The Sociology of Space: Materiality, Social Structures, and Action*. Translated from the German by Donald Goodwin. Berlin , Germany.
- Matsumura,K.T. (2023). *Choosing Marriage*, University of California, Davis, Vol. 50:1999,Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2978855>
- McKenzie, J., & Xiong, K. (2021). Fated for foreigners: Ecological realities shape perspectives of transnational marriage in northern Thailand. *International Journal of Intercultural Relations* 82 (2021) 121–134. DOI:[10.1016/j.ijintrel.2021.03.010](https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2021.03.010)
- Mokomane,Z. (2023). “The Impact of Demographic Trends on Families”, UNDESA, forthcoming.
- Papacharissi, Z (2009). *The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of facebook, LinkedIn and A Small World*. New media society.
- Ren, Y. K & Kiesler, R. S. (2007). *Applying Common identity and bond theory to design if online communities*, *Organization Studies*. Sage Pub.
- Schmid, C. (2008). *Henri Lefebvre Theory of the production of space: Towards a three-dimensional dialectic*. In: Space, Difference, Everyday life, edited by Goonewardena K., Kipfer S., Milgrom R., Schmid ch, London, Routledge.
- Signorini, F. (2023). Globalisation and fragmentation, Meeting hosted by the Polo Universitario delle Scienze Sociali Geopolitics, Geodemography and Tomorrow’s World, Banca Ditalia.
- Stratton,L.S. (2023). *Marriage versus Cohabitation:How Specialization and Time Use Differ by Relationship Type*, Discussion Paper Series, Virginia Commonwealth University, IZA and LCC.
- Szarota, P., Rahman, E., & Cantarero, K. (2021). Globalization, Sharia Law, and Cultural Hybridity: A Case of Marriage Preferences of Young Bangladeshis. *Social Psychological Bulletin*. Pp: 1-12. DOI:[10.32872/spb.3889](https://doi.org/10.32872/spb.3889)
- Tremayne, S. (2006). Modernity and early marriage in Iran: A view from within. *Journal of Middle East Women's Studies*, 2, 65-94. DOI:[10.1353/jmw.2006.0010](https://doi.org/10.1353/jmw.2006.0010)
- Weeks, J. R. (2002). *Population: an Introduction to Concepts and Issues*. Seventh Edition. Wadsworth Publishing Company.

Winter, T., Karvonen, S. & Rose, R. J. (2013). Associations between Sexual Abstinence Ideals, Religiosity, and Alcohol Abstinence: A Longitudinal Study of Finnish Twins. *Sex Research*. Epub ahead of print.

Ye, C., Chen, M., Duan, J & Yang, D. (2017). Uneven development, urbanization and roduction of space in the middle-scale region based on the case of Jiangu province, China. *Habitat International* 66, 106-116.

[DOI:10.1016/j.habitatint.2017.05.013](https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2017.05.013)

Zieleniec, A. (2007). *Space and social theory*. London, Sage.

