

رابطه جهانی شدن فرهنگی و ارزش‌های ازدواج در بین ساکنان شهر

شیراز

بیژن خواجه نوری^{۱*} و مریم حسینی^۲

چکیده

هدف از این پژوهش، مطالعه رابطه میان جهانی شدن فرهنگی و ارزش‌های ازدواج است. این پژوهش با رویکردی کمی و با روش پیمایشی انجام گرفته است. پرسش نامه پژوهش از نوع محقق ساخته و برای سنجش اعتبار پایایی و اعتبار آن به ترتیب از آلفای کرونباخ و اعتبار محتوا استفاده شده است. داده‌های مورد مطالعه مربوط به ۶۴۸ نفر از ساکنان شهر شیراز در سنین ۱۸ تا ۴۵ سال بوده که با شیوه نمونه‌گیری طبقه ای سهمیه ای انتخاب شده‌اند. این مطالعه دو مدل را مورد آزمون قرار داده است. یک مدل به بررسی مولفه های جهانی شدن فرهنگی بر ارزش های پرداخته است و مدل دوم، رابطه این مولفه ها را با عمل به ازدواج بررسی کرده است. یافته‌های پژوهش ضمن تأیید تاثیر جهانی شدن بر ارزش‌های ازدواج در بین پاسخگویان، بیانگر آن است که مولفه‌های جهانی شدن فرهنگی، مولفه های بازاندیشی و فناوری‌های نوین ارتباطی و داده ای بیش ترین تاثیر را بر ارزش های ازدواج و بویژه بُعد نگرش به ازدواج، داشته است، اما رسانه‌های جمعی داخلی تاثیری مستقیم در این ارتباط نداشته‌اند. افزون بر این، نتایج بررسی نشان می‌دهند که مولفه‌های جهانی شدن (بازاندیشی و فناوری‌های نوین ارتباطی و داده ای) بر ارزش‌های ازدواج تاثیر منفی داشته‌اند. در کل مدل نخست ۱۹ درصد از تغییرات ارزش های ازدواج را تبیین کرده است. هم چنین، مدل دوم قادر به تبیین ۱۴ درصد از تغییرات متغیر عمل به ازدواج بوده است.

واژه های کلیدی: جهانی شدن، ارزش های ازدواج، اقدام به ازدواج، شیراز.

پیشگفتار

۱- دانشیار جامعه شناسی دانشگاه شیراز.

۲- دانشجوی دکتری جامعه شناسی دانشگاه شیراز.

*- نویسنده مسئول مقاله : bkhaje@rose.shirazu.ac.ir

با این که واژه "جهانی" مدت‌ها پیش وجود داشته، اما معمول شدن واژه "جهانی شدن"^۱ نشانگر دل‌مشغولی کنونی ما به مسایل جهان است. بسیاری از اندیشمندان، به‌ارایه تعریفی از جهانی شدن پرداخته‌اند. برای مثال، گیدنز^۲ (۱۹۹۸)، جهانی شدن را فرایندی می‌داند که به وسیله آن، رویدادها، تصمیم‌ها و فعالیت‌های انجام گرفته در یک بخش از جهان نتایج تاثیرگذاری بر افراد، گروهها و جوامع در دیگر نقاط می‌گذارد. واترز^۳ (۲۰۰۰) نیز جهانی شدن را فرایندی می‌داند که در آن قید و بندهای جغرافیایی که بر روابط اجتماعی و فرهنگی سایه افکنده، از بین می‌رود و مردم به گونه‌ای فزاینده از کاهش این قید و بندها آگاه می‌شوند. آلبرو^۴ (۱۹۹۶) جهانی شدن را فرایندی می‌داند که بر اساس آن تمام مردم جهان در جامعه واحد و فراگیر جهانی به هم پیوند می‌خورند و کاستلز^۵ (۱۹۹۰) نیز با اشاره به "عصر داده‌ها"، جهانی شدن را پیدایش نوعی جامعه شبکه‌ای می‌داند که در ادامه حرکت سرمایه‌داری پهنه‌ی اقتصاد، جامعه و فرهنگ را در بر می‌گیرد.

مفهوم جهانی شدن، صرف نظر از تعاریف متعدد و گسترده، امروزه یکی از مهم‌ترین و پُر مجادله‌ترین موضوع‌ها در علوم اجتماعی بشمار می‌رود. بسیاری از نظریه پردازان علوم اجتماعی با رویکردهای گوناگون نظری بر این باورند که جهان امروزی به واسطه جهانی شدن شتابنده، در حال سازمان دهی (۲: ۲۰۰۶، Khajenoori) و یا به تعبیر گیدنز در حال دگرگون شدن نهادهای بنیادینش است که دامنه آن از خانواده تا ماهیت زندگی اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و جامعه گسترده‌تر جهانی را در بر می‌گیرد (Giddens, ۲۰۰۵:۶۵). لذا، جهانی شدن با مجموعه‌ای از تغییرات متعدد و پیچیده همراه است و پیامدهای بی‌شمار هر یک از این تغییرات می‌تواند سطوح خرد، میانه و کلان را مورد تاثیر قرار دهد.

یکی از تاثیرهای مهم جهانی شدن بر حوزه فرهنگ است. فروریزی مرزها و فضاهای محدود، موجب برخورد فرهنگ‌ها با یکدیگر و با فرهنگ جهانی می‌شود. در اثر این برخورد، برخی با فرهنگ‌های دیگر مستحیل می‌شوند و برخی دیگر موضعی سرسختانه و ستیزآمیز نسبت به فرهنگ مهاجم اتخاذ می‌کنند و شماری از فرهنگ‌ها هم به همزیستی مسالمت‌آمیز تن می‌دهند و تعدادی هم گفت و گو و تبادل فرهنگی را گریزناپذیر می‌دانند (Golmohammadi, ۲۰۰۲). جهانی شدن، حتی بافت محلی و در پی آن، ماهیت تجربه فرهنگی ما را نیز تغییر می‌دهد. تجربه فرهنگی به شکل‌های متنوع آن، از "لنگرهای سنتی‌اش" در محلی بودن‌های خاص جدا می‌شود.

^۱ - Globalization

^۲ - Giddens

^۳ - Waters

^۴ - Albrow

^۵ - Kastelz

لذا "فرهنگ جهانی"، اغلب فرهنگی تلقی شده که به سرعت در حال تغییر، پاره پاره و گسسته، متکثر، مختلط و تلفیقی شدن است (Mahali, ۲۰۱۱).

رشد و گسترش فناوری‌های ارتباطی و داده‌ای به عنوان بُعدی از جهانی شدن، به تشدید این وضعیت کمک کرده است و با افزایش ارتباطات فراملی، تغییرات گسترده‌ای را در سطوح گوناگون زندگی جامعه بشری، از مناسبت‌های بین‌المللی گرفته تا روابط خانواده، ایجاد کرده است. این پدیده، به واسطه فناوری‌های بسیار پیشرفته و کارآمد ارتباطی و جدایی مکان از فضا و زمان، این امکان را فراهم می‌کند که زندگی اجتماعی در فضایی بسیار گسترده شکل بگیرد و توانایی مکان در محدود و مقید کردن روابط اجتماعی و گستره زندگی اجتماعی بسیار کاهش یابد. به بیان دیگر، فرایند جهانی شدن با متحول کردن فضا و زمان در دهه‌های اخیر، زندگی اجتماعی را متحول کرده است (۱۰۰: ۲۰۰۷; Edrissi, ۱۹۹۴:۴; Giddens). جهانی شدن در قالب گسترش فناوری داده‌ها و ارتباطات، منجر به تمایز زمان و مکان، تشدید یکپارچگی و در هم تنیدگی مناسبت‌های گسترده در ابعاد و سطوح گوناگون و هم‌چنین، تبادل بیش‌تر فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و باورها شده است که پیامد گریز ناپذیر آن، ایجاد تغییرات فرهنگی و ارزشی بسیاری در جوامع گوناگون است. رواج ارزش‌های گوناگون، قرار گرفتن در معرض اندیشه‌ها و گرایش‌های مختلف از جمله عامل‌هایی است که به بازاندیشی در ابعاد گوناگون زندگی اجتماعی و تغییر ارزش‌ها و رفتارهای سنتی می‌انجامد.

جوامع گوناگون دارای ارزش‌های مختلفی هستند و وجه تمایز مهم جوامع از یکدیگر همین ارزش‌ها و نگرش‌هاست. ارزش‌ها، گونه‌ای از معیارهای فرهنگی بشمار می‌روند که بیانگر آن دسته از هدف‌های کلی هستند که در حیات اجتماعی، بهینه بشمار می‌روند (Rabani & Shohabi, ۷۸: ۲۰۱۰). نتایج پژوهش‌های گوناگون، به تغییر هویت، رفتار ارزش‌ها و نگرش‌ها به سمت الگوها و گرایش‌های نوین و دگرگونی ارزش‌ها و شیوه‌های زندگی، هم‌سوئی با ارزش‌ها و هنجارها زمینه فرهنگی فرامحلی و برهم‌کنش و دگرگونی‌های فرهنگی برآمده از کاربرد فناوری‌های ارتباطی و داده‌ای اشاره داشته‌اند (۲۰۰۶; Arizi et al., ۱۹۹۶; Rafiepour, ۲۰۰۶; Khajenoori, ۲۰۰۴; Youngelson et al.; Soernes et al., ۲۰۰۴).

ازدواج یکی از ارزش‌ها و الگوهای رفتاری زندگی اجتماعی است که در دهه‌های اخیر، دگرگونی بسیاری را پذیرفته است. تغییر و تنوع شکل‌های ازدواج در جوامع غربی، تنزل جایگاه ازدواج در شکل سنتی آن و کاهش تاثیر ازدواج در فرایند هویت‌یابی فرد، از آن جمله است (Giddens, ۲۸۸-۳۰۸: ۱۹۹۱; Toffler, ۵۵-۵۶: ۲۰۰۳). بسیاری از پژوهش‌های انجام شده نیز بر تغییر و تنوع شکل‌های ازدواج و الگوهای نوین روابط زندگی مشترک تاکید داشته‌اند (Manning,

۲۰۱۰; Smock et al., ۲۰۱۳, Smock & Manning, ۲۰۱۰, Amato et al., ۲۰۰۸; Kennedy & Bumpass, ۲۰۰۸.

افزون بر این، گزارش‌های متعدد از روند رو به کاهش نرخ ازدواج و افزایش سن ازدواج در بیش تر کشورهای صنعتی خبر می‌دهد (Payne, ۲۰۱۱; Parker & Vassallo, ۲۰۰۹; Willoughby et al., ۲۰۱۲; Cherlin, ۲۰۱۰). برای مثال، میانگین سن ازدواج در کشورهای اسکاندیناوی (سوئد، دانمارک، نروژ و فنلاند) که در سال ۱۹۷۵ در حدود ۲۵ سال بود، در سال ۲۰۰۰ به حدود ۲۸ تا ۳۰ سال افزایش یافته است. در سوئد حدود ۲۸ درصد خانواده‌ها با ازدواج رسمی در کنار یکدیگر زندگی می‌کنند و در حدود ۵۵ درصد آن‌ها زندگی مشترک بدون ازدواج دارند. در دانمارک نیز آمارها نشان دهنده ۳۸ درصد ازدواج رسمی در مقابل ۴۸ درصد زندگی مشترک بدون ازدواج است (Tanhaei & Shekarbeigi, ۲۰۰۸). این موردها نشان دهنده تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌ها نسبت به ازدواج و تغییر الگوهای سنتی ازدواج و ظهور الگوهای نوین آن است که به تعبیر گیدنز در حال گسترش و جهانی شدن هستند.

در ایران نیز پژوهش‌های انجام شده در طی دهه‌های اخیر حاکی از تغییر الگوها و ارزش‌های ازدواج است (Ahmadnia & Mehriar, ۲۰۰۴; Abbasi-Shavazi et al., ۲۰۰۲; Abdollahyan, ۲۰۰۴; Delkhamosh, ۲۰۱۳, ۲۰۰۷). در کشور ما براساس آموزه‌های دینی، ازدواج ارزشمند بوده و سنتی الهی تلقی می‌شود و برای آرامش انسان و امتداد نسل بشری اهمیت دارد. بر اساس احادیث نبوی از سنت‌های مورد تاکید می‌باشد و موجب تکمیل ایمان شده و استنکاف از آن مذموم و موجب جدایی از پیروی رسول گرامی اسلام عنوان شده است (Akrami, ۳۵۹: ۲۰۰۶)، اما مطالعات ذکر شده به گونه مستقیم یا غیر مستقیم تغییر در این حوزه و شکل‌گیری ارزش‌های فرهنگی غیرسنتی در مورد ازدواج را نشان می‌دهند که با ارزش‌های سنتی کشور ما متفاوت است. تغییر ارزش‌ها و تقدس زدایی از امر ازدواج که بنظر می‌رسد در فرایند جهانی شدن در حال وقوع است، می‌تواند پیامدهای زیادی برای جامعه ما داشته باشد. لذا، مطالعه عامل‌هایی که بتواند این تغییرات را توجیه کند، از اهمیتی شایان توجه برخوردار است. فرایند جهانی شدن یکی از عامل‌های مهم و قاطع در چگونگی شکل‌گیری خانواده و روابط درون آن می‌باشد (Khajenoori, ۱۳۸۶). ایران، بویژه در دو دهه گذشته، تحت تأثیر جهانی شدن فرهنگی و تحولات پر شتاب فناوری‌های نوین بوده است (Khajenoori & Reyahi, ۲۰۱۳; Khajenoori & Dellavar, ۲۰۱۲; Sohabi, ۲۰۱۰). هدف اصلی این پژوهش، مطالعه رابطه جهانی شدن و مولفه‌های آن با ارزش‌های ازدواج در ایران است. پرسش‌هایی که در این مقاله مطرح

می شود این است که ارزش‌های ازدواج در جامعه نمونه به چه صورت است؟ و آیا تغییرات موجود در این باب، با فرایندهای جهانی شدن مرتبط است یا نه؟

این پژوهش در مورد نمونه انتخاب شده از شهر شیراز انجام می شود. به دلیل این که نخست، شهر شیراز یکی از کلان شهرهایی ایران می باشد که درگیر فرایند جهانی شدن است و نسبت به شهرهای کوچک تر، بیش تر تحت تاثیر جهانی شدن قرار گرفته است (Khajenoori, ۲۰۰۶). دوم؛ بر اساس گزارش اداره کل ثبت احوال فارس (۲۰۱۱)، روند ازدواج در شهر شیراز طی سال های اخیر نسبتاً نزولی بوده و پژوهش های انجام شده در مورد این شهر نیز نشان دهنده تغییر در الگوهای ازدواج است که با اولویت‌های ارزشی و مقدار استفاده از رسانه‌های جمعی رابطه داشته و جهت گیری آن به سمت ارزش‌های مدرن است (Kazemi & Niyazi, ۲۰۱۰). بنابراین، برای انجام این پژوهش که قصد دارد به بررسی رابطه جهانی شدن و ارزش‌های ازدواج بپردازد، نمونه ای مناسب است.

مبانی نظری پژوهش

واترز بر این باور است که نظریه‌های گیدنز و رابرتسون را به خاطر چند علتی بودن و هم چنین، به دلیل این که هر دو به ذهنیت و فرهنگ به عنوان عوامل عمده در فرایند جهانی شدن اشاره دارند، می‌توان با هم ترکیب کرد (۸: ۲۰۰۵: Moghaddas & Khajenoori). رابرتسون^۱ (۶۴-۶۷: ۲۰۰۳) فرایند جهانی شدن را در هم فشرده شدن جهان و تبدیل آن به مکانی واحد می‌داند. جهانی شدن از نگاه او دیالکتیک بین امر محلی و امر جهانی است. وی بر این باور است که جهانی شدن در اصلی‌ترین معنای خود، از یک سو، متضمن فشردگی تمام جهان و از سوی دیگر، متضمن افزایش سریع در خود آگاهی کل جهان است. این فرایند، جهانی ایجاد کرده است که تمدن ها، منطقه ها، دولت - ملت ها، ملت های محدود به دولت ها یا فراتر از آن ها هویت خاص خود را بسازند یا دست کم سنت های اصلی خود را به شکل گزینشی به خود اختصاص می‌دهند. وی تعریفی دوجوهی از جهانی شدن ارائه می کند که هم وجه عینی و هم وجه ذهنی را در بر می‌گیرد. در وجه عینی، تاکید وی بر رسانه ها و فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی است که فشردگی جهان را امکان پذیر می سازد (۵۲: ۲۰۰۴: Golmohammadi). در وجه ذهنی، وی بر آگاهی تاکید دارد و بر این باور است که انسان‌ها باید از امر جهانی و تعلق به جهانی یکپارچه آگاهی داشته باشند. لذا، هنگامی که از جهانی شدن صحبت می کنیم، به مقدار زیادی به مسایل مربوط به آگاهی نسبت به این امر نیز آگاهی داریم و این نیز به این دلیل است که

^۱ -Robertson

آگاهی دارای محتوای بازاندیشی است (Khajenoori, ۲۰۰۵: ۹۹). رابرتسون بیش تر بر عوامل فرهنگی اشاره می کند و نیروهایی که جهانی شدن را به پیش می برند در یک بستر فرهنگی و منطبق با عام گرایی ملاحظه می کند (Roberstoon, ۲۰۰۳: ۷۳, ۲۰۹).

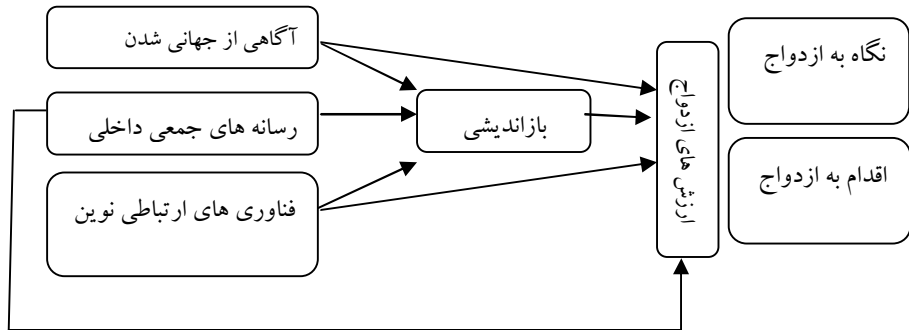
گیدنز جهانی شدن را مهم ترین مولفه مدرنیته متاخر می داند (Tomilnson, ۲۰۰۲: ۷۲). جهانی شدن "فرآیند به هم وابستگی روزافزون ما" و «مجموعه‌ای از فرآیندها» است که بر همه ابعاد زندگی انسان‌ها اثرگذار است (Giddens, ۲۰۰۵: ۳۷). یکی از عامل هایی که تمایز زمان و مکان را فراهم ساخته است، رسانه ها و فناوری های ارتباطی است. لذا، جهانی شدن به نوعی با ارتباطات عجین شده است. گیدنز از بین نیروهای گوناگون جهانی شدن، ارتباطات را مهم ترین عامل می داند (Giddens, ۲۰۰۵: ۶۲-۶۴). افزون بر تمایز زمان و مکان، گیدنز بر مفاهیم ازجاکنده شدگی و بازاندیشی در تبیین فرایند جهانی شدن تأکید فراوان می گذارد.

از جا کنده شدگی، بیرون کشیده شدن روابط اجتماعی از بافت‌های محلی تعامل و تجدید ساختار آن ها در گستره‌های نامعین زمانی- مکانی است (Tomilnson, ۲۰۰۲: ۸۲). بازاندیشی نیز زندگی اجتماعی را از قطعیت‌های سنت رها می سازد (گیدنز، ۱۳۷۷: ۶۴). در واقع، بازاندیشی درباره همه چیز (سنت، عادت، عملکرد و حتی خود بازاندیشی) رخ می دهد. توانایی بازاندیشی کنشگران از ژرفای هویت فردی تا قلب خود مدرنیته پیش می رود (Giddens, ۱۹۹۸: ۸۲). گسترش نظام های تخصصی^۱ روند بازاندیشی سنت‌ها را از راه رسانه‌های جهانی و وسایل سریع حمل و نقل در همه جوامع تسریع کرده و به تدریج جامعه را به جامعه پسااستنی تبدیل می کند. رسانه‌ها، درک فرد از روابطش را تغییر می دهند. داده ها و افکاری که رسانه‌ها در جامعه منتشر می کنند، فقط بازتابی از جهان اجتماعی نیست بلکه یکی از عامل ها و نیروهای موثر در شکل جهان اجتماعی است. این رسانه‌ها در بازاندیشی مدرن نقش محوری دارند. «تشدید روابط اجتماعی» مستقیماً وابسته به افزایش تجربه‌هایی بوده که با واسطه‌گری رسانه‌های ارتباطی تحقق یافته و می یابد و یکی از نتایج آن «ورود سرزده رویدادهای دوردست به دنیای ذهنی و فکری مردم» بوده است. با جهانی شدن فزاینده رسانه‌های ارتباط جمعی، وجود و عملکرد محافل و سازمان های متعدد و گوناگونی در هر زمینه به آگاهی همه می رسد و همین داده ها طبعاً راههای تازه‌ای برای بازاندیشی در برابر شخص می گشاید (Giddens, ۱۹۹۸: ۴۵).

بنابراین، جهانی شدن نوعی فشردگی زمان و مکان است که مبتنی بر رسانه‌ها و فناوری‌های داده ای و ارتباطی است. این رسانه‌ها به نوعی باعث افزایش ارتباطات و پیوندهای بین افراد و جوامع فراتر از مکان می گردد لذا، دسترسی راحت به آگاهی‌های جهانی و برخورداری از داده های

^۱ - Expert systems

غیر رسمی دیگران بیش تر می شود. این تعامل و تبادل بیش تر افراد، موجب همگرایی فرهنگی و روی هم رفته، بازانندیشی ارزشی می گردد. بازانندیشی همه جنبه های زندگی افراد را در بر می گیرد. یکی از این جنبه ها، ارزش های ازدواج است. حضور ما در عرصه جهانی و تعامل با سایر فرهنگ ها و افزایش آگاهی از جهانی شدن، موجب تردید در ارزش های محلی ازدواج و قداست آن می شود. این امکان وجود دارد که بازانندیشی در این حوزه هم سو با ارزش های دیگر جوامع و بویژه جوامع غربی ارزش های ازدواج در جامعه ایران را دگرگون سازد. بر اساس این مبانی و چهارچوب نظری، مدل و فرضیه های زیر مطرح می شود:



نمودار ۱- مدل تاثیر جهانی شدن بر ارزش های ازدواج.

فرضیه های پژوهش

- بین بازانندیشی و ارزش های ازدواج رابطه معنادار وجود دارد.
- بین آگاهی از جهانی شدن و ارزش های ازدواج رابطه معنادار وجود دارد.
- بین استفاده از رسانه ها و فناوری های داده ای و ارتباطاتی نوین و ارزش های ازدواج رابطه معنادار وجود دارد.
- بین استفاده از وسایل ارتباط جمعی داخلی و ارزش های ازدواج رابطه معنادار وجود دارد.

روش پژوهش

در این پژوهش، از روش کمی و پیمایش استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل ساکنان ۱۸ تا ۴۵ ساله شهر شیراز بوده است. حجم نمونه با استفاده از جدول لین^۱ (Lin, ۱۹۷۶: ۴۴۶) و سطح معناداری ۹۵ درصد و خطای ۴ درصد برابر با ۶۴۸ نفر برآورد شد. نمونه مورد نظر با استفاده از روش "طبقه ای سهمیه ای" انتخاب شده اند. در این راستا، داده ها از راه مصاحبه به

^۱ -Lin

وسيله پرسش نامه گرد آوری شدند. اعتبار این پرسش نامه محتوا و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بررسی شده است. در جدول ۱، ضریب آلفای کرونباخ هر طیف به صورت جداگانه آورده شده است. تعریف متغیرهای پژوهش و شیوه سنجش آن‌ها به شرح زیر می‌باشد:

ارزش‌های ازدواج: منظور از ارزش‌های ازدواج، معانی و دریافت‌های ارزشی در قلمرو ازدواج است که اعضای جامعه در آن‌ها اشتراک دارند و به منزله جلوه‌های ارزش‌های فرهنگی کلی در نظر گرفته می‌شوند (Jebraeili et al., ۲۰۱۳: ۳۷۹). جهت سنجش این متغیر طیفی از گویه‌های ارزشی در باب ازدواج در دو بُعد نگاه به ازدواج (ذهنی) و بُعد عمل به ازدواج طراحی شد و از پاسخگویان خواسته شد تا نظر خود را در مورد این گویه‌ها با استفاده از گزینه‌های کاملاً موافق تا کاملاً مخالف ابراز کنند. بُعد نگاه به ازدواج با ۸ گویه (مانند: "انسان بدون ازدواج کامل نمی‌شود؛" "ازدواج باعث پیشرفت و تعالی روحی انسان می‌شود؛" "ازدواج مایه آرامش انسان است؛" و...) با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲ و بُعد عمل به ازدواج با ۱۲ گویه (مانند: "اگر شغل مناسبی پیدا کنم، به این زودی‌ها ازدواج نمی‌کنم؛" "هرگاه شرایط برای من مهیا شود، ازدواج می‌کنم؛" "من زندگی کردن به تنهایی را ترجیح می‌دهم" و...) با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۱ تهیه شده‌اند. این متغیر در سطح سنجش فاصله‌ای استفاده شده است.

جهانی شدن: در این پژوهش، مولفه‌هایی که برای فرایند جهانی شدن استفاده شده‌اند، شامل استفاده از رسانه‌ها (رسانه‌های جمعی و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نوین)، آگاهی نسبت به جهانی شدن و بازاندیشی می‌باشد.

آگاهی نسبت به جهانی شدن: این مفهوم به منزله قابلیت پذیرش و درک فرهنگ‌های دیگر غیر از فرهنگ خودی است (Khajenoori & Parnian, ۲۰۱۳). برای سنجش این متغیر، از ۸ گویه مانند "مسایل ایران مرتبط با مسایل جهانی است"، "این روزها تحولات جهانی بر زندگی شخصی افراد تاثیر می‌گذارد"، "این روزها سرنوشت انسان‌ها در جهان به هم گره خورده است"، "امروزه اقتصاد کشورها بشدت بر هم تاثیر می‌گذارد"، و... سنجیده شده است. ضریب آلفای کرونباخ طیف برابر با ۰/۷ می‌باشد. این طیف در سطح فاصله‌ای سنجیده شده است.

بازاندیشی: فرایندی است که افراد همواره ارزش‌ها و عملکردهای اجتماعی را با استفاده از داده‌های نوین مورد بازسنجی قرار می‌دهند (Giddens, ۱۹۹۸: ۴۴-۴۷). برای عملیاتی کردن این متغیر از ۷ گویه مانند "من راه و روش زندگی‌ام را از فرهنگ‌های گوناگون بر می‌گزینم"، "من شخصیتم را بر اساس هر الگوی فرهنگی که بهتر بدانم، می‌سازم" و ... استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ گویه‌های این طیف برابر با ۰/۷۱ می‌باشد. این طیف در سطح فاصله‌ای سنجیده شده است.

مقدار استفاده از رسانه‌ها: برای سنجش این متغیر، رسانه‌ها در دو بخش رسانه‌های جمعی داخلی و فناوری‌های ارتباطی و داده‌ای نوین از هم جدا شد و ۱۲ پرسش در این مورد آورده شد و از پاسخگویان خواسته شد تا مقدار استفاده خود را از هر یک از رسانه‌ها بیان کنند.

فناوری‌های داده‌ای و ارتباطی نوین: شامل همه آن فناوری‌هایی می‌شود که توانایی پرداختن به داده‌ها را دارند و اشکال گوناگون ارتباطات را بین کنشگران انسانی، بین انسان‌ها و نظام‌های الکترونیکی و میان نظام‌های الکترونیکی را تسهیل می‌کنند. در این جا مقدار استفاده از رایانه، اینترنت و مشتقات آن مانند چت، پست الکترونیک، موبایل و مشتقات آن مانند پیام کوتاه و در نهایت ماهواره را مورد سنجش قرار گرفتند.

رسانه‌های جمعی داخلی: منظور از رسانه‌های جمعی رسانه‌هایی هستند که پیش از پیدایش ICTها بوجود آمده‌اند. رادیو و تلویزیون داخلی و روزنامه‌ها و مجله‌های داخلی از آن جمله هستند.

جدول ۱- نتیجه آزمون پایایی هر طیف مربوط به مقیاس جهانی شدن و ارزش‌های ازدواج.

مقیاس	تعداد گویه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
آگاهی از جهانی شدن	۸	۰/۶۸
بازاندیشی	۸	۰/۷۱
رسانه‌ها	۱۱	۰/۷۰
ارزش‌های ازدواج (نگاه به ازدواج)	۱۲	۰/۸۱
ارزش‌های ازدواج (عمل به ازدواج)	۸	۰/۸۳

یافته‌های پژوهش

توصیف داده‌ها: نتایج نشان می‌دهد که از مجموع نمونه‌های مورد مطالعه، ۴۰/۹ درصد نمونه را مردان و ۵۹/۱ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. کم‌ترین سن افراد نمونه ۱۸ و بیش‌ترین سن آن‌ها ۴۵ سال و میانگین سنی نمونه ۲۳/۶۷ سال بوده است. هم‌چنین، ۳۰/۶ درصد آن‌ها شاغل و ۶۹/۵ درصد آن‌ها غیر شاغل بوده‌اند. میانگین نمره پاسخگویان در باب ارزش‌های ازدواج در بُعد نگاه به ازدواج، ۲۸/۱۵ و در بُعد عمل به ازدواج ۴۲/۸۲ بوده است. با توجه به تعداد گویه‌های هر

بعد و بیش‌ترین نمره ای که یک فرد می‌توانست کسب نماید می‌توان گفت که هردو میانگین بالاتر از حد متوسط اند.

از بین گویه‌های مربوط به نگاه به ازدواج بیش‌ترین موافقت به ترتیب با گویه‌های "ازدواج موجب کاهش انحراف و فساد اجتماعی می‌شود"، "ازدواج مایه آرامش انسان است" است و کم‌ترین موافقت مربوط به گویه "ازدواج موجب شکوفایی استعدادهای فرد می‌شود" می‌باشد. در مورد گویه‌های بُعد عمل به ازدواج نیز بیش‌ترین موافقت به ترتیب با گویه‌های "هرگاه شرایط برای من مهیا شود، ازدواج می‌کنم" و "اگر شخص مناسبی را بیابم برای رسیدن به او تلاش می‌کنم." و کم‌ترین موافقت با گویه "اگر شغل مناسبی پیدا کنم هرگز ازدواج نمی‌کنم" و "من زندگی کردن به تنهایی را ترجیح می‌دهم." اعلام شده است. این موردها نشان می‌دهد که ارزش‌های ازدواج در بین افراد نمونه تنزل شدیدی پیدا نکرده است و هنوز گزینه ازدواج کردن در برابر ازدواج نکردن، موافقان بیش‌تری دارد. در جدول ۲، میانگین و انحراف معیار مولفه‌های گوناگون جهانی شدن و ارزش ازدواج آورده شده است.

جدول ۲- مقدار میانگین و انحراف استاندارد مؤلفه‌های جهانی شدن و ارزش ازدواج.

متغیر	میانگین	انحراف معیار
آگاهی از جهانی شدن	۲۷/۶۴	۴/۸۸
فناوری‌های نوین داده‌ای و ارتباطی	۷/۵۱	۵/۰۲
وسایل ارتباط جمعی داخلی	۴/۷۷	۲/۷۰
بازاندیشی	۱۹/۰۸	۵/۲۷
ارزش‌های ازدواج (عمل به ازدواج)	۴۲/۸۲	۷/۳۶
ارزش‌های ازدواج (نگاه به ازدواج)	۲۸/۱۵	۵/۸۰

آزمون فرضیه‌ها: جدول ۳، نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش را نشان می‌دهد. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود متغیرهای بازاندیشی و رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی نوین هم با متغیر نگاه به ازدواج و هم با متغیر عمل به ازدواج در سطح ۹۹ درصد رابطه دارد، اما متغیر آگاهی از جهانی شدن تنها با متغیر نگاه به ازدواج در سطح ۳۵ درصد معنا دار شده و با متغیر عمل به ازدواج معنا دار نیست. متغیر رسانه‌های جمعی داخلی نیز با هیچ‌یک از ابعاد ارزش ازدواج رابطه معنا دار برقرار نکرده است. در ضمن تمام روابط تایید شده نیز از نوع رابطه معکوس است، یعنی با افزایش این متغیرهای مستقل، ارزش ازدواج کاهش می‌یابد.

جدول ۳- آزمون رابطه همبستگی بین متغیرهای مستقل با ارزش‌های ازدواج.

ابعاد متغیر وابسته	ارزش‌های ازدواج (نگاه به ارزش‌های ازدواج (عمل به ازدواج)	ارزش‌های ازدواج (نگاه به ارزش‌های ازدواج (عمل به ازدواج)
ابعاد جهانی شدن	-۰/۰۹۶*	-۰/۰۲۴
آگاهی نسبت به جهانی شدن	-۰/۴۱۶**	-۰/۳۳۰**
بازاندیشی	۰/۰۲۷	-۰/۰۴۱
رسانه های جمعی داخلی	-۰/۲۵۵**	-۰/۲۱۲**
رسانه ها و فن آوری های ارتباطی نوین		

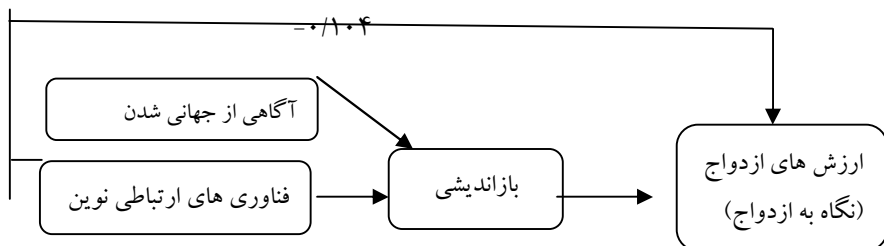
** $P < 0.01$, * $P < 0.05$

برای بررسی مدل پژوهش، از روش آماری تحلیل مسیر استفاده شد. جدول ۴ و ۵، به ترتیب بیانگر تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم و مجموع این تاثیرات بر ابعاد ارزش‌های ازدواج می باشد:

جدول ۴- محاسبه اثرهای مستقیم و غیرمستقیم متغیرها بر ارزش‌های ازدواج (نگاه به ازدواج).

نام متغیر	تاثیر مستقیم	تاثیر غیرمستقیم	مجموع اثر مستقیم و غیر مستقیم
آگاهی نسبت به جهانی شدن	-	-۰/۰۸۹	-۰/۰۸۹
بازاندیشی	-۰/۳۹۷	-	-۰/۳۹۷
رسانه های جمعی داخلی	-	۰/۱۰۰	۰/۱۰۰
رسانه ها و فن آوری های ارتباطی نوین	-۰/۱۰۴	-۰/۱۴۳	-۰/۲۴۷

همان گونه که ملاحظه می شود، متغیرهای آگاهی از جهانی شدن و رسانه های جمعی داخلی تنها اثرهای غیر مستقیم و متغیر بازاندیشی تنها اثر مستقیم بر متغیر ارزش‌های ازدواج (نگاه به ازدواج) دارد. هم چنین، از میان متغیرهای پژوهش، متغیر بازاندیشی بیش ترین اثر کل و آگاهی از جهانی شدن کم ترین اثر کل را دارد. در نمودار ۲ چگونگی اثرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته آورده به صورت شماتیک آورده شده است. در این نمودار متغیرهایی که رابطه شان با متغیر وابسته معنادار نشده است، از مدل حذف شده اند.



-۰/۲۵۳

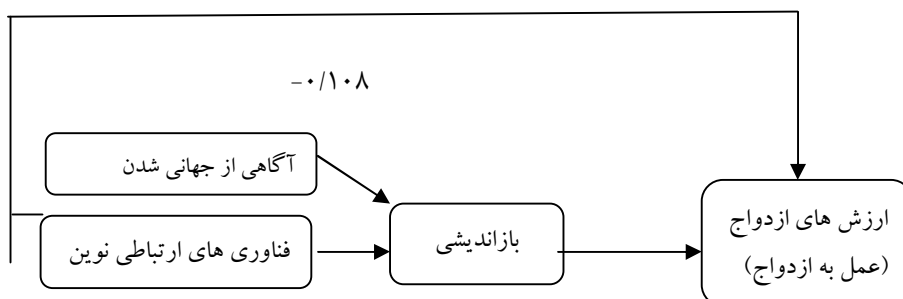
رسانه های جمعی داخلی

نمودار ۲- مدل تاثیر جهانی شدن بر ارزش‌های ازدواج (نگاه به ازدواج).

در جدول ۵ نیز همانند جدول پیش، متغیرهای آگاهی از جهانی شدن و رسانه های جمعی داخلی تنها اثرهای غیر مستقیم و متغیر بازاندیشی تنها اثر مستقیم بر متغیر ارزش‌های ازدواج (عمل به ازدواج) دارد و از میان متغیرهای مستقل نیز متغیر بازاندیشی بیش ترین اثر کل و آگاهی از جهانی شدن کم ترین اثر کل را داشته است. این تاثیرها در نمودار ۳، به صورت شماتیک آورده شده است.

جدول ۵- محاسبه اثرهای مستقیم و غیرمستقیم متغیرها بر ارزش‌های ازدواج (عمل به ازدواج).

نام متغیر	تأثیر مستقیم	تأثیر غیرمستقیم	مجموع اثر مستقیم و غیر مستقیم
آگاهی نسبت به جهانی شدن	-	-۰/۰۷۷	-۰/۰۷۷
بازاندیشی	-۰/۳۴۴	-	-۰/۳۴۴
رسانه های جمعی داخلی	-	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷
رسانه ها و فن آوری های ارتباطی نوین	-۰/۱۰۸	-۰/۱۲۵	-۰/۲۳۳

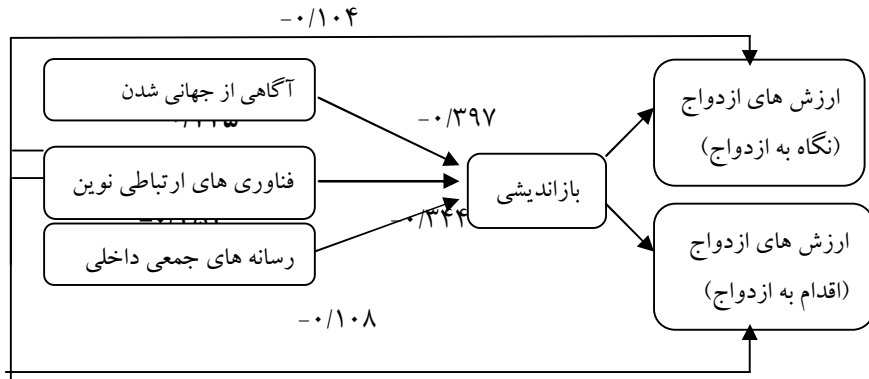


-۰/۲۵۳

رسانه های جمعی داخلی

نمودار ۳- مدل تاثیر جهانی شدن بر ارزش های ازدواج (عمل به ازدواج).

در نمودار ۴، مدل نهایی پژوهش، همراه با ضرایب تاثیر، آورده شده است و روابط متغیرهایی که با متغیر وابسته معنا دار نبوده، از مدل حذف شده است. قدرت تبیین کنندگی مدل برای متغیر ارزش های ازدواج (نگاه به ازدواج) ۱۹ درصد و برای متغیر وابسته ارزش های ازدواج (اقدام به ازدواج) ۱۴ درصد می باشد. این ارقام نشان می دهد که این مدل قدرت تبیین بیش تری برای متغیر نگاه به ازدواج داشته است.



بحث و نتیجه گیری

همان گونه که مطرح شد، فرایند جهانی شدن بخش جدایی ناپذیر جامعه امروزی است و می تواند بسیاری از جنبه های زندگی ما را تحت تاثیر قرار دهد. این پدیده نه تنها اقتصاد و سیاست بلکه فرهنگ، ارزش ها و زندگی اجتماعی را نیز با خود درگیر کرده است و لذا جامعه، تحت تأثیر امواج جهانی قرار گرفته و در این راستا، بازاندیشی سنت ها و ارزش های فرهنگی تسریع یافته است. با توجه به اهمیت به این مسئله برای فرد و اجتماع، این پژوهش با هدف مطالعه رابطه بین جهانی شدن و ارزش های ازدواج انجام شد. بدین منظور از نظریه های گیدنز (۱۳۸۴) و رابرتسون (۱۳۸۲) به عنوان چهارچوب نظری پژوهش استفاده شد و تاثیر ابعادی از جهانی شدن، مانند بازاندیشی، آگاهی از جهانی شدن، رسانه های جمعی داخلی و رسانه ها و فناوری های ارتباطی و داده ای نوین بر ارزش های ازدواج مورد آزمون قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش در مورد متغیر ارزش‌های ازدواج در حوزه نگاه به ازدواج، نشان می‌دهد که میانگین نمره‌های پاسخگویان در این بعد، نسبت به میانگین مورد انتظار سطحی بالاتر دارد. در مورد متغیر ارزش‌های ازدواج در حوزه عمل نیز وضعیتی مشابه دیده می‌شود، با این تفاوت که در حوزه عمل میانگین کسب شده، تفاوت بیش تری با میانگین مورد انتظار دارد و لذا، این ارزش‌ها در بعد عمل در مقایسه با بعد دیگر ارزش‌های ازدواج، کم تر مورد بازاندیشی قرار گرفته است.

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش با ارزش‌های ازدواج در بعد نگاه به ازدواج، نشان دادند که متغیرهای بازاندیشی، آگاهی نسبت به جهانی شدن و رسانه‌ها و فناوری‌های نوین با این متغیر دارای رابطه معنادارند و رابطه متغیر رسانه‌های جمعی داخلی معنادار نیست. با توجه به این که رسانه‌ها با افزایش آگاهی‌ها و انتشار داده‌ها روند جهانی شدن را تشدید می‌کنند و بواسطه افزایش تعاملات بین‌المللی موجب بازاندیشی در ارزش‌ها و نگرش‌ها می‌شوند (Giddens, ۱۳۸۴) لذا، منطقی است که با افزایش مقدار استفاده از رسانه‌ها، بازاندیشی بیش تری رخ دهد و لذا ارزش‌ها و نگرش‌ها در مورد ازدواج نیز تغییر یابد. این استدلال به وسیله چارچوب نظری پژوهش (Giddens, ۲۰۰۵; Roberston, ۲۰۰۳) نیز مورد تایید قرار گرفته است و پژوهش‌های انجام شده نیز به گونه مستقیم و غیرمستقیم گویای همین رابطه اند (Zokaei, ۲۰۰۵; Rajabloo & Asghari, ۲۰۱۰; Kia, ۲۰۰۸; Khajenoori & Reyahi, ۲۰۱۳; Khajenoori & Moghaddas, ۲۰۰۹) و بر نقش مهم رسانه‌ها در بازساخت ارزش‌ها، نگرش‌ها و هویت تاکید می‌کنند. در واقع، رسانه‌ها به عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن، موجب نزدیکی سلیقه‌ها، خواست‌ها، انتظارات و ارزش‌های تمامی ساکنان یک جامعه شده و خروج جوامع از محدوده‌های جدا یا تک افتاده را موجب می‌شوند (Bahrani et al., ۲۰۱۱). این پژوهش هم چنین، بر این نکته تاکید کرد که رسانه‌های ارتباطی و داده‌ای نوین و رسانه‌های جمعی داخلی، نقشی متفاوت در جهانی شدن و تاثیر آن بر بازاندیشی و ارزش‌های ازدواج ایفا می‌کنند. هم سو با نتایج این پژوهش، پژوهش‌های دیگری نیز نشان داده‌اند که رسانه‌های جمعی داخلی به دلیل ماهیت متفاوت، تاثیرگذاری متفاوتی نسبت به رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی و داده‌ای بر مخاطبان اجتماعی می‌گذارند (Movahed et al., ۲۰۱۱; Sorosh & ۲۰۱۱). از یافته‌های این پژوهش، چنین برداشت می‌شود که رسانه جمعی داخلی نقشی بسیار ضعیف در بازساخت ارزش‌ها و یا جلوگیری در جهت بازساخت ارزش‌ها و نگرش‌های ملی و محلی و فراملی ایفا می‌کند. نتایج تحلیل مسیر نیز نشان داد که این متغیر فقط تاثیر کاهنده بسیار ضعیفی در حوزه بازاندیشی ارزش‌ها و نگرش‌ها دارد و به گونه غیر مستقیم و جزئی بر ارزش‌های ازدواج تاثیر می‌نهد که آن هم به لحاظ آماری معنادار نیست. در مقابل یافته‌ها حاکی از آن است که رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی

و داده‌ای، نقشی مهم در بازاندیشی و در نتیجه تغییر ارزش‌ها و نگرش‌ها ایفا کرده است. این یافته با نتایج سایر پژوهش‌های انجام شده نیز هم‌سو می‌باشد (Hosseini, ۲۰۰۶; Khajenoori, ۲۰۱۲; Parnian, ۲۰۰۹).

در مورد بعد دیگر ارزش‌های ازدواج که حوزه عمل را در بر می‌گیرد نیز یافته‌های مشابهی بدست آمده است با این تفاوت که این متغیر وابسته با آگاهی نسبت به جهانی شدن هم رابطه معنادار ندارد و ارتباط این متغیر نیز هم چون رسانه‌های داخلی به گونه غیرمستقیم و به واسطه بازاندیشی، به گونه‌ای ضعیف وجود دارد. جامعه فراملی یا جهانی، بیش از هر چیز، دستاورد فشرده‌گی زمان و فضا و بی‌بستر شدن روابط اجتماعی است و هر اندازه که آگاهی انسان‌ها از درهم تنیدگی جهان و فشرده‌گی فضا و زمان افزایش یابد بستری مناسب‌تر برای روابط اجتماعی پرشمار و گفتگوی فرهنگی فراهم می‌شود (۷۴: ۲۰۱۰; Rajabloo & Asghari). لذا، در چنین بستری بازاندیشی بیش‌تر رخ می‌دهد. وجود این پیش‌فرض منطقی است، اما رابرتسون (۲۰۰۳)، زمانی که تشریح مفهوم جهانی شدن می‌پردازد هم به بعد عینی و هم ذهنی جهانی شدن توجه دارد و آگاهی نسبت به جهانی شدن را بعد ذهنی جهانی شدن می‌داند که می‌تواند موجب بازاندیشی شود. لذا، منطقی است که بیش‌تر بر بعد نگاه به ازدواج که حالت ذهنی دارد تاثیرگذار باشد.

هم‌چنین، به دلیل این که افراد در اجتماع‌های محلی زندگی می‌کنند و نه در صحنه بین‌المللی، لذا، تغییر در ارزش‌ها و الگوهای عمل نسبت به اندیشه، با کندی بیش‌تری رخ می‌دهد. مقایسه قدرت تبیین‌کنندگی مدل برای هر دو بعد ارزش‌های ازدواج نیز نشان می‌دهد که این مدل بیش‌تر تغییر در نگاه به ازدواج ایجاد کرده و به نسبت، عمل به ازدواج کم‌تر مورد بازاندیشی قرار گرفته است. لذا، همان‌گونه که دلخمش (۲۰۱۳) نیز بدان اشاره می‌کند، روندی از تقدس زدایی از ارزش‌های ازدواج و زوجیت در حال رخ دادن است. البته، این بدان معنا نیست که در ارزش‌های عملی ازدواج تغییری رخ نخواهد داد زیرا تغییر در ارزش‌های ذهنی در درازمدت به تغییر الگوهای رفتاری منجر خواهد شد. گونه‌های مختلف روابط پیش از ازدواج و تغییر نگرش در این حوزه، تغییر در الگوهای ازدواج و ملاک‌های همسرگزینی که در پژوهش‌های متعدد بررسی شده‌اند، می‌تواند با اغماض، به مثابه نشانه‌هایی از تغییر در این حوزه بشمار آیند (Rajabloo & Asghari, ۲۰۱۰; Khajenoori & dellavar, ۲۰۱۲; Azad-Armaki & et al., ۲۰۱۱).

در نهایت، یافته‌های این پژوهش، به لزوم توجه وافر به مسایل مطرح شده و برنامه‌ریزی در این راستا اشاره دارد. بازاندیشی به عنوان یکی از مشخصه‌های جهانی شدن، مهم‌ترین متغیری است که در این مقاله به آن اشاره شده و دارای بیش‌ترین تاثیرگذاری بر ارزش‌های ازدواج بود. نه تنها ارزش‌های ازدواج که بسیاری از ابعاد زندگی ما در جهان امروز که عصر

داده‌ها و تعاملات بسیار است، فعالانه مورد باز اندیشی قرار می‌گیرند. بنابراین، می‌توان انتظار تغییرات بیش تری را در آینده داشت. جهانی شدن فرایندی نیست که که بتوان در برابرش ایستاد، اما منفعل بودن در این فرایند نیز رفته رفته به اضمحلال فرهنگ و ارزش‌های بومی - محلی منجر می‌شود. نبود رابطه بین رسانه های داخلی با دو بعد ارزش‌های ازدواج، می‌تواند به گونه ای بیانگر حالت منفعلانه رسانه های داخلی باشد چون هیچ تاثیری (مثبت یا منفی) بر ارزش‌های ازدواج به جای نمی‌گذارد. با توجه به این که رسانه بویژه در عصر جهانی شدن، نقشی بسیار مهم در بازاندیشی ارزش‌ها و نگرش‌ها در تمام عرصه های زندگی ایفا می‌کند، لذا باید هدفمندتر و سنجیده تر مورد استفاده قرار بگیرند.

References

- Abbasi-Shavazi, J. Askari-Nodoushan & Thornton. (۲۰۱۲). "Family Life and Developmental idealism in Yazd, Iran". Demographic Research, ۲۶, ۲۰۷-۲۳۸.
- Abdollahyan, H. (۲۰۰۴). "The generations gap in contemporary Iran". Journal of Welt Trends, ۴۴, ۷۸-۸۵.
- Ahmadnia, Sh. & Mehriar, A.H. (۲۰۰۴). Tehran's attitude and ideal for teens marriage, childbearing and family planning, The Collection of Articles of Conference on Population Association of Iran, the Iranian population with an emphasis on youth issues, Shiraz University [In Persian].
- Akrami, S.M. (۲۰۰۶). Consanguineous marriage from the perspective of genetic counseling and beliefs, Journal Iranian of Pediatrics, Vol. ۱۶, No. ۳, pp. ۳۵۹-۳۶۵ [In Persian].
- Albrow. M. (۱۹۹۹). The Global Age: State and Society beyond Modernity. policy Press: Cambridge.
- Amato, P. R., Landale, N. S., Havasevich-Brooks, T. C., & Booth, A. (۲۰۰۸). "Precursors of young women's family formation pathways". Journal of Marriage and Family, ۷۰, ۱۲۷۱-۱۲۸۶
- Ameli, S.R. (۲۰۰۴). Globalization: Concepts and Theories, Organon, No. ۲۴, pp. ۰-۵۸ [In Persian].
- Azad Armaki, T, Saei, M.H., Eisari, M. & Talebi, S. (۲۰۱۱). Typology of patterns of sexual relations before marriage in Iran, Journal of Social Sciences, Jame Pazhuhiy Farhangi, No. ۴, pp. ۱-۳۴ [In Persian].
- Arizi, F.A.S., Vahida, F., & Dansh, P. (۲۰۰۶). The satellite and gender identity of young girls (A case study of high school girls students of Tehran's district No. ۵), Vol. ۷, No. ۲, pp. ۷۶-۱۰۰ [In Persian].
- Bahrani, SH., Soroosh, M., Hosseini, M. (۲۰۱۱). Gender Comparison of relations of Media, identities and lifestyles among young people in Shiraz, National Studies, Vol. ۱۲, No. ۴۷, pp. ۱۰۳-۱۲۰ [In Persian].

- Castells, M. (۲۰۰۶). Information Age: Economy, Society and Culture, the rise of the network society, Translation by: Ahad Aligholian, Afshin Khakbaz, Tehran: Tarh_e_no [In Persian].
- Census Organization of Fars province (۲۰۱۱). Analyzing Report of the events of marriage and divorce With emphasis on population and international indices in ۲۰۱۱, Administration of Registration of Fars province [In Persian].
- Cherlin, A. (۲۰۱۰). "Demographic trends in the United States: A review of research in the ۲۰۰۰'s". Journal of Marriage and Family. ۷۲, ۴۰۳-۱۹
- Delkhamoush, M.T. (۲۰۰۷). Marriage values among Iranian youth, Developmental Psychology Journal: Iranian psychology, Vol. ۳, No.۱۲, pp. ۲۹۹-۳۰۹ [In Persian].
- Delkhamoush, M.T. (۲۰۱۳). Iranian youth feedback to the values of marriage: Results of a National Survey, Developmental Psychology Journal: Iranian psychology, Vol. ۹, No.۳۶, pp. ۳۳۱-۳۵۰ [In Persian].
- Edrissi, A. (۲۰۰۷). Factors affecting young people's attitude toward global culture, Natinal Studies, Vol. ۸, No. ۴, pp. ۹۹-۱۱۸ [In Persian].
- Giddens, A. (۲۰۰۵). Global Futures, Translated by: Mohammad Reza Jalaeipour, Tehran: Tare_e_no [In Persian]
- Giddens, A (۲۰۰۰). Sociology. Translated by Chavoshyan, H., Ney Press, Tehran, [Persian].
- Giddens, A. (۱۹۹۹). Modernity and Self Identity: Self and Society in the late modern Age, translated Nasser Mufqyan, Tehran: Ni publishing. [In Persian]
- Giddens, A (۱۹۹۸). *The Consequences of Modernity* Translated by M.Salasy, Tehran: Markaz Publication. (In Persian)
- Giddens, A. (۱۹۹۴). "Living in a Post-Traditional Society". In Ulrich Beck, Anthony Giddens, Scott Lash(۱۹۹۹). Reflexive Modernization .Stanford University Press
- Golmohammadi, A. (۲۰۰۴) Cultural Globalization and Identity, Tehran: Nashr e Ney [In Persian].
- Hosseini, M. The survey of Psychosocial background related to Makeup among young girls, Master's thesis in Shiraz University [In Persian].
- Jebraeili, H., Zadeh Mohhamadi,A., Heidari, M. (۲۰۱۳) The role of cultural values of marriage and sex differences in mate selection, Quarterly Developmental Psychology (Journal of Iranian Psychologist), Vol. ۹, No. ۳۶, pp. ۳۷۷-۳۸۸ [In Persian].
- Castelz, M. (۱۹۹۰). "Information systems and development in the third world". Information processing and management. Vol. ۲۶, No. ۴, P. ۴۹۰
- Kennedy, S., & Bumpass, L. (۲۰۰۸). "Cohabitation and children's living arrangements: New estimates from the United States". Demographic Research, ۱۹, ۱۶۶۳-۱۶۹۲.

- Kazemi, Z. & Niyazi, S. (۲۰۱۱). Effect of cultural variables on marriage pattern case study of Shiraz city, Quarterly Iranian Journal of Sociology, Vol. ۱۱, No. ۲, pp. ۶-۱۴ [In Persian].
- Khajenoori, B. & Reyahi, Z. (۲۰۱۳), Globalization, secularization and women, Case study: Tehran, Shiraz & Estahbān, Journal of Global Media, Vol. ۸, pp. ۲۱-۴۸ [In Persian].
- Khajenoori, B. & Dellavar, M. (۲۰۱۲). Factors affecting Male-female Friendships among Youth in Shiraz City, With an emphasis on Globalization Process, Vol. ۲۳, No. ۲, pp. ۴۱-۶۴ [In Persian].
- Khajenoori, B. & Moghadas, A.A. (۲۰۰۹). "Globalization and Women's Social Capital", *Journal of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad*, Vol. ۵, No. ۲, pp. ۱۳۱-۱۵۴ [In Persian].
- Khajenoori, Bijan & A. As. (۲۰۰۹). "An Investigation of Relationship between Globalization and Body Image, Case Study: Tehran, Shiraz & Estahbān", *Journal of Applied Sociology*, Vol. ۳۳, No. ۱, pp. ۱-۲۴. [In Persian]
- Khajenoori, B. (۲۰۰۶). The study of the relation of Globalization components and women's social participation, Case study: Tehran, Shiraz and Estahban, Dissertation Thesis in Sociology in Shiraz University [In Persian].
- Kia, E. A. (۲۰۰۸). Youth, media and globalization, *Ketabmah Social Science*, Vol. ۳, No. ۹, pp. ۶-۱۴ [In Persian].
- Lin, N. (۱۹۷۶). *Foundation of Social Research*. New York: McGraw hill.
- Mahali, F. (۲۰۱۱). Analytical Assessment of Globalization Phenomenon by focusing on Culture Sphere, *Strategic Studies of Globalization Journal*, Vol ۲, issue ۵, pp. ۶۳-۹۶, [In Persian]
- Manning, W. (۲۰۱۰). "Trends in cohabitation: Twenty years of change, ۱۹۸۷-۲۰۰۸. (FP-۱۰-۰۷)". National Center for Family and Marriage Research. http://ncfmr.bgsu.edu/pdf/family_profiles/file۸۷۴۱۱.pdf.
- Moghaddas, A.A. & Khajenoori, B. (۲۰۰۵). Globalization and women's identity in the cities of Shiraz and Estahban, *Quarterly Women Studies*, Vol. ۳, No. ۷, pp. ۵-۳۲ [In Persian]
- Movahhed, M. & Abbasi Shavazi, M.T. (۲۰۰۶). Traditional and modern values among girls residing IN Shiraz, *Quarterly Women Studies*, Vol. ۴, No. ۱, pp. ۶۷-۹۹ [In Persian]
- Movahhed, M., Mohammadi, N. Hosseinim M. (۲۰۱۱). Massmedia, self-esteem, body image and tendency to use make up studying the relationship, *Quarterly Women Studies*, Vol. ۹, No. ۲, pp. ۱۳۳-۱۵۹ [In Persian]
- Parker, R., & Vassallo, S. (۲۰۰۹). "Young adults'attitudes towards marriage". *Family Relationships Quarterly*, ۱۲, ۱۸-۲۱.
- Payne, K. K. (۲۰۱۱). "On the Road to Adulthood: Sequencing of Family Experiences (FP-۱۱-۱۱)". National Center for Family and Marriage Research processing and management. Vol. ۲۶, No. ۴, P. ۴۹۰

- Parian, L. (۲۰۱۲). The study of the relationship between cultural globalization and body management, Master's thesis in Shiraz University [In Persian].
- Rabani Khorasegani, R. & Shohabi, S. (۲۰۱۰). The survey of Isfahan youths moral values", Regional Urban Studies and Research., Vol. ۲, No. ۵, pp. ۷۷-۹۲ [In Persian].
- Roberston, R. (۲۰۰۳). Globalization, Tehran: Nasher Sales [In Persian].
- Rafipour, F. (۱۹۹۶). Mass media and changing social values: Research in several films and television series, videos, newspapers, advertising, Ministry of Culture and Islamic Guidance [In Persian].
- Rajabloo, E. & Asghari, S. (۲۰۱۰). Globalization and reflexivity of relationship of girls and boys: case study- students of Tehran university., Vol. ۲۸, No. ۲, pp. ۷۳-۹۲ [In Persian].
- Smock, P. J., & Manning, W. D. (۲۰۱۰). "New couples, new families: The cohabitation revolution in the United States". In B. J. Risman (Ed.), Families as they really are. New York: W.W. Norton.
- Smock, P. J., Manning, W. D., & Dorius, C. (۲۰۱۳). "The Intergenerational transmission of cohabitation in the U.S.: The role of parental union histories". PSC Research Report. ۱۳-۷۹۱.
- Soernes, J. Oddvar; S. Keri, K. Alf, S. Sætre, L. & Davis, B. (۲۰۰۴). "The Reflexivity between ICTs and Business Culture: Applying Hofstede's Theory to Compare Norway and the United States". Informing Science Journal.
- Sohabi, J. & Aghapour, H. (۲۰۰۹). The cultural dimension of globalization and its relationship with ethnic identity, Journal of Social Sciences, No. ۶۷, pp. ۹-۳۲ [In Persian].
- Soroosh, M. & Hosseini, M. (۲۰۱۳). Globalization, Independent Identity and urban women lifestyle, Quarterly Sociology of Women (Journal of Woman and Society), No. ۱۳, pp. ۵۳-۷۶ [In Persian].
- Tafler, A. (۱۹۹۱). Third wave, Tranlated by Shahindokht Kharazmi, Tehran: Nashr e No [In Persian].
- Tanhaei, A. & A. Shekarbigi (۱۹۹۹). Globalization, modernity and family in Iran (Transition or collapse), Collection of Sociology & Social sciences, ۱۱: ۳۳-۵۶ [In Persian]
- Tomlinson, J. (۲۰۰۲). *Globalization & Culture*, Translated by M. Hakimi, Tehran: Office of Cultural Research [In Persian].
- Willoughby, B. j., Carroll, J., Vitas, J. & Hill, L. (۲۰۱۲). "When are you getting married? The intergenerational transmission of attitudes regarding marital timing and marital importance". Journal of Family. Issues ۳۳, ۲۲۳-۴۵.
- Youngelson, H. Arthur, G. N. & Jacob, F. (۲۰۰۱). "Global and Local Culture in the ۲۱st Century. Journal of American & Comparative Cultures. Volume ۲۴, Issue ۳-۴, pages ۳۱-۳۶.

-
- Zokae, M.S (۲۰۰۵). The survey of risk behaviors with an Emphasis on Free Sexual Relationship: A Case Study of Tehran. Tehran: National Youth Organization [In Persian].