

عنوان : جهانی شدن، دنیاگرایی و زنان

مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی

دوره ۸، شماره ۱، شماره پیاپی ۱۵، صفحات : ۲۱ - ۴۷

منتشر شده در بهار و تابستان ۱۳۹۲

مقاله داوری شده

تاریخ دریافت : ۱۳۹۱/۸/۷

تاریخ پذیرش : ۱۳۹۲/۲/۱

جهانی شدن، دنیاگرایی و زنان

مورد مطالعه: تهران، شیراز و استهبان

دکتر بیژن خواجه‌نوری

استادیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز

Bkhaje@rose.shirazu.ac.ir

(نویسنده مسئول)

زهرا ریاحی

دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز

zahra.reyahi@gmail.com



چکیده

مقاله‌ی حاضر رابطه‌ی بین جهانی شدن و میزان دنیاگرایی در بین زنان را در شهرهای تهران، شیراز و استهبان مورد مطالعه قرار داده است. چارچوب نظری پژوهش برگرفته از آرای رابرتسون و گیدنز درباره فرایند جهانی شدن و هویت می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌ها ۲۲۰۰ نفر بین سنین ۱۶ تا ۴۵ سال به شیوه نمونه‌گیری تصادفی در این سه شهر انتخاب شده‌اند. روش تحقیق این مطالعه، پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه است. نتایج به دست آمده در سطح تحلیل رگرسیونی نشان داده‌اند که متغیر هویت اجتماعی مدرن، نوگرایی و نگرش نقش جنسیتی تساوی‌گرایانه بر روی هم نزدیک به ۳۳ درصد از کل رفتار دنیاگرایانه‌ی زنان را در سه شهر مورد مطالعه، تبیین می‌کنند. این پژوهش نشان می‌دهد که تقویت ارزش‌های دینی و بالا بردن آگاهی زنان از تغییرات و فرایند جهانی شدن نیازمند برنامه‌ریزی و پژوهش برای تبدیل تهدیدهای جهانی شدن به فرصت و ظرفیت برای زنان جامعه می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: جهانی شدن، زنان، فنآوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات، دنیاگرایی، هویت

مقدمه و بیان مسئله

مسئله این پژوهش، تحلیل میزان دنیاگرایی زنان ایرانی در فضای جهانی شده کنونی است. امروزه ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که مدرن خوانده می‌شود. فناوری‌های نوین ارتباطی مانند اینترنت، تلفن همراه، ماهواره، سرعت انتقال اطلاعات را تشدید می‌کنند. اطلاعات و ارتباطات، مرزهای کشورها را در می‌نوردد و سراسر جهان را به شکل یک شبکه به هم پیوند می‌دهد. این پدیده جهانی شدن نام دارد. هولمز^۱، هوگ^۲ و جولین^۳ تعریفی از مشخصات کلیدی جهانی شدن ارائه کرده‌اند: جهانی شدن مفهوم پیچیده‌ای از فرایندهای سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی است که مرزهای ملی را در می‌نوردد و سطح ارتباطات جهانی را افزایش می‌دهد و فضای اجتماعی منحصر به فردی را ایجاد می‌کند (هولمز و هوگ و جولین، ۲۰۰۷، ص. ۴۵۴؛ به نقل از وست و هیت^۴، ۲۰۱۱).

جهانی شدن به وسیله‌ی فناوری‌های نوین بر فرهنگ، ارزش‌ها و باورهای کشورهای مختلف جهان تاثیر می‌گذارد. به باور گیدنز^۵ (۱۳۷۷، ص. ۹۰) سه ویژگی باعث می‌شود که نهادها در زندگی مدرن خود را از سازمان‌های سنتی گسسته و جدا کنند. این ویژگی‌ها عبارت از شتاب دگرگونی، پهنه‌ی دگرگونی و برد دگرگونی است که ماهیت ذاتی نهادهای مدرن می‌باشند. این گسست در فرایند جهانی شدن که شکل تشدید شده‌ی روابط اجتماعی مدرن می‌باشد، شکل شدیدی‌تری به خود گرفته است (۱۳۷۷، ص. ۶۲).

گیدنز (۱۳۸۷، صص. ۴۵-۴۶) معتقد است که جهانی شدن (به عنوان شکل تشدید شده‌ی تجدد) از رسانه‌های ویژه‌ی خود تفکیک ناپذیر است و توسعه و گسترش نهادهای عصر نوین نیز به‌طور مستقیم وابسته به این رسانه‌های ارتباطی می‌باشند. کاستلز^۶ (کاستلز، ۲۰۰۰ به نقل از ناوارا و کونفورد^۷، ۲۰۰۹) نیز معتقد است که مقوله‌ی کلیدی برای فهم فرایند جهانی شدن، فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی^۸ هستند که هم زیربنا و هم نیروی محرکه و پیش راننده‌ی جهانی شدن می‌باشند و این فرصت را به مصرف‌کنندگان می‌دهد که موثرتر و کارآمدتر به انتقال سرمایه‌گذاری، اطلاعات، دانش و ... بپردازد. او در بحث از جهانی شدن به خلق ارتباطات درونی در جامعه‌ی اطلاعاتی جهانی می‌پردازد. این انتقال از فضای مکانی^۹ به فضای شناور^{۱۰} می‌باشد.

یکی از نهادهای سنتی که امروز در فرایند مدرنیته دچار تغییر و تحول شده، نهاد خانواده است (تنهایی و شکر بیگی، ۱۳۸۷). با اشتغال در بیرون از خانه، ارتباط با جهان خارج، رشد مصرف گرایی و مد شاهد شکل-گیری تغییر نگرش‌ها و ارزش‌های زنان در امور سنتی، از جمله اعتقادات دینی هستیم. مطالعات مختلف بر روی گروه‌های متفاوت در شهرهای ایران (خواجه نوری، ۱۳۸۵ الف و ب، ۱۳۸۶؛ ۱۳۸۸؛ خواجه نوری، هاشمی و روحانی، ۱۳۸۹؛ خواجه‌نوری و ریاحی و مساوات، ۱۳۹۱) نشان دهنده‌ی نفوذ فزاینده‌ی فرایند جهانی شدن در ارکان مختلف حیات اجتماعی ایرانیان می‌باشد. کشور ایران در شرایط گذار از سنت به مدرنیته است. هنوز نهاد دین در جامعه‌ی ایران نفوذ دارد. ب پژوهش‌های انجام شده در بین بخش‌های مختلفی از گروه‌های ایرانیان نشان داده که تحت تأثیر فرایند جهانی شدن رفتارهای ذهنی و عینی افراد دستخوش تغییرات جدی شده است. یکی از مهم‌ترین این تغییرات، تأثیر جهانی شدن بر دنیوی شدن می‌باشد.

تعاریف مختلفی در خصوص دنیوی شدن^{۱۱} وجود دارد. خصوصی شدن دین، فردی شدن دین، نسبی گرایی، این جهانی شدن دین، رهایی جامعه از قید دین (گروسکی و آلتیرنودو^{۱۲}، ۲۰۰۸). به طور قطع، سکولاریزم (دنیوی شدن) را باید به عنوان یک تغییر و تحول اجتماعی - فرهنگی، کلی دانست که به محدودیت "نقش نهادی و فرهنگی دین" منجر می‌شود. دین مقدار زیادی از قدرت اجتماعی خویش را از دست می‌دهد، هر چند که شامل کادر و چارچوبی است که کل جامعه را در برمی‌گیرد و در نهایت به نظام آن معنا می‌دهد (ویلیم^{۱۳}، ۱۳۷۷ ص. ۱۳۹).

آنچه در ایران به عنوان کاهش نفوذ دین یا عرفی شدن مطرح می‌شود، به معنای عقلانی شدن، تخصصی شدن، تمایزیابی ساختی - کارکردی، دیوان سالارانه شدن و خودمختاری خرده سیستم‌های جامعه از دین است (وریج کاظمی و فرجی، ۱۳۸۲).

چارچوب نظری: جهانی شدن و هویت

به نظر رابرتسون فرایند جهانی شدن در هم فشرده شدن جهان و تبدیل آن به مکانی واحد است. نمود فرهنگی جهانی شدن یا نحوه‌ی درک مردم از جهان چونان مکانی واحد محور کار وی را تشکیل می‌دهد (رابرتسون، ۱۳۸۲، ص. ۶۷). نیروهایی که فرایند جهانی شدن را به پیش می‌برند، در یک بستر فرهنگی و منطبق با فرایند عام‌گرایی به پیش می‌روند اما در عین حال به‌طور خاص بازاندیشانه و منطبق بر اراده‌گرایی شناسایی می‌شود.

تلاش رابرتسون آشتی دادن بین این دو مفهوم عام و خاص است. به نظر می‌رسد که مفهومی که می‌تواند بین این دو رابطه‌ای ایجاد کند، مفهوم "هویت" است. "وضعیت معاصر بازنمایی هویت اشاره به این دارد که در زمان حاضر هویت را باید در رابطه با دو وضعیت متفاوت مورد توجه قرار دهیم: نخست به عنوان واکنش فرهنگی به فرایندهایی که می‌توانند از حیث دامنه و اهمیت جهانی باشند، دوم در رابطه با واحدی که به عنوان نظام جهانی شناخته شده است" (رابرتسون، ۱۳۸۲، ص. ۲۰۹).

در اینجا دامنه و عمق آگاهی نسبت به جهان به عنوان یک محل واحد از اهمیت برخوردار است. وقتی که از جهانی شدن در اوضاع و شرایط کنونی صحبت به میان می‌آوریم، به میزان زیادی به مسایل مربوط به آگاهی نسبت به این امر نیز وقوف داریم و این نیز از جهتی به این دلیل است که آگاهی واجد فحوای بازاندیشی است (همان، ص. ۳۷۷). این مفهوم در ارتباط نزدیک با آرای گیدنز قرار دارد.

از منظر گیدنز، مدرنیته، پدیده‌ای به گونه ذاتی، جهانی است و این امر در برخی از بنیادی‌ترین ویژگی‌های نهادهای مدرن به ویژه از جا‌کنندگی و بازاندیشی نهادها، آشکار است (گیدنز، ۱۳۷۷، ص. ۷۶).

جهانی‌شدن در واقع به معنای در هم‌گره خوردن رویدادهای اجتماعی و روابط اجتماعی سرزمین‌های دوردست با تار و پود موضعی یا محلی جوامع دیگر است. در این فرایند، هیچکس قادر نیست از تحولات ناشی از گسترش تجدد، مصون بماند یا برخلاف آن‌گزینشی به عمل بیاورد (گیدنز، ۱۳۷۸، ص. ۴۲). ویژگی خاص

مدرنیته، پویایی، تأثیر جهان‌گستر و تغییر دادن رسوم سنتی است. تضاد با سنت، ذاتی مفهوم مدرنیته است (گیدنز، ۱۳۷۷، ص. ۴۴).

در سایه‌ی مدرنیته، در فرهنگ‌هایی که تحت تأثیر آن قرار گرفته‌اند، تصویب عملکرد به خاطر سنتی بودن دیگر کارآیی ندارد (همان، ص. ۴۶). تنها در پرتو دانشی که اعتبارش را از سنت نگرفته باشد، می‌توان سنت را توجیه کرد (همان، صص. ۴۶-۴۷).

مدرنیته سبب می‌شود که افراد هر چه بیشتر از قید انتخاب‌هایی که سنت به طور معمول در اختیار آن‌ها قرار می‌داده، رها شوند و بدین ترتیب فرد را رودروی تنوع غامضی از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و به دلیل آن که دارای کیفیتی غیر شالوده‌ای است، چندان کمکی به فرد ارائه نمی‌دهد تا وی را در گزینش‌هایی که باید به عمل آورد، یاری دهد (گیدنز، ۱۳۷۸، ص. ۱۱۹). در دنیای مدرن، منابع هم‌ارز دیگری برای تفسیر کنش در دسترس افراد قرار دارد و همین امر تنوع گزینه‌ها را زیاد کرده است (همان، ص. ۱۱۹).

به نظر گیدنز (۱۳۷۸، ص. ۱۲۰)، سبک زندگی و هویت اجتماعی انسان امروزی با انسان ماقبل مدرن تفاوت زیادی دارد و فرایند هویت‌یابی تابع خصوصیات تجدد شده است. اهمیت شیوه‌ی زندگی در شکل‌گیری هویت، با توضیح پدیده‌ی جهانی شدن، بیشتر نمودار می‌شود. پیشرفت در فن‌آوری‌های ارتباطی به عنوان مهم‌ترین منبع تجربه‌ی باواسطه در فرایند هویت‌یابی، تأثیری عظیم بر هویت شخصی و همچنین بر ساختارهای روابط اجتماعی به جای گذاشته‌اند. با توسعه‌ی وسایل ارتباط جمعی، به‌ویژه ارتباطات الکترونی، تداخل توسعه‌ی هویت شخصی و نظام‌های اجتماعی تا حد موازین و معیارهای عام و جهانی بیش از پیش محسوس شده است (گیدنز، ۱۳۷۸، ص. ۲۰). جهانی شدن فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی سبب شده است تا مردم در مناطق گوناگون از شیوه‌های زندگی، ارزش‌ها و هنجارهای رفتاری سایر مناطق جهان آگاه شوند. این امر می‌تواند به دگرگونی و یا تقویت شیوه‌های زندگی، ارزش‌ها و هنجارها بیانجامد (نرو - فرونفروم^{۱۴}، ۲۰۰۲). این فن‌آوری‌ها عامل اصلی ارائه‌ی فرهنگ جهانی و نسبیت فرهنگی هستند. همچنین آنها به یکی از ابعاد مدل گیدنز (۱۳۷۷، ص. ۹۰) در خصوص فرایند جهانی شدن، یعنی تقسیم کار بین المللی بر می‌گردد. این بُعد به توسعه‌ی صنعتی مرتبط است.

به نظر وی یکی از مهم‌ترین تأثیرهای صنعت‌گرایی، دگرگونی در فنآوری‌های ارتباطات بوده است (همان، ص. ۹۲).

فرایند جهانی شدن با استفاده از رسانه‌ها، به انحاء مختلف، ارزش‌ها و باورهای مختلف را در سراسر جهان می‌گستراند. گفتمان‌های کلان همچون سوسیالیسم و لیبرالیسم از جمله این باورها هستند که توانسته‌اند، به شکل جهان‌گستری نمود پیدا کنند. در سطح خرد تساوی‌گرایی نقش جنسیتی نمود این گفتمان‌ها می‌باشد. مطالعات انجام شده توسط هیوین^{۱۵} (۱۹۹۹) نشان دهنده آن است که ایدئولوژی‌هایی همچون سوسیالیسم و سرمایه‌داری بر نگرش‌های نقش جنسیتی و حقوق زنان در سطح خرد تأثیر می‌گذارند.

گیدنز (۱۳۸۲) بر این باور است که در میان تغییراتی که این روزها در جریان است، اهمیت هیچ کدام به اندازه‌ای اتفاقی نیست که در زندگی شخصی، روابط جنسیتی، حیات عاطفی، ازدواج و خانواده در حال وقوع است (گیدنز، ۱۳۸۲). حضور گسترده‌ی زنان شاغل در زندگی اجتماعی، تغییر و تنوع شکل‌های ازدواج در جوامع غربی، تنزل جایگاه ازدواج در شکل‌های سنتی آن، جایگزینی نقش‌های اکتسابی به جای نقش‌های محول برای زن (گیدنز، ۱۳۷۷، ص. ۹۰). این تغییرات در فضای فرهنگی و کاهش تأثیر ازدواج در فرایند هویت‌یابی فرد، از جمله پیامدهای تغییر نقش در عصر جهانی شدن است (گیدنز، ۱۳۸۲؛ گیدنز، ۱۳۷۹، ص. ۵۶ - ۵۵؛ میتتر^{۱۶}، ۲۰۰۴).

در این راستا، برخی کارکرد دوگانه‌ای برای جهانی‌شدن قائل هستند که از یک طرف باعث از بین رفتن هویت‌های بومی، محلی و قومی، ملی، و در نتیجه شکل‌گیری هویت‌های جهانی و مدرن و از طرف دیگر باعث برانگیخته شدن هویت طلبی گروه‌های قومی و ملی خواهد شد که می‌خواهند هنجارها و باورهای فرهنگی و هویت خود را از نابودی نجات دهند (گیدنز، ۱۳۷۹، ص. ۱۳؛ میر محمدی، ۱۳۸۱؛ آرلی^{۱۷}، ۲۰۱۲).

به باور گیدنز، مذهب یکی از منابع اقتدار سنتی است. در نتیجه تجربه، معنا و تفسیر زندگی براساس آن صورت می‌گیرد و به همین دلیل اکثر کنش‌های زندگی دارای دلایل دینی و مذهبی می‌باشند. اما در زمان حال، تجدد، مراجع زندگی بشری را متعدد کرده است. مراجعی که همه مدعی صلاحیت هستند و سنت که مهمترین

مرجع و ماخذی بوده که بشر به آن رجوع می‌کرده، اهمیت کلی خود را از دست داده و در عرض بقیه‌ی مراجع موجود در جهان مدرن واقع شده است. در واقع از لحاظ ساختاری منابع جهان مدرن، متعددتر از منابع سنتی هستند و در بعضی موارد با آنها تفاوت ماهوی دارند. اینک، اشکال گوناگون اقتدار سنتی فقط شکل‌هایی در میان دیگر اشکال اقتدار اجتماعی هستند. جهانی‌شدن، با ایجاد فرصت انتخاب‌های مختلف باعث می‌شود که نهادهای سنتی همچون دین در کنار نهادهای مدرن قرار گیرند.

دنیوی شدن به محو کامل دین نمی‌انجامد (گیدنز، ۱۳۷۷، ص. ۱۲۹-۱۳۰) اما بیشتر موقعیت‌های زندگی مدرن، با دین به صورت نفوذ حاکم بر زندگی روزانه، سازگاری ندارند. بخشی از این واقعیت به دانش بازاندیشانه سازمان داده شده و تحت تسلط مشاهده‌های تجربی و اندیشه‌ی منطقی بر می‌گردد (۱۳۷۷، ص. ۱۳۰). این دانش مبتنی بر فناوری مادی و اصول اجتماعی است. دین و سنت همیشه دارای پیوند نزدیک با یکدیگر بوده و بازاندیشی زندگی اجتماعی مدرن که مغایرت مستقیم با سنت دارد، سنت را بیشتر از دین تضعیف کرده است (۱۳۷۷، ص. ۱۳۰).

نتایج پژوهش‌ها نشان‌دهنده‌ی آن است که ایران در جهت تغییرات مختلف متأثر از فرایند جهانی شدن قرار گرفته است. در برخی از حوزه‌ها این فرایند، تأثیرات قاطع‌تری گذاشته و در برخی دیگر، مقاومت عناصر سنتی بیشتر بوده است. برای مثال به دلیل تعاملات اقتصادی ایران با خارج از مرزها، این تأثیرات برجسته بوده است (بهکیش، ۱۳۸۱). همچنین نتایج پژوهش‌های رسمی و غیر رسمی در خصوص فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی حکایت از گسترش و نفوذ شدید رسانه‌های نوین همچون تلفن همراه، ماهواره و اینترنت در ایران دارد (خواجه نوری، ۱۳۸۵). خبرگزاری مهر به نقل از مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت - متمان- بیان داشته است که "بالغ بر ۶۱,۰۶ درصد جمعیت کشور به اینترنت متصل می‌شوند؛ براین اساس با توجه به جمعیت ۷۵ میلیون و ۱۴۹ هزار و ۶۶۹ نفر در کشور، شمار کاربران اینترنت ۴۵ میلیون و ۸۸۴ هزار و ۱۴۴ نفر و تعداد مشترکان این پروتکل ارتباطی ۳۲ میلیون و ۸۳۸ هزار و ۶۱۹ نفر تا پایان سال ۹۱ اعلام شده است" (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۲).

در حوزه‌ی سیاست نیز، ورود ایران به بسیاری از قراردادهای بین‌المللی و تحت نظارت سازمان ملل متحد نشان دهنده‌ی تأثیر جهانی شدن سیاست در حوزه‌ی فعالیت‌های سیاسی در ایران است.

اما شواهد در حوزه‌ی فرهنگ و ارکان آن، نشان از ورود تدریجی همراه با مقاومت فرهنگ محلی در برابر ارزش‌ها و هنجارهای وارداتی و متأثر از غرب در ایران دارد. همچنانکه گفته شد، ذات مدرنیته در تضاد با سنت می‌باشد. تجربه‌ی تماس ایرانیان با ارزش‌های مدرن به دوران قاجار و انقلاب مشروطه بر می‌گردد. جدال بر سر سنت و مدرن، جدالی واقعی در ایران بوده است. به‌طور کلی نهادهای مختلف از جمله خانواده، حکومت، آموزش، اقتصاد، ... همگی تحت تأثیر فرایند جهانی شدن دگرگون شده‌اند. سازمان‌های درون این نهادها نیز دستخوش تغییر شده‌اند. برای مثال در سازمان‌های نوین همچون آموزش و پرورش، دولت، نظامی، ... این امر موجب تفکیک نهادی فضاهای سکولار همچون دولت، اقتصاد، علم از نهادها و هنجارهای مذهبی می‌شود.

ایرانیان به تدریج به این درک رسیده‌اند که در یک دنیای واحد به سر می‌برند و افزون بر آنها، کنشگران مختلفی در سطوح متفاوت بر زندگی آنها اثر می‌گذارند. شناخت فرهنگ‌های مختلف و نسبی بودن فرهنگ ایرانی که مرهون رسانه‌های جدید از جمله کانال‌های ماهواره‌ای، دسترسی به اینترنت و مسافرت به کشورهای دیگر می‌باشد، گروه‌های مختلف از جمله زنان را به اتخاذ شیوه‌های زندگی بازاندیشانه در حوزه‌ی مختلف رفتارهای فردی و اجتماعی وا می‌دارد. این رفتارها به تدریج تمامی عرصه‌ها را در بر می‌گیرد. برای مثال از تحصیل علم و باورهای مرتبط با آن تا نحوه‌ی لباس پوشیدن و خوراک خوردن، از رفتارهای سیاسی تا رفتارهای اقتصادی همگی درگیر رویکرد بازتابندگی می‌شوند. بر این اساس، گرایش‌های نوگرایانه در ابعاد زندگی مادی و معنوی در بخش‌های مختلف جامعه در حال شکل‌گیری و گسترش است. در چنین شرایطی ایرانیان با فرصت‌های فراوان برای گزینش شیوه‌های مختلف زندگی خود روبرو گردیده‌اند. این شیوه‌ها، موجب تغییر در هویت آنها شده است (خواجه نوری، ۱۳۸۵ الف و ب؛ گرگی، ۱۳۸۵؛ رحمت‌آبادی و آقابخشی، ۱۳۸۵). همچنین این شیوه‌های مختلف زندگی را می‌توان در رویکرد جوانان به علم‌اندوزی و به‌خصوص علوم جدید، استقبال از

خوراک‌های مختلف همچون فست‌فودها، انواع آرایش‌ها، پوشش‌ها، نحوه‌ی همسرگزینی، و بسیاری از پدیده‌های خُرد و کلان جامعه مشاهد نمود.

در این راستا یافته‌های عبدالهیان (۱۳۸۳) نیز نشان می‌دهد که جامعه ایران به سمت تغییر ارزش‌ها براساس تأثیر ترکیبی متغیرهای سن، جنس، تکاثر اطلاعات که از منابعی نظیر خانواده، گروه همسالان، نظام ارتباطی نوین و تجربه شخصی ناشی می‌شود، قدم بر می‌دارد. تساوی طلبی نقش جنسیتی به عنوان نمودی از فرایند جهانی‌شدن در چنین شرایطی مورد توجه قرار می‌گیرد (چیا و همکاران^{۱۸}، ۱۹۹۴؛ لویو^{۱۹}، ۱۹۹۸). براین‌اساس زنان در پی برابری نقش جنسیتی خود با مردان در حوزه‌های مختلف حیات اجتماعی بر می‌آیند. این حرکت از دوران مشروطه به بعد در ایران در پرتو مدرنیته یا تجددخواهی نمایان بوده است (زاهد و خواجه نوری، ۱۳۸۴). فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطی در دهه‌های اخیر، به این تقاضای زنان در جهان دامن زده است (سازمان ملل، ۲۰۰۰؛ اپریکا^{۲۰}، ۲۰۰۸؛ فریدمن^{۲۱}، ۲۰۰۵؛ اسکوبار-چاوز و همکاران^{۲۲}، ۲۰۰۸).

با توجه به این مباحث، برای مطالعه جهانی شدن فرهنگی می‌توان از شاخص‌های هویت‌های اجتماعی مدرن، نگرش‌های نقش جنسیتی تساوی‌گرایانه، رویکرد نوگرایانه در حوزه‌های مختلف زندگی روزمره، و آگاهی نسبت به جهانی شدن نام برد.

بر این اساس در مطالعه پیش رو، افزون بر شاخص‌های فرهنگی بالا، رابطه استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و همچنین رسانه‌های جمعی در نظر گرفته شده و فرضیه‌های تحقیق به شکل زیر تنظیم شده‌اند.

بین هویت‌های اجتماعی نوین و میزان دنیاگرایی رابطه وجود دارد.

بین نوگرایی و میزان دنیاگرایی رابطه وجود دارد.

بین استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و میزان دنیاگرایی رابطه وجود دارد.

بین استفاده از رسانه‌های جمعی پیشین و میزان دنیاگرایی رابطه وجود دارد.

بین آگاهی نسبت به جهانی شدن و میزان دنیاگرایی رابطه وجود دارد.

بین نگرش نقش جنسیتی تساوی‌گرایانه و میزان دنیاگرایی رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش مبتنی بر روش پیمایشی بوده است. از پرسشنامه به عنوان ابزار پژوهش استفاده شده است. جامعه‌ی آماری این پژوهش زنان بین سنین ۱۶ تا ۴۵ سال ساکن در شهرهای شیراز، تهران و استهبان بوده است. چنین گزینشی به این دلیل بود که زنانی مورد مطالعه قرار گیرند که حداقل کلاس سوم راهنمایی را گذرانده باشند. ساکنان تهران به عنوان پایتخت ایران، بیش از سایر شهرهای ایران، از دگرگونی‌های منطقه‌ای و جهانی تأثیر می‌پذیرند و برای این منظور در این مطالعه مورد توجه واقع شدند. همچنین شیراز به دلیل مرکز استان بودنش و مجاورت با کشورهای حاشیه‌ی خلیج فارس در پیشقراولی تغییر فرهنگی دارای اهمیت فراوان است. اما استهبان یکی از مراکز شهرستان‌های فارس است که به لحاظ پیشینه‌ی تاریخی خود، دارای بافت مذهبی و سنتی است و می‌تواند برای انجام مقایسه‌های علمی موردی مناسب باشد.

واحد نمونه‌گیری مورد استفاده خانواده است. هر خانواده که دارای یک زن در سنین یاد شده بوده و آن زن دستکم کلاس سوم راهنمایی را به پایان رسانده بود، به صورت بالقوه به عنوان واحد تحلیل یعنی زنان ۱۶ تا ۴۵ سال بوده است. چارچوب نمونه‌گیری تحقیق، محدوده‌ی مصوب شهرهای مورد مطالعه بود. شیوه‌ی نمونه‌گیری، تصادفی چند مرحله‌ای بود. بدین معنی که از بین مناطق سرشماری هر شهر، شماری منطقه به‌گونه‌ی تصادفی برگزیده و سپس درون هر منطقه به نسبت وجود خانواده‌ها، بلوک‌های کوچک‌تر به عنوان یک خوشه در نظر گرفته شدند. خانوارهای درون خوشه‌ها مورد تحلیل واقع شدند و در صورت وجود یک زن با ویژگی‌های بالا در خانواده با او مصاحبه شد.

برای محاسبه‌ی حجم نمونه پژوهش از روش نمونه‌گیری لین استفاده شد (لین، ۱۹۸۷، صص. ۴۴۷ - ۴۴۶). نمونه‌ی گزینشی برای شیراز با ضریب پایایی ± 4 ، ضریب اطمینان ۹۵ درصد و واریانس جمعیت ۵۰-۵۰ درصد (فرض بالاترین حد واریانس در جمعیت) برابر با ۳۸۸ نفر بود. در تهران با ضریب پایایی ± 3 ، ضریب اطمینان ۹۵ درصد و واریانس جمعیت ۵۰ - ۵۰ درصد شمار نمونه گزینشی برابر با ۶۵۳ نفر بود. در استهبان، با ضریب

پایایی ± 5 ، ضریب اطمینان ۹۵ درصد و واریانس جمعیت ۵۰-۵۰ درصد، برابر با ۲۳۷ بود. علت تفاوت ضریب پایایی در میان سه شهر ناهمگونی متفاوت در درون هر شهر بوده است. در این پژوهش، متغیرها به شرح زیر انتخاب و مطالعه شده‌اند.

دنیا گرایی: متغیر وابسته پژوهش میزان دنیا گرایی است. برای سنجش میزان دنیا گرایی می‌توان از کاهش وابستگی‌های مذهبی، باورهای فرجام شناسی، شمار بارهای رفتن به مکان‌های مذهبی همچون مسجد، کلیسا و اینکه چگونه ایده‌ها و رفتار را جهت می‌دهند، استفاده کرد. جگوزینسکی و دوبلائر^{۲۳} در مطالعات خود رشد بی باوری شمار افراد کلیسا نرو را به عنوان شاخص‌های دنیاگرایی در نظر گرفته‌اند (ووی^{۲۴}، ۱۹۹۹). چارلز برای دینداری پنج بعد متمایز را مشخص می‌نماید: (۱) بعد تجربی دین؛ (۲) بعد ایدئولوژیک دین؛ (۳) بعد مناسکی؛ (۴) بعد عقلانی؛ (۵) بعد پیامدی یا استنتاجی (ویلیم، ۱۳۷۷، ص. ۸۱). در این پژوهش، چهار بعد اول (باورهای دینی، تجربه‌ی دینی و مناسک دینی و بعد پیامدی با استنتاجی) مورد سنجش قرار گرفتند. هر چهار بعد با هم ادغام شدند. کسانی که باورهای دینی، ادراک دینی، تجربه‌ی دینی و یا رفتارهای دینی کمتری داشتند نمره‌ی بالاتری گرفته‌اند. به این معنی که کسانی که میزان دینداری کمتری دارند؛ سکولارترند. اما متغیرهای مستقل به قرار زیر هستند:

هویت اجتماعی: در این تحقیق هویت مبتنی بر نظریه‌ی گیدنز می‌باشد. هویت در واقع آگاهی به خود واقعی فرد است. افراد در زندگی روزمره خویش سعی دارند که در تعامل با دیگران بین تصویر خود و تصویر عمومی تلفیق ایجاد کند (گیدنز، ۱۳۸۷، ص. ۸۲). برای این منظور، هویت اجتماعی کلی از جنسی، قومی، ملی و گروهی تنظیم و بر اساس طیف لیکرت توسط گویه‌های متعدد سنجیده شده است. کسانی که هویت ملی، گروهی، قومی و جنسیتی ضعیف تری داشته‌اند، دارای نمره‌ی بالاتر و لذا دارای هویت اجتماعی نوین بوده‌اند. در اینجا متغیر به‌دست آمده در سطح فاصله‌ای بود.

نوگرایی: گرایش‌های به ارزش‌ها و پدیده‌های جدید و به‌خصوص کسانی که از دنیای غرب از طرق مختلف به ایران وارد می‌شوند، متغیر نوگرایی را شامل می‌شود. در این تحقیق نگرش به مسائل مختلف همچون موسیقی جدید و به خصوص جوان‌پسند، علوم جدید، تقدیرگرایی، استفاده از وسایل ارتباطی همچون ماهواره، نوع پوشش، نوع آرایش، نوع خوراک‌ها، ازدواج و مراسم آن و ... مورد مطالعه قرار گرفته است. کسانی که در مواجهه با این موضوعات، گرایش‌های جدید داشته‌اند دارای نمره‌ی بالاتر و در نتیجه مدرن‌تر شده‌اند. در اینجا متغیر به-دست آمده در سطح فاصله‌ای بود.

فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی: به اعتقاد گیدنز (۱۳۸۷، ص. ۴۵-۴۶) تجدد از رسانه‌های "خاص خود" تفکیک‌ناپذیر می‌باشد. و توسعه و گسترش نهادهای عصر جدید نیز مستقیماً وابسته به این رسانه‌های ارتباطی است. استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی همچون استفاده از ماهواره‌ها و برنامه‌های آنها، فضای اینترنت و امکانات آنها مانند چت، فیس‌بوک، .. می‌توانند به عنوان شاخص‌های فرایند جهانی شدن در بُعد اطلاعاتی و ارتباطی مورد مطالعه قرار گیرند.

در این تحقیق میزان استفاده از رایانه، اینترنت و مشتقات آن همچون چت، پست الکترونیکی، موبایل و مشتقات آن همچون پیامک و در نهایت ماهواره مورد سنجش قرار گرفتند. برای سنجش این متغیر ترکیبی، از شماری پرسش‌هایی که میزان ساعت‌های استفاده از آنها را می‌سنجد، استفاده شد. در اینجا متغیر به‌دست آمده در سطح فاصله‌ای بود.

رسانه‌های جمعی پیشین: منظور از رسانه‌های جمعی، رسانه‌هایی هستند که پیش از پیدایش فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات به وجود آمده‌اند. برای مثال می‌توان در این گروه رادیو و تلویزیون داخلی را نام برد. همچنین با توجه به آزمون پایایی، استفاده از ویدئو نیز بیشتر با این وسایل همخوانی داشت و بنابراین با این وسایل یک‌جا جمع شد و متغیر رسانه‌های جمعی را ساخت.

مسافرت به خارج: با توجه به این که تقسیم کار بین المللی و توسعه‌ی صنعتی براساس آن، یکی از ابعاد جهانی شدن است، استفاده از صنایع ارتباطی همچون هواپیماها، کشتی‌ها و مسافرت با آنها به خصوص در خارج از کشور می‌تواند به عنوان یکی از شاخص‌های فرایند جهانی شدن تلقی شود. بر این اساس از پاسخ‌گویان سوال شد که چند بار به خارج از کشور مسافرت کرده‌اند. پاسخ‌های دریافت شده، در سطح سنجش فاصله‌ای مورد استفاده قرار گرفت.

نگرش نقش جنسیتی: نقش جنسیتی مجموعه‌ی یکپارچه‌ای از ارزش‌ها یا نظریه‌ها در مورد زن و مرد است که اعضای جامعه درست، طبیعی و مناسب می‌پندارند (رابسون^{۲۵}، ۲۰۰۰). برای سنجش این متغیر، تعدادی گویه که نقش زنان را در خانواده و جامعه در ابعاد مختلف سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مطرح کرده‌اند به پاسخگویان ارائه شد. جمع این متغیرها پس از به دست آوردن ضریب پایایی آنها، متغیری در سطح سنجش فاصله‌ای به دست داد.

آگاهی نسبت به جهانی شدن: این متغیر از جمع نمودن تعدادی گویه در خصوص آگاهی از روابط بین کشورها و ساکنین جوامع مختلف، ارزش‌های جهانی و سرنوشت انسان‌ها در یک جهان یکپارچه به دست آمده است. این متغیر در سطح مقیاس فاصله‌ای مورد استفاده قرار گرفت (جدول شماره ۱).

جدول ۱. ضریب آلفای متغیرهای مورد استفاده در تحقیق

متغیر	تعداد گویه	ضریب پایایی
بُعد تجربی دین	۵	۰/۷۷
بُعد ایدئولوژیک دین	۵	۰/۹۲
بُعد مناسکی	۷	۰/۸۴
بُعد پیامدی یا استنتاجی	۵	۰/۷۵
هویت جنسی	۱۵	۰/۷۸
هویت قومی	۱۰	۰/۷۲
هویت ملی	۱۱	۰/۷۶
هویت گروهی	۹	۰/۷۳
هویت اجتماعی	۴۶	۰/۸۰
فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی	۹	۰/۸۶
رسانه‌های جمعی	۷	۰/۵۰
نقش جنسیتی	۱۵	۰/۷۵
آگاهی نسبت به جهانی شدن	۱۲	۰/۷۱
نوگرایی	۲۵	۰/۶۱

یافته‌های تحقیق

میانگین‌های به دست آمده از وضعیت دینداری پاسخگویان بر حسب محل سکونت حاکی از آن هستند که میزان دنیاگرایی زنان تهرانی بیش از سایر زنان مورد مطالعه بوده است (جدول شماره ۲). در مرحله‌ی بعد زنان ساکن شیراز قرار دارند که میزان دنیاگرایی‌شان بیش از زنان استهباناتی است. آماره‌های جدول، مقدار F

($F=25/80$) و سطح معنی داری آن ($Sig = 0/000$) است که این تفاوت‌ها را در سطح بیش از ۹۹ درصد اطمینان تأیید می‌کنند.

جدول ۲. آزمون تفاوت میانگین دنیاگرایی پاسخگویان بر حسب محل سکونت

محل سکونت	تعداد موردها	میانگین	انحراف استاندارد	مقدار F	سطح معنی داری
شیراز	۶۶۰	۵۳/۵۳	۱۴/۸۷	۲۵/۸۰	۰/۰۰۰
تهران	۱۰۱۵	۵۶/۴۳	۱۷/۱۷		
استهبان	۳۳۲	۴۹/۴۷	۱۲/۸۰		

نتایج پژوهش در مورد وضعیت دنیاگرایی پاسخگویان بر حسب وضعیت تاهل (جدول شماره ۳) نشان می‌دهد که افراد مجرد دنیاگراتر از افراد متاهل هستند. مقدار T، ($T=6/55$) در سطح بیش از ۹۹ درصد ($Sig = 0/000$) این تفاوت را تأیید می‌کند.

جدول ۳. آزمون تفاوت میانگین میزان دنیاگرایی پاسخگویان بر حسب وضعیت تاهل

وضعیت تاهل	تعداد موردها	میانگین	انحراف استاندارد	مقدار T	سطح معنی داری
مجرد	۸۴۵	۵۷/۰۴	۱۶/۱۳	۶/۵۵	۰/۰۰۰
متاهل	۱۱۴۹	۵۲/۳۵	۱۵/۵۶		

پژوهش نشان می‌دهد که میانگین دنیاگرایی افرادی که به خارج از کشور مسافرت کرده‌اند نسبت به کسانی که به خارج از کشور مسافرت نکرده‌اند بیشتر می‌باشد (جدول شماره ۴). مقدار T ، $(T = -1/98)$ در سطح بیش از ۹۵ درصد ($\text{sig} = 0/048$) جدول حاکی از معنی‌دار بودن این تفاوت می‌باشد.

جدول ۴. آزمون تفاوت میانگین میزان دنیاگرایی پاسخگویان بر حسب مسافرت به خارج از کشور

سطح معنی‌داری	مقدار T	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد موردها	مسافرت به خارج
0/048	-1/98	17/38	55/52	450	مسافرت به خارج
		15/34	53/84	1522	عدم مسافرت به خارج

تحلیل رابطه‌ی بین برخی از متغیرهای مستقل با متغیر دنیاگرایی زنان مورد مطالعه نشان می‌دهد (جدول شماره ۵) که بیشترین همبستگی بین متغیر هویت اجتماعی نوین با متغیر وابسته بوده است. یعنی هر چه زنان هویت اجتماعی‌شان به طرف نوین شدن تغییر می‌کند، دنیاگرتر می‌شوند. همچنین متغیر نوگرایی نیز دارای همبستگی در سطح متوسط و مثبت بوده است. به بیان دیگر هر چه زنان نوگرتر می‌شوند، بیشتر گرایش به دنیاگرایی پیدا می‌کنند. همچنانکه ملاحظه می‌شود رسانه‌های جمعی پیشین رابطه‌ی منفی با متغیر دنیاگرایی داشته‌اند. البته این رابطه در سطح ۹۵ درصد اطمینان تأیید نمی‌شود.

جدول ۵. همبستگی بین برخی از متغیرهای مستقل با میزان دنیاگرایی زنان

متغیر	میزان دنیاگرایی	متغیر	میزان دنیاگرایی
استفاده از فناوری های نوین	۰/۲۰۱**	وسایل ارتباط جمعی پیشین	-۰/۰۳۳
نگرش های نقش جنسیتی تساوی گرایانه	۰/۲۳۷**	آگاهی نسبت به جهانی شدن	۰/۲۰۲**
هویت اجتماعی نوین	۰/۵۶۷**	نوگرایی	۰/۴۸۶**

** $p < 0.01$; * $p < 0.05$

نتایج مدل های رگرسیونی (جداول ۶ و ۷) نشان می دهد که در کل ۳۳ درصد از تغییرات رفتار دنیاگرایان زنان با سه متغیر هویت های اجتماعی نوین، نوگرایی و نقش جنسیتی تبیین می شود. در شهرهای مورد مطالعه، اولین متغیری که بیشترین توان تبیین کنندگی را داشته، هویت اجتماعی مدرن است. زنانی که هویت های اجتماعی شان به سمت مدرن تر شدن سوق پیدا کرده، بیشتر تمایل به رفتارهای دنیاگرایانه دارند. متغیر نوگرایی در حوزه های مختلف رفتارهای اجتماعی در کل آزمودنی ها و شهرهای تهران و استهبان قدرت تبیین کنندگی زیادی داشته اما نقش جنسیتی تساوی گرایانه تنها در کل مجموعه ی آزمودنی ها و شهر شیراز تاثیر داشته است.

جدول ۶. آماره های مدل های رگرسیونی برای تبیین واریانس میزان دنیاگرایی زنان

نام متغیر	کل	تهران	شیراز	استهبان
مقدار R	۰/۵۷۴	۰/۶۱۷	۰/۴۹۳	۰/۴۸۶
مقدار R ^۲	۰/۳۲۹	۰/۳۸۰	۰/۲۴۳	۰/۲۳۶
مقدار R ^۲ تعدیل شده	۰/۳۲۸	۰/۳۷۸	۰/۲۴۰	۰/۲۳۱
مقدار F	۲۴۷/۶۶	۱۴۴/۱۳	۸۲/۵۰	۴۴/۹۶
سطح معنی دار F	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

جدول ۷. متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون برای تبیین واریانس میزان دنیاگرایی زنان

نام متغیرها در مرحله آخر به ترتیب ورود	Beta	T	Sig T	
کل	هویت اجتماعی مدرن	۰/۴۱۷	۱۴/۲۶	۰/۰۰۰
	نوگرایی	۰/۱۶۱	۵/۲۲	۰/۰۰۰
	نقش جنسیتی تساوی گرایانه	۰/۰۸۴	۳/۶۵	۰/۰۰۰
تهران	هویت اجتماعی مدرن	۰/۴۲۹	۱۰/۷۹	۰/۰۰۰
	نوگرایی	۰/۱۹۹	۴/۷	۰/۰۰۰
	نقش جنسیتی تساوی گرایانه	۰/۰۸۲	۲/۴۷	۰/۰۱۴
شیراز	هویت اجتماعی مدرن	۰/۴۶۷	۱۱/۹۵	۰/۰۰۰
	نقش جنسیتی تساوی گرایانه	۰/۰۹۲	۲/۳۶	۰/۰۱۹
استهبان	هویت اجتماعی مدرن	۰/۲۹۷	۴/۳۲	۰/۰۰۰
	نوگرایی	۰/۲۳۵	۳/۴۲	۰/۰۰۱

نتیجه‌گیری

این مقاله به تحلیل رابطه‌ی بین فرایند جهانی شدن و تاثیر آن بر میزان کاهش دینداری و افزایش دنیا‌گرایی در سه شهر ایران با بافت مذهبی و جمعیت متفاوت پرداخت. ارتباطات جهانی از طریق فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات امکان توسعه‌ی تنوع فرهنگی و مواجهه افراد جامعه با فرهنگ‌های متنوع و در عین حال متضاد را فراهم آورده است. فراملی شدن فرهنگی موجب تشویش در الگوها، ایده‌آل‌ها، انتظارات در زندگی روزمره، خانواده، محیط کار، دانشگاه، هویت فردی و اجتماعی شده است. در جامعه‌ی ایران بنا به بافت و ساختار مذهبی، دین و اعتقادات در اساس هویت افراد و همچنین مهم‌ترین نهادی - که همان خانواده است - ریشه دارد. اعتقادات و باور دینی، شاکله‌ی هویت افراد به خصوص زنان که بنیان خانواده هستند، را شکل می‌دهد. جهانی شدن به وسیله فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات باعث تغییر نگرش جنسیتی و هویت زنان می‌شود (مقدس و خواجه نوری، ۱۳۸۴، میلر و شرام^{۲۶}، رولینز^{۲۷}، ۲۰۱۰).

جهانی شدن دارای ابعاد مختلف از جمله فرهنگی می باشد (خواجه نوری، ۱۳۸۵ الف). مشخصه‌ی اصلی جهانی شدن، گسترش ارزش‌ها، استانداردها و گفتمان جهانی است. در عصر مدرن، آمیزش‌های جهان وطنی سبب شده تا نسل‌های جوان‌تر امروزی در مقایسه با اسلاف خود نسبت به نفوذهای بین‌المللی و چند قومی دیدگاه بازتری از خود بروز می‌دهند. در فرایند جهانی‌شدن، برخی مفاهیم فرهنگی به مفاهیمی جهان شمول و عام تبدیل شده و از مرزهای یک کشور و یا یک تمدن به سایر ملل و تمدن‌ها راه یافته و عمومیت یافته است. مفاهیمی همچون حقوق بشر، حقوق زنان و حقوق کودکان از این دست می‌باشند (راب و همکاران^{۲۸}، ۲۰۰۸). همچنین دستیابی به اطلاعات از طریق فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نوین و تحصیلات، آگاهی زنان را افزایش می‌دهد. افزون بر این، ماهیت غیر متمرکز، در هم کنشی و غیر سلسله‌مراتبی این فناوری‌ها فضای بی‌همتایی برای زنان در راستای توسعه‌ی دیدگاه‌ها، ایده‌ها و منافع ارائه می‌دهد (هافکین و تاگارت^{۲۹}، ۲۰۰۱؛ هافکین، ۲۰۰۲؛ هافکین و هویر^{۳۰}، ۲۰۰۷).

هویت‌های اجتماعی مدرن یکی از متغیرهایی است که در سایه‌ی فرایند جهانی شدن شکل می‌گیرد (خواجه نوری، ۱۳۸۵ الف). این متغیر که متشکل از سایر هویت‌ها همچون هویت‌های جنسیتی، ملی، گروهی و ... می‌باشد، با تغییر به سمت جهان‌گرایی و به اشکالی از غربی شدن، موجب کاهش تعلقات مذهبی در افراد می‌شود. در این مطالعه نشان داده شد که بین این متغیر و دنیاگرایی رابطه مثبت و قوی وجود دارد. همچنین نتیجه این مطالعه با مطالعه دیگری که به تحلیل رابطه‌ی سبک زندگی به عنوان شاخصی از جهانی شدن و هویت دینی پرداخته است، همخوانی دارد (خواجه نوری و ریاحی و مساوات، ۱۳۹۱). آن مطالعه نیز نشان داده که سبک‌های زندگی مدرن با میزان دینداری جوانان رابطه‌ی منفی و قوی داشته است.

مطالعه حاضر نشان داد که گرایش‌های نوگرایانه در حوزه‌های مختلف زندگی به‌عنوان یکی از شاخص‌های جهانی شدن تأثیر زیادی بر دنیاگرایی زنان داشته است. پژوهشگران داخلی کمتر به مطالعه این موضوع پرداخته‌اند (خواجه نوری، ۱۳۸۸ و ۱۳۸۶). نتیجه‌ی حاضر با مطالعه‌ی تنهایی و شکرپیگی (تنهایی و شکرپیگی، ۱۳۸۷) همسو می‌باشد.

منابع

منابع فارسی

- اینگله‌هارت، ر. (۱۳۸۵). جهانی شدن و ارزش‌های پسامدرن (ح. حیدری، مترجم). راهبرد یاس، ۶، ۳۰۹-۳۲۶.
- بهکیش، م.م. (۱۳۸۱). *اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن*، تهران: نشر نی.
- تنهایی، ا.ح. و شکر بیگی، ع. (۱۳۸۷). جهانی شدن، تجددگرایی و خانواده در ایران (گذار یا فروپاشی). *جامعه‌شناسی*، ۱۱، ۳۳-۵۶.
- حاجی محمدی، ک. (۱۳۸۵). تحقیق مردم‌شناختی مناسک مذهبی در فرایند جهانی شدن، مطالعه موردی مناسک قالی‌شویان مشهد اردهال، *شیعه‌شناسی*، ۱۳، ۹-۷۱.
- خبرگزاری مهر (۱۳۹۲). جدیدترین آمار از ضریب نفوذ اینترنت در ایران / معرفی ۵ استان دارای بالاترین کاربر، *کد خبر: ۲۰۹۳۲۶۵*، تاریخ مخابره: ۱۳۹۲/۴/۱۸ - ۱۲:۰۲.
- خواجه نوری، ب، ریاحی، ز. و مساوات، ا. (۱۳۹۱). رابطه سبک زندگی میزان دینداری جوانان، *مورد مطالعه جوانان شهر شیراز. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی شوشتر*، ۲۰، ۱۰۳-۱۳۰.
- خواجه نوری، ب، روحانی، ع. و هاشمی، س. (۱۳۸۹). سبک زندگی و هویت ملی (مورد مطالعه: دانش آموزان دبیرستان های شهر شیراز. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۴۴(۴)، ۱-۳۵.
- خواجه نوری، ب. (۱۳۸۸). رابطه بین تصور از بدن و فرآیند جهانی شدن، مطالعه موردی: زنان شهرهای تهران، *شیراز و استهبان. جامعه‌شناسی کاربردی اصفهان*، ۳۳(۱)، ۱-۲۴.
- خواجه نوری، ب. (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی زنان در ایران، مطالعه‌ی موردی شهرهای تهران، *شیراز و استهبان. مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، سال چهارم، شماره ۲، ۴۵-۷۱.
- خواجه نوری، ب. (۱۳۸۵الف). بررسی رابطه ی مؤلفه های جهانی شدن و مشارکت اجتماعی زنان، مطالعه‌ی موردی: تهران، شیراز و استهبان. رساله‌ی دکتری دانشگاه شیراز.

خواجه نوری، ب. (۱۳۸۵). بررسی تأثیر فرآیند جهانی شدن بر تقسیم کار خانگی، مورد مطالعه: زنان متأهل در شهرهای تهران، شیراز و استهبان، (۱۳۸۵). *دانشگاه فردوسی مشهد*، سال سوم، شماره ۲، پاییز و زمستان، ۱-۳.

رابرتسون، ر. (۱۳۸۲). *جهانی شدن*. (ک. پولادی، مترجم). تهران: نشر ثالث.
رحمت‌آبادی، ا. و آقابخشی، ح. (۱۳۸۵). سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، ۵(۲۰). ۲۳۵-۲۵۳.

زاهد، س. و خواجه نوری، ب. (۱۳۸۴). *جنبش زنان در ایران*. شیراز: نشر سلیمان.
عباسی قادری، م. (۱۳۸۶). *بررسی استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران*، برگرفته از <http://www.rasaneh.org>

عبدالهیان، ح. (۱۳۸۳). نسل‌ها و نگرش‌های جنسیتی: سنجش آگاهی از تعارض در نگرش‌های جنسیتی. *پژوهش زنان*، ۲(۳)، ۵۷-۸۴.

گرگی، ع. (۱۳۸۵). *اینترنت و هویت*. *فصلنامه‌ی مطالعات ملی*، ۷(۱)، ۵۳-۶۹.
گیدنز، آ. (۱۳۸۷). *تجدد و تشخص*. (ن. موفتیان، مترجم). تهران: نشرنی. چاپ اول.
گیدنز، آ. (۱۳۸۲). چشم انداز خانواده. (م. جلایی پور، مترجم). *آفتاب*، ۳(۲۹)، ۵۴-۵۷.
گیدنز، آ. (۱۳۷۹). *جهان رها شده*. (ع. سعیدی، مترجم). تهران: نشر توسعه.
گیدنز، آ. (۱۳۷۷). *جامعه شناسی*. (م. صبوری، مترجم). تهران: نشرنی. چاپ سوم.
وریج کاظمی، ع. و فرجی، م. (۱۳۸۲). *عرفی شدن و زندگی روزمره*. *نامه علوم اجتماعی*، ۲۱، ۲۴۳-۲۶۹.
ویلم، ژان. پل. (۱۳۷۷). *جامعه شناسی ادیان*. (ع. گواهی، مترجم). تهران: تبیان.
میر محمدی، د. (۱۳۸۱). *جهانی شدن؛ ابعاد و رویکردها*. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۳(۱۱)، ۵۹-۸۴.
مقدس، ع. و خواجه نوری، ا. (۱۳۸۴). *جهانی شدن و تغییر هویت اجتماعی زنان*. *مطالعات زنان*، ۳(۷)، ۵-۳۲.

منابع

منابع لاتین

- Armfield, G. & Holbert, R. (2003). The Relationship Between Religiosity and Internet use. *Journal of Media and Religious*, 2(3),129-144.
- Ariely, G. (2012) .Globalization, immigration and national identity: How the level of globalization affects the relations between nationalism, constructive patriotism and attitudes toward immigrants?. *Group Processes Intergroup Relations*, 15(4), 539-557.
- Browning, L & Sørnes, J, O.(2008) The challenge of doing corporatized research : Anethnography of ICT use. *Qualitative Inquiry*, 14(7), 1223- 1244.
- Chia, R. C., Moore, J. L., Lam, K. N. , Chung, C. J., & Cheng, B. S. (1994). Cultural differences in gender role attitudes between Chines and American students. *Sex Roles*, 31, 23-30.
- Escobar-Chaves, S.L., Tortolero, S.R., Markham, C.M., Low, B.J., Eitel, P. & Thickstun, P. (2005). Impact of media on adolescent sexual attitudes and behaviors. *Pediatrics*, 116(1) 303- 326.
- Friedman, E. (2005). The Reality of Virtual Reality: The Internet and Gender Equality Advocacy in Latin America, *Latin American Politics & Society* – 47(3) 1-34.
- Gorski,P. & Altinordu, A. (2008). After Secularization. *Annu. Rev. Social*, 34, 55-85.
- Hafkin, N. and Huyer, S. (2007). Women and gender in ICT statistics and indicators for development. *The MIT Press*, 4(2): 25–41.
- Hafkin, N. (2002). Gender issues in ICT policy in developing countries: An overview. Paper presented at the UN Division for the Advancement of Women

Expert Group meeting on information and communication technologies and their impact on and use as an instrument for the advancement and empowerment of women, Seoul, Republic of Korea. Retrieved from <http://www.un.org>

Heaven, P. C. L. (1999). Attitudes towards women's rights: Relationships with the social dominance orientation and political group identities. *Sex roles*, 41(7/8), 605-615.

Kien, G. (2004). Culture, state, globalization: the articulation of global capitalism. *Cultural Studies <=> Critical Methodologies*, 4(4), 472-500.

Leidner, D. E. (2010). Globalization, culture, and information: Towards global knowledge transparency. *Journal of Strategic Information Systems*, 19, 69-77.

Lin, N. (1978). Foundations of social research, New York: McGraw Hill.

Loo, R. (1998). Attitudes towards women's roles in society: A replication after 20 years. *Sex Roles*, 39(11/12), 903-912.

Mitter, S. (2004). Globalization, ICTs, and economic empowerment: a feminist critique. *Gender Technology and Development*, 8(1), 5-29.

Miller, B. P. & Shrum, W. (2011). Gender digital divide in the research sectors of Ghana, Kenya, and Kerala: are women more connected over time?, *Gender Technology and Development*, 15(1), 25-52.

Nwagwu, W, E. (2006). Integrating ICTs into the globalization of the poor developing countries. *Information Development*, 22(3), 167-179.

Navarra, D. & Cornford, T. (2009). Globalization, networks, and governance: Researching global ICT programs. *Government Information Quarterly*, 26, 35-41.

NRO-frauenforum (2002). *Social, economic and environmental sustainability from a gender perspective*. 14 Issues to tackle. Retrieved from <http://www.Genderandtrade.net>.

- Oprica, V. (2008). Gender Equality and Conflicting Attitudes toward Women in Post-Communist Romania. *Human Rights Rev*, 9:29–40.
- Rollins, J. (2012). Cape verdean women and globalization: the politics of gender, culture, and resistance. *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*, 41(1), 71-113.
- Robson, E. (2000). Wife seduction and the spatial praxis of gender ideology in Nigerian husband. *Gender, Place and Culture*, 7, 179-199.
- UNITED NATIONS, Division for the Advancement of Women Department of Economic and Social Affairs (2000). *Gender equality and empowerment of women through ICT*. Retrieved from <http://www.un.org>.
- Voye, L. (1999). Secularization in a context of advanced modernity. *Sociology of Religion*, 60(3), 275-289.
- West, D. & Heath, D. (2011). Theoretical pathways to the future: Globalization, ICT and social work theory and practice. *Journal of Social Work*, 11(2), 209-221.

پی نوشت‌ها

-
- ¹ Holmes
 - ² Hughes
 - ³ Julian
 - ⁴ West & Heath
 - ⁵ Giddens
 - ⁶ Castells
 - ⁷ Navarra & Cornford
 - ⁸ Ict
 - ⁹Space of Places
 - ¹⁰Space of Flow
 - ¹¹ Secularism
 - ¹² Grosky & Altinordo
 - ¹³ Willem
 - ¹⁴ Nro- frauenforum.
 - ¹⁵ Heaven.
 - ¹⁶ Mitter
 - ¹⁷ Ariely
 - ¹⁸ Chia et al.
 - ¹⁹ Loo.
 - ²⁰ Oprica.
 - ²¹ Friedman.
 - ²² Escobar-Chaves, et al
 - ²³ Jagodzinski & Dobbelaere.
 - ²⁴ Voyer
 - ²⁵ Robson

²⁶ Miller & Shrum

²⁷ Rollins

²⁸ Raab et al.

²⁹ Hafkin & Targgart.

³⁰ Huyer.