





دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی

پایان نامه برای دریافت دکتری (P.hd)

گرایش: بررسی مسائل اجتماعی

عنوان:

جهانی شدن فرهنگی و تاثیرات آن بر ارزش‌های زناشویی و روابط خانوادگی

استاد راهنما:

دکتر سعید معدنی

استاد مشاور:

دکتر باقر ساروخانی

دکتر نعمت‌اله فاضلی

پژوهشگر:

مرتضی قلیچ

زمستان ۱۳۹۱

صد کتاب ار هست جز یک باب نیست

صد همت را قصد جز مخراب نیست

این طرق را مخلصش یک خانه است

این هزاران سنبل از یک دانه است

«مولوی»

تعهد نامه اصالت پایان نامه دکتری

اینجانب مرتضی قلیچ دانش آموخته مقطع دکتری به شماره دانشجویی ۸۶۰۸۰۳۲۹۵ در رشته جامعه شناسی که در تاریخ ۱۳۹۱/۱۰/۱۷ از پایان نامه خود تحت عنوان : جهانی شدن فرهنگی و تاثیرات آن بر ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی با کسب نمره ۱۹/۵ و درجه عالی دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم :

- ۱- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه ، کتاب ، مقاله و ...) استفاده نموده ام ، مطابق ضوابط و رویه های موجود ، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.
- ۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح ، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است .
- ۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل ، قصد استفاده و هرگونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب ، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم ، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم .
- ۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود ، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت .

نام و نام خانوادگی : مرتضی قلیچ

تاریخ و امضاء :

بسمه تعالی

در تاریخ: ۱۳۹۱/۱۰/۱۷

دانشجوی دکتری آقای مرتضی قلیچ از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۹/۵۰
بحروف نوزده و نیم و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

تقدیم بہ پدرم و مادر عزیزم

تشکر و قدردانی

شایسته است از همه دوستان و اساتید ارجمندی که من را در تکمیل این رساله یاری نمودند قدردانی نمایم. جناب دکتر سعید معدنی به عنوان استاد راهنما همواره راهنمایی‌های بی دریغی ارزانی داشتند. جناب دکتر باقر ساروخانی با روحیه شاگرد پروری بی نظیرش بیش از یک دهه زحمت هدایت اینجانب را بر عهده داشتند و همچنین دکتر نعمت اله فاضلی نیز راهنمایی‌ها و مشورت‌های بی‌متی در حق اینجانب روا داشتند. دوستان دیگری مثل محسن نوری، دکتر محمد علی رمضانی، دکتر حبیب صبوری، دکتر محمدرضا سعیدی، توحید نوبخت، حسن صالحی فر و خانم لیلا دریانی به طرق مختلفی یاری رسان من بوده‌اند که از این عزیزان نیز تشکر می‌نمایم.

بسمه تعالی

دانشکده علوم اجتماعی و روان شناسی

(این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است)

نام واحد دانشگاهی : تهران مرکزی	کد واحد: ۱۰۱	کد شناسایی پایان نامه : ۱۰۱۲۰۵۰۵۸۹۲۰۳۹
عنوان پایان نامه : جهانی شدن فرهنگی و تأثیرات آن بر ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی		
نام و نام خانوادگی دانشجو : مرتضی قلیچ	تاریخ شروع پایان نامه : ۱۳۸۹/۷/۴	تاریخ اتمام پایان نامه : ۱۳۹۱/۰۹/۱۷
شماره دانشجویی : ۸۶۰۸۰۳۲۹۵	تاریخ دفاع از پایان نامه : ۱۳۹۱/۱۰/۱۷	
رشته تحصیلی : جامعه شناسی		
استاد / استادان راهنما : دکتر سعید معدنی		
استاد / استادان مشاور: دکتر باقر ساروخانی و دکتر نعمت اله فاضلی		

چکیده پایان نامه (شامل خلاصه، اهداف، روش های اجرا و نتایج به دست آمده) :

هدف از انجام این مطالعه بررسی تأثیر جهانی شدن فرهنگی (مصرف ماهواره و اینترنت با مقاصد گوناگون) بر ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی در شهر تهران است. در این پژوهش بعد از مرور اندیشه های کلاسیک، بدبینانه و خوش بینانه در مورد جهانی شدن فرهنگی جهت ساخت چارچوب نظری از نظریه های امیل دورکیم، رونالد اینگلهارت، مانوئل کاستلز و آنتونی گیدنز استفاده شده است. روش تحقیق توصیفی همبستگی از نوع میدانی (پیمایشی) می باشد. کلیه جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن شهر تهران جمعیت آماری این تحقیق را تشکیل می دهند و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۴۵۸ نفر از آنان به عنوان نمونه با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای انتخاب شده و مورد مطالعه قرار گرفته اند. ابزار گرد آوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته در مورد جهانی شدن فرهنگی، ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی است. ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی در ذیل شش بعد فردگرایی، دگرگونی صمیمیت، عرفی شدن، دموکراتیک شدن روابط خانوادگی، گرایش به نوگرایی و دگرگونی انگاره های جنسیتی تفکیک شد. در این پژوهش بین میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی و دگرگونی صمیمیت، نگرش عرفی به خانواده و دگرگونی انگاره های جنسیتی ارتباط مستقیم مشاهده شده است. آزمون رگرسیون چندگانه به منظور بررسی اثر متغیرهای مستقل (سرمایه فرهنگی فردی، میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی) بر متغیر وابسته (تغییر نگرش نسبت به ارزش های زندگی زناشویی و خانوادگی) نشان می دهد که مدل رگرسیون توانسته است تغییرات در متغیر وابسته را توضیح دهد. ضریب تعیین تعدیل شده ی مدل برابر ۰/۳۰ می باشد، که نشان می دهد که ۳۰٪ درصد از تغییرات متغیر وابسته، قابل استناد به تغییرات متغیرهای مستقل می باشد و بقیه تغییرات متغیر وابسته، از تغییرات ناشی از سایر عوامل می باشد. ضریب رگرسیون چندگانه نیز برابر ۰/۵۵۹ می باشد که نشان می دهد که شدت رابطه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته برابر ۵۵/۹٪ است. در مجموع می توان از این پژوهش به این نکته رسید که تأثیر رسانه ها عمدتاً در جهت شدت بخشی و تسریع روند تغییر و دگرگونی ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی است و نه تحول بدون واسطه.

کلید واژه ها: جهانی شدن فرهنگی، خانواده رسانه ای، عرفی شدن، فرد گرایی، دگرگونی انگاره های جنسیتی، دموکراتیک شدن خانواده

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه مناسب است تاریخ و امضا : مناسب نیست

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: کلیات تحقیق	۱
مقدمه	۲
۱-۱. بیان مسأله	۶
۱-۱-۱. شبکه های تلویزیونی ماهواره ای	۷
۱-۱-۲. اینترنت	۹
۱-۲. ضرورت و اهمیت موضوع پژوهش	۱۰
۱-۳. اهداف تحقیق	۱۲
۱-۴. سوالات تحقیق	۱۳
۱-۵. تعریف مفاهیم و اصطلاحات کلیدی	۱۳
۱-۵-۱. جهانی شدن	۱۴
۱-۵-۲. جهانی شدن فرهنگی	۱۵
۱-۵-۳. جهان گرایی	۱۷
۱-۵-۴. جهانی بودن	۱۸
۱-۵-۵. جامعه ی اطلاعاتی	۱۹
۱-۵-۶. ارزش	۲۰
۱-۶. سوابق تحقیق در ایران و جهان	۲۱
۱-۶-۱. پژوهش های خارجی	۲۲
۱-۶-۲. مطالعات داخلی	۲۵
فصل دوم: تدارک نظری تحقیق	۲۸
مقدمه	۲۹
۱-۲. زمینه های دگرگونی و تحول ارزش های خانوادگی	۳۰
۱-۱-۲. نظریه های کلاسیک و دگرگونی خانواده ها	۳۰

۳۱۱-۱-۱-۲. دورکیم
۳۴۲-۱-۱-۲. تامس و زنانیکی
۳۶۳-۱-۱-۲. تالکوت پارسونز
۴۰۴-۱-۱-۲. رونالد اینگلهارت
۴۳۵-۱-۱-۲. میشل فوکو
۴۶۲-۱-۲. ارزیابی و نقد نظریه‌های مبتنی بر دگرگونی
۴۷۲-۲. نظریه‌های جهانی شدن فرهنگی و خانواده
۴۷۱-۲-۲. پارادایم‌های منفی‌گرایانه
۵۱۳-۲-۲. ارزیابی
۵۸۴-۲-۲. آنتونی گیدنز
۷۴۴-۲-۲. ارزیابی
۷۷۳-۲. نظریه‌های تأثیر رسانه‌های جهانی بر جامعه
۸۲۱-۳-۲. نظریات مک لوهان
۸۷۴-۲. چارچوب نظری
۸۷۱-۴-۲. دورکیم
۹۰۲-۴-۲. آنتونی گیدنز
۹۲۳-۴-۲. بورديو
۹۶۱-۵-۲. فرضیه‌های اصلی
۹۶۲-۵-۲. فرضیه‌های فرعی
۹۷فصل سوم: روش‌شناسی تحقیق
۹۸مقدمه
۱۰۰۱-۳. استراتژی تحقیق
۱۰۱۲-۳. روش تحقیق
۱۰۲۳-۳. جامعه آماری

۱۰۳ ۴-۳. روش نمونه گیری
۱۰۴ ۵-۳. حجم نمونه
۱۰۵ ۶-۳. واحد تحلیل
۱۰۵ ۷-۳. ابزار پژوهش
۱۰۶ ۸-۳. تعاریف نظری و عملی متغیرهای پژوهش
۱۰۶ ۳-۸-۱) متغیر وابسته: ۱- تغییر ارزش های زندگی زناشویی و خانوادگی
۱۰۶ ۱- فرد گرایی
۱۰۷ ۲- دگرگونی صمیمیت
۱۰۹ ۳- دگرگونی انگاره جنسیتی
۱۱۱ ۴- دموکراتیک شدن
۱۱۳ ۵- عرفی شدن
۱۱۴ ۶. گرایش به نوگرایی
۱۱۵ متغیرهای مستقل
۱۱۵ ۳-۸-۲. مصرف رسانه های جهانی
۱۱۵ ۳-۸-۳. پایگاه اقتصادی - اجتماعی (SES)
۱۱۸ ۳-۸-۴. سرمایه فرهنگی
۱۱۸ ۳-۸-۵. مشارکت در مناسک خانوادگی
۱۱۹ ۳-۸-۶. رسانه ای شدن خانواده
۱۲۱ ۳-۹. روایی ابزار تحقیق
۱۲۱ ۳-۱۰. پایایی ابزار تحقیق
۱۲۳ ۳-۱۰. رویه جمع آوری داده ها
۱۲۳ ۳-۱۱. فنون تجزیه و تحلیل داده ها
۱۲۴ فصل چهارم : یافته های تحقیق
۱۲۶ ۴-۱: یافته های توصیفی

- ۴-۲: یافته های تبیینی..... ۱۴۷
- فرضیه ۱) بین میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی و دموکراتیک شدن خانواده رابطه وجود دارد..... ۱۴۸
- فرضیه ۲) بین میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی و دگرگونی صمیمیت خانواده رابطه وجود دارد..... ۱۴۸
- فرضیه ۳) بین میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی و نگرش عرفی به خانواده رابطه وجود دارد..... ۱۴۸
- فرضیه ۴) بین میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی و فردگرایی در خانواده رابطه وجود دارد..... ۱۴۸
- فرضیه ۵) بین میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی و دگرگونی انگاره های جنسیتی رابطه وجود دارد..... ۱۴۹
- فرضیه ۶) بین میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی و گرایش به نوگرایی رابطه وجود دارد..... ۱۴۹
- فرضیه ۷) بین رسانه ای شدن خانواده و دموکراتیک شدن خانواده رابطه وجود دارد..... ۱۵۰
- فرضیه ۸) بین رسانه ای شدن خانواده و دگرگونی صمیمیت خانواده رابطه وجود دارد..... ۱۵۱
- فرضیه ۹) بین رسانه ای شدن خانواده و نگرش عرفی به خانواده رابطه وجود دارد..... ۱۵۱
- فرضیه ۱۰) بین رسانه ای شدن خانواده و فردگرایی در خانواده رابطه وجود دارد..... ۱۵۱
- فرضیه ۱۱) بین رسانه ای شدن خانواده و دگرگونی انگاره های جنسیتی رابطه وجود دارد..... ۱۵۱
- فرضیه ۱۲) بین میزان رسانه ای شدن خانواده و گرایش به نوگرایی رابطه وجود دارد..... ۱۵۲
- ۲-۱-۲. فرضیه های فرعی..... ۱۵۲
- فرضیه ۱) نگرش به تغییر ارزش های زندگی خانوادگی و زناشویی بر حسب جنسیت متفاوت است..... ۱۵۲
- فرضیه ۲) بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی (SES) جوانان و نگرش نسبت به تغییر ارزش های زندگی زناشویی و خانوادگی رابطه معناداری وجود دارد..... ۱۵۳
- فرضیه ۳) بین میزان بهره مندی از رسانه های نوین و گرایش به نوگرایی در روابط خانوادگی رابطه وجود دارد..... ۱۵۶

فرضیه ۴) بین میزان سرمایه فرهنگی جهانی شده فرد و میزان مشارکت در مناسک خانواده رابطه

وجود دارد	۱۵۷
۳-۴. رگرسیون چندمتغیره	۱۵۹
۴-۴. رگرسیون دو متغیره	۱۶۲
۴-۵. مروری بر مدل سازی معادلات ساختاری	۱۶۵
۴-۵-۱. چرا مدل سازی معادلات ساختاری؟	۱۶۸
فصل پنجم: جمع بندی ، نتیجه گیری، پیشنهادات	۱۷۱
جمع بندی ، نتیجه گیری، پیشنهادات	۱۷۴
ضمائم	۲۰۶
منابع	۲۱۳

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۲: روند تغییرات اساسی خرده نظام‌های جامعه و تغییرات اساسی خانواده	۳۹
جدول ۱-۲: ایده‌های اساسی کاستلز و قیاس آن با وضعیت خانواده ایرانی	۵۷
جدول ۱-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت	۱۲۶
جدول ۲-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تاهل	۱۲۷
جدول ۳-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن	۱۲۸
جدول ۴-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات پاسخگویان	۱۲۹
جدول ۵-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات پدر پاسخگویان	۱۳۰
جدول ۶-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات مادر پاسخگویان	۱۳۱
جدول ۷-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضع فعالیت پاسخگویان	۱۳۲
جدول ۸-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت اقتصادی پاسخگویان	۱۳۳
جدول ۹-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب همراهان زندگی پاسخگویان	۱۳۴
جدول ۱۰-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت زندگی والدین	۱۳۵
جدول ۱۱-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مشاوره با افراد در هنگام مشکلات	۱۳۶
جدول ۱۲-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از رسانه‌ها	۱۳۷
جدول ۱۳-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب دلیل استفاده از اینترنت	۱۳۸
جدول ۱۴-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نگرش نسبت به انگاره‌های جنسیتی	۱۳۹
جدول ۱۵-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نگرش عرفی به خانواده	۱۴۰
جدول ۱۶-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نگرش نسبت به دگرگونی صمیمیت	۱۴۱
جدول ۱۷-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان فردگرایی	۱۴۲
جدول ۱۸-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان گرایش به نوگرایی	۱۴۳
جدول ۱۹-۴: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نگرش نسبت به تغییر ارزش‌های خانوادگی و	
زناشویی	۱۴۴

- جدول ۴-۲۰: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مشارکت در مناسک خانوادگی ۱۴۵
- جدول ۴-۲۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان سرمایه فرهنگی فردی ۱۴۶
- جدول ۴-۲۲: ضریب همبستگی پیرسون بین میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی و ابعاد مختلف ارزش های زندگی زناشویی و خانوادگی ۱۴۷
- جدول ۴-۲۳: ضریب همبستگی پیرسون بین رسانه ای شدن خانواده و ابعاد مختلف ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی ۱۵۰
- جدول شماره ۴-۲۴: رابطه بین جنسیت و نگرش به تغییر ارزش های زندگی خانوادگی و زناشویی ۱۵۲
- جدول ۴-۲۵: آزمون تفاوت میانگین نگرش نسبت به تغییر ارزش های زندگی زناشویی و خانوادگی بر حسب طبقه اجتماعی (SES) ۱۵۴
- جدول ۴-۲۶: آزمون معنی داری دانت سی برای تفاوت میانگین نگرش نسبت به تغییر ارزش های زندگی زناشویی و خانوادگی بر حسب طبقه اجتماعی (SES) ۱۵۵
- جدول ۴-۲۷: بررسی رابطه گرایش به نوگرایی و میزان بهره مندی از رسانه های نوین ۱۵۶
- جدول ۴-۲۸: بررسی رابطه میزان مشارکت در مناسک خانوادگی و سرمایه فرهنگی فردی ۱۵۷
- جدول ۴-۲۹: بررسی ضریب همبستگی بین ابعاد مختلف متغیر وابسته ۱۵۸
- جدول ۴-۳۰: نتایج مربوط به تحلیل واریانس ۱۶۰
- جدول ۴-۳۱: خلاصه مدل ۱۶۰
- جدول ۴-۳۲: نتایج آزمون رگرسیون چندگانه ۱۶۱
- جدول ۴-۳۳: نتایج مربوط به تحلیل واریانس ۱۶۳
- جدول ۴-۳۴: خلاصه مدل ۱۶۳
- جدول ۴-۳۵: نتایج آزمون رگرسیون چندگانه ۱۶۴

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۱۲۶	نمودار ۴-۱: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب جنسیت
۱۲۷	نمودار ۴-۲: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب وضعیت تاهل
۱۲۸	نمودار ۴-۳: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب سن
۱۲۹	نمودار ۴-۴: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات پاسخگویان
۱۳۰	نمودار ۴-۵: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات پدر پاسخگویان
۱۳۱	نمودار ۴-۶: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات مادر پاسخگویان
۱۳۲	نمودار ۴-۷: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب وضع فعالیت پاسخگویان
۱۳۳	نمودار ۴-۸: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب وضعیت اقتصادی پاسخگویان
۱۳۴	نمودار ۴-۹: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب همراهان زندگی پاسخگویان
۱۳۵	نمودار ۴-۱۰: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب همراهان زندگی پاسخگویان
۱۳۶	نمودار ۴-۱۱: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب مشاوره با افراد در هنگام مشکلات
۱۳۸	نمودار ۴-۱۲: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب دلیل استفاده از اینترنت
۱۳۹	نمودار ۴-۱۳: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب نگرش نسبت به تغییر در انگاره های جنسیتی
۱۴۰	نمودار ۴-۱۴: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب نگرش عرفی به خانواده
۱۴۱	نمودار ۴-۱۵: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب نگرش نسبت به دگرگونی صمیمیت
۱۴۲	نمودار ۴-۱۶: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب میزان فردگرایی
۱۴۳	نمودار ۴-۱۷: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب میزان گرایش به نوگرایی
۱۴۴	نمودار ۴-۱۸: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب نسبت به تغییر ارزشهای خانوادگی و زناشویی
۱۴۵	نمودار ۴-۱۹: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب میزان مشارکت در مناسک خانوادگی
۱۴۶	نمودار ۴-۲۰: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب میزان سرمایه فرهنگی فردی

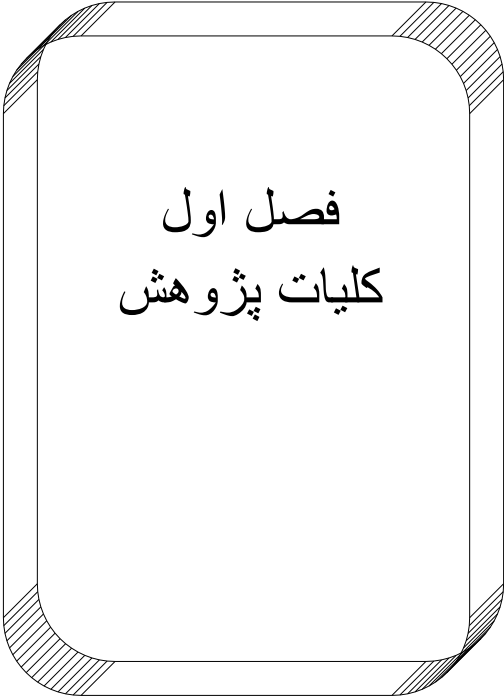
فهرست اشکال

عنوان	صفحه
شکل شماره ۱-۲: ابعاد مفهومی مدرنیته	۳۱
شکل شماره ۲-۲: ابعاد مثبت و منفی فرگردایی	۳۳
مدل ۳-۲: دگرگونی ساختارهای اجتماعی و ارزش‌های زناشویی و خانوادگی از منظر دورکیم	۳۴
مدل ۴-۲: دگرگونی ارزش‌های خانوادگی از منظر تامس و زنانیکی	۳۵
مدل ۲-۵: عوامل مؤثر بر نوع ارزشی از نظر اینگلههارت	۴۲
مدل ۲-۶: عوامل مؤثر بر ارزش‌های مادی - فرامادی	۴۲
مدل ۲-۷: الگوی نظری میشل فوکو	۴۵
مدل ۲-۸: مدل امپریالیسم فرهنگی	۵۳
مدل ۲-۹: مدل نظری کاستلز پیرامون تاثیرات جهانی شدن	۵۶
مدل ۲-۱۰: مدل نظری گیدنز	۷۴
مدل ۲-۱۱: مدل مک کوایل پیرامون دیدگاه‌های بدبینانه و خوشبینانه	۷۶
مدل ۲-۱۱: مدل تحلیلی تحقیق	۹۵
شکل ۴-۱: نحوه ارتباط بین متغیرها در تحلیل مسیر	۱۵۹
شکل ۴-۲: نحوه ارتباط بین متغیرها در تحلیل مسیر دو متغیره	۱۶۲
شکل ۴-۳: نحوه ارتباط بین نظریه و تفسیر در معادلات ساختاری (آموس)	۱۶۵
شکل ۴-۴: همبستگی و رابطه علی در معادلات ساختاری	۱۶۷
شکل ۴-۵: تحلیل مسیر و تحلیل عاملی بین متغیرها در معادله ساختاری	۱۶۹

چکیده

هدف از انجام این مطالعه بررسی تأثیر جهانی شدن فرهنگی (مصرف ماهواره و اینترنت با مقاصد گوناگون) بر ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی در شهر تهران است. در این پژوهش بعد از مرور اندیشه های کلاسیک، بدبینانه و خوش بینانه در مورد جهانی شدن فرهنگی جهت ساخت چارچوب نظری از نظریه های امیل دورکیم، رونالد اینگلهارت، مانوئل کاستلز و آنتونی گیدنز استفاده شده است. روش تحقیق توصیفی همبستگی از نوع میدانی (پیمایشی) می باشد. کلیه جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن شهر تهران جمعیت آماری این تحقیق را تشکیل می دهند و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۴۵۸ نفر از آنان به عنوان نمونه با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای انتخاب شده و مورد مطالعه قرار گرفته اند. ابزار گرد آوری داده ها پرسشنامه محقق ساخته در مورد جهانی شدن فرهنگی، ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی است. ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی در ذیل شش بعد فردگرایی، دگرگونی صمیمیت، عرفی شدن، دموکراتیک شدن روابط خانوادگی، گرایش به نوگرایی و دگرگونی انگاره های جنسیتی تفکیک شد. در این پژوهش بین میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی و دگرگونی صمیمیت، نگرش عرفی به خانواده و دگرگونی انگاره های جنسیتی ارتباط مستقیم مشاهده شده است. آزمون رگرسیون چندگانه به منظور بررسی اثر متغیرهای مستقل (سرمایه فرهنگی فردی، میزان استفاده از محصولات فرهنگی جهانی) بر متغیر وابسته (تغییر نگرش نسبت به ارزش های زندگی زناشویی و خانوادگی) نشان می دهد که می دهد مدل رگرسیون توانسته است تغییرات در متغیر وابسته را توضیح دهد. ضریب تعیین تعدیل شده ی مدل برابر $0/30$ می باشد، که نشان می دهد که 30% درصد از تغییرات متغیر وابسته، قابل استناد به تغییرات متغیرهای مستقل می باشد و بقیه تغییرات متغیر وابسته، از تغییرات ناشی از سایر عوامل می باشد. ضریب رگرسیون چندگانه نیز برابر $0/559$ می باشد که نشان می دهد که شدت رابطه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته برابر $0/559$ است. در مجموع می توان از این پژوهش به این نکته رسید که تاثیر رسانه ها عمدتاً در جهت شدت بخشی و تسریع روند تغییر و دگرگونی ارزش های زناشویی و روابط خانوادگی است و نه تحول بدون واسطه.

کلید واژه ها: جهانی شدن فرهنگی، خانواده رسانه ای، عرفی شدن، فرد گرایی، دگرگونی انگاره های جنسیتی، دموکراتیک شدن خانواده



فصل اول
کلیات پژوهش

«فضای مه‌آلود جهانی ما را احاطه کرده است»

اریک هابزباوم

مقدمه

کنکاش پیرامون عوامل، پیامدها و نمودهای تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی همواره و هنوز هم از اهداف برنامه‌های پژوهشی و پارادایم‌های جامعه‌شناسی است. به عبارت دیگر، بخش عظیمی از مباحث جامعه‌شناسی حرفه‌ای، از ابتدای پیدایش آن در قرن نوزدهم میلادی تا به امروز، قلمرو دگرگونی‌های اجتماعی را به خود اختصاص داده‌اند. اگر چه جامعه‌شناسی امروزی از صدور سخنان پیامبرگونه پیرامون حرکت به سوی پیشرفت یا قهقرا پرهیز دارد، اما باز بدین معنا نیست که یکی از رسالت‌های اصلی‌اش، یعنی بررسی صورت و محتوای تغییر، را فراموش کرده باشد. لذا، عمده جامعه‌شناسان و متفکران امروزه این امر را مسلم و بدیهی انگاشته‌اند که جهان در حال ورود به «عصر»، «دوره»، «مرحله» یا «عرصه‌ای» است که با ادوار پیشین متفاوت بوده و می‌توان آنرا فرایند «جهانی‌شدن»^۱ نامید.

شکی نیست که تغییر، هم به منزله نوید و هم تهدید، اکنون حضوری همیشگی دارد. فرایندهای گسترده و ژرف تغییرات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و تاثیر چنین دگرگونی‌هایی بر تجربه‌های زندگی، موافقت با سکون و ثبات را از بیخ و بن غیرممکن ساخته است (اسمارت، ۱۳۸۳: ۱۰). نشانه‌های تغییرات مهم و بنیادین نیز در چند حوزه مختلف از جمله در اقتصاد، فناوری‌های ارتباطی، شورش‌ها و ناآرامی‌های سیاسی، هویت‌های چندگانه و به طور کلی در روابط اجتماعی نمود و تجلی ملموس و معلومی دارد.

به هر تقدیر، اگر خواسته باشیم اندکی دست به عصا حرکت کنیم و در دام تعین‌های ساختاری و صدور احکام جهان شمول حاکم بر تغییرات گرفتار نشویم، و همچنین به تبیین تغییرات نیز مبادرت نماییم، لاجرم باید به برجسته‌سازی بخشی از زندگی روزمره پناه ببریم و بالطبع در تبیین علل نیز باید چنین راهی را پیمود. به