

When the World Enters the City: Reinterpreting Cultural Globalization Through the Lens of Urban Sociology

1. Zohreh Roghanian^{ID*}: Assistant Professor, Department of Social Sciences, Farhangian University, Shahid Maghsoudi Campus, Hamedan, Iran.

2. Fatemeh Moradi^{ID}: PhD, Department of Urban Planning, Faculty of Art and Architecture, Shiraz University, Shiraz, Iran

*Corresponding Author's Email Address: z_rogghanian@yahoo.com

How to Cite: Roghanian, Z., & Moradi, F. (2024). When the World Enters the City: Reinterpreting Cultural Globalization Through the Lens of Urban Sociology. *Manifestation of Art in Architecture and Urban Engineering*, 2(1), 140-161.

Abstract:

The process of cultural globalization, as one of the key features of contemporary transformations, plays a crucial role in redefining cultural boundaries, collective identities, and social relations in urban spaces. This article, drawing upon the theoretical perspectives of scholars such as Giddens, Robertson, Appadurai, Tomlinson, and others, examines how cultural globalization influences the city and urban life through the lens of urban sociology. In addition to reviewing theoretical foundations and previous studies, the article explains the cultural opportunities and challenges that arise from globalization in urban contexts and analyzes its consequences at identity, social, economic, and spatial levels. The aim of this research is to explore the theoretical and practical dimensions of cultural globalization in the urban fabric. The main focus is on identifying the cultural opportunities and challenges of this process in cities and examining its impact on identity, lifestyle, social structure, and spatial dynamics in the context of globalization. This study attempts to offer a comprehensive understanding of the relationship between globalization and urban culture by integrating theoretical perspectives and empirical evidence. The research method is applied–developmental in terms of purpose and descriptive–analytical in terms of data collection, with the analytical section being exploratory in nature and conducted through the use of library sources and academic documents. The study also employs a qualitative method with an analytical–interpretive approach. Data have been collected through a systematic review of theoretical texts, previous studies, and content analysis of the works of key theorists in the field of cultural globalization. Moreover, in order to enrich the discussion, case analyses of examples of global cultural manifestations in cities are utilized to link the theoretical dimensions of the article with empirical evidence. This methodological combination enables a more comprehensive analysis of the processes and consequences of cultural globalization in urban spaces. The findings of the study indicate that, from the perspective of urban sociology, the impacts of cultural globalization processes in the context of cities can be summarized into three key themes: “the city as a field of tension and cultural re-articulation,” “the cultural agency of citizens in the face of globalization,” and “the necessity of rethinking urban policy-making.” According to these findings, just as globalization, in the absence of social and institutional preparedness, may lead to cultural ruptures, identity crises, and increased urban inequalities, it can also result in the expansion of cultural exchange, the flourishing of creative industries, and the reinforcement of local identities. Consequently, urban policy-making plays a pivotal role in navigating these outcomes.

Keywords: globalization, culture, urban sociology, creative industries, urban identity

Received: 22 February 2024

Revised: 12 April 2024

Accepted: 23 April 2024

Published: 19 June 2024



Copyright: © 2024 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

وقتی جهان وارد شهر می‌شود: بازخوانی جهانی شدن فرهنگ از لنز جامعه شناسی شهری

۱. زهره روغنیان*^{id}: استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فرهنگیان، پردیس شهید مقصودی، همدان، ایران. (نویسنده مسئول)

۲. فاطمه مرادی^{id}: دکتری، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

*پست الکترونیک نویسنده مسئول: z_roghanian@yahoo.com

نحوه استناددهی: روغنیان، زهره، و مرادی، فاطمه. (۱۴۰۳). وقتی جهان وارد شهر می‌شود: بازخوانی جهانی شدن فرهنگ از لنز جامعه شناسی شهری. تجلی هنر در معماری و شهرسازی، ۱۶۱-۱۴۰، (۱)۲.

چکیده

فرآیند جهانی شدن فرهنگ، به عنوان یکی از شاخصه‌های اصلی تحولات معاصر، نقش مهمی در بازتعریف مرزهای فرهنگی، هویت‌های جمعی و مناسبات اجتماعی در فضاهای شهری ایفا می‌کند. این مقاله با بهره‌گیری از دیدگاه‌های نظریه‌پردازی چون گیدنز، رابرتسون، آپادورای، تامیلسون و دیگران، به بررسی چگونگی تأثیر جهانی شدن فرهنگ بر شهر و زندگی شهری از لنز جامعه‌شناسی شهری می‌پردازد. ضمن مرور مبانی نظری و مطالعات پیشین، مقاله به تبیین فرصت‌ها و چالش‌های فرهنگی ناشی از جهانی شدن در بسترهای شهری می‌پردازد و پیامدهای آن را در سطوح هویتی، اجتماعی، اقتصادی و فضایی تحلیل می‌کند. هدف این پژوهش، واکاوی ابعاد نظری و کاربردی جهانی شدن فرهنگ در بافت شهری است. تمرکز اصلی بر شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های فرهنگی این فرآیند در شهرها و نیز بررسی تأثیرات آن بر هویت، سبک زندگی، ساختار اجتماعی و پویایی فضایی در بستر جهانی شدن است. پژوهش حاضر سعی دارد با تلفیق دیدگاه‌های نظری و شواهد تجربی، درک جامعی از روابط میان جهانی شدن و فرهنگ شهری ارائه دهد. روش تحقیق بر حسب هدف کاربردی-توسعه‌ای و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-تحلیلی است که در بخش تحلیلی از نوع اکتشافی می‌باشد و با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای، اسناد علمی انجام شده است. این پژوهش همچنین از روش کیفی با رویکرد تحلیلی-تفسیری بهره می‌گیرد. داده‌ها از طریق مرور نظام‌مند متون نظری، مطالعات پیشین و تحلیل محتوای آثار نظریه‌پردازان کلیدی در حوزه جهانی شدن فرهنگ گردآوری شده‌اند. همچنین به منظور غنای بحث، از تحلیل موردی نمونه‌هایی از تجلیات فرهنگ جهانی در شهرها نیز استفاده شده است تا ابعاد نظری مقاله با شواهد تجربی پیوند یابد. این ترکیب روشی، امکان تحلیل جامع‌تر فرآیندها و پیامدهای جهانی شدن فرهنگ در فضاهای شهری را فراهم می‌کند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از لنز جامعه‌شناسی شهری، تأثیرات فرآیندهای جهانی شدن فرهنگ در بستر شهرها را می‌توان به سه محور کلیدی "شهر به مثابه میدان تنش و بازآفرینی فرهنگی"، "کنشگری فرهنگی شهروندان در مواجهه با جهانی شدن" و "ضرورت بازاندیشی در سیاست‌گذاری شهری" خلاصه کرد. بر اساس این یافته‌ها، همانطور که جهانی شدن در صورت فقدان آمادگی اجتماعی و نهادی، ممکن است زمینه‌ساز گسست‌های فرهنگی، بحران‌های هویتی و افزایش نابرابری‌های شهری شود، در عین حال می‌تواند به گسترش تبادل فرهنگی، شکوفایی صنایع خلاق، و تقویت هویت‌های محلی بیانجامد. در نتیجه سیاست‌گذاری شهری در این میان نقشی کلیدی دارد.

کلیدواژه‌گان: جهانی شدن، فرهنگ، جامعه‌شناسی شهری، صنایع خلاق، هویت شهری

تاریخ دریافت: ۳ اسفند ۱۴۰۲

تاریخ بازنگری: ۲۴ فروردین ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

تاریخ انتشار: ۳۰ خرداد ۱۴۰۳



مقدمه

محققان عموماً موافق هستند که جهانی شدن به سرعت در حال افزایش است. تأثیر جهانی شدن، فراتر از گفتمان‌های اجتماعی-اقتصادی و سیاسی، بر مفاهیم فرهنگ و مطالعات فرهنگی و تغییر و بازسازی فضاها، تعاملات و روابط جهانی، ملی و شخصی تأثیر می‌گذارد (1). مفهوم جهانی شدن در علم مدرن رایج‌ترین اصطلاح برای تحلیل فرآیندهای اجتماعی است. اصطلاح جهانی شدن در جامعه‌شناسی به طیف وسیعی از رویدادها و روندها اشاره دارد از جمله توسعه ایدئولوژی‌های جهانی، مبارزه شدید برای برقراری نظم جهانی؛ افزایش تعداد و نفوذ سازمان‌های بین‌المللی، تضعیف حاکمیت دولت‌های ملی، ظهور و توسعه شرکت‌های فراملیتی، رشد تجارت بین‌المللی، مهاجرت گسترده و تشکیل جوامع چند فرهنگی، ایجاد رسانه‌های جمعی سیاره‌ای و گسترش فرهنگ غرب در تمام مناطق جهان (2). این فرآیند همچنین جریان اطلاعات جهانی را منعکس می‌کند (3).

در این بین، تأثیر جهانی شدن بر شهرها و توسعه هویت هم چشمگیر بوده است. در طول سال‌ها، جهانی شدن شهرها را در معرض هجوم مردم، ایده‌ها و تأثیرات فرهنگی قرار داده است که منجر به ترکیبی از زیبایی‌شناسی و شیوه‌های فرهنگی می‌شود (4-6). با این حال، شهرها نیز با حفظ شیوه‌های خود در ترویج هنر و فرهنگ محلی و طراحی فضاها، عمومی که منعکس‌کننده ویژگی منحصر به فرد آنها است، فعالانه در برابر این تغییرات مقاومت کرده‌اند (7). در فرآیند جهانی شدن، شهرها نه تنها مکان‌هایی برای زندگی، بلکه فضاهایی برای تولید، گردش و مصرف معنا شده‌اند؛ آن‌ها به صحنه‌هایی بدل گشته‌اند که در آن تنش میان محلی‌بودن و جهانی‌بودن، سنت و نوآوری، و هویت بومی و جریان‌های فراملی به نمایش درمی‌آید (5، 8). چنین دگرگونی‌هایی، ضرورت بازنگری در نقش شهرها به مثابه کنشگرانی فرهنگی را پیش می‌کشد؛ کنشگرانی که نه تنها در پی پاسخ به نیازهای کالبدی شهروندان‌اند، بلکه درگیر فرآیندهای پیچیده تولید هویت، بازنمایی فرهنگی، و مدیریت تفاوت‌ها نیز هستند.

مطالعه شهر به مثابه پدیده‌ای فرهنگی-اجتماعی، نیازمند رویکردی بین‌رشته‌ای است که بتواند همزمان به ساختارهای فضایی و الگوهای زندگی اجتماعی در بستر شهر بپردازد. شهرسازی، به مثابه دانشی که با سازماندهی فضا و سیاست‌گذاری کالبدی سروکار دارد، و جامعه‌شناسی شهری، که در پی درک و تحلیل روابط اجتماعی، هویت‌ها، و پویایی‌های فرهنگی در فضاها، شهری است، در این مسیر می‌تواند مکمل یکدیگر باشند. در این میان، جهانی شدن فرهنگ به مثابه یکی از مهم‌ترین ابعاد جهانی شدن، درک ما از شهر را با چالش‌هایی جدید مواجه ساخته است. حضور و نفوذ رسانه‌های جهانی، گردش سریع نمادها، استانداردهای مصرف فرهنگی، و تغییر در شیوه‌های تعامل اجتماعی، همگی بر کیفیت فضایی و فرهنگی شهر تأثیر گذاشته‌اند (9، 10). شهرها امروز درگیر بازتعریف مداوم خود در میان نیروهای بیرونی و درونی‌اند؛ آن‌ها باید میان جذابیت جهانی و اصالت محلی، میان نوآوری تکنولوژیک و پایداری اجتماعی، تعادل برقرار کنند. این مقاله می‌کوشد تا با تأکید بر مقولاتی چون هویت، صنایع خلاق فرهنگی، گردشگری، فناوری‌های ارتباطی، هنر، معماری و شهرسازی، بازخوانی‌ای انتقادی از فرایند جهانی شدن فرهنگ در بستر شهر ارائه دهد. رویکردی که در آن نه تنها تجلیات فرهنگی جهانی شدن بررسی می‌شود، بلکه نحوه بازتاب آن‌ها در فضاها، شهری و پیامدهای آن برای عدالت فضایی، تعلق اجتماعی، و تنوع فرهنگی نیز مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

در دهه‌های اخیر، جهانی شدن به یکی از اثرگذارترین فرایندهای تحول در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی و شهری بدل شده است. جهانی شدن فرهنگی نه تنها موجب تسهیل انتقال و تبادل ارزش‌ها، نمادها و سبک‌های زندگی شده، بلکه ساختارهای هویتی، الگوهای مصرف و فرم‌های تولید و بازنمایی فرهنگی را

نیز دگرگون کرده است (9, 11). از همین روست که ورزلی (۱۹۹۹) و کلیکسبرگ (۱۹۹۹) معتقد هستند که فرهنگ در سال‌های اخیر به یک جنبه مهم - و به طور گسترده تأیید شده - از تفکر توسعه تبدیل شده است، زیرا توجه را بر تنوع و پیچیدگی متمرکز می‌کند و به مسائل انسجام می‌پردازد. شاید بتوان گفت این تحولات بیش از هر چیز در فضاهای شهری قابل مشاهده هستند؛ جایی که تنش میان "فرهنگ بومی" و "فرهنگ جهانی" به وضوح در فرم شهری، سبک زندگی و حتی در معماری و نحوه زیست روزمره شهروندان نمود می‌یابد (12, 13). جهانی شدن فرهنگی یکی از پدیده‌های پرچالش و چند لایه عصر معاصر است که با گسترش فناوری، ارتباطات و رسانه‌ها، مرزهای جغرافیایی و فرهنگی را در نوردیده و به بازتعریف مفاهیمی چون هویت، سبک زندگی و فضاهای شهری منجر شده است (9, 14). با شتاب گرفتن فرایند جهانی‌شدن، شهرها به مثابه نقاط تلاقی فرهنگ‌های گوناگون، میدان اصلی بروز و بازتولید کنش‌های فرهنگی شده‌اند. جهانی‌شدن فرهنگ نه تنها فضاهای شهری را از نظر کالبدی دگرگون ساخته، بلکه ساختارهای هویتی، الگوهای ارتباطی، مصرف فرهنگی، و حتی نظام معنایی زندگی روزمره را تحت تأثیر قرار داده است. این درهم‌تنیدگی، اگرچه فرصت‌هایی برای رشد صنایع خلاق، گردشگری فرهنگی، و نوآوری در عرصه معماری و هنر فراهم کرده، اما در عین حال چالش‌هایی جدی برای شهرها پدید آورده که در تلفیق دیدگاه‌های شهرسازی و جامعه‌شناسی شهری قابل واکاوی‌اند. همانطور که زوکین (۲۰۱۰) و ساسن (۲۰۰۱؛ ۲۰۰۲) در بررسی خود اظهار داشته‌اند، در بسیاری از شهرهای معاصر، جلوه‌های جهانی‌شدن فرهنگی بیشتر در سطح مصرف‌گرایی فرهنگی و برندینگ شهری باقی مانده و کمتر به تقویت هویت بومی، مشارکت فرهنگی و توسعه پایدار منجر شده‌اند. فضای شهری در مواردی به صحنه‌ای از بازنمایی‌های سطحی فرهنگی بدل شده که به جای پویایی اجتماعی، نوعی همسان‌سازی فرهنگی و تخلیه معنایی فضا را در پی داشته‌اند (5, 6, 15). همچنین بررسی در آثار پرت (۲۰۱۰) و فلوریدا (۲۰۱۷) درباره صنایع خلاق نشان می‌دهد که صنایع خلاق که پتانسیل بالایی برای خلق ارزش فرهنگی و اقتصادی دارند، به واسطه نبود زیرساخت‌های اجتماعی و سیاست‌های شهری مؤثر، در بسیاری از مناطق تنها به نفع گروه‌های خاص عمل می‌کنند و نابرابری فضایی را تشدید می‌نمایند (16). علاوه بر این، در غیاب برنامه‌ریزی مشارکتی و حساس به بافت‌های محلی، فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌های دیجیتال، به جای پیوند دادن مردم با شهرشان، گاه منجر به نوعی گسست فضایی و تضعیف تعلق اجتماعی شده‌اند (17, 18). بنابراین، مسأله اصلی پژوهش حاضر این است که چگونه می‌توان با تلفیق رویکردهای جامعه‌شناسی شهری و شهرسازی، بازخوانی انتقادی‌تری از جهانی‌شدن فرهنگ در فضاهای شهری ارائه داد که نه تنها به شناسایی چالش‌ها در حوزه‌هایی چون هویت، هنر، فناوری، گردشگری و معماری کمک کند، بلکه مسیرهایی برای تحقق شهر فرهنگی پایدار، مشارکتی و متنوع پیشنهاد دهد.

همانطور که هاروی (۱۹۸۵) و زوکین (۱۹۹۵) اشاره می‌کنند، با شدت یافتن جریان‌های جهانی‌شدن، بسیاری از پژوهش‌ها به تحلیل آثار اقتصادی و کالبدی این پدیده در شهرها پرداخته‌اند (19, 20)؛ باین حال، بُعد فرهنگی جهانی‌شدن و نحوه بازتاب آن در تجربه زیسته‌ی شهروندان و ساختار فضایی شهرها همچنان نیازمند واکاوی بیشتر است. از سوی دیگر، رویکردهای تک‌رشته‌ای در بررسی این پدیده، اغلب نتوانسته‌اند به پیچیدگی‌های میان‌رشته‌ای تحولات فرهنگی در شهر پاسخ دهند. برای مثال، واتسون و بریج (۲۰۱۰) معتقدند در حالی که جامعه‌شناسی شهری بر روابط اجتماعی و بازنمایی‌های فرهنگی تمرکز دارد، شهرسازی اغلب با نگاهی فن‌محور به کالبد شهر می‌نگرد و کمتر به ابعاد نمادین و هویتی آن توجه دارد. در این میان، فلوریدا (۲۰۱۷) و کاستلز (۲۰۰۰) بیان می‌کنند که شهرهای امروز بیش از هر زمان دیگر با چالش‌هایی چون گسست هویتی، همسان‌سازی فرهنگی، نابرابری در توزیع امکانات فرهنگی، و بهره‌برداری سطحی از صنایع خلاق و فناوری‌های نوین مواجه‌اند (16, 17). این مسائل اگرچه ریشه در سیاست‌های جهانی دارند، اما در سطح شهر تجلی می‌یابند و اثرات ملموسی بر کیفیت زندگی شهروندان، تعلق اجتماعی، و تنوع فرهنگی بر جای می‌گذارند. بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که با وجود ادبیات نسبتاً غنی درباره جهانی

شدن فرهنگ، مطالعات اندکی به پیوند میان ابعاد فرهنگی و فضایی این پدیده از منظر جامعه شناسی شهری پرداخته اند. به ویژه در بستر شهرهای غیر غربی، همچون شهرهای ایران که با ویژگی‌های فرهنگی، تاریخی و هویتی خاص خود با فرآیند جهانی شدن فرهنگی مواجه هستند، بررسی فرصت‌ها و چالش‌های این تقاطع امری ضروری به نظر می‌رسد. از این رو مقاله حاضر می‌کوشد با نگاهی بین رشته‌ای، فرآیند جهانی شدن فرهنگ را در بستر شهری تحلیل کرده و نسبت آن را با مفاهیمی چون هویت شهری، صنایع خلاق فرهنگی، فناوری و هنر بررسی کند و با اتخاذ رویکردی بین‌رشته‌ای میان جامعه‌شناسی شهری و شهرسازی، می‌کوشد خلأ موجود در تحلیل چندلایه‌ی فرهنگی از فرایند جهانی شدن را پر کند. همچنین با بررسی شاخص‌هایی چون هویت، هنر، فناوری، صنایع خلاق و فضاهای شهری، تلاش دارد تا بستری برای بازاندیشی در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی-فضایی شهرها فراهم آورد. اهمیت این پژوهش نه تنها در تحلیل نقادانه‌ی وضعیت موجود است، بلکه در ارائه چشم‌اندازی برای شهرهایی فرهنگی، فراگیر و مشارکتی نیز نهفته است؛ شهرهایی که بتوانند هم با جهان در تعامل باشند، و هم به ریشه‌های محلی و تفاوت‌های فرهنگی وفادار بمانند.

پیشینه پژوهش

- توچوکو اس. ازئودو (۲۰۲۴) پژوهش گر نیجریه‌ای در مقاله‌ای با عنوان "تأثیر جهانی شدن فرهنگی بر توسعه شهری پایدار در نیجریه" به بررسی تعامل است پیچیده بین جهانی شدن فرهنگی و توسعه شهری پایدار در نیجریه می‌پردازد. وی معتقد است که درک تأثیرات مبادلات و تعاملات فرهنگی بر پویایی شهری در زمینه شهرنشینی سریع و به هم پیوستگی جهانی بسیار مهم است. یافته‌های این پژوهش جلوه‌های به بررسی تعامل پیچیده بین جهانی شدن فرهنگی و توسعه شهری پایدار در نیجریه می‌پردازد. درک تأثیرات مبادلات و تعاملات فرهنگی بر پویایی شهری در زمینه شهرنشینی سریع و به هم پیوستگی جهانی بسیار مهم است. هانی‌سازی فرهنگی را نشان می‌دهند، از جمله پذیرش عناصر جهانی، ترکیب سنت‌ها و ظهور بیان‌های فرهنگی جدید در بافت‌های شهری نیجریه. محقق نشان می‌دهد که این مظاهر به شکل‌گیری هویت‌های شهری کمک می‌کند و بر پویایی جامعه تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، این مطالعه تأثیر جهانی شدن فرهنگی را بر ابعاد کلیدی توسعه شهری پایدار، مانند فراگیری اجتماعی، تاب‌آوری محیطی، رشد اقتصادی و اثربخشی حکمرانی ارزیابی و چالش‌ها و فرصت‌های ناشی از برخورد فرهنگ‌های جهانی و محلی را بررسی می‌کند (21).

- هوراخش احمدنیا (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان "جهانی شدن و چالش هویت شهری" به طور جامع به بررسی ادبیات موجود می‌پردازد تا چگونگی تأثیر جهانی شدن بر شکل‌گیری و حفظ هویت را بررسی کند. همچنین نقش جهانی شدن در شکل دادن به جنبه‌های اجتماعی و معماری شهرها را بررسی می‌کند و به چالش‌هایی که شهرها در حفظ هویت خود در میان استانداردسازی با آن‌ها مواجه هستند، می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که اگرچه هویت شهری به طور قابل توجهی تحت تأثیر جهانی شدن قرار گرفته است، شهرها به طور فعال با حفظ شیوه‌های ترویج هنر و فرهنگ محلی و طراحی فضاهای عمومی که منعکس‌کننده ویژگی منحصر به فرد آنها هستند، با این تغییرات مقابله می‌کنند. این تحقیق درک ما از رابطه بین جهانی شدن و هویت شهری را افزایش می‌دهد و در عین حال بینش‌هایی را ارائه می‌دهد که چگونه شهرها می‌توانند فردیت خود را در دنیای در حال تکامل حفظ کنند (7).

- جون فانگ (۲۰۲۳) در مقاله خود تحت عنوان "جهانی شدن جامعه شناسی هنر و فرهنگ: دیدگاه‌های آسیای شرقی" به بحث درباره جامعه‌شناسی جهانی‌شده هنر و فرهنگ می‌پردازد. فانگ ضمن مروری کوتاه بر ظهور جامعه‌شناسی هنر در غرب و زیرساخت‌های فرهنگ، مضامین اصلی برآمده از مقالات

مجموعه موضوعی و ادبیات موجود در مورد فرهنگ‌های خلاق در شرق آسیا را ترکیب می‌کند. این مضامین شامل پویایی‌های محلی-جهانی (مانند جریان‌ها، مشروعیت، و مرکزیت محلی)، منطقه‌ای سازی، حمایت و کنترل دولتی و نظریه پردازی فراتر از هنر می‌شود. پژوهشگر در نهایت چندین جهت امیدوارکننده برای تحقیقات آینده را برجسته می‌کند و تأکید می‌کند که دیدگاه‌های آسیای شرقی فرصت‌های متمایزی را برای پیشبرد جامعه‌شناسی هنر و فرهنگ ارائه می‌کنند (22).

مبانی نظری و مرور ادبیات پژوهش

جهانی شدن فرهنگ: مفاهیم و دیدگاه‌ها:

پیش از ورود به بحث جهانی شدن فرهنگ، ابتدا ضروری است مفهوم جهانی شدن به طور کلی مورد بررسی قرار گیرد؛ چراکه درک ابعاد و پیچیدگی‌های آن، زمینه را برای فهم دقیق‌تر از تأثیرات آن بر عرصه فرهنگ فراهم می‌سازد. در همین راستا، آنتونی گیدنز (۱۹۹۰) یکی از نخستین نظریه پردازانی است جهانی شدن را نه صرفاً به مثابه یک پدیده اقتصادی، بلکه در غالب دگرگونی روابط اجتماعی در بستر زمان و مکان تحلیل می‌کند. وی جهانی شدن را اینگونه تعریف می‌کند: "تشدید روابط اجتماعی در سرتاسر جهان، که مکان‌های دور را به گونه‌ای به هم پیوند می‌دهد که رویدادهای محلی توسط رویدادهایی که مایل‌ها دورتر رخ می‌دهند تحت تأثیر قرار می‌گیرند و بالعکس" گیدنز تأکید می‌کند که جهانی شدن نتیجه تحولات مدرنیته است و در آن فضا و زمان از حالت سنتی خود جدا شده‌اند. منظور وی از جداسازی "بیرون کشیده شدن" روابط اجتماعی از زمینه‌های محلی تعامل و بازساخت آنها در پهنه‌ای نامعین از زمان و مکان است (23). از دیگر تعاریف مطرح جهانی شدن می‌توان به تعریف مارتین آلبرو و الیزابت کینگ (۱۹۹۰) جامعه‌شناسان مطرح اشاره کرد. آنها جهانی شدن را این گونه تعریف می‌کنند: «همه آن فرآیندهایی که مردم جهان از طریق آن در یک جامعه جهانی واحد ادغام می‌شوند. این تعریف یکی از اولین تعارف آکادمیک از جهانی شدن است. نگاهی کل گرایانه و اجتماعی دارد و جهانی شدن را به عنوان شکلگیری یه جامعه جهانی در نظر می‌گیرد. از طرفی در مقایسه با اغلب تعاریف بیشتر به وحدت اجتماعی در مقیاس جهانی تأکید دارد تا صرفاً فناوری یا اقتصاد (24). دیوید هلد و همکارانش (۱۹۹۹) در کتاب تأثیرگذار "تحولات جهانی: سیاست، اقتصاد و فرهنگ" تعریف نسبتاً جامع و تحلیلی از جهانی شدن ارائه می‌دهند. به عقیده آنها جهانی شدن را می‌توان گسترش، تعمیق و شتاب‌گیری پیوندهای جهانی در تمامی جنبه‌های زندگی اجتماعی معاصر دانست؛ از فرهنگ گرفته تا جرم، از مالی گرفته تا معنوی. هلد اضافه می‌کند که جهانی شدن می‌تواند به آن فرآیندهای مکانی-زمانی تغییر اشاره داشته باشد که اساس دگرگونی دغدغه‌های انسانی در یک سازمان را تشکیل می‌دهد، به هم پیوند می‌دهد و فعالیت‌های انسانی را در مناطق و قاره‌ها گسترش می‌دهد. وی معتقد است که بدون اشاره به گسترش فضای پیوندها، نمی‌توان فرمولی روشن و منسجم از واژه جهانی شدن داشت. یک تعریف رضایت‌بخش از جهانی سازی باید به هر یک از این موارد بپردازد: گسترش، شدت، سرعت و تأثیر (25). رولاند رابرتسون (۱۹۹۲)، یکی دیگر از چهره‌های کلیدی در نظریه پردازی در زمینه جهانی شدن به ویژه از منظر جامعه‌شناسی فرهنگی و دینی است. وی از نخستین کسانی بود که مفهوم "Globalization" را به عنوان چارچوب تحلیلی جدی مطرح کرد. از دیدگاه رابرتسون جهانی شدن به معنای فشرده سازی جهان و تشدید آگاهی از جهان به مثابه یک کل است که هم به جنبه‌های عینی مانند شبکه‌های جهانی، ارتباطات، اقتصاد و غیره اشاره دارد و هم به جنبه‌های ذهنی مانند آگاهی مردم نسبت به زیستن در یک جهان واحد و پیوسته. رابرتسون تأکید می‌کند که جهانی شدن همیشه به معنای یکسان سازی نیست، بلکه ترکیبی از فرآیندهای جهانی و محلی است. وی مفهوم "Glocalization" را مطرح می‌کند که به تعامل بین فرآیندهای جهانی و انطباق محلی اشاره دارد. در این دیدگاه، فرهنگ‌های محلی نه تنها

قربانی جهانی شدن نیستند، بلکه در پاسخ به آن خود را بازتعریف و حتی بازتولید می‌کنند. چنانچه که معتقد است: "جهانی شدن افراد و جوامع را وادار می‌کند تا خود را نسبت به "دیگری جهانی" تعریف کنند و این خودش نوعی بازاندیشی در هویت‌ها است" (26). مانوئل کاستلز (۱۹۹۶) به جای ارائه یک تعریف واحد، جهانی شدن را از منظر اقتصاد شبکه‌ای و جامعه اطلاعاتی تحلیل می‌کند. وی جهانی شدن را نتیجه تحول در فناوری اطلاعات می‌داند که به شکل‌گیری "شبکه‌های جهانی قدرت، ثروت و فرهنگ" انجامیده است (18). جهانی شدن از دیدگاه زیگموند باومن (۱۹۹۸) به معنای فرآیندی است که در آن قدرت حرکت به منبع اصلی قدرت تبدیل شدن است. او به نابرابری بین جهانی شدگان و محلی ماندگان اشاره می‌کند (27). در این بین آرجون آپادورای (۱۹۹۶) یک تعریف کلاسیک و جمله بندی شده صریح برای جهانی شدن ارائه نمی‌دهد؛ چراکه بیشتر بر پویایی، ناهمگونی و شبکه‌ای بودن جهانی شدن تأکید دارد. برخلاف نظریه پردازانی که جهانی شدن را همسان ساز می‌داند، آپادورای معتقد است که جهانی شدن فرآیندی پیچیده، ناهمگون، غیر خطی و مملو از تضاد و بازآفرین فرهنگی است. او جهانی شدن را فرآیندی چند بعدی می‌داند که از طریق جریان‌های متقاطع، مردم، رسانه، فناوری، سرمایه و ایده‌ها، ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی را در سراسر جهان دگرگون می‌کند. این جریان‌ها هر یک مسیر خاص خود را دارند و تعامل آنها فرهنگ جهانی را به مثابه شبکه‌ای از تخیل‌ها، ترجمه‌ها و بازآفرینی‌ها شکل می‌دهد. او در جای دیگر روایت می‌کند: "جهانی شدن روایت همگن سازی فرهنگی نیست، بلکه جهانی از جریان‌های ناهماهنگ و ناهمزمان است" (14).

در مجموع آنچه از مرور دیدگاه‌های نظریه پردازانی چون رابرتسون، آپادورای، گیدنز، هلد و همکاران، آلبرو و کینگ و باومن بر می‌آید آن است که جهانی شدن را نمی‌توان پدیده‌ای تک ساحتی، خطی و همسان ساز تلقی کرد. بر عکس این مفهوم دربرگیرنده فرآیندهای پیچیده، متقاطع و چند بعدی است که در عرصه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی، فناوری و فضایی رخ می‌دهد و آثار گوناگونی بر جوامع محلی، هویت‌ها و ساختارهای شهری بر جا می‌گذارد. بر این اساس و با الهام از دیدگاه‌های نظری، در این پژوهش جهانی شدن اینگونه تعریف می‌شود:

"جهانی شدن فرآیندی چند لایه، ناهمگن و در حال تحول است که از طریق آن جریان‌های فرامکانی انسان‌ها، ایده‌ها، اطلاعات، سرمایه و فناوری جوامع را به گونه‌ای فزاینده به هم متصل می‌سازد. این فرایند ضمن فشرده سازی زمان و مکان، به شکل‌گیری نوعی آگاهی جهانی و بازتعریف پویای هویت‌ها و روابط محلی - جهانی منجر می‌شود. در واقع جهانی شدن نه به مثابه یکسان سازی فرهنگی، بلکه به منزله تعامل متضاد و خلاقانه بین نیروهای جهانی و زمینه‌های محلی قابل فهم است".

در میان ابعاد متنوع جهانی شدن، بعد فرهنگی جایگاهی ویژه دارد؛ چراکه بیشتر از سایر ابعاد با مفاهیمی چون هویت، معنا و شیوه‌های زیست روزمره در ارتباط است. در حالیکه ادبیات جهانی شدن فرهنگ با سرعتی فزاینده در حال رشد بوده است، به نظر می‌رسد اصلاح جهانی شدن فرهنگی مبهم باقی مانده و به اندازه کافی درک نشده است (28). جهانی شدن فرهنگی نه تنها انتقال عناصر فرهنگی فراملی را در بر می‌گیرد، بلکه فرایندهای باز تعریف، بازنمایی و بازساخت فرهنگ‌ها در بستر تحولات جهانی را نیز شامل می‌شود. از این رو بررسی مفهوم جهانی شدن فرهنگی به مثابه یکی از مؤلفه‌های اساسی جهانی شدن، ضرورتی نظری و تحلیلی در مطالعات معاصر به شمار می‌رود. بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که چهار نظریه پرداز کلیدی از جمله آپادورای (۱۹۹۶)، رابرتسون (۱۹۹۵)، تامیلسون (۱۹۹۹) پیترس (۲۰۰۹) هر یک با تمرکز بر جنبه‌ای خاص از فرآیندهای جهانی شدن، فهم‌های متنوعی از این پدیده ارائه کرده‌اند. آپادورای

جهانی شدن فرهنگی را در قالب جریان‌های متنوع و متقاطع فرهنگی در سطح جهانی تحلیل می‌کند (9, 14, 26). او با ابداع مفهوم "اسکیپ‌ها"^۱ به ماهیت سیال، ناهمگون و چند مرکزی فرهنگ در عصر جهانی شدن اشاره دارد. از منظر او فرهنگ دیگر نه محصول مکان‌های ثابت، بلکه فرآیندی جاری در میان شبکه‌ای از جریان‌های جهانی است. در مقابل رابرتسون بر تعامل دیالکتیکی میان نیروهای جهانی و محلی تأکید می‌کند و اصطلاح "جهانی-محلی شدن" را پیشنهاد می‌دهد. به اعتقاد او جهانی شدن فرهنگی به معنای همگن سازی نیست، بلکه فرآیندی است که در آن فرهنگ‌های محلی در مواجهه با عناصر جهانی دچار بازتعریف و بازآفرینی می‌شوند. این تعریف به نوعی چالش و مقاومت در برابر جهانی شدن را به تصویر می‌کشد و آن را به عنوان یک فرآیند پویا و چند لایه در نظر می‌گیرد. جهانی شدن از دیدگاه تامپلسون فرآیندی است که به تدریج در آن فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر ارتباط و تعامل برقرار می‌کنند، به طوری که اثرات این تعاملات باعث گسترش فرهنگ‌ها به نقاط مختلف جهان و در عین حال منجر به عمیق تر شدن روابط و تأثیرات فرهنگی می‌شود. او اشاره می‌کند که جهانی شدن فرهنگی به معنای ساده سازی یا یکسان سازی فرهنگ‌ها نیست؛ بلکه این فرآیند شامل هم زمانی و تلاقی فرهنگ‌های مختلف است که به شکل‌هایی پیچیده و متفاوت از هم بر هم تأثیر می‌گذارند. از نگاه پیترس، جهانی شدن فرآیندی است که به طور همزمان هم فرصت‌هایی برای تنوع و تکثر فرهنگی فراهم می‌کند و هم تهدیدهایی برای هویت‌های محلی ایجاد می‌کند. وی اشاره می‌کند که جهانی شدن فرهنگی تنها یک فرآیند یک سویه یا همگن سازی نیست؛ بلکه نوعی شبه جهانی شدن نیز وجود دارد که در آن، برخی فرهنگ‌ها به ویژه فرهنگ‌های غربی یا مسلط، در سطح جهانی غالب می‌شوند. اما این فرآیند ممکن است بر اساس مناطق مختلف و بسترهای محلی متفاوت باشد. این اشاره به شکلی از جهانی شدن است که به طور یکسان در تمام نقاط دنیا اتفاق نمی‌افتد و تفاوت‌های محلی در تأثیرات جهانی شدن نقش دارند.

با توجه به تعاریف مختلف و دیدگاه‌های مطرح شده در خصوص جهانی شدن فرهنگی، اکنون می‌توان یک تعریف جامع و ترکیبی از این مفهوم ارائه داد. در این مقاله، "جهانی شدن فرهنگ به مثابه فرایندی در نظر گرفته می‌شود که در آن جریان‌های فرهنگی، از طریق رسانه‌ها، فناوری‌های ارتباطی و تعاملات فراملی، در قالبی چندجهتی، نامتقارن و گاه متضاد، در فضاهای محلی و شهری رسوخ می‌کنند. این فرایند نه به معنای همسان‌سازی فرهنگی، بلکه به معنای درهم‌تنیدگی، بازترکیب و باز معنا شدن فرهنگ‌ها در بستر تعامل جهانی و محلی است؛ جایی که هویت‌ها بازسازی می‌شوند، مرزهای جغرافیایی کمرنگ می‌گردند و تجربه‌ی زیسته‌ی شهری، تحت تأثیر کالاها، نمادها و روایت‌های جهانی، بازآرایی می‌شود."

با توجه به اینکه این پژوهش دیدگاهی میان رشته‌ای دارد و از لنز جامعه‌شناسی شهری به این مهم می‌پردازد، لازم است اضافه شود که در چارچوب شهرسازی نیز جهانی شدن فرهنگ واجد اهمیت مضاعفی است؛ چراکه شهرها به مثابه میدان‌هایی زنده برای بروز، تلاقی و بازتعریف فرهنگ‌ها عمل می‌کنند. از یک سو، عناصر معماری، فضاهای عمومی، نشانه‌های بصری و سبک‌های زیست شهری از جریان‌های جهانی تأثیر می‌پذیرند، و از سوی دیگر، همین بستر شهری زمینه مقاومت، بازسازی یا بومی‌سازی فرهنگ را نیز فراهم می‌کند. به ویژه در زمینه هویت شهری، فرآیند جهانی شدن می‌تواند به تغییر یا تحکیم هویت‌های محلی و شهری منجر شود؛ جایی که شهرها نه تنها به عنوان فضاهای فیزیکی، بلکه به عنوان عرصه‌هایی برای بیان و بازآفرینی هویت‌های فرهنگی عمل می‌کنند. در کنار این، سیاست‌گذاری فرهنگی شهری نیز نقشی کلیدی در شکل‌دهی به نحوه تعامل فرهنگ‌های جهانی و محلی ایفا می‌کند. سیاست‌های فرهنگی که در سطح شهری

¹ Scares

اتخاذ می‌شوند، می‌توانند به تنظیم روابط میان جریان‌های فرهنگی جهانی و نیازهای خاص جامعه شهری کمک کنند، و به‌ویژه در جهت حفظ و تقویت هویت‌های بومی در برابر فشارهای جهانی‌شدن، استراتژی‌های خاصی را به کار گیرند.

پیامدها و ابعاد جهانی شدن فرهنگ: بررسی فرصت‌ها و چالش‌ها

جهانی شدن فرهنگ به یکی از مباحث کلیدی در دنیای معاصر تبدیل شده است؛ چراکه تأثیرات آن به طور گسترده در ابعاد مختلف زندگی روزمره افراد احساس می‌شود. لذا در این بخش به بررسی چالش‌ها و فرصت‌هایی پرداخته می‌شود که جهانی شدن فرهنگ برای جوامع مختلف به همراه دارد. بررسی متون ادبی نشان می‌دهد که مهم‌ترین فرصت‌های جهانی شدن فرهنگ را می‌توان در قالب چند فرصت کلیدی خلاصه کرد:

۱. **توسعه و تبادل فرهنگی:** جهانی شدن فرهنگ به جوامع این امکان را می‌دهد که دسترسی به فرهنگ‌های مختلف را آسان‌تر کنند. این تبادل، باعث

افزایش درک و احترام متقابل بین فرهنگ‌ها می‌شود. مانند، اینترنت و رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در تسهیل این تبادل دارند (29).

۲. **اقتصاد فرهنگی و صنایع خلاق:** جهانی شدن باعث گسترش صنایع خلاق فرهنگی مانند سینما، موسیقی، و هنرهای تجسمی در سطح جهانی شده

است. این امر نه تنها باعث رشد اقتصادی در این صنایع می‌شود، بلکه زمینه‌ساز اشتغال و تبادل فکری میان کشورها می‌شود (30).

۳. **تقویت هویت‌های فرهنگی:** برخلاف تصور اولیه که جهانی شدن ممکن است منجر به از بین رفتن هویت‌های فرهنگی شود، در واقع این فرآیند به

تقویت هویت‌های محلی کمک می‌کند. جوامع به شکلی خلاقانه به استفاده از ابزارهای جهانی برای بازآفرینی و تبلیغ فرهنگ خود پرداخته‌اند (14).

۴. **پیشرفت فناوری و دسترسی به اطلاعات:** گسترش فناوری‌های دیجیتال و اینترنت در فرایند جهانی شدن نقش عمده‌ای دارد. این پیشرفت‌ها باعث

افزایش دسترسی به اطلاعات و فرهنگ‌های مختلف شده است، و این امر به مردم این امکان را می‌دهد که دیدگاه‌های جهانی‌تر داشته باشند (18).

۵. **توانمندسازی و مشارکت فرهنگی:** جهانی شدن فرهنگ موجب رشد و توانمندسازی گروه‌های مختلف، از جمله زنان، اقلیت‌ها و گروه‌های حاشیه‌ای

شده است. رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به این گروه‌ها فرصت می‌دهند تا صدای خود را به گوش جهانیان برسانند و در بحث‌های فرهنگی و اجتماعی

مشارکت کنند (31).

بررسی این تحولات فرهنگی ناشی از جهانی شدن گویای این حقیقت است جهانی شدن فرهنگ با گشودن مرزهای جغرافیایی و تسهیل جریان اطلاعات،

کالا و نمادهای فرهنگی، فرصت‌هایی ارزشمند را برای جوامع فراهم ساخته است. این فرآیند نه تنها به ارتقای تنوع فرهنگی و گسترش افق‌های ارتباطی منجر

شده، بلکه امکان بهره‌گیری از منابع خلاق جهان، تقویت دیپلماسی فرهنگی باز تعریف هویت‌های محلی در بستر تعاملات جهانی را نیز فراهم کرده است. به این

ترتیب جوامع بیش از پیش به سوی پویایی فرهنگی، نوآوری اجتماعی و درک متقابل در مقیاس جهانی سوق یافته‌اند. از طرفی جهانی شدن فرهنگ همانقدر که

می‌تواند خلاقیت، تنوع و امکان بازاندیشی در فضای شهری را فراهم کند، ممکن است ریشه‌های فرهنگ را تضعیف کرده و ساختارهای اجتماعی محلی را دچار

گسست سازد. این فرایند در کنار ایجاد فرصت‌هایی برای گفتگوی میان فرهنگی، می‌تواند منشاء تنش، ناهمگونی و بحران در بافت‌های فرهنگی - اجتماعی

شهرها شود. به ویژه در جوامعی که آمادگی لازم برای مواجهه با سیالیت فرهنگی را ندارند. به بیان دیگر جهانی شدن فرهنگدو رویه دارد: یکی نوید بخش و الهام

بخش و دیگری پیچیده و گاه بحران زا. از همین رو تحلیل چالش‌های ناشی از این فرآیند به همان اندازه امیت دارد که بررسی فرصت‌های آن. مهم‌ترین چالش‌های جهانی شدن فرهنگ را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. **همگن سازی فرهنگی:** با گسترش رسانه‌ها و برندهای جهانی، سبک زندگی و سلیقه‌های فرهنگی در بسیاری از نقاط جهان مشابه شده است. این

روند ممکن است به فرسایش تنوع فرهنگی و از میان رفتن ویژگی‌های خاص فرهنگ‌های محلی بینجامد (9, 32).

۲. **هژمونی فرهنگی غرب:** فرهنگ‌های غربی، به‌ویژه فرهنگ آمریکایی، در فرآیند جهانی‌شدن نقش مسلطی ایفا می‌کنند و از طریق سینما، موسیقی، و

شبکه‌های اجتماعی، الگوهای رفتاری خاصی را به جهان تحمیل می‌کنند (11, 33).

۳. **تهدید زبان‌های محلی:** با گسترش زبان‌های مسلط جهانی مانند انگلیسی، زبان‌های محلی و اقلیت در معرض فراموشی قرار گرفته‌اند، که خود نوعی

از نابودی فرهنگی تلقی می‌شود (34).

۴. **تجاری سازی فرهنگ:** فرهنگ به یک کالا تبدیل شده که قابل خرید و فروش است؛ و این فرایند ممکن است معنا و اصالت عناصر فرهنگی را

تحت الشعاع قرار دهد (35).

۵. **مقاومت‌های فرهنگی و بومی گرایی افراطی:** در واکنش به جهانی‌شدن، برخی جوامع به سمت ناسیونالیسم فرهنگی یا افراط‌گرایی فرهنگی گرایش

پیدا می‌کنند که خود منجر به بروز تنش‌های اجتماعی و فرهنگی می‌شود (14, 17).

۶. **نابرابری دسترسی به فرهنگ جهانی:** همه‌ی جوامع به یک اندازه به محصولات فرهنگی جهانی دسترسی ندارند. این نابرابری ممکن است باعث نوعی

«دوگانه فرهنگی» شود که در آن طبقات یا مناطق خاصی از مزایای جهانی‌شدن فرهنگی بهره‌مند می‌شوند و دیگران نه (5, 6, 36).

۷. **مصرف‌گرایی فرهنگی:** فرهنگ در فرآیند جهانی‌شدن، نه فقط به کالا، بلکه به یک تجربه مصرفی تبدیل شده است. شهروندان بیشتر از آنکه در تولید

معنا مشارکت کنند، صرفاً به مصرف‌کنندگان منفعل محصولات فرهنگی بدل می‌شوند (15, 20, 37).

۸. **از خود بیگانگی فرهنگی:** وقتی عناصر فرهنگی جهانی بر فرهنگ محلی غلبه می‌کنند، افراد ممکن است دچار بحران هویت شوند و احساس بی‌ریشگی

یا گم‌گشتگی کنند؛ به‌ویژه نسل‌های جوان که بین سنت و مدرنیته گیر افتاده‌اند (38).

۹. **بومی سازی ناقص یا سطحی:** بسیاری از شهرها و کشورها برای مقابله با سلطه فرهنگی جهانی، سعی در بومی‌سازی دارند، اما این تلاش‌ها گاه در

سطح نمادین باقی می‌ماند و به تقویت عمق فرهنگی منجر نمی‌شود. این وضعیت به نوعی «نمایش فرهنگ محلی» برای گردشگران یا جذب

سرمایه‌گذاری خارجی بدل می‌شود (19, 26).

جهانی شدن فرهنگ نه تنها فرصت‌ها و چالش‌هایی را برای جوامع مختلف به ارمغان آورده است، بلکه تأثیرات چشمگیری بر ساختار و ویژگی‌های شهرها

نیز گذاشته است. در این راستا، همزمان با گسترش تبادل فرهنگی و دسترسی به فناوری‌های نوین، شهرها به کانون‌های اصلی تحولات فرهنگی، اقتصادی و

اجتماعی تبدیل شده‌اند. به همین دلیل، در بخش‌های پیشین به تفصیل فرصت‌ها و چالش‌های جهانی شدن فرهنگ پرداخته شد که هرکدام از این روندها به نحوی

بر شکل‌گیری و تغییرات در شهرها تأثیرگذار بوده‌اند. جهانی شدن فرهنگ، با ایجاد فرصت‌های مختلف برای تبادل فرهنگی، تقویت هویت‌های محلی، و پیشرفت

در فناوری و دسترسی به اطلاعات، تغییرات عمیقی در ساختار و ویژگی‌های شهرها به وجود آورده است. این فرصت‌ها موجب افزایش تعاملات فرهنگی، گسترش صنایع خلاق، و تقویت مشارکت گروه‌های مختلف اجتماعی در فرآیندهای فرهنگی و اجتماعی شده‌اند. به‌ویژه، رسانه‌ها و فناوری‌های دیجیتال نقش کلیدی در این تغییرات دارند و به مردم شهرها این امکان را می‌دهند که از فرهنگ‌های مختلف بهره‌برداری کنند و در تبادل ایده‌ها و هنرها مشارکت داشته باشند. در این راستا، شهرها به کانون‌های مهمی برای صنایع فرهنگی، خلاق و دیجیتال تبدیل شده‌اند و نقش‌های جدیدی در زمینه اشتغال، تولید و مصرف فرهنگی پیدا کرده‌اند. با این حال، این فرایند جهانی شدن فرهنگ با چالش‌های جدی نیز روبه‌رو است. همگن‌سازی فرهنگی و تسلط فرهنگ‌های غربی بر فرهنگ‌های محلی، می‌تواند به فرسایش تنوع فرهنگی و تهدید زبان‌ها و هویت‌های محلی منجر شود. این امر به‌ویژه در شهرهایی که در معرض فرهنگ‌های غالب جهانی قرار دارند، بیشتر دیده می‌شود. همچنین، تجاری‌سازی فرهنگ و مصرف‌گرایی فرهنگی می‌تواند باعث کاهش عمق معنایی و اصالت در هنرها و فرهنگ‌های محلی شود. از طرفی، مقاومت‌های فرهنگی و بومی‌گرایی افراطی در برخی از شهرها موجب بروز تنش‌های اجتماعی و فرهنگی شده‌اند. در این میان، نابرابری در دسترسی به فرهنگ جهانی نیز بر ساختارهای اجتماعی و اقتصادی شهرها تأثیرگذار است و می‌تواند شکاف‌های عمیقی بین طبقات مختلف ایجاد کند. در مجموع، جهانی شدن فرهنگ تأثیرات متناقضی بر شهرها داشته است. از یک سو، باعث تقویت تبادل فرهنگی، نوآوری و فرصت‌های اقتصادی شده و از سوی دیگر، چالش‌هایی نظیر تهدید هویت‌های فرهنگی و افزایش تنش‌های اجتماعی و اقتصادی را به همراه داشته است. برای دستیابی به یک تعادل پایدار، لازم است که سیاست‌گذاران شهری و جهانی به این تأثیرات توجه کرده و راهکارهایی برای تقویت جنبه‌های مثبت و کاهش اثرات منفی جهانی شدن فرهنگ ارائه دهند.

بازاندیشی جهانی شدن فرهنگ در بستر شهری

جهانی شدن فرهنگ، نه صرفاً یک فرایند انتقال یا تبادل نمادها، بلکه پدیده‌ای پیچیده، چندوجهی و به شدت وابسته به بسترهای اجتماعی، اقتصادی و فضایی است. در بستر شهر، این پدیده واجد ابعاد متفاوتی می‌شود که مستقیماً با مفاهیمی چون هویت، فضا، قدرت و کنش فرهنگی در پیوند قرار می‌گیرد. در واقع، شهر در مواجهه با فرهنگ جهانی شده، به میدان تنش و تعامل بین نیروهای محلی و جهانی تبدیل می‌شود؛ جایی که هویت‌ها بازتعریف، فضاها بازتولید و مناسبات قدرت بازتنظیم می‌شوند. از منظر هویتی، جهانی شدن فرهنگ نه تنها چالشی برای هویت‌های محلی محسوب می‌شود، بلکه ظرفیتی برای بازآفرینی و تقویت آن نیز به شمار می‌رود. افراد و جوامع با استفاده از ابزارهای جهانی، می‌توانند روایت‌های بومی خود را بازگو کنند و در برابر همگن‌سازی مقاومت کنند. به عبارتی، هویت دیگر امری ایستا و ذات‌گرایانه نیست، بلکه به شکلی شناور، ترکیبی و در حال برساخت مجدد در می‌آید. از سوی دیگر، فضاهای شهری تحت تأثیر جهانی شدن فرهنگ، دچار نوعی دگردیسی معنایی می‌شوند. مراکز خرید بین‌المللی، خیابان‌هایی با نشانه‌های برندهای جهانی، معماری‌های تقلیدی، و در مقابل، فضاهایی از مقاومت و بازگشت به نمادهای بومی، همگی گویای این وضعیت دوقطبی و در حال چانه‌زنی هستند. بنابراین، شهر به یک صحنه‌ی فراملی تبدیل می‌شود که در آن، بازنمایی فضا، تولید فضا و مصرف فضا همگی تحت تأثیر پویایی‌های فرهنگی نوظهور قرار دارند. قدرت فرهنگی در این فرآیند به شکلی غیرمتمرکز عمل می‌کند. دیگر تنها نهادهای رسمی یا دولت‌ها حامل قدرت فرهنگی نیستند؛ بلکه شهروندان، هنرمندان، کاربران شبکه‌های اجتماعی، و مصرف‌کنندگان فرهنگی نیز در تولید معنا و ارزش‌های فرهنگی مشارکت دارند. با این حال، این قدرت همواره متعادل نیست؛ چرا که سلطه فرهنگ‌های مسلط جهانی، همچون فرهنگ آمریکایی، گاه موجب هژمونی نمادین بر فرهنگ‌های دیگر می‌شود و شکل‌های مقاومت فرهنگی را نیز بازتولید می‌کند. نکته مهم دیگر،

کنش فرهنگی شهروندان است. مردم در شهرهای جهانی شده، صرفاً گیرندگان منفعل فرهنگ نیستند، بلکه در بسیاری مواقع، با استفاده از ابزارهای دیجیتال و ظرفیت‌های خلاقانه، در بازآفرینی فرهنگ نقش دارند. از پوشش و موسیقی تا شیوه تعاملات روزمره، همه چیز می‌تواند به عرصه‌ای برای چانه‌زنی، بازتفسیر و حتی مقاومت فرهنگی بدل شود. در واقع، جهانی‌شدن فرهنگ بدون در نظر گرفتن وساطت شهروندان، قابل فهم نیست. در مجموع، جهانی‌شدن فرهنگی، فرآیندی است هم‌زمان امیدبخش و مسئله‌زا. فرصت‌هایی برای رشد خلاقیت، تبادل فرهنگی و بازآفرینی هویت فراهم می‌سازد و در عین حال، چالش‌هایی همچون همگن‌سازی، مصرف‌گرایی، و گسست فرهنگی را نیز با خود می‌آورد. شهر به مثابه بستری زنده و پویا، جایی است که این تعارضات و تعاملات با وضوح بیشتری دیده می‌شوند. از همین رو، نگاه ما به جهانی‌شدن فرهنگی نباید تک‌ساحتی یا یک‌سویه باشد؛ بلکه باید آن را همچون میدانی برای مواجهه سیال مفاهیم و نیروها درک کرد؛ میدانی که همواره در حال بازتعریف است و نیازمند تحلیل‌های چندلایه و حساس به زمینه‌های محلی و جهانی.

جهانی‌شدن فرهنگی پدیده‌ای چندوجهی است که فراتر از جابه‌جایی کالا و سرمایه، به گردش معانی، نمادها و سبک‌های زندگی در مقیاس جهانی می‌پردازد. در این چارچوب، شهرها نه صرفاً مکان‌هایی برای زیست، بلکه کانون‌هایی برای تولید، انتقال و مصرف فرهنگ جهانی‌اند. تحلیل این فرایند از لنز جامعه‌شناسی شهری و نظریه‌های فضا، امکان فهم عمیق‌تری از نحوه نفوذ فرهنگ جهانی به درون تار و پود شهر را فراهم می‌کند. نگرانی عمده در مورد تأثیرات جهانی‌شدن در ایجاد و جلوگیری از «فرهنگ جهانی» و همچنین در مورد سهم فرهنگ در تسهیل فرآیند جهانی‌شدن بوده است. از همین ابتدا باید توجه داشت که جهانی‌شدن هم علت و هم پیامد تنوع فرهنگی و تشابهات فرهنگی است. بنابراین، گسترش مداوم فرهنگ‌ها سه احتمال را ایجاد می‌کند:

۱- تر همگرا: فرهنگ قدرتمند بر فرهنگ‌های ضعیف تسلط دارد و در نتیجه فضا را برای حاکمیت فرهنگ قوی‌تر می‌دهد در حالی که ضعیف‌تر را مجبور به «کشتن» می‌کند.

۲- تر واگرا: تعامل فرهنگی تمایز هر فرهنگ را دست نخورده (یا بی‌تأثیر) می‌گذارد و در نتیجه شکاف واقعی بین فرهنگ‌های جهان ایجاد می‌کند.

۳- تر ترکیبی: آمیختگی فرهنگی، فرهنگ منحصر به فردی را ایجاد می‌کند (39).

گیدنز (۱۹۹۰) نظریه جهانی‌شدن را از منظر "مدنیته متأخر" و "دوگانه جهانی/ محلی" تحلیل می‌کند. او جهانی‌شدن را نه صرفاً توسعه ارتباطات جهانی، بلکه شدت گرفتن روابط اجتماعی فراتر از مرزهای محلی می‌داند. او در نظریه اش درباره "مدنیته متأخر" تأکید می‌کند که در عصر حاضر، زمان و مکان از شکل سنتی خود جدا شده‌اند و فضاهای زندگی روزمره ما با تأثیر ساختارهای جهانی شکل می‌گیرد. یکی از مفاهیم کلیدی در نظریه گیدنز، "رفع مکان مندی" است. یعنی روابط اجتماعی دیگر محدود به مکان فیزیکی خاصی نیستند (23).

در تداوم نظریه آنتونی گیدنز درباره تأثیر جهانی‌شدن بر ساختارهای اجتماعی، رونالد اینگل هارت (۱۹۹۷؛ ۲۰۰۵) با تمرکز بر تحول ارزش‌ها در عصر مدرن، به نوعی تحول فرهنگی در مقیاس جهانی اشاره می‌کند. اینگل هارت بر اساس داده‌های پیمایش جهانی ارزش‌ها^۲، نشان می‌دهد که جوامع با توسعه اقتصادی و افزایش امنیت اجتماعی، از ارزش‌های بقا (مانند امنیت، نظم، معیشت پایه) به سمت ارزش‌های خودبیانگرانه^۳ حرکت می‌کنند. این ارزش‌ها شامل آزادی‌های فردی،

¹ Disembedding

² World Values Survey

³ self-expression values

مشارکت فرهنگی، زیبایی‌شناسی، کیفیت زندگی، و توجه به تنوع و تفاوت‌اند. از منظر اینگل‌هارت، جهانی‌شدن فرهنگی نه فقط انتقال نمادها و سبک‌های زندگی، بلکه فرایندی است که با شکل‌گیری نسل‌هایی همراه است که خواهان بیان فردی، خلاقیت و تجربه‌های فرهنگی نو هستند. چنین تحولاتی به‌ویژه در شهرهای بزرگ و طبقات متوسط شهری رخ می‌دهد؛ جایی که افراد به فضاهای عمومی، کافه‌ها، گالری‌ها، طراحی شهری نوین و معماری خلاقانه جذب می‌شوند تا سبک زندگی خاص خود را ابراز کنند. در مورد شهرهای ایران، به‌ویژه کلان‌شهرهایی مثل تهران، شیراز و اصفهان، می‌توان رد پای این تحول ارزش‌ها را مشاهده کرد. گرایش به معماری مدرن، هنر خیابانی، استفاده از فضاهای شهری برای تعامل اجتماعی و فرهنگی، و شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌های شهری، همگی نشانه‌هایی از تغییر نگرش به فضاهای شهری در پرتو جهانی‌شدن فرهنگی و رشد ارزش‌های ابرازی هستند. به تعبیر اینگل‌هارت، این نوع ارزش‌ها با نیاز به خلاقیت و تنوع فرهنگی گره خورده‌اند و در شهرهای در حال جهانی‌شدن، به‌شکلی ملموس بازتابی می‌شوند (40، 41). رولاند رابرتسون (۱۹۹۵)، با مطرح کردن هم‌زمانی همگن‌سازی و ناهمگن‌سازی، از نخستین جامعه‌شناسانی است که مفهوم “جهانی‌شدن فرهنگی” را به‌صورت نظام‌مند مطرح کرد. او در نظریه‌ی خود از اصطلاح “گلوبالیزیشن” (Glocalization) استفاده می‌کند که به تلاقی روندهای جهانی و محلی اشاره دارد. از نظر رابرتسون، جهانی‌شدن نه صرفاً به معنای یک‌دست‌سازی فرهنگی است و نه بازگشت به سنت‌های محلی؛ بلکه فرایندی است که در آن فرهنگ‌های محلی با عناصر جهانی ترکیب می‌شوند و گونه‌های جدیدی از فرهنگ را پدید می‌آورند (26).

آرجون آپادورای (۱۹۹۶) در کتاب “مدرنیته در کل” به تشریح نظریه خود درباره جهانی‌شدن فرهنگ می‌پردازد. او در نظریه‌ی “Scapes” خود، جهان فرهنگی را به شبکه‌ای از جریان‌ها تقسیم می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه شهرها تحت تأثیر این جریان‌های فرهنگی شکل می‌گیرند، بازتعریف می‌شوند و در نهایت در بازتولید سبک‌های زندگی جهانی نقش دارند. آپادورای پنج نوع جریان جهانی (یا “منظره”) را معرفی می‌کند که فرهنگ جهانی را شکل می‌دهند (14). جدول (۱) زیر نکات کلیدی نظریه وی را نشان می‌دهد.

جدول ۱. بررسی پنج منظر جهانی شدن از دیدگاه آپادورای.

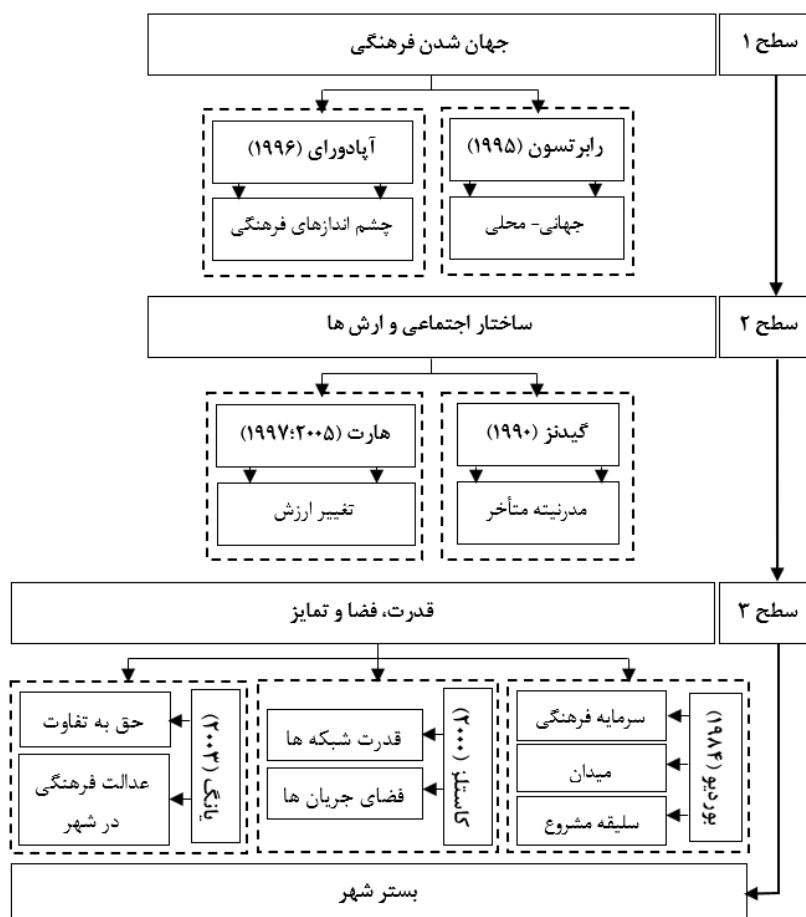
نوع منظر (Scapes)	تعریف	مثال	تأثیر بر فرهنگ
۱ Ethnoscape	جابه جایی افراد در سطح جهانی	مهاجرت، پناهندگان، گردشگران	هویت، چند فرهنگی شدن
۲ Mediascape	جریان جهانی رسانه‌ها و تصاویر	فیلم‌ها، شبکه اجتماعی، تلویزیون جهانی	ساخت تخیلات فرهنگی و سبک زندگی
۳ Thechnoscape	انتشار جهانی فناوری	اینترنت، موبایل، شبکه‌های دیجیتال	تغییر شیوه‌های ارتباط و تولید فرهنگی
۴ Finanscape	جریان جهانی سرمایه و پول	بازارهای جهانی، رمز ارزها	شکل دادن به الگوهای مصرف و ارزش‌های فرهنگی
۵ Ideoscape	جریان جهانی ایده و ایدئولوژی‌ها	دموکراسی، حقوق بشر، فمینیسم	بازتعریف معنا و جهت‌گیری فرهنگی

یانگ (۲۰۰۳)، جامعه‌شناس فرهنگی چینی، در تحلیل خود از جهانی‌شدن فرهنگی به برجسته شدن “فرهنگ مصرفی جهانی‌شده” اشاره می‌کند. او معتقد است که نظام سرمایه‌داری جهانی، از طریق برندها، رسانه‌ها و کالاهای فرهنگی، شکل جدیدی از فرهنگ مصرف‌محور جهانی ایجاد کرده که از شهرهای جهانی تا مناطق پیرامونی نفوذ دارد. این فرهنگ، گرچه ممکن است بومی شود، اما در بنیان خود تحت سلطه منطق بازار جهانی است (42). مانوئل کاستلز (۲۰۰۰)، با معرفی مفهوم “جامعه شبکه‌ای”، جهانی‌شدن را فرآیندی می‌داند که در آن ارتباطات دیجیتال و جریان‌های اطلاعاتی، ساختارهای قدرت و هویت را دگرگون

کرده‌اند. از نظر او، فضا دیگر صرفاً فیزیکی نیست، بلکه شامل "فضای جریان‌ها" است که در آن فرهنگ جهانی از طریق شبکه‌های رسانه‌ای و دیجیتال، مرزهای جغرافیایی را پشت سر می‌گذارد (17). شکل (۱)، روند تأثیرگذاری جهانی شدن فرهنگ را از دیدگاه نظریه پردازان در سه سطح جهانی شدن فرهنگی، ساختار اجتماعی و ارزش‌ها و قدرت، فضا، تمایز نشان می‌دهد.

تحلیل جهانی شدن فرهنگی در بستر جامعه‌شناسی شهری و شهرسازی

اگرچه نظریه‌پردازانی چون رابرتسون، آپادورای و کاستلز جهانی شدن فرهنگی را در مقیاس کلان بررسی کرده‌اند، اما تجلی عینی این پدیده را می‌توان در سطح شهرها مشاهده کرد. شهرها امروز نه تنها به عنوان مراکز تبادل اقتصادی و تکنولوژیک، بلکه به عنوان کانون‌های فرهنگ جهانی شده عمل می‌کنند؛ جایی که جریان‌های جهانی در کالبد فضا و سبک زندگی شهری رسوخ می‌کنند و بازتعریف می‌شوند. چنانچه با توجه به نظریه گیدنز (۱۹۹۰)، مفهوم رفع مکان مندی در زمینه جامعه‌شناسی شهری قابل کاربرد است؛ چراکه شهرهای امروز نه تنها بستر زندگی محلی، بلکه نقاط تقاطع "فرهنگ‌های جهانی شده" هستند. طراحی شهری، فضاهای عمومی، معماری و حتی سبک زندگی شهری تحت تأثیر الگوی جهانی، اما در بستر محلی بازآفرینی می‌شوند. این همان جا است که تحلیل گیدنز از "دیالکتیک جهانی-محلی" وارد می‌شود: فرهنگ جهانی ممکن است از طریق رسانه، تکنولوژی یا مصرف، وارد شهر شود، اما در شهر بازمعنا و محلی سازی می‌شود (23).



شکل ۱. بررسی روند تأثیرگذاری جهانی شدن فرهنگ از دیدگاه نظریه پردازان در سه سطح جهانی شدن فرهنگی،

ساختار اجتماعی و ارزش‌ها و قدرت، فضا، تمایز

همچنین درک فرایند جهانی شدن فرهنگی در بستر شهر، بدون توجه به نقش سلیقه و بازنمایی‌های نمادین طبقات اجتماعی، ناقص خواهد بود. نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو (۱۹۸۴)، امکان تحلیل ظریف تری را از این فرآیند فراهم می‌سازد. بر این اساس شهر جهانی شده تنها محل عبور جریان‌های فرهنگی نیست، بلکه میدان رقابتی است که در آن گروه‌های اجتماعی از طریق سلیقه‌های فرهنگی، فضاهای شهری و سبک‌های مصرف، خود را از یکدیگر متمایز می‌کنند. فضاهایی همچون کافه‌های خاص، مراکز هنری یا معماری‌های پست مدرن، صرفاً عملکردی ندارند؛ بلکه به مثابه سرمایه فرهنگی عینی، ابزار تمایز و بازتولید جایگاه اجتماعی نیز به شمار می‌روند. به بیان دیگر جهانی شدن فرهنگیاز خلال الگوهای مصرف در شهر، به بازتوزیع نمادین قدرت و منزلت اجتماعی در فضاهای شهری منجر می‌شود (43). تأثیر جهانی شدن فرهنگ را از دیدگاه میان رشته‌ای جامعه‌شناسی و شهرسازی می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

- فضا به مثابه متن فرهنگی:

هنری لوفور (۱۹۹۱) با نظریه‌ی تولید اجتماعی فضا، پایه‌ای برای درک نحوه نفوذ فرهنگ جهانی در بافت شهری فراهم می‌کند. او بر این باور است که فضا نه یک ظرف خنثی بلکه محصول مناسبات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است. در این چارچوب، جهانی‌شدن فرهنگی نه تنها در محتوا بلکه در شکل و سازمان فضایی شهرها نیز بروز می‌یابد. میدان‌ها، مراکز خرید، کافه‌ها، برج‌ها، و فضاهای نمایشی مانند موزه‌ها و سالن‌های کنسرت، همگی فضاهایی هستند که سبک‌های فرهنگی جهانی را درون خود جا داده‌اند (44).

- شهر به مثابه ویرین فرهنگ جهانی:

ساسکیا ساسن (۲۰۰۲؛ ۲۰۰۱) در نظریه‌ی شهر جهانی، استدلال می‌کند که جهانی شدن باعث می‌شود شهرها با معماری و شیوه‌های فرهنگی یکسان به نظر برسند. از طرف دیگر نشان می‌دهد که شهرهای خاصی در جهان به گره‌گاه‌های اصلی قدرت اقتصادی و فرهنگی بدل شده‌اند. این شهرها نه تنها در اقتصاد، بلکه در فرهنگ نمادین جهانی نقش بازی می‌کنند. پدیده‌هایی چون برندینگ شهری، فستیوال‌های فرهنگی بین‌المللی، و پروژه‌های معماری نمادین (مانند اپرای سیدنی یا برج خلیفه) مصادیق بارز ورود فرهنگ جهانی به هویت شهری هستند. در نتیجه، شهرها برای بقا و رقابت در نظام جهانی، خود را به زبان جهانی بازتعریف می‌کنند (5، 6).

- جهانی شدن و برنامه ریزی شهری:

در بررسی ادبیات نقش برنامه‌ریزی در شکل‌دهی چگونگی واکنش شهرها به جهانی‌سازی برجسته شده است. برنامه‌ریزی شهری در تعیین اینکه آیا جهانی شدن منجر به شبیه‌تر شدن شهرها می‌شود یا اجازه می‌دهد تا منحصر به فرد بودن و تنوع آن‌ها حفظ شود، نقش دارد. از یک سو، استراتژی‌های برنامه‌ریزی شهری که رقابت را با ایجاد مناطق تجاری، مراکز همایش و زیرساخت‌های گردشگری اولویت می‌دهند، اغلب به یکنواخت‌تر کردن فضاهای شهری کمک می‌کنند (5). (6) برعکس، رویکردهای برنامه‌ریزی شهری که بر حفظ فرهنگ و ترویج فراگیری و پذیرش هویت تمرکز دارند، می‌توانند به شهرها کمک کنند تا ویژگی‌های خود را حفظ کنند.

- معماری جهانی و گرافیک شهری:

یکی از نشانه‌های عینی جهانی‌شدن فرهنگی در شهر، معماری جهانی‌شده است. این معماری با فرم‌هایی همچون شیشه، فولاد، ارتفاع و لوکس بودن شناخته می‌شود و در هر نقطه از جهان به شیوه‌ای مشابه بازتولید می‌شود. در کنار آن، هنر شهری و گرافیتی نیز به عرصه‌ای برای گفت‌وگوی فرهنگی یا مقاومت تبدیل شده‌اند. این هنرها می‌توانند روایت‌های محلی را در برابر زبان جهانی قدرت بازنمایی کنند یا حتی خودشان حامل عناصر جهانی (مثل نمادهای پاپ، رسانه یا سیاست جهانی) باشند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تأثیر جهانی شدن بر سبک‌ها و شیوه‌ها منجر به گرایش شهرها به اتخاذ رویکردهایی با هدف جذب مخاطب جهانی شده است (5, 6). این روند از طریق ساخت آسمان‌خراش‌های شیشه‌ای و فولادی، مراکز خرید و جوامع دروازه‌دار در سراسر شهرهای سراسر جهان قابل مشاهده است. در جنبه مقابل، شهرها با حفظ سبک‌ها و شیوه‌های خود و در عین حال ترویج سنت‌های معماری محلی، فعالانه در برابر این روند مقاومت می‌کنند (16, 45). هدف این مقاومت حفظ هویت هر شهر و حفاظت از میراث فرهنگی آن برای نسل‌های آینده است. نمونه‌هایی از تلاش‌ها شامل حفظ و بازسازی ساختمان‌ها با تأکید بر معماری بومی و ترکیب مصالح و عناصر طراحی محلی در ساخت‌وسازهای جدید است (2, 39).

- مصرف فرهنگی در فضاهای شهری:

تأثیر نظریه‌های بوردیو را نیز می‌توان در این فضاها پیگیری کرد؛ جایی که سرمایه فرهنگی در معماری، مد، چیدمان داخلی کافه‌ها یا انتخاب برندهای بین‌المللی خود را نشان می‌دهد. فرهنگ جهانی‌شده اغلب از طریق مصرف بازتولید می‌شود و شهر به میدان رقابت سبک‌های زندگی بدل می‌گردد. در اینجا، فضاهای شهری تنها برای عملکرد نیستند، بلکه برای نمایش هویت و موقعیت فرهنگی نیز طراحی شده‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که جهانی‌شدن فرهنگی نه تنها در سطح رسانه و جریان‌های اطلاعاتی، بلکه در کالبد، هویت و کارکرد شهرها حضور دارد. شهرها با پذیرش، بومی‌سازی یا مقاومت در برابر عناصر جهانی، در بازتولید این فرهنگ سهیم‌اند. جامعه‌شناسی شهری و شهرسازی، با نگاه به فضا، هویت، و روابط قدرت، می‌تواند ابزاری مؤثر برای فهم این دینامیسم پیچیده باشد. چراکه در دهه‌های اخیر، شهرهای بزرگ ایران نیز در معرض فرایندهای جهانی‌شدن فرهنگی قرار گرفته‌اند، اگرچه این فرایند در بستر زمینه‌ای بومی، دینی و سیاسی خاصی معنا می‌یابد. پدیده‌هایی چون شکل‌گیری مراکز خرید لوکس، کافه‌های مدرن با الهام از سبک زندگی غربی، برج‌های مسکونی با طراحی‌های نئومدرن، فستیوال‌های هنری بین‌المللی، یا حضور برندهای جهانی (ولو در قالب غیراصل)، نشانه‌هایی از ورود فرهنگ جهانی به فضاهای شهری ایران هستند. در این میان، نظریه بوردیو در خصوص سرمایه فرهنگی و تمایز اجتماعی، چارچوبی سودمند برای تحلیل این تحولات فراهم می‌سازد. در شهرهایی چون تهران، شیراز، اصفهان و رشت، می‌توان مشاهده کرد که طبقات متوسط جدید، با بهره‌گیری از سلیقه‌های جهانی‌شده در عرصه‌هایی چون مد، موسیقی، معماری و غذا، سعی در کسب تمایز و بازنمایی هویت خود دارند. کافه‌های خاص با دکوراسیون نئوبوهمی، فضاهای گالری و تئاترهای تجربی، و حتی چیدمان آپارتمان‌های لوکس شمال شهر تهران، حامل سرمایه فرهنگی‌ای هستند که وجهی جهانی یافته‌اند. با این حال، این فرایند با مقاومت‌های فرهنگی، نظارتی و گاه بازخوانی‌های خلاقانه نیز همراه است. بسیاری از مظاهر فرهنگ جهانی، در بافت بومی ایران بازتعریف یا بومی‌سازی می‌شوند؛ مثلاً فضاهای فرهنگی بین‌المللی با مضامین مذهبی یا ملی ترکیب می‌شوند، یا سبک‌های مد و طراحی شهری به‌شکلی تطبیقی با محدودیت‌های اجتماعی و سیاسی هم‌نشین می‌شوند. بدین ترتیب، جهانی‌شدن فرهنگی در شهرهای ایران نه یک فرایند یک‌سویه تقلید، بلکه عرصه‌ای از مذاکره، مقاومت و بازآفرینی فرهنگی است؛ عرصه‌ای که در آن، فضاهای شهری به محل بازنمایی رقابت‌های نمادین و ساخت اجتماعی هویت طبقاتی بدل می‌شوند (43, 46-49).

جدول ۲. تطبیق نمادهای جهانی شدن فرهنگی در سه شهر ایرانی از دریچه نظریه بوردیو.

نام شهر	نمادهای جهانی شدن فرهنگی	شیوه بازنمایی سرمایه فرهنگی	شکل‌های بومی	سازي / پیوند با نظریه بوردیو
تهران	کافه‌های مدرن، برج‌های لوکس، سبک زندگی دیجیتال، مد و موسیقی جهانی شده	کسب تمایز از طریق مصرف نمادهای فرهنگی مدرن؛ نمایش "سلیقه جهانی"	بازتولید بومی برندها (مانند استارز کافی) تطبیق با عرف سرمایه فرهنگی	فضاهای شهری به عنوان میداين رقابت نمادين برای سرمایه فرهنگی
شهرهای توریستی- تاریخی (شیراز، اصفهان، تبریز)	احیای فضاهای سنتی با طراحی نو؛ بوتیک هتل‌ها؛ صنایع خلاق	ترکیب سنت با ذائقه جهانی برای جلب توجه فرهنگی- اقتصادی	بازتعریف هویت فرهنگی برای جذب مخاطب جهانی	رقابت در بازنمایی "ذوق مشروع" میان سنت و مدرنیته
شهرهای مذهبی (مشهد، قم)	مال‌های تجاری مدرن، برندهای فرهنگی نیمه رسمی، پست مدرن رسمی	تلفیق فرم جهانی یا محتوای بومی- مذهبی؛ نمایش "تمایز مشروع"	نظارت نهادی؛ بازتولید فرم جهانی با مضامین بومی	میدان‌های فرهنگی با تعادل میان سرمایه فرهنگی جهانی و مشروعیت محلی

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش بر اهمیت نگاهی ترکیبی و چندرشته‌ای تأکید دارد؛ نگاهی که در آن فهم فرایندهای جهانی‌شدن فرهنگ بدون درک بافت اجتماعی، تاریخی و فضایی شهر امکان‌پذیر نیست؛ چراکه جهانی‌شدن فرهنگی فرآیندی پیچیده و چندبعدی است و تحولات ناشی از جهانی‌شدن، شهرها را به صحنه‌های اصلی تقاطع فرهنگ‌ها، هویت‌ها و جریان‌های اقتصادی و فناورانه بدل کرده‌اند. تحلیل این پدیده از دیدگاه جامعه‌شناسی شهری و نظریه‌های مرتبط با فضا، هویت و قدرت، امکان درک بهتری از نحوه ظهور و بسط جهانی‌شدن فرهنگ در سطح شهرها را فراهم می‌آورد. این مقاله با تمرکز بر مفاهیم کلیدی جامعه‌شناسی شهری، نشان داد که جهانی‌شدن فرهنگ به عنوان یک فرایند درهم‌تنیده منجر به مشارکت فضاهای شهری به صورت فعالانه در تولید، بازتعریف و چالش با فرهنگ جهانی شده است؛ چراکه شهرها به عنوان فضاهای اجتماعی و فرهنگی، نه تنها به محلی برای زندگی انسان‌ها تبدیل شده‌اند و به مثابه کنشگری زنده، با بهره‌گیری از سازوکارهای اقتصادی، نمادین و تکنولوژیک، پیوند میان جریانات محلی و جهانی را بازآرایی می‌کنند. در نتیجه بررسی جهانی‌شدن فرهنگی در سطح شهرها نشان‌دهنده تأثیرات و آثار آن در فضاهای شهری است؛ جایی که معماری، طراحی فضاهای عمومی و سبک‌های مصرف به بازنمایی و تولید هویت‌های فرهنگی جهانی و محلی تبدیل می‌شود. در این راستا، شهرهای ایران نیز از این فرایندها مستثنی نبوده‌اند. در حالی که برخی از شهرهای ایران، به‌ویژه شهرهای بزرگ چون تهران، با پذیرش عناصر جهانی‌شده از طریق مصرف و بازتولید فرهنگ، به میداين رقابت برای نمایش هویت‌های جهانی و محلی تبدیل شده‌اند، شهرهای تاریخی و مذهبی نیز با بومی‌سازی و مقاومت در برابر این جریان‌ها، سعی در حفظ هویت خاص خود دارند. در این فرایند، نظریه بوردیو و مفهوم سرمایه فرهنگی به‌ویژه در زمینه تمایز اجتماعی و مصرف فرهنگی، ابزاری قدرتمند برای تحلیل نحوه بازنمایی این تغییرات در فضای شهری است. تحلیل نشان می‌دهد که در شهرهایی مانند تهران، شیراز، و مشهد، طبقات اجتماعی مختلف با بهره‌گیری از سلیقه‌های فرهنگی جهانی‌شده به بازنمایی هویت خود پرداخته و در عین حال در برابر برخی از اشکال جهانی‌شدن مقاومت کرده‌اند. این مقاومت و بازسازی فرهنگی نه تنها نشان‌دهنده تعامل پیچیده جهانی و محلی، بلکه بازنمایی رقابت‌های اجتماعی و فرهنگی در فضای شهری است. در این میان، هویت‌های شهری به عنوان بازتابی از این پیوندها، هم در معرض تهدید همسان‌سازی قرار می‌گیرند و هم فرصت‌هایی برای بازآفرینی خلاقانه می‌یابند. بنابراین، جهانی‌شدن فرهنگی در شهرهای ایران، همچون سایر نقاط جهان، فرایندی دینامیک است که به‌شکل‌های

مختلفی بومی‌سازی، تطبیق و مقاومت در برابر جریان‌های جهانی را در پی دارد. در این بستر، شهرها به عرصه‌های اصلی برای درک و تحلیل تحولات فرهنگی جهانی و محلی تبدیل می‌شوند و این تحلیل‌ها می‌تواند به شکل‌گیری نظریه‌ها و راهکارهای جدید در برنامه‌ریزی شهری و طراحی فضاهای عمومی کمک کند. همچنین، نقش صنایع خلاق، فناوری و هنر به‌عنوان نیروهای پیشران در بازپیکربندی فرهنگی شهرها، نیازمند توجه ویژه در سیاست‌گذاری شهری و فرهنگی است.

به طور کلی یافته‌های اصلی این پژوهش نشان می‌دهد که از لنز جامعه‌شناسی شهری، تأثیرات فرآیند جهانی شدن فرهنگ در شهرها را می‌توان در ۳ محور کلیدی زیر خلاصه کرد:

- یافته اول: شهر به مثابه میدان تنش و بازآوری فرهنگی:

جهانی‌شدن فرهنگی یک فرآیند چندبعدی و ناهمگن است که از طریق آن، جریان‌های جهانی وارد شهر می‌شوند. در این بین شهرها نه فقط محل عبور فرهنگ جهانی‌اند، بلکه به بستری برای بازتعریف، بومی‌سازی و حتی مقاومت در برابر آن تبدیل شده‌اند. فضاهای شهری به صحنه‌هایی از تعامل و چانه‌زنی میان فرهنگ‌های جهانی و محلی بدل شده‌اند؛ جایی که نمادها، معماری، سبک زندگی و مصرف فرهنگی درگیر فرآیندهای پیچیده بازتولید معنا هستند.

- یافته دوم: کنشگری فرهنگی شهروندان در مواجهه با جهانی شدن:

شهروندان، به‌ویژه طبقات متوسط، در فرآیند جهانی‌شدن صرفاً گیرندگان منفعل نیستند. آن‌ها از طریق ابزارهای دیجیتال، مد، موسیقی و بازنمایی سبک زندگی، به شکل‌گیری هویتی ترکیبی و خلاقانه دست می‌زنند. بدین ترتیب، هویت در بستر شهر دیگر امری ایستا نیست، بلکه در حال چرخش، بازآفرینی و مقاومت دائمی است. از این رو؛ فضاهای شهری هم محل بروز جهانی‌شدن‌اند و هم بستر مقاومت مثل کافه‌ها، مراکز خرید، هنر شهری و سبک زندگی‌های جدید که هم نماد پذیرش‌اند و هم بازآفرینی بومی.

- یافته سوم: ضرورت بازاندیشی در سیاست‌گذاری شهری

برای مواجهه‌ای فعال و خلاق با جهانی‌شدن فرهنگی، باید سیاست‌های شهری را از رویکردهای صرفاً کالبدی به سمت سیاست‌های فرهنگی-اجتماعی بازتعریف کرد. برنامه‌ریزی شهری اگر حساس به زمینه‌های محلی باشد و امکان مشارکت فرهنگی را فراهم آورد، می‌تواند جهانی‌شدن را از تهدید به فرصت بدل سازد و امکان تعامل جهانی را فراهم آورد.

“در نهایت، می‌توان گفت جهانی‌شدن فرهنگ نه تنها شهر را دگرگون می‌سازد، بلکه از خلال شهر معنا می‌یابد. شهر در بستر جهانی‌شدن، نه صرفاً میدان تهاجم فرهنگی، بلکه بستری برای گفت‌وگو، بازآفرینی و بازیابی هویتی می‌شود. سیاست‌گذاری شهری در این میان نقشی کلیدی دارد؛ نقشی برای ساختن شهری که هم جهانی باشد و هم خودی بماند. بازخوانی جهانی‌شدن فرهنگ از منظر جامعه‌شناسی شهری، به ما کمک می‌کند شهری را تصور کنیم که در عین اتصال به جهان، ریشه در زمینه فرهنگی خود دارد؛ شهری که بتواند هم جهانی باشد، و هم از آن خویش. آینده‌پژوهی در این حوزه مستلزم توجه به روایت‌های محلی، شبکه‌های جهانی و تنش‌های میان آن‌هاست؛ زیرا شهر معاصر، آینه‌ای است که جهانی‌شدن را نه فقط بازتاب می‌دهد، بلکه آن را بازنویسی می‌کند.”

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

خلاصه مبسوط

Extended Abstract

The phenomenon of cultural globalization represents one of the most significant dynamics of contemporary transformations, especially within the context of urban development and change. It influences how identities, symbolic boundaries, and everyday interactions are reshaped in cities, as transnational flows of media, information, and commodities traverse national borders. Drawing from a rich theoretical corpus—including the works of Giddens, Robertson, Appadurai, Tomlinson, and others—this article reinterprets the process of cultural globalization through the lens of urban sociology to examine how the global circulation of culture materializes in urban space. Scholars such as Giddens view globalization as an outcome of late modernity, intensifying disembedded social relations that span vast temporal and spatial distances (23). Robertson introduces the notion of "glocalization," a synthesis of global and local processes that yields hybrid cultural forms, while Appadurai conceptualizes globalization as multidirectional cultural flows or "scapes" that destabilize rigid cultural boundaries (14, 26). This theoretical plurality suggests that cultural globalization cannot be understood merely as a homogenizing force but as a field of contestation, reinterpretation, and reinvention in local contexts. Urban spaces, as focal points of global cultural flows, have thus become the primary arenas where the dialectic of the global and local unfolds in tangible and symbolic forms, influencing architecture, public space, and citizen behavior.

This research builds on these theoretical perspectives to explore the interplay between cultural globalization and urban form, identity, and governance. The methodological approach integrates qualitative, interpretive, and interdisciplinary strategies, including content analysis of primary theoretical texts, systematic literature review, and case-based observation of global cultural manifestations in various urban settings. It adopts a sociological and spatial analytical lens to assess how cities both

absorb and respond to global cultural forces. Cultural globalization, as evidenced by increased transnational media exposure, tourism, migration, and the proliferation of global brands, creates opportunities for cross-cultural exchange, the flourishing of creative industries, and the revalorization of local identities. However, it simultaneously engenders challenges such as identity dilution, commodification of culture, spatial inequality, and resistance from marginalized communities (5, 9, 16). The article underscores the need for an urban policy framework that recognizes the ambivalence of globalization—its potential for innovation as well as disintegration—and proposes that urban governance must balance these contradictions through inclusive and culturally responsive planning strategies (14, 17).

Findings indicate that cities today are increasingly conceived as platforms of cultural negotiation, operating under the logic of both global capitalism and localized identity assertion. This dual logic is visible in urban branding campaigns, architecture, festivals, and the transformation of traditional neighborhoods into cosmopolitan cultural quarters. Drawing on the theories of Pierre Bourdieu, the study suggests that globalized urban spaces act as fields of symbolic competition, where cultural capital is deployed to gain social distinction through consumption of globalized aesthetics and lifestyles (43). In such contexts, cafes, galleries, boutique hotels, and mixed-use architectural developments serve not only as functional spaces but also as instruments of social stratification. In the Iranian context, cities like Tehran, Isfahan, and Shiraz demonstrate varying patterns of engagement with cultural globalization. For example, Tehran's north-end luxury towers and Western-style cafes reflect an aspirational cosmopolitanism, whereas religious cities such as Qom and Mashhad attempt to negotiate global forms within a framework of religious-national symbolism (6, 46). Thus, globalization produces culturally hybrid urban landscapes that both reflect and contest prevailing power relations.

Simultaneously, the article recognizes the tensions and contradictions embedded in cultural globalization's spatial manifestations. While urban cultural policies may celebrate diversity and creative economies, they may also perpetuate gentrification, commodification of cultural practices, and exclusion of subaltern voices. Drawing from the insights of Lefebvre and Zukin, the authors argue that urban space has become a symbolic medium through which the spectacle of globalization is projected, often at the cost of local authenticity and collective memory (20, 44). For instance, when urban planning prioritizes iconic architecture and tourist-centric developments, cities risk becoming "globalized shells," visually impressive yet socially hollow. In contrast, cities that adopt participatory cultural planning approaches—preserving vernacular architecture, supporting grassroots artistic production, and enabling pluralistic expression—can more effectively resist the flattening effects of cultural globalization (39). Furthermore, the research emphasizes the importance of digital technologies in reshaping urban cultural landscapes. According to Castells, the "space of flows" created by global information networks reconfigures the spatial logic of cities, detaching cultural experience from geographic location and enabling new forms of virtual cultural participation (17).

The Iranian case studies presented in the article reveal how cultural globalization is not simply an imported process but is actively reworked through local contexts. This includes both adaptation and resistance. The analysis of symbolic spaces such as shopping malls, music venues, digital media hubs, and art districts reveals how Iranian cities selectively appropriate global cultural forms while embedding them in local narratives. For instance, certain Iranian cafes emulate Starbucks-like aesthetics but offer Persian teas and traditional music, reflecting a localized remix of global consumption patterns. Similarly, cultural festivals in cities like Isfahan often blend international content with national heritage themes. These hybridizations illustrate the dynamics of what Robertson terms "glocalization" and offer a pathway to mitigate cultural homogenization (7, 26). Nonetheless, such processes are uneven, often exacerbating spatial and class-based inequalities. In neighborhoods with higher economic capital, global culture becomes a tool of distinction; in poorer areas, the global remains aspirational and distant. As such, the article calls for cultural policies that address these disparities and promote equitable cultural access and participation.

Ultimately, the study argues for a more critical and nuanced engagement with the processes of cultural globalization in urban environments. By situating cities at the crossroads of global flows and local agency, the article repositions urban culture as a site of struggle, innovation, and meaning-making. It suggests that rather than framing globalization as a one-way imposition, scholars and planners should view it as a dialogical process shaped by competing interests, cultural narratives, and spatial conditions. This requires moving beyond disciplinary silos and embracing interdisciplinary methods that integrate urban sociology, cultural studies, and spatial planning. The findings also point to the growing significance of cultural sustainability as an urban planning paradigm—one that prioritizes diversity, resilience, and social cohesion alongside economic and aesthetic considerations. In this regard, cities must be empowered not merely to survive globalization, but to shape it according to their unique socio-cultural textures and aspirations. Through this synthesis of theory and empirical observation, the article contributes to a broader understanding of how cities can remain culturally vibrant and socially inclusive in an increasingly interconnected world.

In conclusion, the extended reflection offered in this article demonstrates that cultural globalization in urban contexts is a profoundly ambivalent process—simultaneously generative and disruptive, empowering and alienating. By bringing urban sociology into dialogue with architectural discourse and cultural theory, the authors offer a comprehensive framework for analyzing the spatial and social consequences of global cultural flows. This interdisciplinary approach not only enriches our theoretical comprehension but also provides practical insights for urban cultural policy and planning. Rather than prescribing uniform solutions, the article emphasizes the importance of context-sensitive, participatory, and culturally grounded strategies that enable cities to harness the benefits of globalization while resisting its homogenizing and exclusionary tendencies. As such, the research affirms the centrality of culture in shaping urban futures and urges continued critical inquiry into the multiple ways that global and local forces co-constitute the urban experience.

References

1. Magu S. Reconceptualizing Cultural Globalization: Connecting the "Cultural Global" and the "Cultural Local". *Social Sciences*. 2015;4.
2. Raikhan S, Moldakhmet M, Ryskeldy M, Alua M. The interaction of globalization and culture in the modern world. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2013;122:8-12.
3. Current World Population. 2024.
4. Grazia VD. *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*: Harvard University Press; 2012.
5. Sassen S. *The Global City: New York, London, Tokyo*. 2nd ed: Princeton University Press; 2001.
6. Sassen S. Global cities and territorial states: Towards a new bipolarity? *International Political Science Review*. 2002;23(1):5-24.
7. Ahmad Nia H, editor *Globalization and the Challenge of Urban Identity*. 6th International Conference of Contemporary Affairs in Architecture and Urbanism (ICCAUA-2023); 2023.
8. Massey D. *World City*: Polity Press; 2007.
9. Tomlinson J. *Globalization and culture*: University of Chicago Press; 1999.
10. Featherstone M. *Undoing Culture: Globalization, Postmodernism and identity*: Sage Publications; 1995.
11. Nederveen Pieterse J. *Globalization and Culture: Global mélange*: Rowman & Littlefield; 2004.
12. Worsley P. *Knowledges: Culture, Counterculture, Subculture*: The New Press; W. W. Norton; 1999.
13. Kliksberg B. *Sochail Capital and Development: A Critical Analysis*: Inter-American Development Bank; 1999.
14. Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press; 1996.
15. Zukin S. *Naked city: The death and life of authentic urban places*: Oxford University Press; 2010.
16. Florida R. *The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality, Deepening Segregation and Failing the Middle Class and What We Can Do About It*: Basic Books; 2017.
17. Castells M. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed: Wiley-Blackwell; 2000.
18. Castells M. *The new Latin America: A radical view of the region*: Wiley-Blackwell; 2020.
19. Harvey D. *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*: Blackwell; 1989.
20. Zukin S. *The Culture of Cities*: Blackwell; 1995.
21. Ezeudu TS. The impact of Cultural Globalization on Sustainable Urban Development in Nigeria. *Journal of Public Administration and Government*. 2024;16-34.
22. Fung J. Globalizing the sociology of the arts and culture: East Asian perspectives. *The Journal of Chinese Sociology*. 2023.

23. Giddens A. The Consequences of Modernity: Stanford University Press; 1990.
24. Albrow M. Globalization, Knowledge and Society. London: Sage Publications; 1990.
25. Held D, McGrew A, Goldblatt D, Perraton J. Global Transformations: Politics, Economics and Culture: Polity Press; 1999.
26. Robertson R. Globalization: Social Theory and Global Culture. London: Sage Publications; 1992.
27. Bauman Z. Globalization: The Human Consequences: Columbia University Press; 1998.
28. Chung H. Cultural Globalization: Challenges and Responses. The Korean Journal of Policy Studies. 2005.
29. Held D, McGrew A. Globalization Theory: Approaches and Controversies 2007.
30. Throsby D. The Economics of Cultural policy 2010.
31. Sen A. Development as Freedom 1999.
32. Ritzer G. Globalization: A critical introduction. 2nd ed: Sage Publications; 2011.
33. Said EW. Orientalism: Pantheon Books; 1978.
34. Crystal D. Language death: Cambridge University Press; 2000.
35. Hesmondhalgh D. The Cultural industries. 3rd ed: Sage Publications; 2013.
36. Thompson JB. The media and modernity: A social theory of the media: Polity Press; 1995.
37. Baudrillard J. The consumer society: Myths and structures: Sage Publications; 1998.
38. Erikson EH. Identity: Youth and crisis: Norton & Company; 1968.
39. Ogunbameru OA, Adisa AL, Adekeye DS. Gross- Cultural Management: A Multi Disciplinary Approach. Ile-Ife, Nigeria: Obafemi Awolowo University Press; 2018.
40. Inglehart R. Modernization and Post modernization: Cultural, Economic, and political change in 43 societies: Princeton University Press; 1997.
41. Inglehart R, Welzel C. Mordernization, Cultural change and Democracy: The human development sequence: Cambridge University Press; 2005.
42. Yang G. The Internet and the rise of a transnational Chinese cultural sphere. Media, Culture & Society. 2003;25(4):469-90.
43. Bourdieu P. Distinction: A social critique of the judgement of taste: Harvard University Press; 1984.
44. Lefebvre H. The Production of Space: Blackwell; 1991.
45. Florida R. The rise of Creative Class: Revisited: Basic Books; 2019.
46. Bayat A. Life as politics: How ordinary people change the Middle East. 2nd ed: Stanford University Press; 2013.
47. Khiabani G. Iranian Media: The paradox of modernity: Routledge; 2007.
48. Khosravi S. Precarious lives: Wating and hope in Iran: University of Pennsylvania Press; 2017.
49. Sreberny-Mohammadi A, Mohammadi A. Small media, big revolution: Communication, Culture, and the Iranian revolution: University of Minnesota Press; 1994.