

بررسی تفاوت‌های سبک زندگی گروه‌های شهری و روستایی در ارتباط با جهانی شدن فرهنگی مطالعه موردی: اصفهان و روستاهای آن

محمد نجارزاده، استادیار گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه سمنان*

چکیده

جهانی شدن و فناوری‌های رسانه‌ای مانند اینترنت، ماهواره، تلویزیون، ویدئو، سینما و رادیو به همراه شکل‌های جدید مصرف شرایطی را در چند دهه گذشته به وجود آورده‌اند که به سختی می‌توان آن را کنترل کرد. در کنار این شرایط جدید، فرهنگ جهانی و خرده‌فرهنگ‌های جدیدی پدید آمده است که به نوعی هر لحظه دچار تغییر می‌شوند. این مقاله تأثیرات جهانی شدن فرهنگی بر سبک زندگی گروه‌های شهری در اصفهان و مناطق روستایی اطراف آن را بررسی می‌کند. بر این اساس، با توجه به نظریات جهانی شدن فرهنگی، شرایط موجود در منطقه مورد مطالعه بررسی و همچنین از نظریه صنعت فرهنگ از "هورکهایمر و آدرنو" در قسمت تحلیل استفاده شده است. روش تحقیق در این پژوهش از نوع کیفی به همراه مصاحبه در هر دو منطقه روستایی و شهری است. پنجاه مصاحبه در شهر اصفهان و پنجاه مصاحبه در روستاها انجام داده شده است. شاخص‌های سبک زندگی مورد استفاده در این مصاحبه‌ها از مثال‌های دانشمند فرانسوی "پیر بوردیو" گرفته شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شرایط کنونی در منطقه مورد مطالعه با نظریات جهانی شدن به معنای غربی شدن قابل توضیح نیست و می‌توان آن را به نوعی با نظریات پیوندزنی فرهنگی و جهان محلی به همراه نظریه صنعت فرهنگ توضیح داد.

واژه‌های کلیدی: جهانی شدن، فرهنگ، سبک زندگی، اصفهان، مناطق روستایی

مقدمه

بدون شک، جهانی شدن باعث به وجود آمدن رابطه غیرقابل انکاری بین سطوح محلی، ملی و بین‌المللی شده است. بحث‌های جهانی شدن در چند بعد اقتصادی، فرهنگی، فناوری و سیاسی قابل طرح است (رابرتس، ۲۰۰۸). به همین دلیل، جهانی شدن را می‌توان از دیدگاه‌های مالی و تجاری، ارتباط و فناوری، حرکت بین‌المللی مردم، شکل جوامع جهانی، زبانی، فرهنگی و عقیدتی و همچنین، نظام‌های علایم و نشانه‌ها بررسی کرد (منکمن و بیرد، ۲۰۰۲؛ مرگینسن، ۱۹۹۹).

یکی از بحث‌ها در این زمینه در مورد جهانی شدن و فرهنگ در سطح محلی است: چگونه فرهنگ جهانی در سطح محلی قابل تعریف است؟ آیا این یک روش زندگی است - روشی بومی شده - که شامل پوشاک، استفاده از رسانه، مذهب، زبان، فعالیت‌های اجتماعی، رفتارهای خانوادگی، عادات غذایی و مانند آن می‌شود؟ هم اکنون این عقیده وجود دارد که جهانی شدن فرهنگی به خاطر مسائلی، مانند تبلیغات وسیع و نیروهای قوی، قادر است تقریباً تمام نقاط جهان را تحت تأثیر قرار دهد، حتی روستاهای کوچک هم در ویژگی‌های محلی و سبک زندگی از آن تأثیر پذیرفته‌اند.

بنابراین، این مقاله قصد دارد که آثار جهانی شدن فرهنگی را بر سبک زندگی در ایران بررسی کند. بحث اصلی مقایسه مناطق شهری و روستایی است که تفاوت‌هایی از لحاظ رویارویی با روندهای جهانی شدن دارند. روستاها و شهرها با یکدیگر از لحاظ سبک زندگی تفاوت‌هایی دارند (بورديو، ۱۹۸۴). بنابراین، آثار مختلف جهانی شدن فرهنگی بر سبک زندگی گروه‌های مختلف مردم مطالعه شده است، این تحقیق بر رابطه بین جهانی شدن فرهنگی و سبک‌های مختلف زندگی تمرکز می‌کند که شامل شهر اصفهان و مناطق روستایی اطراف آن است.

بیان مسأله

به خاطر جهانی شدن، مردم در نقاط مختلف دنیا - حتی اگر نخواهند - ارتباط بیشتری پیدا کرده‌اند. صورت جریان اطلاعات و سرمایه بیش از هر زمان دیگری است و علت آن همان جهانی شدن است. هرکسی به راحتی می‌تواند به اطلاعات در تمامی مباحث و موضوع‌ها دسترسی پیدا کند. محصولات و کالاها که در بخشی از جهان موجود است، به راحتی در تمامی نقاط قابل دسترسی است؛ مسافرت و ارتباطات بین‌المللی بیش از هر زمان دیگری گسترش یافته است؛ فناوری در تمامی جنبه‌ها شرایط جدیدی به وجود آورده است که حتی ممکن است یک فرهنگ جدید جهانی به وجود آورد، ماهواره، تلویزیون و اینترنت مرزهای فرهنگی را در نور دیده‌اند و شرکت‌های تفریحی جهانی در حال شکل دادن به عقاید، تصاویر و حتی رؤیاهای مردم عادی در سراسر دنیا هستند. این مسائل باعث به وجود آمدن هنجارها، ارزش‌ها و جریان‌های فرهنگی جدیدی شده است که ایده غربی سرمایه‌داری را توسعه بخشیده است. سؤال‌هایی که در اینجا مطرح است این است که آیا فرهنگ محلی قربانی این فرهنگ مصرف جهانی خواهد شد؟ آیا زبان جهانی‌انگلیسی بقیه زبان‌ها را از بین خواهد برد؟ آیا ارزش‌های مصرفی بر نظر مردم در مورد ارتباطات و یگانگی اجتماعی اثر خواهد گذاشت؟ و آیا یک فرهنگ مشترک باعث به وجود آمدن ارزش‌های یکسان و یگانگی فرهنگی خواهد شد؟

در این پژوهش، آثار جهانی شدن فرهنگی بر سبک زندگی شهری و روستایی در منطقه مورد مطالعه؛ یعنی اصفهان و مناطق روستایی اطراف بررسی شده است. جهانی شدن و فناوری‌های رسانه‌ای مانند اینترنت، ماهواره، تلویزیون، ویدئو، سینما و رادیو به همراه فرم‌های جدید مصرف، شرایطی را در چند دهه گذشته به وجود آورده‌اند که هیچ کس نمی‌تواند آن را کنترل

می‌آید. برای مثال، انتخاب آن به عنوان پایتخت فرهنگی جهان اسلام (فصلنامه فرهنگی، ۱۳۸۶: ۶۸). لذا بررسی تأثیرات جهانی شدن در این منطقه مهم و مفید است.

چارچوب نظری تحقیق

پیشینه تحقیق

در مورد پیشینه تحقیق می‌توان گفت که تا کنون کارهای زیادی درباره سبک زندگی انجام گرفته است، اما نکته اصلی در این پژوهش ارتباط سبک زندگی با نظریات جهانی شدن فرهنگی است. از جمله تحقیقات می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: تحقیق دکتر فکوهی با عنوان "شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی".

در این پژوهش، تحلیل پویای برخورد این سه سطح هویتی برای به دست آوردن تصویری نسبتاً روشن از موقعیت کنونی و از این طریق، رسیدن به خط‌مشی‌های اساسی برای گره‌گشایی از مشکلات ناشی از ناهماهنگی و ناسازگاری میان سطوح مزبور انجام شده است. برای نیل به این هدف، مؤلفه‌های متعددی که عمده‌تاً در چارچوب مفهوم سبک زندگی قرار می‌گیرند، نظیر تغذیه، خانواده، علایق زیباشناختی، تعلق‌های سیاسی و غیره، محور اصلی مطالعه قرار گرفته‌اند (فکوهی، ۱۳۸۱). همچنین، دکتر آزاد ارمکی در تحقیقی با عنوان "دو جهان ایرانی: مسجد و کافی شاپ" با بهره‌مندی از الگوی تبیینی بوردیو به بررسی تطبیقی دو سبک زندگی اصول‌گرایی انقلابی و پسامدرن پرداخته است. جامعه آماری، جوانان منطقه ۳ تهران هستند که به طور متناوب به کافی شاپ‌ها یا بسیج مساجد این منطقه مراجعه می‌کنند (آزاد ارمکی، ۱۳۸۴). در خارج از کشور هم خانم لئونارد در پژوهشی به نام "جهانی شدن مقاوم: مباحث محلی، محیط جهانی" به بررسی تأثیرات جهانی شدن در سطوح محلی در مناطق جنوب فرانسه

کند. در کنار این شرایط جدید، فرهنگ جهانی و خرده‌فرهنگ‌های جدیدی پدید آمده است که به نوعی هر لحظه دچار تغییر می‌شوند. این مسائل ما را به سؤال اصلی‌تری رهنمون می‌کند که جهانی شدن چه آثاری بر خرده‌فرهنگ‌های محلی دارد؟ آیا این روند باعث یکی‌شدن، سطوح محلی، ملی و جهانی خواهد شد و یا سطوح محلی و ملی در مقابل با روند جهانی شدن فرهنگی مقاومت خواهند کرد؟ این پرسش‌ها در چند دهه اخیر در بحث‌های جهانی شدن مطرح شده است. سؤال مهم دیگری که در اینجا مطرح است، آثار جهانی شدن فرهنگی بر گروه‌های اجتماعی است که به طور متفاوت با روندهای جهانی شدن روبه‌رو شده‌اند، زیرا به نظر می‌رسد هر گروه و طبقه اجتماعی به طور متفاوت در مقابل پدیده جهانی شدن قرار گرفته و اثر پذیرفته است و اینکه آیا رابطه سطوح محلی، ملی و جهانی، به ارتباط بین جریان‌های جهانی از یک طرف و طبقه اجتماعی از طرف دیگر بستگی دارد؟ اگرچه عمق و قدرت این اثر گذاری‌ها یکسان نیست، اما تأثیرات جهانی شدن در سطوح مختلفی قابل بررسی است. این مقاله می‌کوشد ضمن یافتن پاسخی برای این سؤال‌ها، آثار جهانی شدن فرهنگی بر سبک زندگی گروه‌های شهری و روستایی را بر پایه نظریات جهانی شدن فرهنگی بررسی کرده و دریابد آیا تفاوتی بین سبک زندگی مردم در مناطق شهری و روستایی وجود دارد و اینکه کدام یک از نظریات جهانی شدن فرهنگی برای توضیح یا تفسیر منطقه مورد مطالعه مطابقت دارد؟ منطقه مورد مطالعه در این پژوهش، شهر اصفهان، سومین شهر بزرگ کشور (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵) و دهستان برآآن جنوبی است. وجود رودخانه زاینده‌رود از برکات خداوندی در این شهر است (حسینی ابری، ۱۳۷۹: ۱) که به عنوان یکی از مراکز مهم فرهنگی ایران به حساب

پرداخته است (لئونارد، ۲۰۰۵).

تعریف مفاهیم جهانی‌شدن

از آنجایی که بحث‌های فراوانی تا به امروز حول محور جهانی‌شدن صورت گرفته است، رسیدن به تعریف واحدی در مورد آن بسیار دشوار است (سالت و دیگران، ۲۰۰۰). بعضی‌ها جهانی‌شدن را به عنوان یکسان‌سازی محصولات در نظر گرفته‌اند که باعث کارایی و ثروت برای تمام مردم می‌شود، دیگران بر کاهش قدرت دولت‌های ملی تاکید کرده‌اند. توسعه سازمان‌های فرا ملیتی، یکسان‌شدن فرهنگی، توسعه تجارت جهانی، شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی، و افزایش سرعت ارتباطات و حمل و نقل در طول زمان و فضا از تأثیرات جهانی‌شدن است (کیم، ۲۰۰۷: ۱).

در این میان، هستند کسانی که جهانی‌شدن را در قالب الگوی مرکز-پیرامون تحلیل نموده و بر این مبنا روند مزبور را تهدیدی برای کشورهای منزوی، ضعیف و پیرامونی می‌دانند و معتقدند که این روند شکاف موجود میان این کشورها را شدت خواهد بخشید (صالحی امیری، ۱۳۸۹: ۳۱).

بسیاری از دانشمندان بیان می‌کنند که جهانی‌شدن، مرحله پیشرفته‌ای از سرمایه‌داری است که با توسعه دولت‌های ملی پدید آمده است. ممکن است شاخص‌های ارتباطات جهانی تغییر کرده باشد، ولی اصل مسأله پیوندهای جهانی دست نخورده باقی مانده است. شاخص‌هایی مانند بازارهای جهانی، نظام‌های بانکی و توسعه نظام‌های چند فرهنگی به زمان‌های بسیار قبل و دست کم قرن نوزدهم بر می‌گردد (سالت و دیگران، ۲۰۰۰؛ کوری و سوبتزکی، ۲۰۰۰؛ مارگینسن، ۱۹۹۹). در طرف دیگر، هستند کسانی که جهانی‌شدن را به طور کامل پدیده‌ای جدید دیده‌اند و استدلال می‌کنند که

فشرده‌گی فضا و زمان تغییرات عظیمی را در جامعه معاصر به وجود آورده است.

کارنوی و رهتن (۲۰۰۰) جهانی‌شدن را به عنوان فرآیندی چند بعدی، چند جهته و چند سطحی مطرح کرده‌اند. جهانی‌شدن یک پایه قوی اقتصادی دارد که سازمان‌های چند ملیتی و سرمایه‌ای جهانی بر آن تأثیرگذار است؛ بنابراین افراد با جهانی‌شدن به صورت رویکردی نابرابر روبه‌رو می‌شوند (سینگ، ۲۰۰۴). پیشرفت جامعه اطلاعاتی و فناوری‌های شبکه‌ای، سرمایه‌ای فراملی، تعاملات بین گروهی و مهاجرت اقتصاد رقابتی بین‌المللی، برخی از مصادیق مواجهه افراد با جهانی‌شدن است (هاپرس، ۲۰۰۰، بلک‌مور، ۲۰۰۰، کارنوی، ۲۰۰۰). مواجهه با جهانی‌شدن و ویژگی‌های آن بدون در نظر گرفتن ملاحظات امکان‌پذیر نیست. منکم و بیرد (۲۰۰۰) بیان می‌کنند از آنجایی که ما تمام تمرکز خود را به این امر گذاشته‌ایم که جهانی‌شدن چیست، در توضیح اینکه این پدیده به صورت جزئی چگونه عمل می‌کند، کاملاً ناتوان بوده‌ایم. به جز اینکه ما بتوانیم ارتباط آشکاری بین جهانی‌شدن و روندهای آن ایجاد کنیم، در توضیح پدیده جهانی‌شدن ریسک بالایی را پذیرفته‌ایم. جهانی‌شدن نباید به شکل یک نیروی منزوی مستقل در نظر گرفته شود، بلکه باید هدف و تمرکز آن مورد مذاقه قرار گیرد؛ به این صورت که چگونه توانسته است بر روندهای جهانی و محلی اثرگذار باشد.

جهانی‌شدن فرهنگی

امروزه فرهنگ به حوزه‌ای بسیار پیچیده و بحث‌آفرین تبدیل شده است، زیرا زمانی که فرهنگ‌های جهانی درون فرهنگ‌های محلی رخنه می‌کنند، بیکر بندی‌های جدیدی ظهور می‌کند که هر دو قطب جهانی و محلی را درهم ترکیب می‌کند (سحابی، ۱۳۸۹: ۲۰). لذا

تمدن‌هاست، که با پایان یافتن جنگ سرد، جهان غرب توجه خود را به دیگر مناطق جهان جلب خواهد کرد و برخورد اصلی بین تمدن غربی و غیر غربی اتفاق خواهد افتاد (ندروین پیتزره، ۲۰۰۴: ۴۴). نکته اصلی در دکترین او این بود که فرهنگ و هویت فرهنگی در سطح بزرگتر هویت تمدنی است که الگوهای یگانگی و عدم یگانگی را در جریان دوران پس از جنگ سرد شکل خواهد داد (هانتینگتن، ۱۹۹۶: ۲۰).

یکی شدن فرهنگی^۲ یا افزایش شباهت‌ها مک‌دونالدی شدن^۳

نظریه مک‌دونالدی شدن یک الگو از نظریه پیوستگی جهانی است که از طریق نفوذ شرکت‌های چند ملیتی در کل دنیا صورت می‌گیرد. مک‌دونالدی شدن بنا بر نظر جامعه‌شناس آمریکایی، جورج ریتزر فرآیندی است که طی آن اصول رستوران‌های فست فود زنجیره‌ای به طور روزمره در جامعه آمریکا و کل دنیا افزایش می‌یابد. او در کتابش با عنوان مک‌دونالدی شدن جامعه بیان می‌کند که شرکت‌های بزرگ چند ملیتی به طور روزافزون بر تمام جنبه‌های زندگی از جمله آموزش، پزشکی، نظام‌های حقوقی و... اثر می‌گذارند. از آنجایی که این نظریه بحث بسیار مهمی در تغییرات اجتماعی به وجود می‌آورد، خیلی‌ها عقیده دارند که این اثرگذارترین نظریه در دنیای جهانی شده امروز است (ریتزر، ۲۰۰۴: ۱۵۹). ابهامات بسیاری در توضیح مسأله امپریالیسم فرهنگی وجود دارد که در مدل مصرف‌گرایی جهانی یا اثر رسانه‌ای جهانی قابل بررسی است. این خط فکری در بحث‌های مطالعات رسانه و اینکه اثر آمریکا در این یکسان سازی‌ها چه بوده، بسیار مهم است (ندروین پیتزره، ۲۰۰۴: ۵۱).

جهانی شدن فرهنگی بیانگر فشارها بر جوامع محلی است. پیشرفت‌ها در حمل و نقل، فناوری اطلاعات و ارتباطات (سینما، ماهواره، اینترنت و...) به راحتی دسترسی به آگاهی‌های جهانی و برخورداری از اطلاعات غیررسمی دیگران را افزایش داده است. این تنوع تغییرات باعث حرکت سریعتر مردم و همگرایی فرهنگی، زبانی و به طور کلی، الگویی در موسیقی، پوشاک، تفریحات، زبان و مانند آن شده است. گیدنز این فرآیند را فشردگی روابط اجتماعی جهانی می‌نامد که اتفاقات محلی تأثیر پذیرفته از رویدادهایی است که کیلومترها دورتر اتفاق افتاده است و برعکس آن نیز قابل مشاهده است (گیدنز، ۲۰۰۳: ۶۰).

سه نظریه در مورد جهانی شدن فرهنگی

همانطور که ندروین پیتزره در کتاب خود جهانی شدن و فرهنگ بیان می‌کند که تنها سه دیدگاه در بعد جهانی شدن فرهنگی مطرح است (ندروین پیتزره، ۲۰۰۶)، چارچوب نظری این مقاله نیز به بررسی این سه دیدگاه می‌پردازد که در نهایت توضیح داده شود که کدام یک از آنها می‌تواند با منطقه مورد مطالعه مطابقت داشته باشد. در اینجا به سه نظریه در مورد جهانی شدن فرهنگی نگاهی افکنده‌ایم.

- تفاوت‌های فرهنگی^۱ یا ادامه‌دار بودن تفاوت‌ها

برخورد تمدن‌ها

در سال ۱۹۹۳ ساموئل هانتینگتن، به عنوان مدیر مؤسسه تحقیقات استراتژیک دانشگاه هاروارد، مقاله بحث برانگیزی با عنوان برخورد تمدن‌ها چاپ کرد که بعدها نیز این نظر را در کتابی با همین عنوان بسط و گسترش داد. او می‌گفت جنبه اصلی که اوضاع جهانی در سال‌های آینده به خود خواهد دید، بحث برخورد

² Cultural Convergence

³ McDonaldization

¹ Cultural Differentialism

پیوندزنی فرهنگی^۱ یا ترکیب شدگی

پیوندزنی فرهنگی: ریشه فرهنگ

جان ندروین پیتزره (۲۰۰۴) این‌طور بیان می‌کند که ترکیب شدگی فرهنگی به عنوان فرآیندی همیشگی بوده است، ولی به لحاظ تصور به وجود آمدن آن موضوعی جدید است. به عنوان یک نظریه، تفاوت‌های اساسی با دو نظریه قبلی دارد که پنجره‌ای جدید به روی ما باز می‌کند. پیوندزنی فرهنگی راه حلی است برای چیره شدن بر تفاوت‌های فرهنگی در بحث‌های نژادی و ملی‌گرایانه، زیرا باعث می‌شود که ما تمام نگاه‌هایی را که قبلاً به صورت حاشیه‌ای و تابو در آمده بودند، کنار بگذاریم و با نگرشی نو به دنیا بنگریم. اگر مدرنیته در جایگاهی ایستاده است که شامل جدا سازی صفات و شخصیت انسانی در مرزها می‌شود، پیوند زنی فرهنگی انعکاسی از حساسیتی ویژه برای از بین بردن تجاوز و خرابکاری است. او بحث خود را نه تنها در مورد مراکز شهری، که در مورد روستاها هم پیگیری می‌کند: آیا پیوندزنی فرهنگی تنها پدیده‌ای شهری و نتیجه شهرگرایی و صنعتی شدن است؟ اگر ما نگاهی به مناطق روستایی و حومه‌ای تقریباً در هر جای دنیا بیندازیم، رگه‌هایی از پیوند فرهنگی می‌یابیم: محصولات گیاهی، روش‌های زراعی و تکنیک کشاورزی کاشت، داشت و برداشت (دانه‌ها، کود، روش‌های آبیاری و اعتبارات) معمولاً خاستگاه فرا محلی دارند. زیست بوم کشاورزی ممکن است محلی باشد، اما منابع فرهنگی کماکان فرا محلی هستند. کشاورزی بخش پیشرو در جهانی شدن است (ندروین پیتزره، ۲۰۰۴: ۵۵).

نظریه "جهان محلی"^۲ به عنوان وجه دیگری از نظریه پیوندزنی در اینجا درخور تأمل است. براساس تعریف

فرهنگ لغت آکسفورد (۱۹۹۱)، اصطلاح "جهان محل" و روندی به نام "جهان محلی" برای نگرش به جهان و نقاط محلی جهت ترکیب این دو با یکدیگر قابل بررسی است. این اصطلاح از روی لغت ژاپنی دوچاکوکا^۳ به معنی سازگار کردن فنون کشاورزی با شرایط محلی گرفته شده است. در دنیای تجارت برای ارجاع به روند محلی‌گرایی جهانی به کار می‌رود. بنا بر نظر رونالد رابرتسون (۲۰۰۳) جهان محلی تأثیرات شرایط محلی بر روی فشار جهانی را شرح می‌دهد و به حضور همزمان جهانی‌گرایی و گرایش‌های محلی اشاره می‌کند (ریمی، ۲۰۰۳).

روش تحقیق

در این مقاله از روش تحقیق کیفی استفاده شده که با ابزار مصاحبه صورت گرفته است. مصاحبه یکی از ابزارهای مهم در جمع‌آوری داده‌ها در روش تحقیق کیفی مصاحبه است که به کمک آن می‌توان رفتارهای مردم را بررسی کرد. یکی از بهترین نمونه‌های استفاده از این ابزار مرتبط با کار این مقاله، مصاحبه‌های داگلاس هولت برای بررسی مصرف محصولات فرهنگی به عنوان بخشی از سبک زندگی مردم آمریکا بوده است (هولت، ۱۹۹۷).

گروه هدف در این تحقیق مردم در سن فعالیت بین ۲۰ تا ۴۰ سال و همین‌طور سطح سواد بین دیپلم تا کارشناسی ارشد بوده است که درآمد ماهانه آنها هم بین ۵۰۰/۰۰۰ تا ۸۰۰/۰۰۰ تومان بوده است. تعداد مصاحبه‌های انجام شده ۱۰۰ مورد است که به در سطح شهر اصفهان و دهستان برآآن جنوبی انتخاب شده‌اند. برای تحلیل داده‌های گردآوری شده، گروه‌های هدف

^۱ Cultural Hybridization

^۲ Glocalization

^۳ Dochakuka

ه- نوشتن گزارش: در پایان نیز با توجه به روند تجزیه و تحلیل، داده‌های خام کنار گذاشته شده، از نتایج به دست آمده برای نوشتن گزارش استفاده می‌کنیم.

یافته‌های تحقیق

- سبک زندگی به عنوان یک شاخص برای جهانی شدن فرهنگی از آنجایی که فرهنگ در برگیرنده مفاهیم زیادی است و سبک زندگی قابل ملموس‌تر است، در این مقاله "سبک زندگی"^۱ به عنوان شاخصی از فرهنگ در نظر گرفته شده است. در واقع سبک زندگی، فرهنگ را در یک شیوه گسترده و قابل شناسایی نشان می‌دهد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱۳۶) و اینکه مطالعه سبک زندگی روشی مناسب برای بررسی جهانی شدن در بعد فرهنگی آن است. برای یافتن شاخص‌ها در این مقاله از کار بورديو (۱۹۸۴) استفاده شده است که شاخص‌های سبک زندگی نظیر غذا، موسیقی، فیلم، پوشاک و خانه‌آرایی را که نشان‌دهنده تفاوت‌هایی در گروه‌های مختلف اجتماعی در سطح ملی بوده است، بررسی کرده است. او تفاوت‌ها و تشخیص‌ها را بر پایه وضعیت اجتماعی افراد نشان داد و به این نتیجه رسید که مردم نشان‌های آشکاری از وضعیت اجتماعی دارند که بیانگر طبقات اجتماعی آنها و در نتیجه، بیانگر پایگاه و مبنای اجتماعی آنها بوده است، که این بیانگری‌ها به وسیله روندهای جهانی شدن شناسایی شده‌اند.^۲

شاخص‌های سبک زندگی

شاخص‌های پیشنهادی برای بررسی سبک زندگی در این مقاله عبارتند از: غذا، مصرف رسانه‌ای، پوشاک، مذهب و

براساس جنسیت، وضعیت تأهل، پیشه و توانایی زبانی تقسیم شدند.

روش تجزیه تحلیل

روش تجزیه و تحلیل در تحقیقات کیفی، روشی پیچیده است (مکنیل، ۱۹۹۷: ۱۳۶)، که به زمان بسیار نیاز دارد (داوسون، ۲۰۰۷: ۴) در این مقاله بنا بر نیاز تحقیق و شاخص‌های مورد استفاده از روش پنج مرحله‌ای تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است (مارشال و راسموسن، ۲۰۰۲، ۱۱۱).

الف- مرتب کردن داده‌ها: در این مرحله داده‌ها به طور مرتب کدگذاری، وقایع و نقل قول‌ها بررسی می‌شوند تا بهترین راه برای خلاصه و فشرده کردن داده‌ها استفاده شود.

ب- طبقه‌بندی کردن داده‌ها طبق موضوع‌های اصلی: براساس موضوع‌های پاسخ‌ها، در این مرحله داده‌ها براساس موضوع‌های اصلی طبقه‌بندی می‌شوند؛ به طوری که داده‌هایی که نتایج یکسانی دارند، در یک گروه قرار گیرند. این گروه‌ها براساس نظرهای پاسخ‌دهندگان به وجود آمده‌اند و سبک زندگی هر گروهی به طور جداگانه بررسی می‌شود و نتایج در جداول به تفکیک گروه‌ها و درصد آورده می‌شود.

ج- یافتن پاسخ سؤال تحقیق: در این مرحله براساس مصاحبه‌ها به دنبال پاسخ‌های سؤال تحقیق می‌گردیم تا دریابیم که چه شرایطی بر منطقه مورد مطالعه حکمفرماست.

د- جستجو برای توجیه داده‌ها: در اینجا براساس رابطه میان داده‌ها، آنها با نظریات مورد استفاده در چهار چوب نظری ربط داده می‌شوند تا توضیحات و اینکه آیا این نظریات با منطقه تطابق دارند، بررسی شود.

^۱ Lifestyle

^۲ همچنین از دیگر آثار بورديو برای تبیین بیشتر شاخص‌ها استفاده شده است، از جمله (بورديو ۲۰۰۰، ۱۹۹۸، ۱۹۹۶ و ۱۹۷۹).

- برای سفر در تعطیلات به مکان‌های مذهبی یا تفریحی می‌روید؟
 اوقات فراغت
 - یک روز تعطیل خود را شرح دهید.
 - معمولاً در اوقات فراغت چه می‌کنید؟
 با توجه به مصاحبه‌های انجام شده و پاسخ‌های دریافتی، در این بخش ضمن توضیح درباره شاخص‌ها به تحلیل هر یک از آنها براساس پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان پرداخته می‌شود.

غذا به عنوان شاخصی از فرهنگ

تمام مردم غذا می‌خورند، اما انتخاب غذا، نوع خوردن آن و محل خوردن متفاوت است و به فرهنگ‌های محلی، ملی و جهانی بستگی دارد. باید به این نکته توجه داشته باشیم که غذا از نظر باستان‌شناسی - تاریخی، اجتماعی - فرهنگی و زیستی مهم است؛ اما ذکر این نکته ضروری است که غذا نه تنها یک روش اساسی در زندگی انسانی است، بلکه یک رکن فرهنگی نیز هست. در اینجا ذکر اصطلاح الن مسر (۱۹۸۴) جالب به نظر می‌رسد که می‌گوید: "به من بگو چه می‌خوری، من می‌گویم تو که هستی" در فرانسوی^۱، و "تو آنچه هستی که می‌خوری" در آلمانی^۲. این اصطلاح دست بر نکته مردم‌شناسی مهمی گذاشته است که رابطه جمعیت انسانی و گروه‌های اجتماعی را با محیط اطراف خود نشان می‌دهد. ساختار نمادین فرهنگی و رابطه آن با جامعه بسیار مهم می‌نماید. همان‌طور که یک مردم‌شناس انگلیسی گفته است که چگونه جستجو برای تهیه و مصرف غذا فعالیت‌های روزانه افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و چگونه مفهوم نماد غذا خوردن به عنوان شاخصی برای نشان دادن وضعیت اجتماعی افراد به کار می‌رود؟ به طوری که باعث شده است مردم‌شناسان به نقش غذا در ساختارها

اوقات فراغت که در گروه‌های هدف شهری و روستایی براساس جنسیت، وضعیت تأهل، پیشه و توانایی زبانی بررسی شده‌اند. همان‌طور که اشاره شده است، تعداد ۱۰۰ مصاحبه در هر دو منطقه شهری و روستایی انجام گرفت. سؤال‌های پرسیده شده در مصاحبه‌ها براساس شاخص‌ها به شرح زیر است:

غذا:

- معمولاً چه نوع غذایی را ترجیح می‌دهید؟ ایرانی یا خارجی؟ توضیح دهید.
 - وقتی که مهمان دارید، چه نوع غذایی تهیه می‌کنید؟ توضیح دهید.
 - چند بار در هفته برای غذا خوردن به بیرون از خانه می‌روید؟ آیا به فست فودها می‌روید؟ رسانه:
 - چه وسیله صوتی و تصویری در خانه دارید؟
 - آیا فیلم تماشا می‌کنید؟ ایرانی یا خارجی؟
 - آیا به موسیقی گوش می‌دهید؟ ایرانی یا خارجی؟
 - اگر بخواهید فیلمی انتخاب کنید، چه فیلمی را ترجیح می‌دهید؟
 - آیا مسابقات ورزشی را دنبال می‌کنید؟ داخلی یا خارجی؟
 - آیا از اینترنت استفاده می‌کنید؟
 پوشاک:
 - چه نوع لباس‌هایی را ترجیح می‌دهید؟
 - لباس‌تان را از کجا تهیه می‌کنید؟
 - آیا به مارک لباس خود اهمیت می‌دهید؟
 مذهب:
 - آیا در فعالیت‌های روزانه، هفتگی و سالانه مذهبی شرکت می‌کنید؟
 - سال نو برای شما یک نماد تمدنی ایرانی - اسلامی است و یا نوع دیگری است؟

¹ Dis-moi ce que tu manges, je dirai qui tu es

² Du bist was du isst

انقلاب صنعتی و رسانه در عصر جهانی شدن

علت انتخاب این شاخص هزینه کم و توانایی شناسایی آن بوده است. برخی از مصارف فرهنگی عبارتند از: تماشای فیلم، تلویزیون، شنیدن موسیقی، اینترنت و غیره. براساس نظر جان پیر وارنیر (۲۰۰۴)، یک عصر جدید تاریخی هنگامی پدیدار می‌شود که انقلاب صنعتی به کشورهای "توسعه یافته" - که به زودی صنعتی شده‌اند - اجازه داد که تولیدات فرهنگی خود را در سراسر جهان به صورت توده‌وار پراکنده کنند. یکی از نتایج این توسعه صنعتی، جهانی شدن فرهنگ است، و به علاوه صنایع فرهنگی که می‌تواند محصولات فرهنگی را در مقیاس خیلی وسیع تجارت کند. اصطلاح جهانی شدن فرهنگ بنابراین می‌تواند در چرخه محصولات فرهنگی در سطح جهانی شناسایی شود. یکی از سؤال‌هایی که وارنیر مطرح می‌کند، این است که چه مقدار خرده فرهنگ‌های جهان از حمله این صنایع فرهنگی لطمه خواهند دید؟ نظریه پردازان مکتب فرانکفورت، به خصوص مکس هورکهایمر و تئودور آدورنو اصطلاح صنعت فرهنگ را برای نخستین بار در سال ۱۹۴۷ استفاده کردند: آنها می‌خواستند که تولید توده‌وار کالاهای فرهنگی را تقبیح کنند که طبق نظر آنها، تولیدات هنری را در سراسر دنیا به خطر می‌اندازد. بر همین اساس، محصولاتی تولید خواهد شد که بخشی از نوسازی صنعتی است و در آن از یک فرهنگ یکپارچه استفاده شده است که بسیار سطحی، بدلی، و استاندارد شده بدون هیچ عمقی است. در دیدگاه انتقادی هورکهایمر و آدورنو صنعت فرهنگ به صورت فرهنگ عامی توده‌وار لحاظ شده است که شبیه یک کارخانه محصولات استاندارد شده فرهنگی تولید می‌کند. سطحی بودن این محصولات مصرف‌کنندگان آن را به حالت انفعالی و مطیع در می‌آورد، بدون در نظر گرفتن اینکه توان

اقتصادی آنها چقدر است. این محصولات توده‌وار ارزش بالای هنرهای بومی را به خطر می‌اندازد. صنعت فرهنگ نیازهای غلطی را توجیه می‌کند که توسط نظام سرمایه‌داری به وجود می‌آید (هورکهایمر و آدورنو، ۱۹۷۲). آنها همچنین از این اصطلاح استفاده کردند تا از تداخل آن با معنی فرهنگ توده‌وار جلوگیری کنند؛ زیرا فرهنگ توده چیزی شبیه فرهنگ است که به شکل ناگهانی توسط توده‌ها به وجود می‌آید، چیزی شبیه هنر مؤثر توده‌ها (کین، ۲۰۰۹).

از آنجایی که یکی از شاخص‌های اصلی در این تحقیق رسانه و چگونگی مصرف محصولات فرهنگی است، داده‌ها در این قسمت براساس نظریه صنعت فرهنگ از هورکهایمر و آدورنو توضیح داده می‌شود و اینکه آیا در منطقه مورد مطالعه قابل تعمیم هست یا خیر. همچنین، برای تحلیل بهتر داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها، در جداول شماره سه و چهار سؤال‌های مهم به تفکیک جنسیت، تأهل، پیشه و توانایی زبانی در هر دو منطقه شهری و روستایی به صورت درصد آورده شده است.

اکثر مردم در منطقه مورد مطالعه برنامه‌های تلویزیون ملی را مشاهده می‌کنند، اما جواب غالب در بین آنها این بود که اگر هم برنامه‌های خارجی را نگاه کنند، با ترجمه و یا زیرنویس فارسی خواهد بود. آنها همچنین معمولاً به موسیقی فارسی از هر دو نوع سنتی و مدرن گوش می‌دهند. تنها گروهی که بیشتر از بقیه گروه‌ها چه در شهر اصفهان و چه در روستاهای اطراف آن برنامه‌های رسانه‌ای را به زبان اصلی تماشا می‌کنند، دانشجویان و افرادی هستند که توانایی زبانی بالایی دارند. البته، این گروه‌ها همچنان برنامه‌های فارسی را نیز مشاهده می‌کنند.

با توجه به نظریه صنعت فرهنگ می‌توان اشاره کرد که سرمایه‌داری جدید با ویژگی‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی خود تسلطی نیز بر محصولات فرهنگی پیدا کرده و باعث به وجود آمدن پدیده صنعت فرهنگ شده است که نتایجی مانند یکی شدن محصولات فرهنگی در تمام دنیا داشته است. نظریه پردازان مکتب فرانکفورت بر این نکته تأکید دارند که ساختارهای فرهنگی جدید، جریانی یکطرفه در تبادلات فرهنگی به وجود می‌آورد که در آن فقط یک گروه تولید کننده محصولات فرهنگی توده‌وار است و بقیه افراد نیز مصرف کننده آن هستند. ذکر این نکته لازم است که این حقیقت کاملاً با تمامی گروه‌های

منطقه مورد مطالعه مطابقت ندارد، زیرا چراکه گروه‌هایی مانند زنانها، متأهلان و شاغلان بیشتر از محصولات رسانه‌ای داخلی استفاده می‌کنند، اما در آن سوی گروه‌هایی مانند دانشجویان و افرادی که توانایی زبانی بالایی دارند، به محصولات رسانه‌ای توده‌وار جهانی بیشتر توجه دارند. با توجه به نتایج در جدول‌های ۳ و ۴ می‌توان دریافت که این موارد در هر دو منطقه شهری و روستایی مشاهده شده است. بنابراین، نظریه صنعت فرهنگ به گروه‌های خاصی قابل تعمیم است، نه تمامی افراد منطقه مورد مطالعه.

جدول ۳ - درصد پاسخ‌ها به سؤال‌های رسانه در شهر اصفهان به تفکیک جنسیت، تأهل، پیشه و توانایی زبانی

سؤال	جنسیت		وضعیت تأهل			پیشه		توانایی زبانی	
	زن	مرد	متأهل	مجرد	شاغل	دانشجو	ضعیف	خوب	
فیلم ایرانی	۹۵	۷۰	۹۰	۶۰	۸۵	۵۰	۹۰	۴۰	
فیلم خارجی	۵	۳۰	۱۰	۴۰	۱۵	۵۰	۱۰	۶۰	
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
موسیقی ایرانی	۹۰	۸۰	۹۰	۶۰	۹۰	۴۵	۸۰	۶۰	
موسیقی خارجی	۱۰	۲۰	۱۰	۴۰	۱۰	۵۵	۲۰	۴۰	
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
استفاده از اینترنت	۴۰	۷۰	۳۵	۸۰	۱۰	۱۰۰	۲۵	۹۵	

جدول ۴ - درصد پاسخ‌ها به سؤال‌های رسانه در مناطق روستایی به تفکیک جنسیت، تأهل، پیشه و توانایی زبانی

سؤال	جنسیت		وضعیت تأهل			پیشه		توانایی زبانی	
	زن	مرد	متأهل	مجرد	شاغل	دانشجو	ضعیف	خوب	
فیلم ایرانی	۹۵	۸۰	۹۵	۷۰	۹۰	۶۵	۸۵	۵۰	
فیلم خارجی	۵	۲۰	۵	۳۰	۱۰	۳۵	۱۵	۵۰	
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
موسیقی ایرانی	۸۰	۸۰	۹۵	۵۰	۹۰	۴۵	۸۵	۵۰	
موسیقی خارجی	۲۰	۲۰	۵	۵۰	۱۰	۵۵	۱۵	۵۰	
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
استفاده از اینترنت	۱۰	۴۰	۵	۵۵	۱۰	۹۰	۵	۷۰	

جهانی‌شدن و پوشاک

مردم از طریق لباس اسکلت فرهنگی خود را نشان می‌دهند که نشان دهنده وابستگی آنها به فرهنگ محلی، ملی و یا جهانی است (فکوهی، ۲۰۰۲: ۱۳۶). جهانی‌شدن فرآیندی غیرقابل کنترل است که نمایان‌ترین شاهد آن، لباسی است که مردم در سرتاسر دنیا در مناطق مختلف به تن می‌کنند. مردم، از طریق پوشاک و مد به طور گسترده هر روز شبیه‌تر می‌شوند، در حالی که تنوع قدیمی و مطلوب لحظه به لحظه به کنار گذاشته شدن نزدیکتر می‌شود. در گذشته، مناطق جغرافیایی فرهنگی گوناگون و حتی مردم واحد در زمان‌های گوناگون، تنوع بسیاری در پوشاک خود داشتند.

این روزها با روندهای جهانی‌شدن در هر مکانی، مردم پوشاکی شبیه به هم به تن می‌کنند و این نه تنها در لباس نمایان است بلکه حتی در کفش، جواهرات، مدل مو، آرایش و دیگر نمادهای مد نیز به خوبی قابل ملاحظه است. از دهه ۱۹۸۰ و رشد فرآیندهای اقتصاد جهانی، توسعه فراوانی در اصطلاحی که یوهانا آیشر آن را "مدجهانی"^۱ می‌نامد، به وجود آمد. در آغاز قرن بیست و یکم، پوشاکی که توسط جوانان در هر دو جنس ترجیح داده می‌شود، شامل کفش ورزشی، تی‌شرت و جین است. این لباس‌ها نمادی از فرهنگ آمریکایی هستند. امروزه جوانان معمولاً لباس‌های هم‌شکلی می‌پوشند، که به خاطر تأثیر جهانی‌شدن بر کارخانه‌های پوشاک، روندهای توزیع، خرده‌فروشی، بعد فناوری‌های جدید در یکسان‌سازی تبلیغات و لباس‌های مارک‌دار است. عللی که باعث پوشیدن این لباس‌ها می‌شود، متفاوت است، اما به نظر استفاده‌کنندگان، این لباس‌ها نشان‌دهنده جوانی، مدرن بودن و این حس است که به

فرهنگ سرمایه‌داری جهانی نزدیک هستند (مترنیک، ۲۰۱۰).

برای تحلیل بهتر داده‌های جمع‌آوری شده از مصاحبه‌ها در بخش پوشاک، نتایج به صورت آماری در جدول‌های ۵ و ۶ براساس منطقه شهری اصفهان و روستاهای اطراف آن و به تفکیک جنسیت، وضعیت تأهل، پیشه و توانایی زبانی آورده شده است.

در مجموع، وقتی که نتایج داده‌ها جمع‌آوری شده در هر دو منطقه روستایی و شهری تحلیل شود، می‌توان نتیجه گرفت که اکثر مردم در منطقه مورد مطالعه لباس‌های معمولی بدون توجه به مارک‌ها و برندهای جهانی را می‌پوشند. می‌توان گفت که در بحث پوشاک مردم کم‌کم به شاخص‌های دیگری مانند کیفیت و قیمت توجه دارند تا اینکه به مد و مارک لباس خود توجه کنند. بیشتر پاسخ‌دهندگان - چه در مناطق روستایی و چه در مناطق شهری - ابتدا به جنس لباس توجه کرده و سپس شیک بودن آن. همین‌طور با توجه به نتایج آورده شده در جداول شماره ۵ و ۶، اکثر مردم در منطقه به مارک و برندهای معروف و خارجی لباس توجه خاصی نشان نمی‌دهند، اما ذکر این نکته اینجا لازم است که به خاطر مصرف محصولات رسانه‌ای جهانی توسط گروه‌هایی، مانند جوانان و دانشجویان، میزان آشنایی آنها با مارک‌ها و برندهای جهانی، به خصوص در حوزه ورزش زیاد است و آنها می‌کوشند که علی‌رغم قیمت بالا این گونه مارک‌ها را خریداری کنند.

¹ World fashion

جدول ۵- درصد پاسخ‌ها به سؤال‌های پوشاک در شهر اصفهان به تفکیک جنسیت، تأهل، پیشه و توانایی زبانی

سؤال	اصفهان		وضعیت تأهل		پیشه		توانایی زبانی	
	زن	مرد	متأهل	مجرد	شاغل	دانشجو	ضعیف	خوب
توجه به جنس لباس	۶۰	۹۰	۹۵	۷۰	۸۰	۶۵	۹۰	۷۰
توجه به شیکی لباس	۴۰	۱۰	۵	۳۰	۲۰	۳۵	۱۰	۳۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
بی توجهی به مارک لباس	۸۰	۷۵	۹۰	۶۵	۹۰	۵۰	۸۰	۶۰
توجه به مارک لباس	۲۰	۲۵	۱۰	۳۵	۱۰	۵۰	۲۰	۴۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول ۶- درصد پاسخ‌ها به سؤال‌های پوشاک در مناطق روستایی به تفکیک جنسیت، تأهل، پیشه و توانایی زبانی

سؤال	روستاها		وضعیت تأهل		پیشه		توانایی زبانی	
	زن	مرد	متأهل	مجرد	شاغل	دانشجو	ضعیف	خوب
توجه به جنس لباس	۷۰	۹۵	۹۰	۸۰	۹۵	۷۰	۹۵	۸۰
توجه به شیکی لباس	۳۰	۱۵	۱۰	۲۰	۵	۳۰	۵	۲۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
توجه نکردن به مارک لباس	۸۵	۸۵	۹	۶۰	۹۵	۴۵	۸۵	۵۵
توجه به مارک لباس	۱۵	۱۵	۵	۴۰	۵	۵۵	۱۵	۴۵
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

مذهب در دنیای جهانی شده

در دنیای کنونی حتی مذهب نیز از فرآیند جهانی شدن به دور نبوده است. لستر کورتز در کتابش با نام خدا در دهکده جهانی، دیدگاهی تاریخی - مذهبی را درباره جوامع مختلف بیان می‌کند. مذهب یک "پناه مقدس"^۱ برای مردم می‌سازد. او می‌افزاید که اجداد ما دور آتش می‌نشسته و درباره اینکه چه زمانی حیات به وجود آمده

و درباره درس‌هایی از زندگی با یکدیگر صحبت می‌کرده‌اند. به عبارتی، مذهب می‌تواند به عنوان نقش سازمان دهنده اصلی برای توضیح جهان و تشریح زندگی نسل‌های قدیم به کار رود (کورتز، ۲۰۰۷: ۳). از آنجایی که ایده‌ها به صورت عمقی با فرهنگ در ارتباط هستند، کورتز دریافت که سنت‌های مذهبی همیشه پویا و در حال تغییر بوده‌اند (کورتز، ۲۰۰۷: ۹۸)؛ به طوری که همیشه چهره مختلفی از سنت‌های مذهبی

¹ Sacred canopy

شده به صورت درصد و براساس هر دو منطقه مورد مطالعه به تفکیک جنسیت، وضعیت تأهل، پیشه و توانایی زبانی آورده شده است.

هم زنان و هم مردان متأهل و شاغل در هر دو منطقه روستایی و شهری فعالیت های دینی خود را عموماً هم به شکل گروهی مانند رفتن به نماز جماعت انجام می دهند. آنها همچنین در مراسم سالانه مذهبی مانند محرم و رمضان حضوری فعال دارند. در مورد سال نو ذکر این نکته لازم است که آنها اعتقاد دارند که سال نو جشنی ملی و قدیمی و مربوط به تمدن ایرانی است که با اسلام و فرایض دینی مثل نماز و دعا آمیخته شده است. نتایج نشان می دهد که مردم منطقه مورد مطالعه کاملاً به امور مذهبی و اسلامی خود پایبند هستند و همین طور مفهوم سال نو نیز برای آنها نمادی کاملاً ایرانی است که با فرهنگ غنی اسلام در آمیخته است.

در مورد مقاصد سفر نیز باید گفت که مقصد گروه های مورد مطالعه از جمله زنان، متأهلان و شاغلان در هر دو منطقه شهری و روستایی معمولاً به شهرهای مقدس داخلی مثل مشهد و قم و خارجی مثل، مکه، مدینه، کربلاست. گروه هایی مانند جوانان و دانشجویان نیز اعمال مذهبی خود را به طور کامل انجام می دهند و برای آنان نیز سال نو عیدی ایرانی - اسلامی است. با مراجعه به جدول های شماره ۷ و ۸ می توان دریافت که دانشجویان و جوانترها معمولاً برای انتخاب مقاصد گردشگری به طور بسیار نزدیکی به هر دو مکان های مذهبی و غیرمذهبی می روند و از این لحاظ تفاوت هایی با دیگر گروه های مورد مطالعه - چه در شهر اصفهان و چه در روستاهای اطراف آن - دیده می شود.

برای گروه ها و جوامع مختلف وجود داشته و پناه مقدس همیشه به صورت کامل یکسان نبوده است.

در دنیای جهانی شده امروز، مذاهب با دو مسأله عمده روبه رو هستند: اول بحث نوگرایی است که به خاطر ظهور یک فرهنگ جهانی و علمی - فناوری، مذهب به دیدگاه علمی متصل شده است. یکی از نتایج چنین رویکردی، تعریف دوباره جایگاه مذهب در جهان معاصر است؛ جایی که فناوری و علم آن را می شناسند؛ به این معنی که مذهب تمرکز خود را بر پایان زندگی و مقدس بودن گذشته است، در حالی که علم تمام توجهش معطوف به تجربیات قابل لمس است.

مسأله دوم ناشی از تکثرگرایی مذاهب است. برخی از مذاهب مانند یهودیت، مسیحیت و اسلام (که به عنوان ادیان اهل کتاب نامیده می شوند) بحث اصلی خود را به اثبات حقایق گذاشته اند، در حالی که بقیه مذاهب این گونه عمل نمی کنند و به مباحث سطحی تری می پردازند که باعث برخورد این دین ها با یکدیگر شده و با توسعه جهانی شدن بیشتر هم شده است. کورتز این برخورد را جنگ فرهنگ^۱ می نامد (کورتز، ۲۰۰۷: ۱۶۸). در همین راستا، کورتز می افزاید که برخورد بین مردم، گروه های قومی، طبقات اجتماعی و ملت ها در بحث های مذهبی نیز وارد شده و در نسبت بزرگتر باعث برخورد بین خیر و شر نیز شده است (کورتز، ۲۰۰۷: ۱۷۰). او جهانی شدن را به عنوان عاملی که باعث اتحاد مذاهب شود نمی بیند، بلکه می گوید که مذهب در حال تبدیل شدن به یک انتخاب فردی است و مذاهب در تلاش برای کسب توجه بیشتر در دنیای جهانی شده امروز هستند (کورتز، ۲۰۰۷: ۹۹).

تحلیل داده ها در منطقه مورد مطالعه با توجه به رابطه مردم و مذهب و اعتقاد آنها به اسلام صورت گرفته است. در جدول های ۷ و ۸ هرکدام از سؤال های پرسیده

^۱ Culture war

جدول ۷- درصد پاسخ‌ها به سؤال‌های مذهبی در شهر اصفهان به تفکیک جنسیت، تأهل، پیشه و توانایی زبانی

سؤال	اصفهان		وضعیت تأهل		پیشه		توانایی زبانی	
	زن	مرد	متأهل	مجرد	شاغل	دانشجو	ضعیف	خوب
سال نو ایرانی - اسلامی	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
سال نو خارجی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
مقصد مذهبی سفر	۸۵	۸۰	۷۵	۶۰	۸۰	۵۵	۸۵	۵۰
مقاصد دیگر سفر	۱۵	۲۰	۱۵	۴۰	۲۰	۴۵	۱۵	۵۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
شرکت در امور مذهبی	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول ۸- درصد پاسخ‌ها به سؤال‌های مذهبی در مناطق روستایی به تفکیک جنسیت، تأهل، پیشه و توانایی زبانی

سؤال	روستاها		وضعیت تأهل		پیشه		توانایی زبانی	
	زن	مرد	متأهل	مجرد	شاغل	دانشجو	ضعیف	خوب
سال نو ایرانی و اسلامی	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
سال نو خارجی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
مقصد مذهبی سفر	۸۰	۸۰	۸۵	۶۰	۸۵	۶۰	۹۰	۵۵
مقاصد دیگر سفر	۲۰	۲۰	۱۵	۴۰	۱۵	۴۰	۱۰	۴۵
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
شرکت در امور مذهبی	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

تغییرات اوقات فراغت پس از جنگ جهانی دوم

این شاخص از سبک زندگی، فعالیت‌های مردم را در زمان فراغتشان نشان می‌دهد که نحوه گذران آن نمادی از فرهنگ مردم است. تغییر در جامعه و فضا باعث تغییر در دانش عمومی اوقات فراغت شده است. پس از اتمام جنگ جهانی دوم یک رشته تغییرات اقتصادی باعث پدید آمدن شکل جدیدی از فضا و به تبع آن اوقات فراغت شد. این تغییرات شامل: شهرگرایی پیوسته،

افزایش حرکت سرمایه، نیروی کار و جمعیت، توسعه فناوری، افزایش صاحبان مسکن و وسیله نقلیه شخصی، افزایش استاندارد زندگی و مصرف بیشتر، کوتاهتر و منفعل‌تر شدن زمان کار. افزایش دستمزدها در دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی باعث این پیش‌بینی شد که ما به دوران پسا صنعتی برسیم و این نکته که چگونه باید اوقات فراغت و تفریح را تعریف کنیم.

فراغت تفاوت‌ها نه بین مردم شهری و روستایی، بلکه در بین گروه‌های مختلف اجتماعی وجود دارد. برای مثال، دانشجویان و جوانان سبک متفاوتی از گذران اوقات فراغت را در مقایسه با بقیه گروه‌ها دارند که در اینجا نیز اثر رسانه‌ها قابل مشاهده است. این گروه‌ها اوقات فراغت خود را در کافی شاپ‌ها، اماکن ورزشی جدید مانند بولینگ و بیلارد و رستوران‌های فست فود می‌گذرانند، در حالی که بقیه گروه‌ها بیشتر اوقات فراغت خود را در کنار خانواده خود هستند. به طور خلاصه می‌توان گفت که اثر تلویزیون، اینترنت و ماهواره در گذران اوقات فراغت به سبک جهانی توسط دانشجویان و جوانان قابل مشاهده است، زیرا گروه‌های مردم مانند شاغلان و متأهلان که کمتر از محصولات توده‌وار رسانه‌ای استفاده می‌کنند، برای گذران اوقات فراغت نیز به همان سبک‌های قدیمی مانند بودن در کنار خانواده و یا رفتن به مکان‌های عمومی مثل پارک‌ها و طبیعت عمل می‌کنند، در حالی که نحوه گذران اوقات فراغت در بین گروه‌های دیگر که از رسانه تأثیر بیشتری گرفته‌اند قابل تأمل است، زیرا دانشجویان و کسانی که از توانایی زبانی بیشتری برخوردارند، گذران اوقات فراغتی شبیه‌تر به سبک‌های جدید دارند. این نکته در مقاله دکتر آزاد ارمکی به نام "دو جهان ایرانی مسجد و کافی شاپ" در مورد جوانان شهر تهران نیز دیده می‌شود (آزاد ارمکی، ۱۳۸۴).

مکان تطبیق نظریات جهانی شدن فرهنگی در منطقه مورد مطالعه

در این بخش، ابتدا رابطه بین سطح محلی و جهانی توضیح داده شده است که شامل توضیحی درباره بحث‌های جهانی شدن در ارتباط با غربی شدن و محلی شدن است. سپس توضیح داده شده است که کدام

با این همه، روند جهانی شدن باعث بروز تغییرات دیگری شد که نتیجه آن مجموعه شبکه اقتصادی، فرهنگی و سیاسی فعالیت‌های تفریحی مردم را تحت تأثیر قرار داد و آن ارتباط بین مردم درون محدوده دولت ملت و تولید شکل‌های جدیدی از ارتباطات بود. افزایش و توسعه گردشگری فراملیتی، تأثیرات محیطی بر منابع طبیعی و آمایش سرزمین و ساختار گتوهای الکترونیکی، تنها بحث‌هایی است که شاهد چگونگی حرکت مردم در شرایط جدید جهانی است. به نظر می‌رسد که فضاها، فعالیت‌ها و اشکال اوقات فراغت در طول زمان تغییر کرده است. اوقات فراغت به صورت محصولی که نشان دهنده قدرت کشورهاست و نقش کلیدی در نشان دادن تفاوت‌های هویتی دارد، مطرح می‌شود.

رسانه‌های جهانی بر پوشش مسابقات ورزشی تسلط دارند و افراد بیشتری درگیر مسابقات ورزشی در سطح جهانی می‌شوند. توسعه رسانه‌های جهانی همچنین باعث پیدا شدن طیف جدیدی از فعالیت‌های اوقات فراغت، فضاها، سبک زندگی و هویت شده است. در برخی کشورها شکل‌های جدید نو سرمایه‌داری دولتی، باعث به وجود آمدن تغییراتی در اوقات فراغت شده است که نتیجه آن تغییرات در هزینه‌ها و دسترسی به امکانات تفریحی شده است. بنابراین ضروری به نظر می‌رسد که تغییرات در سطح جهانی را بر نوع فعالیت‌های اوقات فراغت مورد ملاحظه قرار داده شود (منسولت، ۲۰۰۹).

سؤال‌های مصاحبه در بخش اوقات فراغت به صورت باز بوده است و از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد که یک روز تعطیل خود را شرح دهند و همین طور از آنها پرسیده شد که معمولاً در اوقات فراغت چه می‌کنید؟

پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها در این بخش، نتایج نشان می‌دهد که در منطقه مورد مطالعه در مورد اوقات

(۱۹۹۵) از "کالایی شدن" حرف می‌زند و هانرز (۱۹۹۶) صحبت از غلبه "غول‌های عظیم فرهنگی" سخن می‌گوید.

جهانی شدن به عنوان جهان محلی

یکی از بحث‌های جدید که در موضوع‌های جهانی شدن به وجود آمده است، سخن از جهان محلی است. بسیاری از اصول اجتماعی و فرهنگی که در دهه‌های گذشته بشر شاهد آن بوده است، در تاریخ زندگی بشر نسبتاً جدید است. سه علت عمده برای این حقیقت وجود دارد: اول اینکه، انسان‌ها به طرز بی‌سابقه‌ای در اطراف جهان با یکدیگر ارتباط دارند؛ دوم اینکه تأثیرات جمعی فعالیت‌های انسانی، مانند مسائل زیست - محیطی جهانی زیادتر شده است؛ و سوم اینکه روندهای پیچیده جدید جهانی رخ نموده است. این بدین معنی است که نیاز به بررسی‌های تمایلات جهانی در میان دولت ملی، اقتصادها و جوامع بیش از پیش احساس می‌شود. باید توجه داشت که جهانی شدن به سادگی زندگی محلی در سطح ساختارها و سنت‌ها را در خود حل نمی‌کند، بلکه با سطح در نوع محلی آن ارتباط برقرار می‌کند که می‌توان از آن به عنوان جهان محلی یاد کرد. برخی از دانشمندان آن را یکی شدن (ندروین پیتزره، ۲۰۰۴) می‌نامند. جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی فرهنگی شرایط نوع بشر را در عصر جهانی شدن تحلیل کرده‌اند؛ بدین شکل که تغییرات محلی اثر نیروهای جهانی است که نوع جدیدی از فرهنگ‌های مستقل را به وجود آورده است. در واقع، نیاز به رویکردهای نظری جدید برای مطالعه آثار جهانی شدن در سطح محلی نیاز است.

در مورد ارتباط جهانی شدن با محلی‌گرایی می‌توان به سخن اولریکه شوکنز (۲۰۰۴) اشاره کرد. وی بیان می‌کند:

در حالتی، روندهای جهانی شدن و غربی شدن وجود

یک از نظریات می‌تواند منطقه مورد مطالعه را به لحاظ ویژگی‌های ذکر شده تفسیر کند.

جهانی شدن به عنوان غربی شدن

تحقیقات والرش‌تاین درباره اروپا به عنوان مرکز توسعه سرمایه‌داری بیان می‌کند که روند جهانی شدن ارتباط بسیار نزدیکی با روند غربی شدن دارد. نظریات نوسازی که توسعه اجتماعی را با گسترش سازمان‌های غربی و هنجارهای آن برابر دانسته است، در حال شکست خوردن است، اما تفکر هتن (۱۹۹۵) در مورد "تعصب اروپا مداری" در مورد راهنمایی نظریات توسعه غربی‌ها نشان می‌دهد که این تفکر هنوز در بخش‌هایی از دنیا وجود دارد. در این دیدگاه روندهای جهانی شدن و غربی شدن ارتباط بسیار نزدیکی باهم دارند. برای بسیاری هنوز سرمایه‌داری خود را از طریق جهانی شدن به دیگر مناطق می‌رساند. اسکیلر (۲۰۰۱) بیان می‌کند که کارکرد سرمایه‌داری فراملیتی با همکاری جهانی شدن و صنایع فرهنگی توده‌ای نمود پیدا می‌کند. دانشمندان بسیاری از سنت‌های علمی گوناگون روندهای جهانی شدن و جریان‌های عناصر فرهنگی را به عنوان پدیده یکی شدن فرهنگی، غربی شدن و یا آمریکایی شدن تفسیر کرده‌اند. این بدین علت است که آنها بیان می‌کنند که جریان‌های فرهنگی در گذر از مرزها توسط صنایع فرهنگی غربی هدایت می‌شوند. براساس این دیدگاه، جریان‌های جهانی شدن در یک خیابان یکطرفه اتفاق می‌افتد که از کشورهای غربی به دیگر کشورهاست. هانرز (۱۹۹۲) می‌گوید که "وقتی مرکز صحبت می‌کند، پیرامون گوش می‌دهد و معمولاً صحبتی در جواب نمی‌دهد". رسانه توده وار باعث به وجود آمدن یکی‌شدگی فرهنگ جهانی می‌شود. گسترش مصرف این کالاها باعث می‌شود که جوامع مصرف‌کننده به مدل‌های غربی نزدیک شوند. میلنر (۱۹۹۲) از "کوکاکولایی شدن" می‌کند؛ آپادورای

است. در مقابل، گروه‌هایی مانند زنان و یا متأهلانی که از رسانه تأثیر کمتری پذیرفته‌اند، سبک زندگی سنتی‌تری را دارند. پس می‌توان گفت که در منطقه مورد مطالعه نظریه غربی شدن کاربرد زیادی ندارد، بلکه به نظر می‌رسد که نظریه یکی شدن فرهنگی و یا جهان محلی در ترکیب با نظریه صنعت فرهنگ بهتر می‌تواند به نوعی بیان‌کننده شرایط موجود در منطقه مورد مطالعه باشد.

شوکنز (۲۰۰۴) این روندها را چنین توضیح داده است: " این نکته‌ای اساسی است که توجه کنیم فرآیند جهان محلی می‌کوشد که هر دو طرف را در روند جهانی شدن مورد ملاحظه قرار دهد. سبک زندگی محلی نمی‌تواند به عنوان واحدی جداگانه دیده شود. امروزه افراد در مواجهه با فرآیندهای فراملیتی، تصاویر جهانی، بازارها و رسانه‌ها قرار دارند که ممکن است از آن تأثیرپذیرند. دو روند جهانی‌گرایی و محلی‌گرایی با یکدیگر پیوندهایی دارند و همزمان بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. محلی‌گرایی نیروهای جهانی را به چالش می‌کشد، به سمت موقعیت مناسب هدایت می‌کند و آن را به شکل ساختار محلی مناسب در می‌آورد. در فرآیندی دو جانبه، ویژگی‌ها و شکل‌های جهانی شدن خود را به شکل نیازها و تقاضاهای محلی در می‌آورد و همزمان نیازها و ساختارهای محلی خود را با روندهای جهانی وفق می‌دهد؛ به طوری که ساختار جهانی و تغییرات با سنت‌های محلی و ساختار اجتماعی موجود مطابقت پیدا کند."

اما همان‌طور که توضیح داده شد، این روندها در منطقه مورد مطالعه - چه شهر اصفهان و چه روستاهای اطراف آن - به شکل خاصی اتفاق می‌افتد و بدین صورت است که روند یکی شدن و جهان محلی در بین جوانان و به خصوص دانشجویان است که نمود بیشتری پیدا می‌کند و چه در مناطق روستایی و چه در شهر اصفهان و در میان بقیه گروه‌ها، هم در شهرها و هم در

دارد که اغلب با ریشه غربی است که در حال گسترش در تمامی دنیاست و در حالت دیگر، گرایش‌هایی برای حفظ زندگی در سطح جهان محلی وجود دارد. تلاش‌هایی که برای حفظ فرهنگ‌های محلی می‌شود، از این جمله است.

پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها و توضیح نظریات جهانی شدن فرهنگی می‌توان بیان کرد که نظریه سوم؛ یعنی یکی شدن فرهنگی و یا جهان محلی با منطقه مورد مطالعه تناسب دارد. در اصفهان و مناطق روستایی اطراف آن، مردم از وسایل مدرن و جدید در زندگی خود استفاده می‌کنند، اما این استفاده به نوعی با سبک زندگی محلی آنها تطابق پیدا کرده است؛ مثلاً آنها با مایکروفر غذای سنتی ایرانی پخت می‌کنند. می‌توان گفت که نوعی از ترکیب فرهنگی بین مردم در منطقه مورد مطالعه به وجود آمده است. این ترکیب به خصوص در میان دانشجویان و جوانان قابل مشاهده است؛ بدین معنی که آنها علاوه بر استفاده از محصولات فرهنگی توده‌وار و اثر پذیری از آن هنوز هم در بخش‌هایی از زندگی خود، مانند اصول و اعتقادات مذهبی به سنت خویش پایبند هستند.

در پاسخ به سؤال تحقیق و با مراجعه به جدول‌ها و داده‌های مستخرج از مصاحبه‌ها، می‌توان گفت که تفاوت‌ها در سبک زندگی شهری و روستایی نسبت به تفاوت‌ها در میان گروه‌های مختلف - چه شهری و چه روستایی - کمتر دیده می‌شود. این بدین معنی است که چه در شهر اصفهان و چه در روستاها گروه‌هایی مانند جوانان و دانشجویان و افرادی که دارای توانایی زبانی بیشتری هستند و به گفته آدورنو و هورکهایمر از صنعت فرهنگ تأثیر پذیرفته‌اند، بیشتر سبک زندگی "جهانی شده" و یا تأثیر پذیرفته از روندهای جهانی شدن فرهنگی را دارند. این استفاده از صنایع فرهنگی تقریباً تمامی جنبه‌های زندگی این گروه‌ها را تحت تأثیر قرار داده

روستاها سبک زندگی کمتر از روندهای جهانی شدن فرهنگی تأثیر پذیرفته است.

نتیجه‌گیری

هدف از این مطالعه بررسی تأثیرات جهانی شدن فرهنگی در اصفهان و مناطق روستایی اطراف و در بین گروه‌های مختلفی که به طور متفاوت در برابر این روندها قرار گرفته‌اند، بوده است. چارچوب نظری کار براساس نظریات ندرین پیترز و دسته‌بندی وی از نظریات جهانی شدن فرهنگی تنظیم شده است.

این مقاله در تلاش بوده است که دیدگاهی انتقادی نسبت به جنبه‌های مختلف جهانی شدن فرهنگی، به همراه کار تحقیقی در منطقه خاصی از ایران داشته باشد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تفاوت‌ها در سبک زندگی در مقابله با هجوم جهانی شدن فرهنگی، نه در بین روستا و شهر، ولی در میان گروه‌های مختلف جامعه قابل مشاهده است؛ تفاوت‌هایی که میان جوانان و دانشجویان بیش از بقیه گروه‌ها قابل ذکر است و به نوعی می‌توان این گروه‌ها را در صدر اثرپذیری از روندهای جهانی شدن دانست. در میان شاخص‌های مورد مطالعه هم شاخص رسانه بیشترین تأثیر را داشته است؛ بدین معنی که افرادی که در این شاخص بیشتر جهانی شده بودند، سبک زندگی مشابه‌تری به سبک زندگی جهانی داشتند که این اثرپذیری در بقیه شاخص‌ها مانند غذا، پوشاک و اوقات فراغت هم قابل شناسایی است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که نظریه غربی شدن و یکی شدن قابل تعمیم به منطقه مورد مطالعه نیست و برای توضیح منطقه مورد مطالعه باید از ترکیب نظریات جهان محلی، یکی شدن فرهنگی به همراه استفاده از نظریه صنعت فرهنگ استفاده کرد. پس از تجزیه و تحلیل تمامی داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها و نگاه به جدول‌های آماری در منطقه مورد مطالعه و همین‌طور

استفاده از نظریه‌های جهانی شدن فرهنگی می‌توان گفت که پارادایم سوم که همان پیوند زنی فرهنگی و یا جهان محلی است، در منطقه مورد مطالعه نمود پیدا می‌کند. پیترز (۱۹۹۴) و رابرتسون (۱۹۹۵) در نظریات خود پیوندزنی و جهان محلی بر این نکته تأکید دارند که جوامع محلی به صورت منفعل در مقابل روندهای جهانی شدن قرار نمی‌گیرند، بلکه با توجه به فرهنگ خودشان با آن برخورد می‌کنند. در منطقه مورد مطالعه، گرچه مردم از وسایل مدرن استفاده می‌کنند، ولی در واقع استفاده از آن نیز با تطبیق با منطقه محلی صورت گرفته است؛ به گونه‌ای که ما نوعی از پیوند زنی فرهنگی را در منطقه مشاهده می‌کنیم؛ بدین گونه که علی‌رغم استفاده از وسایل و ابزار مدرن مردم هنوز از سنت‌ها و عادات محلی در سبک زندگی خودشان استفاده می‌کنند. رابرتسون می‌گوید: روند جهان محلی دلالت‌های بسیاری بر لحاظ کردن جوامع محلی دارد. نکته در این است که جوامع محلی به راحتی از فرهنگ خود جدا نمی‌شوند و در واقع، فرآیند جهان محلی نوع جدیدی از ساختاری است که فرهنگ محلی در مواجهه با جهانی شدن از خود نشان می‌دهد (رابرتسون، ۱۹۹۵، ۲۹). این فرآیند در واقع مشابه آن چیزی است که "نوآوری فرهنگی" "نوآوری سنت‌ها" و یا ایجاد "اجتماعات تصویری" نامیده می‌شود (واگنر، ۱۹۷۵؛ هبس‌باوم و رنجر، ۱۹۸۳؛ اندرسون، ۱۹۸۳؛ رابرتسون، ۱۹۹۵).

منابع

- آزاد ارمکی، تقی و وحید شالچی. (۱۳۸۴). «دو جهان ایرانی مسجد و کافی شاپ» فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره پاییز و زمستان؛ (۴): ۱۶۳-۱۸۳.
- حسینی ابری، سید حسن. (۱۳۷۹). *زاینده رود از سرچشمه تا مرداب*، تهران: نشر گله‌ها.

- Bourdieu, P. (1984). *Distinction, A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge: Kegan Paul.
- Bourdieu, P. (1988). *Homo Academicus*, Cambridge: Polity Press; Stanford, CA: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1996). "Understanding" *Theory, Culture and Society* 13 (2): 17-37.
- Bourdieu, P. (2000). *Pascalian Meditations*, Cambridge: Polity Press; Stanford, CA: Stanford University Press.
- Carnoy, M. (2000). Globalization and educational reform. In N. P. Stromquist & K. Monkman (Eds.), *Globalization and Education: Integration and Contestation Across Cultures* (pp. 43-62). Lanham, MD: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.
- Carnoy, M., & Rhoten, D. (2002). What does globalization mean for educational change? A comparative approach. *Comparative Education Review*, 46(1), 1-9.
- Currie, J., & Subotzky, G. (2000). Alternative responses to globalization from European and South African universities. In N. P. Stromquist & K. Monkman (Eds.), *Globalization and Education: Integration and Contestation Across Cultures* (pp. 123-147). Lanham: MD: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.
- Dawson, C. (2007). *A Practical Guide to Research Methods*, How to content Publisher, Springhill, Oxford.
- Giddens, A. (2003). "The Globalizing of Modernity" In D. Held and A. McGrew, *The Global Transformation Reader: An Introduction to the Globalization Debate*. Cambridge: Polity Press.
- Hannerz, U. (1992). *Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning*, New York: Columbia University Press.
- سحابی، جلیل. (۱۳۸۹). «بعد فرهنگی جهانی شدن و رابطه آن با هویت قومی» در کتاب هویت و جهانی- شدن، تهران: پژوهشکده تحقیقات راهبردی.
- صالحی امیری، سید رضا. (۱۳۸۹). «جهانی شدن فرهنگی و تأثیرات آن بر فرهنگ ایرانی» در کتاب فرهنگ و جهانی شدن، تهران: پژوهشکده تحقیقات راهبردی.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*، تهران: صبح صادق.
- فصلنامه فرهنگی. (۱۳۸۶). *ویژه‌نامه آشنایی با سوریه*، دوره جدید سال دوم، شماره هفتم.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۱). «شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی مطالعه مورد لرستان» *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ش ۴ (۴) صص ۱۲۷-۱۶۱. ۸ مرکز آمار ایران. (۱۳۸۵). نتایج سرشماری کل کشور.
- مکنیل، پاتریک. (۱۳۷۶). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*، تهران: آگاه.
- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities*, London: Verso.
- Appadurai, Arjun (1995) 'Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy', in Mike Featherstone (ed.) *Global Culture: Nationalism, Globalization, and Modernity*, 6th edn, pp. 295-310. London: Sage.
- Blackmore, J. (2000). "Hanging onto the edge": An Austrian case study of women, universities, and globalization. In N. P. Stromquist & K. Monkman (Eds.), *Globalization and Education: Integration and Contestation Across Cultures* (pp. 333-352). Lanham: MD: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.
- Bourdieu, P. (1979). *Algeria 1960*, Cambridge: Cambridge University Press; Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.

- 179-186
- Marginson, S. (1999). After globalization: Emerging politics of education. *Journal of Education Policy*, 14(1), 19-31.
- Marshal, k. and Rasmussen, k. (2002). *Qualitative Research Methods*, Cultural Research Office, Tehran.
- Messer, Ellen. (1984). "Anthropological Perspectives on Diet" *Annual Review of Anthropology* 13: 205-249.
- Meternick, L. (2010). "People, Clothes and Globalization" *Ezine Articles*, available on www.Ezinearticles.com
- Mlinar, Z. (1992). *Individuation and Globalization: The Transformation of Territorial Social Organization*, in Zdravko Mlinar (ed.) *Globalisation and Territorial Identities*, pp. 15-34. Aldershot: Avebury.
- Monkman, K., and Baird, M. (2002). "Educational change in the context of globalization" *Comparative Education Review*, 46(4), 497-508.
- Nederveen Pieterse, J. (1995). "Globalization as Hybridization" in M. Featherstone, S. Lash and R. Robertson (eds) *Global Modernities*, pp. 45-68. London: Sage.
- Nederveen Pieterse, J. (2004). *Globalization and Culture Global mélange*, Rowman and Littlefield Publishers, INC USA.
- Nederveen Pieterse, J. (2006). "Global Multiculturalism, Flexible Acculturation" *speech presented at conference at South Florida University*.
- Qin, G. P. and H. Wei. and X. Wang. (2009). "Culture Industry Policy in China and the United States: A Comparative Analysis" *Dissertations, Theses and Capstone Projects Paper 18*, authorized administrator of DigitalCommons@Kennesaw State University.
- Held, D. and McGrew, A. (2003). *The Global Transformations Reader: An Introduction to the Globalization Debate*, Cambridge: Polity Press.
- Hettne, B. (1995). *Development Theory and the Three Worlds, 2nd edn*. Harlow: Longman.
- Hobsbawm, E. and Ranger, T., eds (1983). *The Invention of Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Holt, D. (1997). "Post structuralist lifestyle analysis, conceptualizing the social patterning of consumption modernity" *Journal of consumer Research* role.
- Hoppers, C. A. O. (2000). Globalization and the social construction of reality: Affirming or unmasking the "inevitable"? *In Globalization and Education: Integration and Contestation Across Cultures* (pp. 99-122). Lanham, MD: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.
- Horkheimer, M. and T.W Adorne, (1972). *The dialectic of enlightenment*. In: J. Cumming (Trans.), New York: Continuum.
- Huntington, S. P. (1993). "The Clash of Civilizations?" *Foreign Affairs*, vol. 72, no. 3, Summer, pp. 22-49.
- Huntington, S. P. (1996). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, New York, Simon and Schuster.
- Kim, J.J. (2007). "Impact of Globalization on the U.S. Mexico Border: case study of Grassroots activism for the Migrant and Refugee Community" *University of Maryland*.
- Kurtz, L. R. (2007). *Gods in the global village: the world's religions in sociological perspective*, Pine Forge Press.
- Leonard, M. (2005). "Resisting Globalization - ATTAC in France: Local Discourses, Global Terrain" *Texas AandM University*.
- Mansvelt, J. (2009). *International Encyclopedia of Human Geography*, Elsevier Ltd. Pages

- Wagner, R. (1975). *The Invention of Culture*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Watson, J. L. (1997). *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*, Stanford University Press, Stanford, California.
- Raimi, S. (2003). "Glocalization" Available at: http://searchcio.techtarget.com/sDefinition/0,,sid19_gci826478,00.html. Accessed on: September 25, 2006.
- Rehbein, B. and Schwengel, H. (2008). *Theorien der Globalisierung*, Konstanz UVK.
- Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of Society*, London: Sage.
- Ritzer, G. (2004). *The McDonaldization of Society*, Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Roberts, Q. (2008). Learning From the Media: Perceptions of "America" From Chinese Students and Scholars, University of Maryland, College Park.
- Robertson, R. (1995). "Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity" in M. Featherstone, S. Lash and R. Robertson (eds) *Global Modernities*, pp. 25-44. London: Sage.
- Robertson, R. and White, K. E. (2003). "Globalization: An Overview" in R. Robertson and K. E. White (eds) *Globalization: Critical Concepts in Sociology*, Vol. 1, pp. 1-44. London: Routledge.
- Salt, B., Cervero, R. M., & Herod, A. (2000). Worker's education and neoliberal globalization: An adequate response to transnational corporations? *Adult Education Quarterly*, 51(1), 9-31.
- Schuerkens, U. (2003). "Social Transformations Between Global Forces and Local Life-Worlds" *Current Sociology*, 51; 195
- Schuerkens, U. (2004). *Global Forces and Local Life-Worlds*, London: Sage.
- Singh, P. (2004). Globalization and education. *Educational theory*, 54(1), 103-115.
- Tandon, S. (2004). "Globalization and Culture" available on satishtandon.com Accessed on: April 5, 2010.
- The Oxford Dictionary of New Words, (1991).

Urban vs. Rural Lifestyles in terms of Theories of Cultural Globalization

Mohammad Najjarzadeh

Assistant Professor, Department of Tourism Management, University of Semnan, Semnan, Iran

** Corresponding author, e-mail: mnajjarzadeh@profs.semnan.ac.ir*

Introduction

Globalization has indubitably caused local, national, and international sections to meet and intertwine in ways that have historically been unimaginable. The discourse of globalization has become widespread around the world with ongoing discussions surrounding its economic, cultural, technological, and political aspects and implications (Roberts, 2008). As such, globalization has been viewed through the assortment lenses of finance and trade; communications and information technologies; international movements of people; the formation of global societies; linguistic, cultural, and ideological convergence; and world systems of signs and images (Monkman and Baird, 2002; Marginson, 1999). Another issue is about globalization and culture in local level; how global culture in the local level is defined? It is a way of life - an indigenous way of life - that includes clothing, media usage, religion, language, social activity, family behaviors, eating habits, and so on. There is authentic concern that globalization of culture, with its equally huge advertising and massive force, is able to affects almost anywhere of the world, even small villages, and exert strong influence on local character and lifestyles. Therefore, this paper is going to investigate effects of cultural globalization on lifestyles in Iran. The core issue will be a comparison of urban and rural settings that have differing exposure to technologies, agents and flows of globalization. Urban and rural lifestyles will be socially differentiated following the example of Pierre Bourdieu (1984). After this, the impact of different aspects of globalization will be defined and linked to changes in people's lifestyles. Finally, the investigation will focus on the relation of cultural globalization and socially differentiated lifestyles. The paper includes original empirical research choosing Isfahan and the surrounding rural areas as a case study. This region is a cultural zone in center of Iran.

Material & Methods

As Jan Nederveen Pieterse (2004) demonstrates on his book *Globalization and culture*, there are three different perspectives on cultural differentialism. In this paper these theories are examined and will find out which one can illustrate the study region, also other theories such as culture industry from Horkheimer and Adorno is used when it is necessary and combine them with this theoretical framework to get better

results for the explanation of case study region and its current situation. The combination of these theories is used to reach to the final point of the paper.

Cultural differentialism or lasting difference

In 1993 Samuel Huntington, as director of the institute for strategic studies at Harvard University, published a controversial article in which he argued that "a crucial, indeed a central,

aspect of what global politics is likely to be in the coming years...will be the clash of civilizations...With the end of cold war, international politics moves out of its Western phase, and its centerpiece becomes the interaction between the West and none-Western civilization and among none-Western civilization.” (Nederveen Pieterse, 2004, 44).

Later on Huntington (1996) expanded his thesis that the central theme of his thesis is that culture and cultural identities, which at the broadest level are civilization identities, are shaping the patterns of cohesion, disintegration, and conflict in the post-Cold War world (Huntington, 1996, 20).

Cultural convergence or growing sameness

The thesis is a version of the recent idea of the world wide homogenization of societies through the influence of multinational corporations. According to the sociologist George Ritzer, McDonaldization is “the process whereby the principles of the fast-food restaurant are coming to dominate more and more of American society as well as the rest of the world”.

Ritzer discusses how McDonaldization and the broader process of globalization are spreading more massively and more intensely than before into assorted social institutions such as education, medicine, the criminal justice system and more.

While McDonaldization is, in itself, an important type of social change, he considers its relationship to what many observers consider to be the most important and far-reaching change of our time- globalization (Ritzer, 2004, 159).

These are variations on the theme of cultural imperialism, in the form of consumerist universalism or global media influence. This line of thinking has been well-known in media studies according to which effect of American media makes for global cultural synchronization (Nederveen Pieterse, 2004, 51).

Cultural hybridization or ongoing mixing

Jan Nederveen Pieterse (2004) argues that Mixing has been perennial as a process but new as an imaginary. As a perspective, it has differences basically from the preceding two paradigms. It does not build on an older theorem but it could theoretically open new windows. It is profoundly excluded from the other two paradigms.

Hybridization is a solution to the cultural differentialism of racial and nationalism thesis, because it takes as its point of departure precisely those experiences that have been evicted, marginalized, tabooed in cultural differentialism. It overthrows nationalism because its privileges border crossing. It overthrows identity politics such as ethnic or other claims to purity and authenticity because it starts from fuzziness of boundaries. If modernity stands from an ethos of order and neat separation by night boundaries, hybridization reflects a postmodern sensibility of cut ‘N’ mix, transgression subversion (Nederveen Pieterse, 2004).

Research Method

Since method is a basic step for reaching objectives, suitable methods must be used in each case.

Because of vastness in culture and its ambiguity and as lifestyle is detectable, in this paper lifestyle instead of culture is used. Indeed, lifestyle indicates culture in an illustrative way. On the other hand, analysis of lifestyle is a way for examining globalization especially in cultural dimension (Fazeli, 2003, 154).

The project proposed here will draw on Bourdieu’s study of lifestyles in France. Bourdieu (1984) established certain indicators like food, music, film, cloth and house decoration that expressed class differences and active distinctions between people in a nation state. He explained the differences and distinctions on the basis of “habitus” – stable bundles of dispositions to act in a certain way – that are formed according to social origin and the life course. Bourdieu found that

people have rather clear class habitus that correspond to rather clear class positions which in turn rather clearly correspond to the social origin. These clear correspondences disintegrate with globalization. First, people can choose lifestyle elements that originate outside the nation state. Second, people's habitus is not only and always formed within a nation state. Third, not all elements of a lifestyle relate to the national arena and to distinction within the nation state.

For these reasons, the paper first has to establish indicators for lifestyles within the more traditional rural society, within the Iranian national context and within more globalized contexts. It also has to establish indicators for the impact of cultural globalization. These indicators will be established by a combination of observation and qualitative interviews.

After the establishment of indicators, a survey is carried out that serves as a test. After the evaluation of the test, a combination of survey, observation and short interviews is chosen closely following the example of Bourdieu (1984).

Data analysis in qualitative research methods is an ambiguous process and needs too much time. In this paper according to indices and responders, the following five steps method for analyzing has been used:

1- Arranging data: in this step data are noted continuously and for several time, events and quotations are surveyed to find a way for summarizing and compacting data.

2- Classifying the data to main subjects: according to the answers, we classify data to main subjects in a way that data which have same meaning place in same group. This group will be made from responders' points of view, urban and rural community will be categorized in separated groups. The answers and the groups will demonstrate their lifestyles.

3- Examine hypothesizes: in this step, pattern and relation will be examined and hypothesis will be confirmed or rejected.

4- Looking for justification of this data: after defining relation among data, they will be connected with main theory that gets from theoretical framework. In this step we look for the justification of the data and compatibility with the theories.

5- Writing the report: writing data is a part of analyzing process. In this process raw data will be analyzed until they have clarity and meaning in main subject. In this part we look for the main point of the thesis and try to justify and explain it.

Discussion of Results & Conclusions

As it stated in the introduction, the purpose of this study was to investigate the effects of cultural globalization in rural area and compare it with urban area, not only between these two regions but also amongst different social groups by following the example of Bourdieu (1984). The theoretical model of the paper was designed according to the cultural globalization theory from Nederveen Pieterse (2004) to find out that which theories can explain the region of study. Culture industry theory from Horkheimer and Adorno for the explanation and justification of the data analyzing is illustrated.

The paper has attempted to critically analyze several sites of discourse on the issues surrounding cultural globalization. By take a look to the analyzing part of the paper and the whole data which are included the interviews and also explaining the theories in cultural globalization theories and cultural differentialism; it could be understood that the third paradigm which is glocalization and hybridization could illustrate and be fit and explain the case study region.

The results also show the fact that the link between cultural globalization and local lifestyle cannot only be explained by glocalization and hybridization theories but also other theories are needed to explain the exact facts in the case study; these theories could be culture industry and media globalization. This means, for instance, in the one

hand the diversity of national or regional lifestyle and tradition in the region of study has still strong power, and on the other hand the power of globalization and media diversity is affecting people's lifestyle; the front line of this process are young people and specially students in both rural and urban areas.

Keywords: Globalization, Culture, Lifestyle, Isfahan, Rural Areas

References

- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities*, London: Verso.
- Appadurai, Arjun (1995) 'Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy', in Mike Featherstone (ed.) *Global Culture: Nationalism, Globalization, and Modernity*, 6th edn, pp. 295–310. London: Sage.
- Amini Fashkhodi, A. 1983. *Analyzing on Cultural Behaviors Condition in Rural Area*, Vo. 1, No. 3, pp: 52-82.
- Azadarmaki, T and T. Shalchi, 2005. Tow Iranian worlds, mosque and coffee shop, *Cultural Studies and Communications*, 1(4):163-183.
- Blackmore, J. (2000). "Hanging onto the edge": An Austrian case study of women, universities, and globalization. In N. P. Stromquist & K. Monkman (Eds.), *Globalization and Education: Integration and Contestation Across Cultures* (pp. 333-352). Lanham: MD: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.
- Bourdieu, P. (1979). *Algeria 1960*, Cambridge: Cambridge University Press; Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction, A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge: Kegan Paul.
- Bourdieu, P. (1988). *Homo Academicus*, Cambridge: Polity Press; Stanford, CA: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1996). "Understanding" *Theory, Culture and Society* 13 (2): 17-37.
- Bourdieu, P. (2000). *Pascalian Meditations*, Cambridge: Polity Press; Stanford, CA: Stanford University Press.
- Carnoy, M. (2000). Globalization and educational reform. In N. P. Stromquist & K. Monkman (Eds.), *Globalization and Education: Integration and Contestation Across Cultures* (pp. 43-62). Lanham, MD: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.
- Carnoy, M., & Rhoten, D. (2002). What does globalization mean for educational change? A comparative approach. *Comparative Education Review*, 46(1), 1-9.
- Currie, J., & Subotzky, G. (2000). Alternative responses to globalization from European and South African universities. In N. P. Stromquist & K. Monkman (Eds.), *Globalization and Education: Integration and Contestation Across Cultures* (pp. 123-147). Lanham: MD: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.
- Cultural Journal. 2008. Special Issue for Syria, Vo. 2, No. 7.
- Dawson, C. (2007). *A Practical Guide to Research Methods*, How to content Publisher, Springhill, Oxford.
- Fakohi, N. 2002. *Identify Forming and Local, National and Global Pattern*. *Sociology of Iran*, vol 4, No 4.
- Fazeli, M. 2003. *Consumption and Lifestyle*. Culture, Art and communication Agency, Tehran.
- Giddens, A. (2003). "The Globalizing of Modernity" In D. Held and A. McGrew, *The Global Transformation Reader: An Introduction to the Globalization Debate*. Cambridge: Polity Press.
- Hannerz, U. (1992). *Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning*, New York: Columbia University Press.
- Held, D. and McGrew, A. (2003). *The Global Transformations Reader: An Introduction to the Globalization Debate*, Cambridge: Polity Press.
- Hettne, B. (1995). *Development Theory and the*

- Three Worlds, 2nd edn.* Harlow: Longman.
- Hobsbawm, E. and Ranger, T., eds (1983). *The Invention of Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Holt, D. (1997). "Post structuralist lifestyle analysis, conceptualizing the social patterning of consumption modernity" *Journal of consumer Research* role.
- Hoppers, C. A. O. (2000). Globalization and the social construction of reality: Affirming or unmasking the "inevitable"? In *Globalization and Education: Integration and Contestation Across Cultures* (pp. 99-122). Lanham, MD: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.
- Horkheimer, M. and T.W Adorne, (1972). *The dialectic of enlightenment. In: J. Cumming (Trans.)*, New York: Continuum.
- Huntington, S. P. (1993). "The Clash of Civilizations?" *Foreign Affairs*, vol. 72, no. 3, Summer, pp. 22-49.
- Huntington, S. P. (1996). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, New York, Simon and Schuster.
- Hosseini Abari, S. H. 1999. *Zayandeh Roud from wellspring to lagoon*, Golha publisher.
- Iran Statistical Center. 2007. *Public census*.
- Kim, J.J. (2007). "Impact of Globalization on the U.S. Mexico Border: case study of Grassroots activism for the Migrant and Refugee Community" University of Maryland.
- Kurtz, L. R. (2007). *Gods in the global village: the world's religions in sociological perspective*, Pine Forge Press.
- Leonard, M. (2005). "Resisting Globalization - ATTAC in France: Local Discourses, Global Terrain" Texas AandM University.
- Mansvelt, J. (2009). *International Encyclopedia of Human Geography*, Elsevier Ltd. Pages 179-186
- Marginson, S. (1999). After globalization: Emerging politics of education. *Journal of Education Policy*, 14(1), 19-31.
- Marshall, k. and Rasmussen, k. (2002). *Qualitative Research Methods*, Cultural Research Office, Tehran.
- Messer, Ellen. (1984). "Anthropological Perspectives on Diet" *Annual Review of Anthropology* 13: 205-249.
- Meternick, L. (2010). "People, Clothes and Globalization" *Ezine Articles*, available on www.Ezinearticles.com
- Mlinar, Z. (1992). *Individuation and Globalization: The Transformation of Territorial Social Organization*, in Zdravko Mlinar (ed.) *Globalisation and Territorial Identities*, pp. 15-34. Aldershot: Avebury.
- Monkman, K., and Baird, M. (2002). "Educational change in the context of globalization" *Comparative Education Review*, 46(4), 497-508.
- McNeill, P. 1997. *Research Method in Sociology*. Agah Publisher Tehran.
- Nederveen Pieterse, J. (1995). "Globalization as Hybridization" in M. Featherstone, S. Lash and R. Robertson (eds) *Global Modernities*, pp. 45-68. London: Sage.
- Nederveen Pieterse, J. (2004). *Globalization and Culture Global mélange*, Rowman and Littlefield Publishers, INC USA.
- Nederveen Pieterse, J. (2006). "Global Multiculturalism, Flexible Acculturation" speech presented at conference at South Florida University.
- Qin, G. P. and H. Wei. and X. Wang. (2009). "Culture Industry Policy in China and the United States: A Comparative Analysis" Dissertations, Theses and Capstone Projects Paper 18, authorized administrator of DigitalCommons@Kennesaw State University.
- Raimi, S. (2003). "Glocalization" Available at: http://searchcio.techtarget.com/sDefination/0,,sid19_gci826478,00.html. Accessed on: September 25, 2006.
- Rehbein, B. and Schwengel, H. (2008). *Theorien der Globalisierung*, Konstanz UVK.
- Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of*

- Society*, London: Sage.
- Ritzer, G. (2004). *The McDonaldization of Society*, Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Roberts, Q. (2008). Learning From the Media: Perceptions of “America” From Chinese Students and Scholars, University of Maryland, College Park.
- Robertson, R. (1995). “Glocalization: Time–Space and Homogeneity–Heterogeneity” in M. Featherstone, S. Lash and R. Robertson (eds) *Global Modernities*, pp. 25–44. London: Sage.
- Robertson, R. and White, K. E. (2003). “Globalization: An Overview” in R. Robertson and K. E. White (eds) *Globalization: Critical Concepts in Sociology*, Vol. 1, pp. 1–44. London: Routledge.
- Salt, B., Cervero, R. M., & Herod, A. (2000). Worker's education and neoliberal globalization: An adequate response to transnational corporations? *Adult Education Quarterly*, 51(1), 9-31.
- Schuerkens, U. (2003). “Social Transformations Between Global Forces and Local Life-Worlds” *Current Sociology*, 51; 195
- Schuerkens, U. (2004). *Global Forces and Local Life-Worlds*, London: Sage.
- Singh, P. (2004). Globalization and education. *Educational theory*, 54(1), 103-115.
- Sahabi, J. 2010, *Cultural Globalization and its Relation with Ethnical Identity*, in Globalization and Identity book, Tehran, Strategic research center.
- Salehi Amir, S. R. 2010. *Cultural Globalization and its Effects on Iranian Culture*, Published in Culture and Globalization, Institute for Strategic Research, Tehran
- Tandon, S. (2004). “*Globalization and Culture*” available on satishtandon.com Accessed on: April 5, 2010.
- The Oxford Dictionary of New Words, (1991).
- Wagner, R. (1975). *The Invention of Culture*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Watson, J. L. (1997). *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*, Stanford University Press, Stanford, California.