

تغییر الگوی مصرف جهانی و تأثیر آن بر فشردگی فضا و زمان (نمونه موردی: منطقه پنج شهر اصفهان)

دکتر احمد خادم الحسینی

استادیار گروه جغرافیا دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف آباد

دکتر صفر قائدرحمتمی

استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه یزد

زیبا مؤمنی

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف آباد

چکیده

است. ۲) همبستگی بین استفاده از ماهواره و اینترنت و استفاده از غذاهای جدید در نمونه مورد مطالعه مشاهده می‌شود. ۳) فشردگی مکان در نمونه مورد مطالعه به این صورت است که مساحت و وسعت مراکز طبخ غذاهای آسان ساز بسیار کم شده است به طوری که میانگین مساحت کاربری‌های مورد مطالعه ۵۵/۶۵ متر مربع می‌باشد. ۴) هشتاد درصد از کاربری‌های ایجاد شده طی ۵ سال اخیر اتفاق افتاده است که عمدتاً کاربری‌های سنتی بوده‌اند که به کاربری‌های جدید (متناسب با تغییر الگوی مصرف شهروندان) تغییر یافته‌اند.

کلمات کلیدی: جهانی شدن، الگوی مصرف، فشردگی فضا و مکان، تغییر کاربری.

پدیده جهانی شدن از پدیده‌های تأثیرگذار مهم دنیای معاصر است که عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را تحت تأثیر خود قرار داده است به طوری که همه شهرهای جهان دستخوش این پدیده و نتایج آن شده‌اند. هر کشوری بنا به توان و قدرت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خود از این پدیده تأثیر پذیرفته است. بعضی از این کشورها در مقایسه با دیگر کشورها موفقیت‌های بهتری را در امر جهانی شدن کسب نموده‌اند که نمونه آن کشورهای غربی و آمریکا می‌باشد که باعث جذب و افزایش سرمایه گذاری داخلی و خارجی، توسعه تجارت آزاد، افزایش حجم فعالیت‌های فرامرزی و همچنین باعث تغییر الگوی مصرف غذا شده است.

مقدمه

با پایان گرفتن دوّمین هزاره میلادی و با توجه به وقایع مهم تاریخی، ظهور دهکده جهانی مورد نظر «مک لوهان» که در دهه شصت تنها رؤیای آرمانشهری به نظر می‌رسید، امروزه با ظهور فناوری اطلاعات و ارتباطات در

در این پژوهش ارتباط بین تغییر الگوی مصرف جهانی و تغییر کاربری زمین (کاربری مورد توجه قرار گرفته است. که با استفاده از روش‌های میدانی، اسنادی و توصیفی به بررسی موضوع پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که: ۱) تغییر الگوی مصرف بیشتر در سنین پایین صورت گرفته

راهبردی است که از نظر هدف به صورت تحلیل رابطه‌ای است. برای تحلیل از تحلیل‌های تک متغیره و تحلیل رابطه‌ای دو متغیره استفاده شده است. روش جمع آوری داده‌ها پیمایشی (پرسشنامه و برداشت میدانی) است.

پیشینه پژوهش

در زمینه جهانی شدن تا کنون مطالعات زیادی در خارج کشور و داخل کشور انجام شده است که از ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و بسیاری ابعاد دیگر مورد مطالعه قرار گرفته است. اما در زمینه جهانی شدن و رابطه آن با شهرها به موارد زیر می‌توان اشاره کرد: پیشگاهی فرد (۱۳۸۰)، فریادی (۱۳۸۲)، زیاری و یوسفی (۱۳۸۲)، تولایی (۱۳۸۵)، پور احمد و رستمی (۱۳۸۶)، مرادی، (۱۳۸۶) و در زمینه مطالعات خارجی مواردی که مشخصاً به موضوع پرداخته‌اند می‌توان به کرین تیلور^۲ (۱۹۹۰)، میلر^۳ (۲۰۰۱)، بیوراستوک و همکاران^۴ (۲۰۰۰)، سنو^۵ (۲۰۰۲) و کیوریت و استرلینگ^۶ (۲۰۰۹) اشاره کرد.

مبانی نظری پژوهش

تأثیر جهانی شدن در شهرها

گیدنز جهانی شدن را پیامد مدرنیته می‌داند و آن را «تشدید روابط اجتماعی جهانی» تعریف می‌کند. همان روابطی که موقعیت‌های مکانی دور از هم را چنان به هم پیوند می‌دهد که هر رویداد محلی‌ای تحت تأثیر رویدادهای دورتر شکل می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۸۱: ۷۷). کاستلز در کتاب خود تحت عنوان «جامعه شبکه‌ای» جهانی شدن را موجب جریان‌های متضاد جهانی شدن و هویت می‌داند. وی معتقد است که فرآیند جهانی شدن موجب به وجود آمدن فرآیند خود سامانگر شده است. به نظر وی همراه با انقلاب فناوری و تغییر شکل سرمایه‌داری و سقوط دولت سالاری در ربع پایانی قرن بیستم، شاهد خیزش تظاهرات نیرومند هویت‌های جمعی، بنیادگرایی و غیره هستیم (کاستلز، ۱۳۸۲). به عقیده

شرف تحقق می‌باشد که منجر به نزدیکتر شدن جنبه‌های سیاسی - اقتصادی و از همه مهمتر فرهنگ کشورها شده است.

عبور از مدرنیته به فرامدرن و (پست مدرنیسم) و فراتر از فرامدرن (پست پست مدرنیسم) در بسیاری از کشورها در حال تحقق است. این جریان و روند و یا در حقیقت عبور از موج اول (کشاورزی) به موج دوم (صنعتی) و از آن به موج سوم (فرا صنعتی) لاجرم تحقق می‌یابد (تافلر، ۱۳۷۷، ۳). «جهانی شدن» از جمله پیامدهای مدرنیسم است که در پی شکل گیری جریان پست مدرنیستی ابعاد جدید و مظاهر بنیادینی به خود گرفته است.

به راستی جهانی شدن چه دستاوردهایی برای شهرهای ما دارد؟ با توجه به این مهم مقاله حاضر درصدد است اثرات آن را بر تغییر کاربری اراضی در منطقه پنج شهر اصفهان مورد استفاده قرار دهد. در این مقاله ابتدا به بررسی جهانی شدن از نظر تعریف می‌پردازیم، سپس بعد فرهنگی و اثرات آن را مورد توجه قرار می‌دهیم و نهایتاً تأثیر آن را بر تغییر کاربری اراضی در منطقه پنج شهر اصفهان مورد بررسی قرار می‌دهد.

شرح مسأله

جهانی شدن^۱ فرایندی است که باعث بازار رقابت و جریان آزاد انتقال کالاها، خدمات، سرمایه و فناوری می‌شود. جهانی شدن و اصلاحاتی که آن را حمایت می‌کنند، اقتصاد جهانی ایجاد می‌کند و جریان آزاد سرمایه، درآمد و کالاها را به دنبال دارد (Cook, 1997, 60). جهانی شدن فرهنگ هر جامعه را نیز تحت تأثیر خود قرار داده است و باعث شده تغییراتی در زندگی انسانها بالاخص در زمینه الگوی مصرف تغذیه ایجاد کند که به دنبال خود مسائل و دارد. اهداف پژوهش نشان دادن رابطه بین جهانی شدن و تغییر در الگوی مصرف، بررسی تأثیر پدیده جهانی شدن بر تغییرات کاربری اراضی شهری است. پژوهش از نوع

باید گفت که سیاست‌های شهرنشینی کشورهای پیشرفته در عصر جهانی شدن امروزی تکیه بر نوشهرنشینی^۷ یا شهرنشینی مجدد در مقابل حومه نشینی^۸ است و در آن توسعه از درون در مقابل توسعه از بیرون مطرح است (رهنما، ۱۳۸۷، ۷۲).

از جمله تغییراتی که در عصر جهانی شدن در شهرها روی می‌دهد می‌توان به کاهش وسعت فضاهای شهری به عنوان مثال (بانک‌ها، سوپرمارکت‌ها و کتابخانه)، تغییر اساسی در کاربری اراضی شهری (از نظر نوع کاربری و عملکرد)، کاهش حجم سفرهای شهری به دلیل دسترسی و سرعت اطلاعات، تغییر در چشم اندازهای شهری و بسیاری موارد دیگر اشاره کرد.

الگوی مصرف جهانی و تغییر کاربری اراضی

شاید شما هم در گذر از پیاده‌روهای شلوغ شهر، صف‌های طولانی داخل اغذیه‌فروشی‌ها را که گاهی به پیاده‌روها نیز کشیده می‌شوند، همراه با پارک دوبله خودروهایشان شاهد بوده‌اید. آنان در نوبت خرید و مصرف غذاهایی هستند که عمدتاً با اسامی فرنگی می‌باشند. فراوانی حیرت‌انگیز و رو به تزاید مغازه‌های اصطلاحاً آسان‌ساز^۹ یا غذای فوری در تمام سطح شهر خاصه در خیابان‌ها و مناطق مرفه و مرکزی شهر و در فواصل اندک، زیر باران لامپ‌های رنگی و تصاویر تغذیه‌ای اشتهازا، خواسته یا ناخواسته فرهنگ تغذیه ملی و بومی را جابجا کرده و می‌کند و ذائقه و رویکرد مردم از هر گونه و خانواده را نسبت به پخت و پز غذاهای مطمئن، سالم و قطعاً هم با هزینه کم خانگی تغییر داده‌اند. رفرانس شکل‌گیری فرهنگ‌های جهانی در مادر شهرها، شکل عمده‌ای از تحول شهری است. فرهنگ‌های جهانی مادر شهری می‌توانند به عنوان مشترکات روزافزون میان مادر شهرهای بزرگ جهان اشاعه یابد (رنای شورت و کیم، ۲۰۰۶، ۱۸). جهانی شدن با تغییرات سریع اقتصادی تغییرات و دگرگونی‌های درسیوه زندگی مردم نیز ایجاد کرده است و الگوهای غذایی نیز به واسطه صنعتی

دیوید هاروی جهانی شدن پدیده جدیدی در سرمایه داری نیست، اما پسامدرنیته انعطاف پذیر، حاوی گرایشی به تراکم و فشردگی زمانی - فضایی است که ویژگی آن محسوب می‌شود. زندگی اجتماعی به حدی سرعت گرفته که فضا کاهش یافته و یا کلاً از بین رفته است. به طوری که ما این وضعیت را در زمینه انتقال و دریافت فوری اندیشه‌ها در سراسر جهان از طریق ارتباطات ماهواره‌ای مشاهده می‌کنیم. جهانی شدن فرایندی است که به وسیله آن حوادث، تصمیم‌گیری‌ها و فعالیت‌ها در یک قسمت از جهان می‌تواند نتایج خیلی مهمی بر روی اشخاص و جوامع در نقاط دیگر دنیا داشته باشد (McGrew, 1992, 262). جهانی شدن اغلب به عنوان یک فرایند مطرح است، فرایندی که به صورت پیوسته به سمت جلو می‌رود، به صورت نامحدود در فضا پخش می‌شود و به صورت اجتناب ناپذیری گسترش پیدا می‌کند. اما جهانی شدن یک انقلاب نیز به شمار می‌رود. یکی از ژرف‌ترین انقلاب‌های جهانی که تاکنون ناشناخته مانده است. در واقع جهانی شدن اولین گام انقلاب جهانی است (Kurth, 2003, 1). این انقلاب به وسیله پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بیشتر شده است (Kohler, 2003, 2).

در این بین شهرها نظام‌های بازی هستند که با پیرامون خود (مراکز سکونتگاهی دیگر) دائماً به تبادل کالا، خدمات، سرمایه و اطلاعات می‌پردازند. این تبادلات با حاکمیت فرایند جهانی شدن و عصر اطلاعات، به علت ماهیت سرعت اطلاعات، تشدید شده است.

اما امروزه در اثر تحولات نوین با «تحلیل رفتن سلسله مراتب نظام شهری» (به پیروی از جان شورت) و سیر نظام فضایی جامعه به سوی یک «جامعه شبکه‌ای» (به پیروی از مانوئل کاستل)، ساخت الگوی نظام شهری نیز تغییر پیدا می‌کند. (عظیمی، ۱۳۸۱، ۱۳۷) قطعاً به دنبال تغییر ساختار و نظام یک شهر که در عصر جهانی شدن خیلی سریع اتفاق می‌افتد، کارکرد شهرها نیز تغییر پیدا می‌کند. در مجموع

منطقه مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه در جنوب شهر اصفهان و شمال اقتصادی شهر قرار دارد، این منطقه از شمال به رودخانه زاینده رود، از جنوب به سپاهانشهر، از سمت غرب به اتوبان ذوب آهن و از شرق به چهارباغ بالا منتهی می‌شود. مساحت منطقه ۴۱ کیلومتر مربع و جمعیت منطقه بر اساس آخرین سرشماری سال ۱۳۸۵، ۲۳۹۹۶۱ نفر جمعیت می‌باشد (شهرداری اصفهان، ۱۳۸۷).

شدن جوامع دچار دگرگونی شده‌اند در چند دهه اخیر در کشورهای دنیا مصرف غذاهای آسان ساز فراگیر شده است، به طوری که تراکم فروشگاه‌های مک دونالد در کشورهای جنوب شرقی از خود ایالات متحده آمریکا بیشتر است. رفانس تغییرات در الگوهای غذایی، بزرگ و بزرگتر شدن پرسهای غذای حاضری و عدم رغبت به مصرف غذای سنتی از دلایل تعطیل شدن مراکز طبخ غذاهای سنتی یا تغییر نوع کاربری‌ها به سمت کاربری‌های غذاهای حاضری است.

بحث و نتایج



شکل (۱): منطقه بندی شهرداری اصفهان و موقعیت منطقه پنج. مأخذ: شهرداری اصفهان

جدول (۱): مشخصات جمعیت و مساحت مناطق یازده گانه شهرداری اصفهان.

درصد از جمعیت شهر	جمعیت				محدوده
	۱۳۸۵	۱۳۷۵	۱۳۷۰	۱۳۶۵	
۱۵/۷۷	۲۳۹۹۶۱	۱۹۱۹۷۷	۱۶۰۵۷۳	۱۳۳۵۶۴	منطقه پنج
۱۰۰	۱۶۰۱۲۲۷	۱۳۰۷۸۹۱	۱۱۹۷۱۸۲	۱۰۳۵۸۵۰	شهر اصفهان

مأخذ: مرکز آمار ایران، نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن.

واژه و مضمونی یکسان آن را «فشردگی زمان و فضا» نامیده‌اند (صرافی، ۱۳۷۹، ۱۳۲). هاروی^۹ فرایند جهانی شدن را حاصل بر هم زدن نظم سنتی فضا و زمان می‌داند و در این رابطه به نظام اقتصادی توجه زیادی می‌کند. مکان و زمان دو پارامتر بسیار مهم هستند که در پدیده جهانی شدن به آن

تحلیل فشردگی زمان و فضا در منطقه مورد مطالعه

فرایند جهانی شدن در پی ایجاد جهانی یکسان، یکپارچه و بی مرز، در شهرها آثار گوناگون مثبت و منفی زیادی به جای گذارده است. فرایندی که گیدنز، هاروی و کاستل با

فشرده‌گی زمان در نمونه مورد مطالعه بیشتر به این صورت است که تبلیغات مصرف غذاهای آماده و فوری (اطلاعات و ارتباطات) نقش برنامه‌ریز را برای دسترسی فراهم می‌سازد. تبلیغات ذهنیت شهروندان را به مصرف غذاهای سریع خیابانی سوق می‌دهد. تبلیغات ماهواره و تلویزیون در مورد مصرف غذاهای آماده و اغلب غیرسستی روی افکار خانواده‌ها اثر می‌گذارد.

توجه زیادی شده است و اما در نمونه مورد مطالعه گاهی جهانی شدن باعث سرعت می‌شود و گاهی سرعت جهانی شدن در زمینه تغییر الگوی مصرف (تغذیه نوین) بسیار مؤثر می‌باشد. بین فرآیند جهانی شدن فرهنگ و برجستگی ابعاد چندگانه هویت، همبستگی وجود دارد و تغییرات حاصل شده در ابعاد متعدد هویت، با کاربرد فن آوری اطلاعاتی و ارتباطی در حیطه‌هایی چون مصرف گرایی، نوگرایی و گرایش به ارزش‌های فرهنگی نو صورت می‌پذیرد.

جدول (۲): همبستگی بین استفاده از ماهواره و اینترنت و استفاده از غذاهای جدید در نمونه مورد مطالعه.

آزمون	آماره	استفاده از غذاهای جدید	استفاده از ماهواره و اینترنت	
Kendall's tau_b	استفاده از غذاهای جدید	Correlation Coefficient	۰/۶۰۰(*)	
		Sig. (2-tailed)	۰/۰۱۰	
		N	۱۵۰	
	استفاده از ماهواره و اینترنت	Correlation Coefficient	۰/۶۰۰(*)	۱
		Sig. (2-tailed)	۰/۰۱۰	.
		N	۱۵۰	۱۵۰
Spearman's rho	استفاده از غذاهای جدید	Correlation Coefficient	۰/۷۳۶(**)	
		Sig. (2-tailed)	۰/۰۱۰	
		N	۱۵۰	
	استفاده از ماهواره و اینترنت	Correlation Coefficient	۰/۷۳۶(**)	۱
		Sig. (2-tailed)	۰/۰۱۰	.
		N	۱۵۰	۱۵۰

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

$r_s=0.6$ $n=150$ $p<0.05$

$r_s=0.73$ $n=150$ $p<0.01$

عمده‌ترین روز مراجعه مشتریان در طول هفته به ترتیب پنج شنبه (۹۱/۱ درصد مراجعه کنندگان) و جمعه (۸/۹ درصد مراجعه کنندگان) می‌باشد. بیشترین ساعت شبانه روز در ساعت ۲۱ می‌باشد، حتی مدت زمان توقف مشتریان نیز بسیار کم می‌باشد. موارد تحلیلی نشان می‌دهد میانگین مدت استفاده ۲۱ دقیقه می‌باشد.

جدول (۳): گروه‌های سنی از کاربری‌های مورد مطالعه.

گروه سنی	درصد	درصد فراوانی تجمعی
جوانان	۶۵/۲	۶۵/۲
میان سالان	۲/۲	۶۷/۴
سالخوردگان	۲/۲	۶۹/۶
همه گروه‌های سنی	۳۰/۴	۱۰۰

منبع: تحلیل‌های مربوط به پرسشنامه.

توقفگاه‌ها ۱۷/۶ خودرو بوده است. در مقابل میانگین تعداد مشتریان در طول شبانه روز ۱۳۷ نفر می‌باشد.

تغییر کاربری اراضی

فهم فرهنگی جهانی شدن مبتنی بر مصرف‌گرایی فرهنگی^۱، آمریکایی شدن و مک‌دونالدیزه شدن^{۱۱} تعریف شده است. بسیاری از جامعه‌شناسان از روندهای غربی‌سازی جهان در فرهنگ یاد می‌کنند، رواج و تبلیغ جهانی برای مؤلفه‌های فرهنگی غربی در سطح جهانی پیامدهای مستقیم گسترش فرهنگ اروپایی از طریق ماهواره‌ها، شرکت‌های فراملیتی و غیره می‌دانند. جهانی شدن برای فرهنگ مهم است چرا که با «افزایش آگاهی جهانی» افق‌های فرهنگی زندگی مردمان متفاوت را افزایش می‌دهد. در بررسی کاربری اراضی مورد مطالعه به ارتباط بین تغییر الگوی مصرف جهانی و تغییر کاربری اراضی منجر شده است، به نحوی که ۸۰ درصد از کاربری‌های ایجاد شده طی ۵ سال اخیر اتفاق افتاده است که عمدتاً کاربری‌های سنتی بوده‌اند که به کاربری‌های جدید (متناسب با تغییر الگوی مصرف شهروندان) تغییر یافته‌اند. کاربری‌های جدید به فعالیت‌هایی چون اسنک (۱۰/۹ درصد)، پیتزا (۴۱/۳)، فست فود (۲۱/۷) و ساندویچ (۲۶/۱)، تغییر پیدا کرده‌اند. در مورد اثرات مستقیم جهانی شدن و تغییر الگوی مصرف جهانی، حتی دقت کردن به اسامی مغازه‌ها می‌توان به راحتی به این اثرات مستقیم پی برد (عمدتاً اسامی خارجی و برگرفته از شبکه‌های ماهواره‌ای).

جدول (۵): طبقه بندی کاربری‌های مورد مطالعه بر اساس سال تأسیس.

سال تأسیس	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
قبل از سال ۱۳۸۰	۱۷/۸	۱۷/۸
از سال ۱۳۸۱ تا سال ۱۳۸۴	۲۰	۳۷/۸
از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۸	۶۲/۲	۱۰۰

منبع: تحلیل‌های مربوط به پرسشنامه.

اما فشردگی مکان در نمونه مورد مطالعه به این صورت است آشپزخانه‌های بزرگ خانه‌ها با مساحت‌های زیاد، جای خود را به مساحت‌های خیلی کوچک اغذیه فروشی داده‌اند که مساحت و وسعت مراکز طبخ غذاهای آسان‌ساز، گاهی حتی به زیرپله هم اکتفا شده است و یا اینکه به دلیل کوچک بودن مکان، مشتریان مجبورند بیرون از مغازه غذا را صرف کنند. چه بسا این مغازه‌ها با چیدن چند صندلی و میز پیاده‌رو را غرق کند و یا اینکه قسمتی از فعالیت‌های طبخ خارج از محدوده مغازه انجام گیرد. این مورد باعث شده این فعالیت با کم‌ترین مساحت در هر نقطه‌ای از شهر شروع به فعالیت کند. در حالیکه در مورد طبخ غذاهای سنتی به یک مکان بزرگ احتیاج می‌باشد شاید به دلیل وسایل آشپزخانه و یا اینکه معتقد به این است که از مشتریان در داخل مغازه پذیرایی شوند بنابراین برای طبخ غذاهای سنتی احتیاج به مساحت بیشتری است که پیدا کردن چنین بسا حتی در شهرها مشکل می‌باشد.

بر اساس تحلیل‌های صورت گرفته مساحت زیربنای کاربری‌های مورد مطالعه بسیار کم شده است به طوری که میانگین مساحت کاربری‌های مورد مطالعه ۵۵/۶۵ متر مربع می‌باشد.

جدول (۴): طبقه بندی مساحت زیربنا

طبقه بندی مساحت	درصد	درصد فراوانی تجمعی
کمتر از ۲۰ متر مربع	۱۷/۴	۱۷/۴
بین ۲۱ تا ۳۰ متر مربع	۳۲/۶	۵۰
بین ۳۱ تا ۴۰ متر مربع	۱۵/۲	۶۵/۲
بیش از ۴۰ متر مربع	۳۴/۸	۱۰۰

منبع: تحلیل‌های مربوط به پرسشنامه.

ظرفیت توقفگاه‌ها نیز مورد مطالعه قرار گرفته است. به این صورت که آیا مساحت توقفگاه‌های داخلی و خارج از مغازه کم شده است؟ نتایج نشان می‌دهد میانگین ظرفیت

جدول (۶): تغییرات کاربری اراضی در منطقه پنج با توجه به تغییرات الگوی مصرف جهانی.

ردیف	نام خیابان	کاربری قبلی	کاربری فعلی	نام مرکز
۱-	نظر شرقی	ساندویچی	فست فود	سه سوت
۲-	نظر شرقی	بستنی فروشی	فست فود	دیشلم
۳-	نظر شرقی	کفش فروشی	فست فود	پن پن
۴-	نظر شرقی	غذا فروشی سنتی	فست فود	گارنی
۵-	نظر شرقی	کیف و کفش فروشی	فست فود	سورن
۶-	نظر شرقی	غذا فروشی	فست فود	آرابو
۷-	توحید	غذا فروشی سنتی	فست فود	ایتالیا
۸-	توحید	مرغ فروشی	اسنک	سیلور نایت
۹-	توحید	سوپر مواد غذایی	اسنک	توحید
۱۰-	توحید	قصایی	پیتزا فروشی	پیتزا
۱۱-	توحید	ساندویچی	فست فود	راتا
۱۲-	توحید	فست فود	فست فود	شبانہ
۱۳-	توحید	گل فروشی	فست فود	خانه کوچک
۱۴-	بلوار ملت	پست بانک	فست فود	مهر کوثر
۱۵-	بلوار ملت	لوازم کامپیوتر	فست فود	تاپ شام
۱۶-	محتشم کاشانی	خالی بوده	فست فود	آیت (هایت)
۱۷-	محتشم کاشانی	لوازم فرافوزه	فست فود	بست
۱۸-	وحید	سوپر مواد غذایی	فست فود	آتیشه
۱۹-	وحید	سوپر مواد غذایی	فست فود	بارورون
۲۰-	وحید	کرایه ظروف	فست فود	پَت مَت (۱)
۲۱-	وحید	پلاستیک فروشی	فست فود	پَت مَت (۲)
۲۲-	وحید	بقالی	فست فود	سگه طلا
۲۳-	وحید	سوپر مواد غذایی	فست فود	تک لقمه
۲۴-	وحید	سوپر مواد غذایی	فست فود	ماه برگر
۲۵-	مهرداد	ساندویچی	فست فود	پیتزا آرا
۲۶-	مهرداد	ساندویچی	قست فود	آرپین
۲۷-	مهرداد	فست فود-پیتزا	فست فود	میچکا
۲۸-	خاقانی	گل فروشی	فست فود	آنا
۲۹-	خاقانی	لوازم خانگی	قست فود	استار بیگر
۳۰-	خاقانی	سوپر مواد غذایی	فست فود	سیامک
۳۱-	خاقانی	سوپر مواد غذایی	فست فود	زیتون
۳۲-	خاقانی	سوپر مواد غذایی	فست فود	پارت

۳۳-	خاقانی	سوپر مواد غذایی	فست فود	هات
۳۴-	نظر غربی	سوپر مواد غذایی	همبرگر	توزی
۳۵-	نظر غربی	سوپر مواد غذایی	پیتزا فروشی	لیمو
۳۶-	نظر غربی	تعمیرات لباسشوئی	ساندویچ فروشی	آرابرگر
۳۷-	نظر غربی	چینی فروشی	فست فود	سفارشی
۳۸-	نظر غربی	بیلیارد	پیتزا	هایدام-هیوآ
۳۹-	حکیم نظامی	رستوران	ساندویچ فروشی	سوان
۴۰-	حکیم نظامی	نان خشکه پزی	همبرگر	همینه
۴۱-	حکیم نظامی	لاستیک فروشی	فست فود	بوعلی
۴۲-	حکیم نظامی	نمایشگاه اتومبیل	پیتزا فروشی	پیتزا شاپ
۴۳-	حکیم نظامی	خرازی	اسنک	اسنک آرپا
۴۴-	حکیم نظامی	پوشاک	پیتزا فروشی	اصفهان پیتزا
۴۵-	حکیم نظامی	سوپر مواد غذایی	اسنک	نگین

منبع: برداشت‌های میدانی پژوهشگران.

علل تغییر کاربری اراضی

- فشرده‌گی مکان به عنوان نتیجه جهانی شدن در نمونه

مورد مطالعه مشاهده می‌شود. به این صورت که بر اساس تحلیل‌های صورت گرفته مساحت زیربنای کاربری‌های مورد مطالعه بسیار کم شده است به طوری که میانگین مساحت کاربری‌های مورد مطالعه ۵۵/۶۵ متر مربع می‌باشد.

- تغییر کاربری اراضی بسیار زیاد می‌باشد و ۸۰ درصد از تغییر کاربری‌های ایجاد شده طی ۵ سال اخیر اتفاق افتاده است که عمدتاً کاربری‌های سنتی بوده‌اند که به کاربری‌های جدید (متناسب با تغییر الگوی مصرف شهروندان) تغییر یافته‌اند.

منابع:

- ۱- ادیبی، مهدی، یزدخواستی، بهجت و فرمند، مهناز، (۱۳۸۷). «جهانی شدن فرهنگ با تاکید بر هویت اجتماعی جوانان شهر اصفهان»، فصلنامه مطالعات ملی، انتشارات مؤسسه مطالعات ملی.
- ۲- پیشگاهی فرد، زهرا (۱۳۸۰)، «ابعاد جهانی شدن»، مجله ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۳- تافلر، الوین، (۱۳۷۷). موج سوم، ترجمه شهیندخت خوارزمی، نشر علم، تهران.

پس از بررسی‌های صورت گرفته که به روش میدانی در محدوده منطقه پنج اصفهان انجام شد و تحلیل پرسشنامه‌ها، عمده دلایل تغییر کاربری اراضی شهری از نظر این پژوهش شامل موارد زیر می‌باشد:

- کاهش هزینه‌هایی که مکان، زمان و فضا بر ارتباطات و حمل و نقل تحمیل می‌کنند.

- فرسایش و فروریزی مرزهای فرهنگی به دلیل دسترسی به آخرین فناوری‌های ارتباطی (دسترسی شهروندان منطقه به ماهواره، اینترنت و سایر فناوری‌های اطلاعاتی).
- افزایش وابستگی متقابل انسان‌ها در سطح جهان.

- همسانی ساختاری و فرهنگی جوامع مختلف جهان با گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات.

نتیجه‌گیری

- یک رابطه همبستگی مثبت بین استفاده از ماهواره و اینترنت و استفاده از غذاهای جدید در نمونه مورد مطالعه وجود دارد.

development", university of Manchester, Manchester, 139 PL, UK.

16- Kohler, Horst, (2003). "Toward a better Globalization", TÜbingen university press.

17- Kurt, James, (2003). "religion & globalization", Swarthmore, college, USA.

18- MCGREW, A, (1992). "the third world in the new global order", in ALLEN T. and THOMAS A (Eds) poverty and development in the 1990 S, Oxford university press.

19- Karin Taylor Berardo, (1990). The Influence of Globalization on Land Tenure and Resource Management in Neoliberal Latin America, Regional Worlds: Cultural Environments & Development Debates 20.

20 Tracy C. Miller, (2001). "Impact of globalization on U.S. wage inequality: Implications for policy", North American Journal of Economics and Finance, 12, p.219-242.

21- J.V. Beaverstock, R.G. Smith, P.J. Taylor, D.R.F. Walker, H. Lorimer, (2000). "Globalization & world cities: some measurement methodologies", Applied Geography, 20, p.43-63.

22- Seo, J-K, (2002). "Re-urbanization in Regenerated Areas of Manchester and Glasgow New Residents and the Problems of Sustainability", Cities, Vol.19, No.2, pp.113-121.

23- Nate, Currit and William E. Easterling (2009). Globalization and population drivers of rural-urban land-use change in Chihuahua, Mexico, Land Use Policy, 26, p:535-544

24- <http://www.Cybercities.com>

25- <http://mun5.isfahan.ir> منطقه پنج شهرداری اصفهان

۴- تولایی، سیمین، (۱۳۸۵). «جهانی شدن ابزاری در راستای توسعه گردشگری در ایران»، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۸۲، مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد.

۵- صرافی، مظفر، تورانیان، فضیلت (۱۳۸۳)، «مروری بر دیدگاه‌های نظری مدیریت کلان شهری، با تأکید بر جنبه‌های نهادی»، فصلنامه مدیریت شهری، سال پنجم، شماره ۱۷.

۶- فریادی، شهرزاد، (۱۳۸۲). «جهانی شدن (شهرها) و پیش فرض‌های طراحی شهری برای مواجهه با آن»، مجله صفا، شماره ۳۶، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

۷- عظیمی، ناصر، (۱۳۸۱). پویای شهرنشینی و مبانی نظام شهری، نشر نیکا، مشهد.

۸- مرادی، کبری، (۱۳۸۶). «جهانی شدن، فضا، تغییرات در فرهنگ مصرف (نمونه‌ی موردی: منطقه دو شهرداری تهران)»، پایان نامه

۹- رهنما، محمد رحیم، (۱۳۸۷). «طرح‌های تفصیلی شهری، با تأکید بر کاربرهای آموزشی و بهداشتی - درمانی»، چاپ اول، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد.

۱۰- زیاری، کرامت‌اله و یوسفی، علی (۱۳۸۲). «توسعه کالبدی تهران در فرایند مدرنیسم، پست مدرنیسم و جهانی شدن»، مجله مدرس علوم انسانی، دوره ۷، ش. ۲، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.

۱۱- کاستلز، مانوئل، (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، ترجمه احمد عقیلیان و افشین خاکباز، انتشارات طرح نو، تهران.

۱۲- گیدنز، انتونی، (۱۳۸۱). جامعه شناسی گیدنز، ترجمه فرشته پناهی، تهران، انتشارات جاجرمی.

۱۳- هاروی، دیوید، (۱۳۷۶). عدالت اجتماعی و شهر، ترجمه فرخ حسامیان و همکاران، انتشارات سازمان شهرداری‌ها.

۱۴- هیون کیم، یونگ و شورت، جان رنای، (۱۳۸۶). جهانی شدن و شهر، ترجمه: احمد پوراحمد و شایان رستمی، انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی مشهد.

15- Cook, paul and Kirkpatrick, (1997). "Globalization, Regionalization and third world

پی‌نوشت:

- 1- Globalization
- 2- Karin Taylor
- 3- Miller
- 4- Beaverstock
- 5- Seo
- 6- Nate Currit, William E. Easterling
- 7- Re - Urbanization
- 8- Sub - Urbanization
- 9- Fast Food
- 10- Harvey
- 11- Cultural Consumerism
- 12- McDonalization