



## بررسی رابطه تطبیقی طراحی مرکز تجارت جهانی با پیشبرد وضعیت گفتگوی تمدن ها

بایزید گلابی<sup>۱</sup>، سیاوش زاده احمد<sup>۲</sup>

۱- عضو هیات علمی، گره معماری، واحد مهاباد، دانشگاه آزاد اسلامی، مهاباد، ایران  
(Bayezid.golabi@gmail.com)

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین المللی جلفا، ایران  
(siaveshzadahmad@gmail.com)

### چکیده

به رغم وجود مراکز و مجتمع های بین المللی، تجارت مرتبط با مرکز تجارت جهانی لازم است تا مرکزی جامع برای مرکز هم اندیشی شرکت های ملی و فراملی و مرکز ارتباطات تجاری و صنعتی بین المللی ایجاد شود. به گونه ای که این تجارت بین الملل نقش اساسی و حساس را در مفهوم تازه جهانی شدن ایفا می کند. به عبارتی این مرکز تجارت جهانی به عنوان اعتبار و اقتدار صنعتی و تجاری آن شهر محسوب می شود. در خصوص محدوده منطقه ای و فرا منطقه ای اهمیت گفت گوی تمدن ها را می توان با ادغام گفت گوی تمدن ها در معماری مرکز تجارت جهانی به این اهداف دست یافت. آینده جهان ماهیت فرهنگی دارد و پی آمد سیاسی آن برخورد در خطوط گسل میان تمدن های عمده دنیاست. عامل دین از محوری ترین عناصر یک فرهنگ است. جهانی شدن روند طبیعی رشد و توسعه علمی و تکنولوژی بشری در سطح جهان تلقی کرد. جهانی شدن، فرآیندی علمی با زمینه های تاریخی، فرهنگی، فلسفی و دارای اقتضائات متمایز است. مهمترین شرط هر تمدن، ایجاد شهرها و اسکان مردم در آنهاست. گفت گوی تمدن ها نهادی است برای هماهنگی گسترش ارتباط تکاملی ملت هاست. هدف این پژوهش مروری بر تحقیقات در راستای دستیابی به هدف داده های گردآوری شده به صورت کتابخانه ای و میدانی انجام شده است و ملاحظیات معماری و مسائل مرتبط با رویکرد گفت و گوی تمدن ها و پارامترهای موثر در طراحی مرکز تجارت جهانی پرداخته شده است.

واژه های کلیدی: تجارت، جهانی شدن، تمدن، فرهنگ، گفت و گو.



## ۱. مقدمه

با نگاهی به پیکره شهرها به وضوح شاهد قد علم کردن و شاخص شدن فضاهای تجاری در محیط شهری خواهیم بود، مهمترین عامل افزایش فضاهای تجاری در کلان شهرهای کشور فعال نبودن بخش های صنعت، کشاورزی و معدن یعنی عدم تولید و جذب نقدینگی و بازده سود مناسب در این بخش ها بوده و در نتیجه به لحاظ فراهم شدن ایجاد اشتغال سریع و سرمایه کمتر و بازگشت سرمایه سریع تر در بخش های خدماتی، فضاهای تجارت جهانی تنها فضایی هستند که توانسته اند تا حدودی جذب سرمایه و سرمایه گذاری را از جاذبه بیشتری برخوردار نماید. مفهوم مرکز تجارت جهانی مفهومی است فراتر از یک ساختمان، یک حرکت یا یک سازمان، بلکه همراه کننده تجارت و سازمانهای دولتی و خصوصی دخیل در تجارت جهانی است. به عبارتی دیگر مرکز تجارت جهانی کلیه خدمات مربوط به تجارت جهانی را در زیر یک سقف جمع آوری و به فعالان اقتصادی عضو و غیر عضو خود ارائه مینماید.

شهر اشنویه مرکز شهرستان و فاصله آن با مرکز استان ۷۰ کیلومتر و در جنوب غرب استان آذربایجان غربی و با شهرستان ارومیه در شمال قرار گرفته و با دو کشور عراق و ترکیه در غرب ارتباط دارد و از طرف مرز ناویه خان در حدود ۳۳ کیلو متر با کشور عراق فاصله دارد و از طرف سه میله با کشور ترکیه هم مرز بوده که احداث منطقه آزاد در حال بررسی می باشد و احداث تله کابین هم در اشنویه یکی از پروژه های شهر می باشد. و با توجه به مجتمع های متعددی در حال ساخت می باشند و نیروی انسانی فراوان و زمین های حاصلخیز و معدن و... امکان مرکز تجارت جهانی را فراهم می آورد به علاوه اشنویه دارای منابع زیر زمینی دست نخورده از قبیل نفت است دنباله رگه های نفتی کرکوک می باشد در چشمه کانی چاورش روی آب را ماده ای چربی فرا گرفته که مردم در گذشته از این در چراغ می ریختند . مراکز تجارت جهانی مرکز هم اندیشی شرکت های ملی و فرا ملی و مرکز ارتباطات تجاری و صنعتی بین المللی است. وجود چنین پروژه ای در یک شهر، بعنوان اعتبار و اقتدار صنعتی و تجاری آن شهر محسوب می گردد. بدیهی است شرکت هایی که در این مراکز استقرار پیدا می کنند به وجهه و اعتبارشان افزوده شده و در لیست شرکتهای فرا ملی قرار می گیرند با توجه به مکان سایت و موقعیت منطقه ای شرایط ایده آل برای موفقیت یک مجموعه ی مرکز تجارت جهانی در محدوده ای فرا منطقه ای و منطقه ای هموار شده است که در چنین شرایطی وجود حجمی زیبا و نمایی فریبنده میتواند در جذب مسافران، گردشگران در مرکز تجارت بسیار موثر باشد، از سوی دیگر همجواری با کشور های عراق و ترکیه، زمینه را برای فعالیت های بازرگانی و تجارت جهانی را میسر ساخته که در این صورت نیاز به رویکرد گفت گوی تمدن ها را با ارتباط در طراحی مرکز تجارت جهانی، می توان قابل لمس باشد. مک ایوان جهانی شدن را گسترش بین المللی مناسبات تولیدی و مبادله سرمایه سالار نمی داند و صندوق بین المللی پول آن را ادغام وسیع تر و عمیق تر تعریف کرده است. یکی از راه های جهانی شدن، که اقتصاد را فعال کرده، تجارت بین الملل است که نقش اساسی و حساس را در مفهوم تازه جهانی شدن ایفا می کند. گفتگوی بین تمدن ها و قومیت های مختلف می تواند بر مبنای بحث و گفتگوی میان قومیت های، مذاهب وادیان مختلف باشد، زیرا بین اسلام و قومیت های مذهبی و مذاهب دیگر مشترکات زیادی وجود دارد و این خود میتواند تفاهم و همدلی بین آنها را ایجاد نماید. گفتگوی تمدن ها، فرهنگ ها و قومیت ها تحقق نمی یابد مگر آنکه مهمترین مولفه آنها، یعنی ادیان و مذاهب به شناخت و گفتگو با یکدیگر، و رای پیش داورای های تاریخی و تعصب های بشری بپردازد (خاتمی، ۱۳۸۰، ص ۶۵). مرکز بین المللی گفت گوی تمدن ها نهادی است که برای هماهنگ و گسترش ارتباط تکاملی ملتها تلاش می کند (گفت گوی تمدن ها، ۱۳۸۰، ص ۱۲).



پیشینه تحقیق:

جدول ۱. بررسی ادبیات نظری و پیشینه نویسندگان ایرانی					
ردیف	نویسنده / نویسندگان	سال انتشار	عنوان تحقیق	نتیجه گیری	منبع
۱	علی پناهی، هانا، مولایی، صلاح الدین	۱۳۹۴	نقش مجتمع های تجاری نوین در ساختار معماری و شهرسازی معاصر(با رویکرد به شاخصهای گردشگری و اقتصاد)	مراکز تجاری و یا بازارها در شهرهای فرهنگی و تاریخی علاوه بر تاثیر گذاری بر ساختار کلی شهر و شکل گیری محلات به عنوان یکی از مظاهر مهم معماری بوده و یکی از مهمترین عرضه های بروز تعاملات رایج در حیات مدنی محسوب شده اند. صنعت گردشگری فعالیتی گسترده است که در سطح داخلی، ملی بین المللی صورت میگیرد. اندیشه یک مرکز تجاری بزرگ و گسترده در یک مجموعه شهری در حقیقت بازتابی از رشد فیزیکی و اجتماعی آن می باشد.	کنفرانس ملی مهندسی معماری، عمران و توسعه کالبدی، کوهدشت، صص ۹-۲
۲	واحدپور، رزیتا، شفیق زاده، اسداله	۱۳۹۳	بررسی و تحلیل طراحی مجتمع تجاری از منظر مشتری مدار بر مبنای معماری هزاره سوم	رویکرد مشتری مدار در طراحی معماری مجتمع تجاری ابزاری قدرتمند جهت ایجاد فضای مطلوب و مشتری پسند می باشد. طراحی معماری مجتمع تجاری به عنوان یک محیط مصنوع باید بر مبنای اصول مشتری مداری به عنوان فرهنگ بازاریابی استوار باشد. مشتری به عنوان آن چیزی که فرد خریدار آورده باشد. طراحی معماری مجتمع تجاری به عنوان یک محیط مصنوع باید بر مبنای اصول مشتری مداری به عنوان فرهنگ بازاریابی استوار باشد.	اولین کنفرانس سراسری توسعه محوری مهندسی عمران، معماری، برق و مکانیک ایران، ۲۷ آذرماه ۱۳۹۳ گرگان، سالن همایش های دانشگاه گلستان، صص ۶-۱
۳	فرزام شام، مصطفی	۱۳۹۲	مبانی برنامه ریزی و طراحی مراکز تجاری	پس از پیدایش تمدن ها و قبل از رایج شدن پول، مبادله کالا به صورت پایاپایی صورت پذیرفت و به تدریج و با ازدیاد حجم تولیدات و توسعه مبادلات و گسترش روابط اجتماعی و اقتصادی، سیستم های اقتصادی پیشرفت نمود. مراکز تجاری در ایران تحت عنوان بازار به عنوان نهادی اقتصادی- شهری در دوره ساسانیان در شهرهای بازرگانی تولیدی شکل گرفت. بعد از جنگ جهانی دوم مراکز تجاری نیز به این مکانها انتقال یافت. بازارهای لندن سنگاپور و یا دوی به عنوان بازارهای بین المللی ایفای نقش می کنند.	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری موسسه آموزش عالی ایوانکی، چاپ دوم، تهران، صص ۲ و ۶-۲۱



جدول ۱. بررسی ادبیات نظری و پیشینه نویسندگان ایرانی					
منبع	نتیجه گیری	عنوان تحقیق	سال انتشار	نویسنده / نویسندگان	ردیف
مجله علمی پژوهشی، پژوهش‌های شهری هفت حصار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد همدان، شماره ششم/سال دوم/زمستان ۱۳۹۲، صص ۷۱-۷۳	وجود یک فضای سرزنده و پویا باعث افزایش انگیزه در برقراری ارتباطات جمعی شده و تبادل اطلاعات را تسهیل می بخشد و علاقه به حضور افراد را در محیط افزایش می دهد و می تواند بر رشد و تکامل شخصیت افراد در محیط موثر باشد یک فضای با کیفیت می تواند باعث ایجاد انگیزه حضور افراد شود و ارتباطات را تسهیل بخشد. فضایی سرزنده باید فضایی باشد که انواع افراد به اختیار خود و نه از روی اجبار به آنجا آمده و لحظاتی را در فضای سپری نمایند.	روش های ارزیابی سرزندگی محیطی در مجتمع های تجاری و مراکز خرید	۱۳۹۲	فروتن، منوچهر، صنعتگر کاخ کی، مریم، رضا یی، محمد کاظم	۴
مجله علمی پژوهشی، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، پژوهشکده علوم اقتصادی دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، صص ۳۱-۱۶	سازمان تجارت جهانی نام نوین موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) است، این موافقتنامه درباره امتیازات تعرفه ای میان کشورهایی است که بیش از ۸۵ درصد بازرگانی جهانی را در اختیار دارند. سازمان تجارت جهانی سازمان بین المللی و داری منشوری به عنوان نظام نامه رفتار حکومت ها در بازرگانی بین المللی است. ایجاد مناطق آزاد تجاری، سبب از میان رفتن تعرفه می شود. سازمان تجارت جهانی بر نظریه برتری نسبی کلاسیک ها در تجارت بین الملل استوار است.	تدوین سیاست های بهینه تجارت خارجی ایران (صادرات) برای پیوستن به سازمان تجارت جهانی	۱۳۹۱	رضویان، محمد تقی، بهاری جوان، معصومه، آذری محبی، رضا	۵
چاپ دوم، کتاب صبح، تهران، صص ۱۹-۱۵	جهانی سازی موجب افزایش فرایندهایی می شود که از طریق آنها شبکه های ارتباطی و نظایر آن تولید، سطوح محلی و جهانی را با یکدیگر پیوند می دهد. جهانی سازی به مرحله شدید از فشرده سازی زمان و مکان منجر شده است. عنصر اصلی شرکت های بزرگ چند ملیتی هستند.	جهانی سازی	۱۳۸۹	نقیب السادات، سید رضا	۶
چاپ سوم، موسسه بوستان کتاب، تهران، صص ۵۳ و ۶۰ و ۱۲۳ و ۱۳۷ و ۱۸۶	گسترش روابط متقابل و متنوع میان دولت ها و جوامع، که به ایجاد نظام جهانی می انجامد. جهانی شدن در واقع تداوم مدرنیته است. در دنیای مدرن، دین مرکزیت دارد و با وجود این هویت دینی و تضاد میان ادیان و فرهنگ ها، تحقق تمدن واحد جهانی امکان ندارد. تفاوت فرهنگی خود عامل تنش و تعارض است.	دین و فرایند جهانی شدن	۱۳۸۶	نکوئی سامانی، مهدی	۷



جدول ۱. بررسی ادبیات نظری و پیشینه نویسندگان ایرانی					
ردیف	نویسنده/ نویسندگان	سال انتشار	عنوان تحقیق	نتیجه گیری	منبع
۸	امیدوار، کمال	۱۳۸۶	گفتگوی تمدن ها و همگرایی قومیت‌های مذهبی در استان یزد	اختلاف تمدن ها اساسی بوده و خود آگاهی تمدنی در حال افزایش است و تجدید حیات مذهبی وسیله ای برای پر کردن خلا هویت در حال رشد بوده و منطقه گرایی اقتصادی و نقش مشترکات فرهنگی در حال تکامل و رفتار منافقانه غرب موجب رشد خود آگاهی تمدنی شده است. گفتگوی تمدن‌ها اصل جدیدی به منظور ایجاد ارتباط بین ملتها در فضای بین المللی است.	چهارمین کنگره بین المللی جغرافیادانان جهان اسلام، زاهدان، صص ۳-۶
۹	رحمانی، میترا، عسگری، منص ور، عابدین، محمد رضا	۱۳۸۵	دستاوردهای تجاری تشکیل بلوک منطقه ای در مرکز قاره آسیا	منطقه گرایی، با هدف بزرگتر کردن بازارها و وسیعتر کردن حوزه رقابت و افزایش قدرت رقابت کشورهای داخل منطقه در مقابل جهانی سازی برای همه کشورها که موافقت نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) و جانشین آن سازمان تجارت جهانی نشانه بارز آن است. منطقه گرایی و تشکیل بلوک های منطقه ای می تواند راه موثری برای گشودن تدریجی اقتصادی ملی این قبیل کشورها و ادغام آن ها در اقتصاد و تجارت جهانی باشد.	مجله علمی پژوهشی، فصلنامه پژوهش نامه بازرگانی، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران، صص ۲۱۳ و ۲۲۱
۱۰	کمالی نژاد، امیر مختار	۱۳۸۳	جهان پس از ۱۱ سپتامبر	هر چه نظام بیشتر بر روی ایجاد یک شبکه نهایی جهانی متمرکز باشد، در مقابل واقعه بیشتر آسیب پذیر خواهد بود. شوک تروریستی، نه از تمدن ها ناشی می شود و نه از مذاهب از تقابل اسلام و امریکاست. این فرایند نشان دهنده تعارضی بنیادین است. تروریسم هیچ گاه از خلال روابط قدرت به یک نظام حمله نمی کند. نه نظام و نه قدرت نمی تواند از قیود نمادین خود رهایی یابند.	جاپ اول، نشر ذهن آویز، تهران، صص ۱۹-۱۳
۱۱	مشیرزاده، حم یرا	۱۳۸۳	گفتگوی تمدن ها از منظر سازه انگاری	گفتگو می تواند به جهانی عادلانه تر منتهی شود و این امر خصوصیت عدالت جویانه آن را نیز که باز برخلاف برداشت هایی به اصلاح واقع گرایانه از روابط بین الملل است نشان می دهد. سازه انگاری با طبیعت زدایی از جهان اجتماعی، تاکید بر نقش رویه ها و هنجارها در شکل گیری هویت ها و منافع و قوام مقابل کارگر و ساختار راه را برای باز اندیشی در حیات اجتماعی بین المللی می گشاید.	مجله علمی پژوهشی، فصلنامه سیاست-مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۶۳، بهار ۱۳۸۳، صص ۱۷۰ و ۱۷۵-۱۹۵



جدول ۱. بررسی ادبیات نظری و پیشینه نویسندگان ایرانی					
ردیف	نویسنده/ نویسندگان	سال انتشار	عنوان تحقیق	نتیجه گیری	منبع
۱۲	مقدادی، بهرام	۱۳۸۱	ادبیات تطبیقی و نقش آن در گفتگوی تمدن ها	از راه های رسیدن به مضامین مشترک، استفاده از روشهای ادبیات تطبیقی است که در گفتگوی تمدن ها نقش موثری دارد. از کارهای مهم در گفتگوی تمدن ها، بیرون کشیدن این نوع ادبیات از انزوا است. ادبیات تطبیقی تحت تاثیر صورت گرایان و نقد نو بوجود آمد و اخیرا بیشتر بر نظریه و تجدد تاکید دارد. ترجمه باعث فرو ریختن دیوار بین الملل می شود و مهمترین عامل برای نزدیک کردن منتقد به ادبیات جهان ترجمه است.	مجله علمی پژوهشی، پژوهشهای زبان های خارجی، دانشکده زبان های خارجی، دانشگاه تهران، تهران، شماره ۱۳، پاییز و زمستان، ۱۳۸۸، صص ۱۳۰-۱۳۳
۱۳	آذربایجانی، کریم، طیبی، سید کمیل، کریمی هسینجه، حسین	۱۳۸۱	تعیین مناسب ترین ترتیب تجاری-منطقه ای برای اقتصاد ایران براساس شاخص های همگرایی و جهانی شدن	از تاثیرات جهانی شدن تحول در اقتصاد جهانی است که وابستگی متقابل اقتصادی و شرایط ایجاد دهکده جهانی را فراهم می کند. تجارت بین الملل که نقش اساسی را در مفهوم جهانی شدن ایفا می کند منطقه گرایی و همگرایی اقتصادی از راه حل هایی است که اقتصاد در حال توسعه برای مقابله با پدیده جهانی شدن اتخاذ می کند. جریان های تجاری دو جانبه میان کشورهای عضو که نشانه اقتصادی بیشتری دارند محسوس تر است.	مجله علمی پژوهشی، فصلنامه پژوهش های اقتصادی، پژوهشکده علوم اقتصادی دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۱۳، زمستان ۱۳۸۱، تهران، صص ۷۵-۸۴ و ۷۵
۱۴	مرکز بین المللی گفتگوی تمدن ها	۱۳۸۰	مرکز بین المللی گفتگوی تمدن ها	مرکز بین المللی گفت گوی تمدن ها نهادهای است برای گسترش ارتباط تکاملی ملت ها. برداشته شدن قیدهای جدید و قدیم از دست و پای آدمی می توان از دایره تکرار ازلی یا از سلطه ضرورت تاریخی به فراخنای آزادی فراز آمد. سیاست ورزی نوعی هنرمندی است و منظورشان اعمال ظرافتهای دیپلماتیک در روابط سیاسی است.	چاپ اول، نشر نگاره آفتاب، تهران، صص ۱۲ و ۷۶-۸۵
۱۵	مهمینی، محمد علی	۱۳۷۹	گفت گوی فرهنگ و تمدن ها	جامعه شناسی علم قوانین کلی پدیده های اجتماعی می باشد. تمدن های اولیه زاینده ی نظام طبقاتی برده داری اند، حکومت ها از همان آغاز، ابداعات و دستاوردهای فرهنگی بشر را در جهت اهداف و منافع خود کانالیزه و هدایت می کنند. خیزش امواج انقلاب در جهان حاصل جنگ و برخورد خصمانه ی تمدن های سرمایه دار بود.	چاپ اول، نشر ثالث، تهران، صص ۲۴۹ و ۲۰۸ و ۳۸



## ۲. روش جمع آوری اطلاعات (روش کار):

روش گرد آوری اطلاعات به صورت کتابخانه ای و میدانی انجام شده است. در این پژوهش ضمن مروری بر تحقیقات انجام شده با توجه به رویکرد گفت گوی تمدن ها به مطالعه و بررسی کتب، مجلات و مقالات در خصوص نمونه ها، روش های علمی، ملاحظات معماری و مسائل مرتبط با رویکرد گفت و گوی تمدن ها و پارامترهای موثر در طراحی مرکز تجارت جهانی پرداخته شده است. به وسیله مشاهدات میدانی نیز در مورد سایت بررسی لازم صورت گرفته شده است.

## ۳. مفهوم جهانی شدن

جهانی شدن (globalization) به معنای جهانی شدن، جهانی سازی، جهان گرایی و جهان شمولی است و به طور کلی ریشه ی آن از واژه «global» است. جهانی شدن به معنای کنونی از نیمه دوم سده بیستم و از حدود سال ۱۹۸۰ به بعد وارد عرصه ی ادبیات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی شد. واژه «globalization» که به معنای کلی، فراگیر و جهان شمول بودن امری است، همچنین به معنای یکپارچه سازی و همسان سازی براساس یک مدل در سطح جهان، نیز به کار می رود. این تعریف ها به رغم اختلاف مفهومی و کاربردی، معنای دقیق وضعیت جدید را که از آن به «جهانی شدن» تعبیر می کنیم، افاده نمی کنند. همان گونه که اشاره شد، باید از نظر مفهومی میان فرآیند «جهانی شدن» و روند «جهانی سازی» یا یکپارچه سازی و یکسان سازی تفاوت قائل شد. اغلب نظریه پردازان جهانی شدن را با جهانی سازی یکی دانسته و به همین دلیل ویژگی ها و پی آمدهای این دو را نیز با هم خلط کرده اند. در حالی که جهانی شدن و جهان شمول بودن چیزی که اقتضای طبیعی و ذاتی آن جهانی بودن است، با چیزی که ذاتا چنین اقتضایی را ندارد، در مقام فهم تفکیک کرد. می توان جهانی شدن را روند طبیعی رشد و توسعه ی علمی و تکنولوژی بشری در سطح جهانی تلقی کرد، جهانی سازی را به معنای تسری و تحمیل یک مدل و الگو با پشتوانه اراده سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در جهت سلطه بر دیگر فرهنگ ها و ملت ها دانست. در حالی که جهانی سازی، طرحی برای تسلط غرب و تحقق نظم نوین جهانی است. جهانی شدن، فرآیندی علمی با زمینه های تاریخی، فرهنگی، فلسفی و دارای اقتضانات متمایز است.

## ۴. عوامل و زمینه های تاریخی جهانی شدن

زمینه های جهانی شدن که از زمان وقوع انقلاب علمی و تکنولوژیکی غرب پدید آمد در ابتدا با جهانی شدن صنایع و شرکت های فراملیتی و چند ملیتی از راه هم گرایی در مصرف جهانی و جهانی شدن سیستم های مالی و تجاری، الزامات و اقتضانات گوناگونی را به دنبال داشت که جنبه های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی زندگی بشر را در بر گرفت و از راه وسایل ارتباطی پیشرفته و شبکه های اطلاع رسانی الکترونیکی، به گردش سریع افکار و دانش بشری منجر شد. عواملی که به فرآیند جهانی شدن یاری می رسانند:

۱. گسترش سازمان های بین المللی، جریان سرمایه و اطلاعات، تکنولوژی و فرهنگ.

۲. نیازهای فراملی و منطقه ای مانند مسائل جهانی محیط زیست، صلح و امنیت جهانی، بهداشت و ... .

۳. تسلیحات مخرب جمعی و روابط بین المللی چند جانبه و بحران های بین المللی و فراملی.

این مسائل نوعی هم گرایی فرهنگی، سیاسی و اجتماعی را ایجاد می کند که از لوازم جهانی شدن شمرده می شود، که برخی آن را به جا کندگی فرهنگی تعبیر کرده اند. جهانی شدن نه تنها ممکن و علمی است، بلکه یک نیاز جهانی و یک ضرورت و رهیافتی جهانی است که مشارکت و همبستگی همه ملل و استفاده از دست آوردها و امکانات همه انسان ها را برای حل



مشکلات جهانی می طلبد. رشد جامع بشری، منسجم شدن قوانین اجتماعی و عوامل مهم فرهنگی، سیاسی و اقتصادی تغییرات اساسی را در ساختارهای اجتماعی موجب شد، و جوامع را از حالت قبیله ای به شکل روستایی درآورد و آن گاه با پیدایش شهر و شهرنشینی و تحولات گسترده در روابط جوامع با یکدیگر این فرآیند به رشد و توسعه خود در همه مناطق دنیا ادامه داد تا این که بر اثر تحولات و انقلاب های علمی و صنعتی، ساختارهای سیاسی و اجتماعی بار دیگر دست خوش تغییرات اساسی شد.

### جدول ۳. گذر از سنت ها به مدرنیته و جهانی شدن فرصت ها و تهدید های پیش روی خانواده و فرهنگها

نقاط قوت Strengths	نقاط ضعف Weaknesses	فرصتها Opportunities	تهدیدها Threats	SWOT وضعیت
محتوا معماری جهانی			زمینه ایجاد محیط و اجتماع	
ریشه های تاریخی	تقلیدگری بدون منطق	ورود به دنیای نوین	بی هنجاری اجتماعی	ه و جهانی شدن در کشور ایران
تمدن کهن	سطحی نگری	نوآوری	بی نظمی و آشفتگی	
فضای جاودانه	ساختمانسازیهجایمعماری	خلاقفضاهاپدید	بهکارگیریناخردانهفنناوریهاینوین	
بنا جزئی از محیط طبیعی	بنا به عنوان کالا مصرفی	رفاه نسبی اجتماعی	همانند سازی شکلی نه معماری	
همزیستی دیدگاههای	بحران در هویت های محلی بومی	دموکراسی	توسعه بی رویه و بدون ایجاد زیر ساختهای لازم	
بومی و جهانی شدن	بحران های زیست محیطی	کاهش فواصل مکانی	مشکلات زیست محیطی	
معماری مناسب با جهانی شدن	عدم سازگاری بار اقلیم	صرفه جویی در زمان و افزایش سرعت	مشکلات زیست محیطی	
هویت جهانی - منطقه ای	نفی ارزش ها و آثار به جا مانده از گذشته	حس وحدت	تقابل تمدن ها و فرهنگ ها	
شهرهای جهانی	بحران در حس مکان	گفتگوی فرهنگ هت و تمدن ها		
هوش جمعی		وحدت در حین کثرت		

### ۵. مرکز تجارت جهانی

به گزارش خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، مرکز تجارت جهانی (World Trade Center) یکی از سازمانهای بزرگ بین المللی اقتصادی جهان میباشد که با بیش از ۳۵۰ مرکز در حدود ۱۱۰ کشور دنیا و بالغ بر ۷۵۰،۰۰۰ سازمان و شرکت تحت پوشش خود، یکی از قدرتمندترین و تأثیرگذارترین نهادهای جهانی است که مقر اصلی آن در شهر نیویورک آمریکا می باشد. بهترین مشخصه این سازمان، برجهای دوقلوی تجارت جهانی بود که در سال ۲۰۰۱ با اصابت هواپیما تخریب و هم اکنون





هفت برج که بلندترین برجهای نیم کره غربی و کشور آمریکا میباشد در محل برجهای سابق در حال ساخت است که کل برجها در سال ۲۰۱۵ به بهره برداری خواهند رسید. این مرکز فعالیت خود را ۷۰ سال پیش در جهان آغاز کرده است. مفهوم مرکز تجارت جهانی مفهومی است فراتر از یک ساختمان، یک حرکت یا یک سازمان، بلکه همراه کننده تجارت و سازمانهای دولتی و خصوصی دخیل در تجارت جهانی است. به عبارتی دیگر مرکز تجارت جهانی کلیه خدمات مربوط به تجارت جهانی را در زیر یک سقف جمع آوری و به فعالان اقتصادی عضو و غیر عضو خود ارائه مینماید. این خدمات شامل ارائه اخبار و اطلاعات اقتصادی و تجاری، ارتباطات، باشگاههای تجارت جهانی، برنامه های آموزشی تجاری، سازماندهی هیأتها، تجاری و اقتصادی، آماده سازی و مهیای امکانات نمایشگاهی و عرضه کالا و... میگردد. مرکز تجارت جهانی بعنوان یک مرکز تجاری مدرن (Business Center) خدمات موجود بخش خصوصی و دولتی فعال در امر تولید و تجارت را تکمیل حمایت میکند. یک مرکز تجارت جهانی دارای امکانات استاندارد به این شرح می باشد: برج یا برجهای تجارت جهانی - مرکز بزرگنمایشگاهی - مرکز همایشهای مرکز شامل سالنهای ۲۰، ۳۰، ۵۰ تا چند هزار نفره - مرکز آموزش - مرکز داوری - هتلها ۵ و ۶ ستاره - مرکز همایشها - باشگاه تجارت جهانی شامل تمام امکانات رفاهی... مراکز تجارت جهانی در هر یک از مراکز شهری مهم ایران و جهان قابل ایجاد می باشد. مراکز تجارت جهانی به اعضاء خود این توانایی را اعطاء میکنند که با مردمی از هر نوع ایدئولوژی در مورد مسائل اقتصادی به توافق برسند و مرزهای سیاسی و جغرافیائی کشورها دلایلی برای ایجاد همکاری با خطوط تمایز و جدایی تلقی میگردد.

#### ۶. تاریخچه مراکز تجاری

احداث اولین مرکز تجاری به مفهوم امروزی در ایتالیا و به سال ۱۱۰ میلادی در زمان امپراطوری تروژان باز می گردد. در این سال برده ای یونانی، مرکز خریدی مجاور میدان عمومی شهر روم بنا نمود. این مرکز در دو طبقه احداث گردید و در آن حجره ها به صورت ردیفی اسقرار یافته و دارای سیستم تهویه بود. در قرون وسطی بازارهای خیابانی لندن، بازارچه های بلژیک و بازارهای خاورمیانه شکل گرفت. بعد از جنگ جهانی دوم با حرکت و اسکان مردم در حومه شهرها، مراکز تجاری نیز به این مکانها انتقال یافت که هدف آن در دسترس بودن مشتریان بود که این تفکر تا امروز نیز ادامه یافته است. با نگرش به تاریخچه مراکز تجاری در آمریکا نیز مشخص می گردد که مراکز تجاری در آنجا نیز همانند سایر نقاط در مرکز شهرهای کوچک و بزرگ قرار داشتند و تجمع واحدهای مستقل، مجموعه های جذابی را ایجاد می کردند.

#### ۷. بازار جهانی

عملکرد فعلی اقتصاد جهانی از عدم تعادل عمیق زنج می برد که نتیجه آن سبب عدم تعادل بین اقتصاد و اجتماع می شود. هیچ یک از نهادهای بین المللی حمایت سیاسی مناسب از بازار جهانی نکرده و عدم تعادل بین گروه ها، جوامع و دولت ها را تصحیح نمی کنند. عدم تعادل بین اقتصاد و جامعه عدالت اجتماعی را به فرسایش می کشاند و باعث ایجاد فاصله بیشتری بین اقتصاد جهانی رسمی و اقتصاد منطقه ای غیر رسمی کشورهای در حال توسعه می شود. در حال حاضر در اکثر کشورهای در حال توسعه، افراد در اقتصاد غیر رسمی فعالیت دارند اما از مشارکت مستقیم عادلانه و منصفانه در اقتصاد جهانی محروم بوده اند و از توان و منابع لازم جهت مبادلات اقتصادی مولد برخوردار نیستند (هانوشک، ۲۰۱۰). از آنجا که قواعد و مقررات جهانی شدن متعادل نیست لذا اقتصاد بر قواعد و مقررات اجتماعی پیروز می شود و بدین ترتیب تجارت به دو بخش عمده تقسیم می گردد. بخش صنعت که رکن اصلی تجارت آزاد را تشکیل می دهد و بخش کشاورزی که بخش حفاظت شده و مورد حمایت



تمامی کشورها است (بهکیش، ۱۳۸۶). امروزه اقتصاد بازار مبتنی بر توسعه اقتصاد و تولیدات اجتماعی و سیاسی مورد قبول تمام جوامع است. هیچ کشوری نمی تواند مشارکت خود را در اقتصاد جهانی نفی کند. چالش اصلی مبتنی بر مدیریت ارتباط با بازارهای جهانی است. مدیریتی که می بایست رشد و توسعه عدالت را تامین نماید. اگر کشوری می خواهد از مزایای جهانی شدن استفاده نماید باید دارای قادر و توانمند به توسعه نهادهای اجتماعی و اقتصادی باشد. این نهادها لازمه وجود رشد اقتصادی سالم و عادلانه هستند. فعالیت های محلی به اندازه فعالیت های ملی و جهانی مهم هستند (نوازی، ۱۳۸۷).

#### ۸. جهانی شدن تجارت

ریشه جهانی شدن تجارت را باید در توسعه سرمایه گذاری مستقیم خارجی و تحرک جریان های بین المللی جستجو کرد. تکامل و پیشرفت این روند باعث رقابت شدید بازار جهانی شده است. این رقابت خود تحت تاثیر دو عامل مشترک بوده است:

- ۱- سیاست هایی که هدف آنها کاهش موانع ملی در مبادلات بین المللی بوده است.
- ۲- تاثیر فناوری های نوین مخصوصا فناوری اطلاعات (طاهری، ۱۳۸۵).

فناوری اطلاعات و ارتباطات موانع طبیعی، زمان و مکان را از میان برداشته است. هزینه انتقال اطلاعات و ارتباطات، افراد، کالا و سرمایه، در تمامی کشورهای جهان به طور به سابقه ای کاهش یافته است. ارتباطات جهانی سریع و با هزینه کم انجام می گیرد. بازارها تحت تاثیر فناوری اطلاعات، تمام نقاط جهان را پوشش و تبادل کالا و خدمات را آسان ساخته اند.

#### ۹. تمدن

تمدن در لغت، خو گرفتن با آداب شهر یاران و یا همکاری افراد جامعه در امور اجتماعی، دینی، اقتصادی و ... می دانند. تمدن از کلمه «مدینه» (در عربی به معنای شهر) گرفته شده و واژه معادل آن «حضاره» است که از ریشه حضور و تجمع آمده است. در لاتین هم «Civilization» از ریشه «Civitas» به معنی شهر و شهروندی است که معادل کلمه «Poleis» (پلیس) است و در کل «Civil» به معنی مدنی و شهری است. مهمترین شرط هر تمدن، ایجاد شهرها و اسکان مردم در آنهاست. یا در حقیقت فرهنگ هایی مشمول عنوان تمدن اند که انقلاب شهری در آنها به وقوع پیوسته باشد. تمدن بیش از هر چیز عبارت بود از برقراری تعادل میان دو بخش مادی و معنوی فرهنگ.

#### ۱۰. مقایسه فرهنگ و تمدن

برخی جامعه شناسان دایره فرهنگ را خیلی جدی تر، مهمتر و عظیم تر از تمدن می دانند. برادران وبر - یعنی «ماکس وبر» و «آلفرد وبر» که جایگاه خاصی در فضای فلسفی آلمان دارند - هر دو بین فرهنگ و تمدن اختلاف جدی قائل شده اند. «ماکس وبر» با تمایز بین عقلانیت و معنا، زمینه ساز تمایز بین جلوه های تمدنی و فرهنگی می شود. او می گوید که فرهنگ بر تحلیل روابط بین کنش و معنا تاکید دارد. او انسان متمدن را این گونه تعریف می کند که انسان صاحب اراده و دارای توان ایجاد آگاهانه ی موضع در مقابل دنیا و معنا دادن به آن را، انسان متمدن می گویند. ظرف تحقیقی تمدن معمولا چند قرن و یا قرون متمادی است. یعنی یک جامعه می تواند در حالت «بی تمدنی» به سر ببرد. اما در مورد فرهنگ، جامعه فقط می تواند ضعیف و قوی یا دانی و عالی داشته باشد ولی در مجموع بی فرهنگی در مورد یک جامعه بی معناست.



## ۱۱. نتیجه گیری

می توان جهانی شدن را روند طبیعی رشد و توسعه علمی و تکنولوژی بشری در سطح جهانی تلقی کرد، جهانی سازی را به معنای تسری و تحمیل یک مدل و الگو با پشتوانه اراده سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در جهت سلطه بر دیگر فرهنگ ها و ملت ها دانست. در حالی که جهانی سازی، طرحی برای تسلط غرب و تحقق نظم نوین جهانی است. جهانی شدن، فرآیندی علمی با زمینه های تاریخی، فرهنگی، فلسفی و دارای اقتضائات متمایز است. مفهوم مرکز تجارت جهانی مفهومی است فراتر از یک ساختمان، یک حرکت یا یک سازمان، بلکه همراه کننده تجارت و سازمانهای دولتی و خصوصی دخیل در تجارت جهانی است. به عبارتی دیگر مرکز تجارت جهانی کلیه خدمات مربوط به تجارت جهانی را در زیر یک سقف جمع آوری و به فعالان اقتصادی عضو و غیر عضو خود ارائه مینماید. جهانی شدن نه تنها ممکن و علمی است، بلکه یک نیاز جهانی و یک ضرورت و رهیافتی جهانی است که مشارکت و همبستگی همه ملل و استفاده از دست آوردها و امکانات همه انسان ها را برای حل مشکلات جهانی می طلبد. در چند دهه گذشته با متمرکز شدن فضاهای تجاری خیابان و تردد خودروها، امنیت و آسایش لازم از استفاده کنندگان سلب شده و امکان آزادی حرکت را از آن ها گرفته است. از سوی دیگر، عدم انطباق این فضاها با نیازهای جامعه سبب افزایش تمایل استفاده کنندگان نسبت به فعالیتهای اجتماعی و تفریحی در مراکز تجاری گردید. در درگیری های آینده جهان، ملت ها و گروه ها رویاروی هم قرار خواهند گرفت، ملت ها و گروه هایی که هر یک متعلق به تمدن های متفاوت هستند. و این برخورد ها و تنش های بین تمدن ها بر سیاست جهانی، حاکم خواهد بود و جبهه های آینده، صحنه رقابت و برخورد تمدن ها خواهد بود».

## منابع:

- ۱- امیدوار، ک. ۱۳۸۶. گفتگوی تمدن ها و همگرایی قومیت های مذهبی در استان یزد. چهارمین کنگره بین المللی جغرافییدانان جهان اسلام، زاهدان.
- ۲- آذربایجانی، ک، طیبی، ک، کریمی هسنیجه، ح. ۱۳۸۱. تعیین مناسب ترین ترتیب تجاری-منطقه ای برای اقتصاد ایران براساس شاخص های همگرایی و جهانی شدن. مجله علمی پژوهشی، فصلنامه پژوهش های اقتصادی ایران، شماره ۱۳، زمستان ۱۳۸۱، ۱۰۷-۷۵.
- ۳- دانشگر، محمد. (۱۳۸۵). جهانی شدن، گستره ی زبان و ادبیات فارسی و چالش های پیش رو. فصلنامه هنر، (۶۷)، ۳۸۷-۳۹۸.
- ۴- رابرتسون، رونالد. (۱۳۸۵). جهانی شدن-تئوریهای اجتماعی و فرهنگ جهانی. (کمال پولادی، مترجم)، تهران: نشر ثالث.
- ۵- رحمانی، م، عسگری، م، عابدین، م. ۱۳۸۵. دستاوردهای تجاری تشکیل بلوک منطقه ای در مرکز قاره آسیا. مجله علمی پژوهشی، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران، ۲۳۶-۲۱۴.
- ۶- رضویان، م، بهاری جوان، م، آذری محبی، ر. ۱۳۹۱. تدوین سیاست های بهینه تجارت خارجی ایران (صادرات) برای پیوستن به سازمان تجارت جهانی. مجله علمی پژوهشی، پژوهشکده علوم اقتصادی دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ۶۹-۱۳.
- ۷- شفیع زاده، الف، واحدپور، ر. ۱۳۹۳. بررسی و تحلیل طراحی مجتمع تجاری از منظر مشتری مدار بر مبنای معماری هزاره سوم. چهارمین کنگره بین المللی جغرافییدانان جهان اسلام، زاهدان.
- ۸- ضمیران، محمد. (۱۳۸۵). جهانی شدن و جهان انگاری در هنر و ناخرسندی های آن. فصلنامه هنر، (۶۷)، ۵۱-۶۰.
- ۹- طه زاده، طه، اوضاع جغرافیایی و تاریخی اشنویه، گروه های آموزشی ۱۳۶۹، ۲۶-۲۴.



- ۱۰- عباسی اسفنجانی، ح، رحمانی، ز، فروزنده دهکردی، ل. ۱۳۹۱. اندازه گیری و سنجش عملکرد تجاری سازی تحقیقات در دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی (مطالعه موردی: کشور نوروژ). مجله علمی پژوهشی، دوفصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، پژوهشکده توسعه تکنولوژی جهاد دانشگاهی، شماره بیست، پاییز و زمستان، تهران.
- ۱۱- فرزام شام، م. ۱۳۹۲. مبانی برنامه ریزی و طراحی مراکز تجاری. چاپ دوم. تهران: موسسه انتشاراتی جهان جام جم، ۱۳۱.
- ۱۲- فروتن، م، صنعتگر کاخکی، م، رضایی، م. ۱۳۹۲. روش های ارزیابی سرزندگی محیطی در مجتمع های تجاری و مراکز خرید. مجله علمی پژوهشی، پژوهشهای شهری هفت حصار، شماره ششم/سال دوم/زمستان ۱۳۹۲، همدان، ۶۵-۷۶.
- ۱۳- کاظمی، ع. حسن آبادی، م. ۱۳۸۸. تیپولوژی خریداران در مراکز خرید شهری، مطالعه موردی مرکز خرید بوستان. شماره ۳۷.
- ۱۴- کچویان، حسین. (۱۳۸۶). نظریه جهانی شدن ترکیبی مسئله ساز از دو کلان روایت تاریخ تجدد. نامه علوم اجتماعی، ۳۲ (۳۲)، ۵۵-۸۹.
- ۱۵- کمالی نژاد، الف. ۱۳۸۳. جهان پس از ۱۱ سپتامبر. چاپ اول. تهران: نشر ذهن آویز، ۴۸۱.
- ۱۶- محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۷). بازار پیام و آینده ارتباطات میان فرهنگی. نامه علوم اجتماعی، ۵ (صفر). ۱-۲۲.
- مرکز بین المللی گفت گوی تمدن ها. ۱۳۸۰. چاپ اول. تهران: نگاره آفتاب.
- ۱۷- مشیرزاده، ح. ۱۳۸۳. گفتگوی تمدن ها از منظر سازه انگاری. مجله علمی پژوهشی، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، شماره ۶۳، بهار ۱۳۸۳، تهران، ۲۰۰-۱۶۹.
- ۱۸- مقدادی، ب. ۱۳۸۱. ادبیات تطبیقی و نقش آن در گفتگوی تمدن ها. مجله علمی پژوهشی، پژوهشهای زبان های خارجی، تهران، پاییز و زمستان ۱۳۸۱، ۱۴۹-۱۲۹.
- ۱۹- منتظری، علی (۱۳۸۵). فرهنگ و هنر در فرایند جهانی شدن. فصلنامه هنر، (۶۷)، ۴۲۵-۴۳۱.
- ۲۰- مولانایی، ص، علی پناهی، ه. ۱۳۹۴. نقش مجتمع های تجاری نوین در ساختار معماری و شهرسازی معاصر (با رویکرد به شاخصهای گردشگری و اقتصاد). کنفرانس ملی مهندسی معماری، عمران و توسعه کالبدی، کوهدشت.
- ۲۱- مهیمنی، م. ۱۳۷۹. گفت گوی فرهنگ و تمدن ها. چاپ اول. تهران: نشر ثالث، ۳۲۱.
- ۲۲- ناصری چهرمی، ر، زاهدی، ح. ۱۳۹۰. نیروی انسانی کارآمد و آموزش دیده، ابزاری قدرتمند برای ورود به نظام تجارت جهانی. اولین همایش ملی آموزش دیده در ایران ۱۴۰۴، پژوهشکده سیاست گذاری علم، فناوری و صنعت، تهران.
- ۲۳- نقیب السادات، ر. ۱۳۸۹. جهانی سازی. چاپ دوم. تهران: کتاب صبح، ۱۱۷.
- ۲۴- نکویی سامانی، م. ۱۳۸۶. دین و فرایند جهانی شدن. چاپ سوم. تهران: موسسه بوستان کتاب، ۲۹۲.
- ۲۵- هانتینگون و منتقدانش (۱۳۷۴)، نظریه برخورد تمدنها، ترجمه مجتبی امیری، وزارت امور خارجه، صص ۲۴-۱۵.
- ۲۶- هدایتی دزفولی، الف، مشتری مداری، انتشارات تایماز، ۱۳۸۸، صفحه ۲۱ (کتاب).
- ۲۷- همتی، همایون (۱۳۸۵). معانی و پیامدهای جهانی شدن برای فرهنگ و هنر. فصلنامه هنر، (۶۷)، ۲۵۱-۲۷۰.
- 28- Anderson, T.R. 2007.; Daim, T.U.; Lavoie, F.F.; „Measuring the efficiency of university technology transfer,, Technovation, Vol. 27, Issue. 5, p.p. 306-318,..
- 29- Gifford Henry, 1969 „Concepts of Literature,, , Coparative Literature, Routledge&Kegan Paul, London,.
- 30- Hopf, T. (1998), “The promise of constructivism in International Relations Theory, “International Security, 23,1,(Reprinted in Linklater, ed.).
- 31- <http://fa.narenjestan.com/>
- 32- <http://lisbon-portugal-guide.com/>
- 33- <http://www.atlasy.ir/atlas/?p=926>
- 34- <http://www.mehrpooya.com/>
- 35- <http://www.wtc-tabriz.com/>
- 36- <https://fa.wikipedia.org/wiki/>