

نشانه‌شناسی چشم‌اندازهای فرهنگی در جغرافیای فرهنگی؛ راهبردی مفهومی برای فهم و کشف معنا

ابراهیم فیاض^۱، حسین سررغز^۲

علی احمدی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۰۲/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۱۰/۲۵

چکیده

مطالعه آثار و عملکردهای مکانی و فضایی به عنوان بخشی از رفتارهای انسان در مطالعات نشانه‌شناختی امروزی کاربرد دارد. این آثار انسان‌ساخت حاوی اطلاعات و معانی است که موضوع بحث دانش نشانه‌شناسی است. از آنجاکه چشم‌انداز فرهنگی منعکس‌کننده فرهنگ حاکم بر آنهاست، می‌تواند معانی مورد نظر خالق اثر یا «انسان» را نشان دهد؛ از این رو نشانه‌شناسی «چشم‌اندازهای فرهنگی» یکی از راه‌های فهم و کشف معنا در محیط زندگی انسان است و در این راستا چشم‌اندازهای فرهنگی به مثابه «متن» و «زمینه» یا «بافت» مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرند. برای فهم این متن‌ها یا زمینه‌ها از طریق چشم‌اندازهای فرهنگی می‌توان به نحوه دلالت نشانه‌ها و معانی موجود در آنها پی برد. این پژوهش به دنبال آن است که به کمک دانش و روش نشانه‌شناسی، معنا و محتوای چشم‌اندازهای فرهنگی را روشن کند. همچنین نقش نمادها و نشانه‌های فرهنگی در تولید معنا را تبیین کند. این پژوهش نشان می‌دهد که در چشم‌اندازهای فرهنگی به عنوان «متن» و هم «زمینه» و با لحاظ شرایط زمانی، نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی نقش مهمی در تفسیر و فهم معناها نهفته در آنها ایفا می‌کند. چون این آثار به عنوان واقعیت‌های خارجی و عینی در ارتباط با حقیقت درونی و باطنی انسان است که از طریق آنها می‌توان معنای مورد نظر را کشف و تفسیر کرد.

واژه‌های کلیدی: نشانه‌شناسی، فرهنگ، چشم‌انداز فرهنگی، جغرافیای فرهنگی.

۱. عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران

۲. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه تهران

۳. دانشجوی دکتری جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

febrahim@yahoo.com
cacstudies@gmail.com
a.ahmadi@isu.ac.ir

۱. عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران
۲. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه تهران
۳. دانشجوی دکتری جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

دانش نشانه‌شناسی در حوزه‌های مختلفی راه یافته است. این دانش به‌ویژه در علوم انسانی، هنر و علوم اجتماعی کاربرد دارد. نقد هنرهای زیبا، ادبیات، فیلم، تفسیر معماری، مطالعه مُد، تفسیر مجلات و تبلیغات و آگهی‌های تجاری رادیو و تلویزیون، پزشکی و در بسیاری از حوزه‌های دیگر استفاده شده است (آسابرگر، ۱۳۷۹: ۸۵). مطالعات نشانه‌شناسی از نیمه دوم قرن بیستم که شاخ و برگ‌های مختلفی در علوم انسانی پیدا کرده در حوزه‌های دیگری مانند نشانه‌شناسی حقوق، نشانه‌شناسی هنر، نشانه‌شناسی اقتصادی نیز گسترش یافته است؛ بنابراین، آثار انسان‌ساخت همچون مناظر شهری، یادمان‌های تاریخی، آثار هنری و چشم‌اندازهای فرهنگی نیز در حیطه مطالعات نشانه‌شناسی قرار می‌گیرد.

مطالعهٔ فرهنگ به معنای وسیع کلمه یکی از موضوعات مورد علاقه علم نشانه‌شناسی است. اگر به یکی از کاربردهای فرهنگ که آثار و تجربه‌های فکری به‌ویژه فعالیت‌های هنری انسان را مورد تأکید قرار می‌دهد (پهلوان، ۱۳۷۸: ۶) توجه کنیم، آنگاه دستاوردهای هنری، معماری، چشم‌اندازهای فرهنگی^۱ انسان‌ساخت^۲ یکی از جنبه‌های مهم فرهنگ است که در حوزه جغرافیای فرهنگی به عنوان «چشم‌انداز»^۳ و در نشانه‌شناسی به مثابه «نشانه»^۴ مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

در جغرافیای انسانی و به‌ویژه جغرافیای فرهنگی همان‌قدر که به پدیده‌ها توجه می‌شود، به همان مقدار نیز به زمینه یا بافت^۵، نمادها یا سمبل‌ها و نشانه‌های مکانی پرداخته می‌شود. این موضوع در جغرافیای فرهنگی از طریق مطالعهٔ آثار انسان‌ساخت و چشم‌اندازهای فرهنگی با لحاظ تفاوت‌های فرهنگی، شرایط اجتماعی و معناهای نهفته در آنها مورد مطالعه قرار می‌گیرد. همان‌گونه که در نشانه‌شناسی انسان‌ها لزوماً نشانه‌ساز هستند (آسابرگر، ۱۳۷۹: ۸۶) و در ایجاد نشانه‌ها نقش اصلی را بازی می‌کنند، در جغرافیای انسانی و فرهنگی نیز انسان عامل ایجاد آثار و چشم‌اندازها در مکان و فضا است. ایجاد فضاهای پیرامونی، چشم‌اندازهای فرهنگی، تغییرات محیطی، تولید معنا با خلق متن یا بافت مکان‌ها، تأکید بر بُعد ویژه آثار انسان‌ساخت به عنوان واقعیت‌های خارجی و عینی با حقیقت درونی و باطنی در ارتباط است

1. Cultural Landscape
2. Man-made
3. Landscape
4. Sign
5. Context



که از طریق آنها می‌توان معنای مورد نظر را جست‌وجو و کشف کرد. این معناشناسی از طریق نشانه‌شناسی قابل دستیابی است.

جغرافیای فرهنگی یکی از شاخه‌های اصلی و نظام‌مند جغرافیای انسانی است که به مطالعه فرهنگ در ارتباط با جغرافیا و از دیدگاه این علم می‌پردازد. در این شاخه از جغرافیا، به تفاوت‌ها و تغییرات فضایی مؤلفه‌ها و پدیده‌های فرهنگی در طول زمان در ارتباط با مکان و فضا پرداخته می‌شود. آنچه از فرهنگ برای جغرافی دان اهمیت دارد، مطالعه و تأکید بر الگوها و ابعاد فضایی فرهنگ است که در چشم‌اندازهای فرهنگی نمود پیدا می‌کند. در این شاخه از جغرافیای انسانی، موضوعات مکان، فضا و فرهنگ را می‌توان در چهارچوب دانش نشانه‌شناسی مورد مطالعه قرار داد.

فضا برساخته‌ای اجتماعی و فرهنگی است و فضا‌مندی دلالت بر ترکیب و مفصل‌بندی مرزگذاری‌های اجتماعی، روابط قدرت، معناها، تاریخ، اسطوره‌ها و حتی فعالیت‌ها و اعمال افراد جامعه دارد. اگر به ویژگی انسانی فضا و پیچیدگی آن به‌ویژه در دوران مدرن نظر شود و آن را پذیرفت؛ آنگاه به نظر می‌رسد که جغرافیای معمول اجتماع که بر مبنای نقشه‌برداری‌ها و جای‌نگاری‌ها و آمارهای صرف است، ناکافی باشد. بدین ترتیب بحث جغرافیای فرهنگی در همکاری رشته‌ها و گفتمان‌هایی نظیر جامعه‌شناسی فرهنگ، مردم‌شناسی، نشانه‌شناسی، پسا‌ساختارگرایی همراه با فضا‌مند کردن بسیاری از مفاهیم جامعه‌شناسی از جمله خود مفهوم مدرنیته، مصرف، طبقه، خرده‌فرهنگ و مانند اینها صورت می‌گیرد. دیوید هاروی^۱ و ادوارد سو‌جا^۲ افرادی هستند که فضا‌مند کردن نظریه‌های فرهنگی و اجتماعی متأخر را تقویت کرده‌اند (بالدوین و دیگران، ۱۹۹۹: ۱۳۳). فضا‌مند کردن از طریق بازنمایی‌ها، تصورها و تخیل‌ها و از طریق تعامل اجتماعی و تجربه‌های فردی افراد شکل می‌گیرد. این امر از خود بدن فرد شروع می‌شود تا به فرایند جهانی شدن برسد. از آنجاکه فرهنگ نخست با تولید و مبادله معنا سروکار دارد و بازنمایی دادن و گرفتن معنا نوعی جدال بر سر معناست (هال، ۱۹۹۷: ۲)، فضا‌مند کردن نیز می‌تواند نوعی جدال بر سر مکان باشد. توجه به مکان یعنی در نظر گرفتن شیوه‌هایی که طی آنها موقعیت‌ها در جهان فرهنگی افراد برساخته می‌شوند. برای مثال درک ما از مفهوم خانه به مجموعه‌ای از معناها بستگی دارد که فهم ما از آن و چگونگی

1. Space
2. David Harvey
3. Edward Soja



شکل‌گیری آن را رقم می‌زند، و یا فهم ما از شهر تهران تا حدودی در مجسم کردن روابط و نسبت‌های مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی میان شمال و جنوب آن است. بدین ترتیب همان‌گونه که چمبرز (۱۹۸۶: ۱۸۳) بیان می‌کند «واقعیت شهری امری واحد و منفرد نیست بلکه چندگانه است یعنی درون شهر، شهر دیگری هم هست... شهری که نشانه‌آلوده‌ای است که توسط فرهنگ‌های متفاوت، نیروهای مختلف، امیال گوناگون و نیازهای متنوعی آلوده شده و چون تجسمی از کلان‌شهر انباشته شده است و هیچ ضمانتی وجود ندارد که آنها همه متناسب و قابل قیاس با هم باشند: آنها به عنوان مازاد معنای شهر هستند» و یا به عبارت دیگر می‌توان گفت در کنار نشانه مادی هر شهر، نشانه‌های دیگری نیز از همان شهر وجود دارد که مازاد نشانه‌شناختی آن شهر محسوب می‌شوند.

مقصود و هدف از طرح نشانه‌شناسی در جغرافیای انسانی و فرهنگی این است که بتوان موضوعاتی را در نشانه‌شناسی جست‌وجو کرد که با جغرافیا ارتباط نزدیک‌تری داشته باشند و البته بالعکس؛ و در نهایت در مباحث میان‌رشته‌ای بهره‌ای علمی به جغرافیای انسانی و فرهنگی ارائه و مسیرهای تازه‌ای در آن بنمایاند.



مبانی نظری

نشانه‌شناسی^۱ حوزه‌ای از دانش است که به مطالعه سازوکارهای تولید، انتقال و دریافت معنا می‌پردازد. معنا از طریق روابط همزمانی و در زمانی شبکه نشانه‌ها در رمزگان‌ها و متن‌ها ممکن می‌شود. از آنجاکه دامنه مطالعه نشانه‌شناسی هر قلمرو، متنی است که بر اساس رمزگان یا رمزهایی در کار تولید و مبادله معناست، پس ماهیتی بین‌رشته‌ای پیدا می‌کند و از همین روست که در چند دهه اخیر با رشد و گسترش دانش نشانه‌شناسی با عباراتی چون نشانه‌شناسی زبانی، نشانه‌شناسی ادبی، نشانه‌شناسی هنر و غیره مواجه بوده‌ایم.

تحلیل نشانه‌شناسی در مورد همه‌چیز همچون مد، تبلیغات تجاری، فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها، تحلیل شخصیت افراد، آثار هنری - بصری و مباحث زیباشناختی به کار گرفته می‌شود. بنیادی‌ترین مفهوم در نشانه‌شناسی «نشانه»^۲ است. نشانه‌شناسی در اصل به معنای علم نشانه‌هاست.

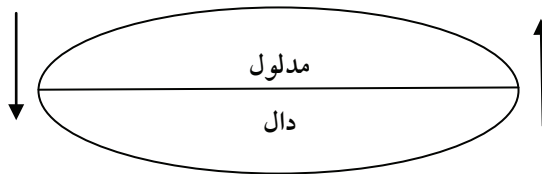
1. Semiotics
2. Sign

واژه سمیوتیک از ریشه یونانی سمیون^۱ یا نشانه است و از آن برای توصیف تلاشی نظام‌یافته برای فهم این مسئله که نشانه‌ها چیستند و چگونه عمل می‌کنند، استفاده می‌شود. اصطلاح نشانه‌شناسی در پیوند با سی.اس. پیرس^۲، فیلسوف امریکایی است و اصطلاح علم نشانه‌ها^۳ را فردینان دو سوسور، زبان‌شناس سویسی به کار می‌برد. هر دو اصطلاح به چگونگی تولید و انتقال معانی مربوط می‌شوند (آسابرگر، ۱۳۷۹: ۸۳ و ۸۴)؛ بنابراین و به طور خلاصه می‌توان گفت که مطالعه تولید اجتماعی معنا بر اساس نظام‌های نمادین، دانش نشانه‌شناسی نام گرفته و با رجوع به تاریخ می‌توان دریافت که این تعبیر نخست از جانب بنیان‌گذار و به اصطلاح پدر آن، فردینان دو سوسور پیشنهاد شد. او در سال ۱۹۱۶ در کتاب دوره‌هایی در زبان‌شناسی عمومی عبارت «دانشی که زندگی نشانه‌ها را درون جامعه مطالعه می‌کند» پیشنهاد کرد (سوسور، ۱۳۷۸: ۲۴-۲۲).

نشانه‌شناسی کوشش می‌کند تا معناداری را از روابط ساختاری موجود در درون هر نظام نمادین مکشوف سازد و تحلیل کند. از آنجاکه نشانه‌شناسی با ساختارهای انتزاعی (ساختارهایی که قابل مشاهده نیست مانند زبان) سروکار دارد، به سوی انتزاع، فرمالیسم و فقدان مبانی تاریخی میل می‌کند، اما به گونه‌ای دیالکتیکی به تولید اجتماعی معنا هم متعهد است، یعنی در صدد است تا تولید معناها را با دیگر انواع تولید اجتماعی و روابط اجتماعی ربط دهد؛ به‌ویژه این مورد اخیر در «نشانه‌شناسی اجتماعی» قابل مشاهده است (هاج و کرس، ۱۹۸۸). در یک تقسیم‌بندی زمانی می‌توان گفت که نشانه‌شناسی در دوره‌های مختلف دارای ماهیت متفاوتی بوده است. در اوایل قرن بیستم نشانه‌شناسی یک نگاه ذات‌گرا داشته است. در این دوره بر خود نشانه تأکید می‌شد و ماهیت نشانه مورد توجه است. اینکه چگونه دلالت اتفاق می‌افتد و دال و مدلول چه رابطه‌ای دارند؛ برخی از گونه‌های دلالت یک نشانه چیست؟ و نظایر آن از مباحث این دوره است. در این دوره است که سوسور نشانه را مرکب از یک «دال» (تصور صوتی) و یک «مدلول» (مفهوم) می‌داند و رابطه میان این دو را «دلالت» می‌نامد. الگوی دوتایی سوسور در نمودار ذیل نشان داده شده که خطوط افقی در این نمودار بیانگر جدایی این دو عنصر درونی از هم هستند. نشانه حاصل انطباق این دو عنصر یعنی دال و مدلول است و همواره دو رو دارد. هرگز نمی‌توان یک دال کاملاً بی‌معنا یا یک مدلول بدون صورت در اختیار داشت (چندلر، ۱۳۸۷: ۴۲).

1. Semion
2. C.S, Pierce
3. Semiology





در اوایل قرن بیستم، نشانه را با دلالت‌های آن (با یک کد و رمزگان) مورد توجه قرار گرفت؛ بنابراین در اوایل قرن بیستم برداشت از نشانه‌شناسی یک تفکر ابتدایی و ساده بود. نشانه‌ها با رمزگان‌هایی شناسایی می‌شود؛ به همین دلیل اگر سیستم کدینگ و رمزگان‌ها شناخته شود، رمزگشایی انتقال صورت می‌گیرد. در این دوره، نشانه‌ها کدینگ است، مثلاً برای مراسمی، پوشیدن لباس سیاه، کد یا رمزگانی است برای عزاداری.

در دوره دوم که مربوط به اواسط قرن بیستم است، نشانه‌شناسی بینامتنی مطرح می‌شود. این دیدگاه توسط میخائیل باختین (۱۹۸۱ و ۱۹۸۴) روس، و سایر نظریه‌پردازان اروپای شرقی از جمله نشانه‌شناسی فرهنگی مکتب تارتو و یوریلوتمان (۱۹۹۰) به اروپای مرکزی و غربی به‌ویژه فرانسه نفوذ پیدا کرد. نشانه‌شناسی بینامتنی بیانگر این است که برای مطالعه نشانه‌ها باید آنها را در یک ارتباط گفت‌وگویی و دیالوگی جست‌وجو کرد. هر نشانه‌ای به مجموعه‌ای از نشانه‌های قبلی و پیشین متن ارجاع داده می‌شود یا به عبارت دیگر متن‌های قبلی و متن‌های حاضر در مقایسه با هم معنا پیدا می‌کند. محور مطالعه در این مرحله روابط بینامتنی است. «بینامتنیت»^۱ از نظر ژولیا کریستوا^۲ پساساخت‌گرا روند آمیزه‌ای از نقل قول‌ها و حاصل جذب و دگرگون شدن متن دیگر است (کریستوا، ۱۹۸۰: ۶۶). اومبرتو اکو نشانه‌شناس ایتالیایی نیز بینامتنیت را شیوه پیچیده‌ای از گفت‌وگو می‌خواند: گفت‌وگوی بین متن‌ها، پدیده‌ای که به واسطه‌اش یک متن، متن‌های پیشین خود را بازتاب می‌دهد (اکو، ۱۹۹۰: ۸۷). یکی از مهم‌ترین نظریه‌پردازان این دیدگاه در فرانسه، رولان بارت است که در آثار خویش (بارت، ۱۹۶۴ و ۱۹۵۷) همان مکتب بینامتنی و روابط دیالوگی را ارائه نمود؛ مثلاً برای درک معنای نوشته‌های یک نویسنده حاضر باید به متن‌های پیشین نویسندگان دوره‌های قبل مراجعه شود. استفاده از مفاهیم خاص توسط نویسندگان فعلی باید با مراجعه به مفاهیم و کاربردهای آنها در دوره‌های قبل روشن و تبیین شود. به عبارت دیگر، دلالت‌های این مفاهیم را باید در نوشته‌های قبلی جست‌وجو کرد.

در دوره سوم و در دوره کنونی، از نشانه‌شناسی با عنوان «نشانه‌شناسی فرایندی» یاد می‌شود؛



به این معنا که شناخت معنای نشانه‌ها در قالب یک فرایند اتفاق می‌افتد. با حذف «فرایند» نشانه قابل درک و معنا نخواهد بود. امروزه اعتقاد بر این است که دلالت طی یک فرایند اتفاق می‌افتد و بنابراین در دوره سوم، تولید دلالت جدید در یک فرایند به وجود می‌آید (پاکتچی، ۱۳۸۸). در سال‌های اخیر، اغلب جغرافی دانانی که با تأثیرپذیری از جغرافیای فرهنگی نو، در زمینه جغرافیای مذاهب - بوم‌شناسی مذاهب، به تحقیق پرداخته‌اند، به تحلیل نمادگرایی سیاسی مکان‌های مذهبی اهمیت بیشتری داده‌اند که دیوید هاروی، نماینده مکتب جغرافیای رادیکال از آن جمله است. هاروی در مقاله خود با عنوان «بنای یادبود و اسطوره»، به تحلیل کلیسای باسیلیکا در ساکروکور می‌پردازد (شکویی، ۱۳۸۷: ۶۳-۶۴). چنین مطالعاتی توسط رولان بارت^۱ نیز در مقاله «برج ایفل»؛ نشانه‌شناسی برج ایفل انجام شده است (بارت، ۱۳۸۰).

یکی از مباحث در جغرافیای فرهنگی، مطالعه چشم‌انداز به مثابه یک متن هرمنوتیکی است که از دیدگاه نظریه‌پردازان چشم‌انداز به منزله یک متن، باید تفسیر چشم‌انداز را مثل تفسیر یک متن، در کانون مطالعات میان‌رشته‌ای خود قرار دهند و از مفاهیمی چون عینی کردن، بازنمایی، آگاهی، ایدئولوژی و روابط متقابل میان این مفاهیم استفاده کنند. این جهت‌گیری به بحث میان جغرافیای فرهنگی، انسان‌شناسی و نظریه‌های ادبی امکان می‌دهد (شکویی، ۱۳۸۷: ۲۱۰). این گونه مطالعات چشم‌اندازها موجب ورود برخی مفاهیم میان‌رشته‌ای در جغرافیای فرهنگی شده که از آن جمله می‌توان به شهر فاسد، شهر مریض، بافت ناامن، مکان یابود و... اشاره کرد. در واقع نوع نگاه به چشم‌اندازها تفسیر چشم‌انداز را در پی دارد و استعاره چشم‌انداز به مثابه یک متن مورد توجه قرار می‌گیرد.

نشانه‌شناسی و جغرافیای فرهنگی

یکی از سرشناس‌ترین محققان در زمینه تعامل میان نشانه‌شناسی و جغرافیای فرهنگی، ادوارد هال^۲ مردم‌شناس است که در دو اثر خود با عناوین *بعد پنهان* (۱۹۶۶) و *زبان خاموش* (۱۹۵۹) بحثی را با نام کاربرد فضا مطرح می‌کند که به شدت با نشانه‌شناسی و به‌ویژه نشانه‌شناسی مکان و فضا پیوند می‌خورد. اگرچه هال کاربرد فضا را ابتدا برای مطالعه حالات ارتباطات غیرکلامی به کار برده، ولی نشانه‌شناسی مکان و فضا خود موضوعی است که در بستری میان‌رشته‌ای

1. Roland Barthes
2. Edward. T. Hall



نشان‌دار می‌شود. بحث هال پیرامون کاربرد فضا به کارکرد ارتباطی نهفته در فضا و مکان مربوط می‌شود و محل تمرکز وی بر تفاوت‌هایی است که در رفتار افراد متعلق به فرهنگ‌های مختلف معطوف به فضای پیرامون خویش وجود دارد. هال واژه proxemics را که معادل کاربرد فضا یا جای‌شناسی است از ریشه لاتین -prox (مثلاً در واژه proximity به معنی مجاورت) و پسوند -emic (در واژه‌هایی چون systemic, phonemic) اخذ کرده است. تعاریف ذیل مجموعه‌ای است از آنچه هال از کاربرد فضا مدنظر داشته است:

۱. مطالعه این امر که چگونه افراد به طرز ناخودآگاه فضای خُرد (فاصله بین خود و دیگران در تماس‌های روزمره، سازمان‌دهی فضا در منزل و مسکن و در نهایت لایه‌های شهری که افراد در آن به سر می‌برند) را ساختار می‌بخشند؛

۲. مطالعه شیوه‌هایی که طی آن افراد نسبت به محتوای اذهان دیگران از طریق قضاوت‌هایی در مورد الگوهای رفتاری ایشان در پیوند با درجات متفاوتی از نزدیکی یا مجاورت با ایشان به دست می‌آورند؛

۳. مجموعه‌ای به هم مرتبط از مشاهدات و نظریات در مورد استفاده افراد از فضا به عنوان بسط تخصصی فرهنگ؛

۴. کاربرد فضا نخست با چینش ناخودآگاه فاصله سروکار دارد.

هال (۱۹۶۶) دسته‌بندی‌ای از رفتارهای ناظر بر کاربرد فضا بر مبنای امتداد فضایی و سطوح فرهنگی و نشانه‌شناختی ارائه می‌کند. در این امتداد، رفتارهای ناظر بر کاربرد فضا در سه بعد خُرد، میانه و کلان رخ می‌دهد. فضای خُرد، پیرامون بی‌واسطه اشخاص است که بر سازنده سپهر خصوصی آنهاست. فضای میانه پس از فضای خُرد یا محیط خصوصی فرد، نزدیک‌ترین فاصله را به دسترسی شخص دارد. فضای کلان هم طیف وسیعی از قلمروهای بزرگ‌تری چون روستاها تا شهرها و فراتر از آنها را شامل می‌شود. هال از منظر فرهنگی سطوح سه‌گانه فرو فرهنگی، پیشا فرهنگی و خرده فرهنگی رفتار مبتنی بر کاربرد فضا را مشخص کرده است: رفتار فرو فرهنگی ناظر بر گذشته بیولوژیک یا زیستی افراد است (هال، ۱۹۶۶: ۹۵). معمول است که از این سطح با عنوان رفتار وابسته به قلمرو یا رفتار اقلیمی یاد می‌شود. سطح پیشا فرهنگی به دریافت حسی (لامسه، بینایی، بویایی و غیره) افراد از فضا بازمی‌گردد. تنها در سطح سوم یا سطح خرده فرهنگی است که رفتار مبتنی بر کاربرد فضا توسط قواعد و قراردادهای فرهنگی تعیین می‌شود. هال در ادامه و به منظور عملیاتی‌تر کردن بحث کاربرد فضا، سه مقوله فاصله،



فضا و ترکیب حالات رفتار و دریافت فرد از فضا جهت بسط نظام نشانه‌ای - فضایی خویش را مطرح می‌کند.

هال (۱۹۶۶: ۱۲۹-۱۱۶) فاصله بین فردی را برای فرهنگ امریکای شمالی به چهار دسته تقسیم کرده که از فاصله نزدیک تا دور را شامل می‌شود: (۱) فاصله صمیمانه یا محرمانه (نزدیک: ۶-۰ اینچ؛ دور: ۱۸-۶ اینچ)، (۲) فاصله شخصی (نزدیک: ۳۰-۱۸ اینچ؛ دور: ۴۸-۳۰ اینچ)، (۳) فاصله اجتماعی (نزدیک: ۷-۴ فوت؛ دور: ۱۲-۷ فوت) و (۴) فاصله عمومی (نزدیک: ۲۵-۱۲ فوت؛ دور: ۲۵ فوت به بالا). علاوه بر این هال (۱۹۶۶: ۱۱۲-۱۰۳) به سه دسته متفاوت از فضا بر مبنای درجات فرهنگی مختلف اشاره می‌کند: ثابت، نیم‌ثابت و متغیر. فضای با ویژگی ثابت توسط دیوارها و مرزهای سرزمینی شکل می‌گیرد. فضای نیم‌ثابت شامل مجموعه‌ای از عناصر متحرک مثل پرده‌ها، پاراوان‌ها یا دیواره‌های متحرک، پارتیشن‌ها و چینش اسباب و اثاثیه است. در نهایت فضا وقتی متغیر، پویا و یا غیررسمی است که یک فرد مشخصات فضایی پیرامون خویش یا فاصله‌های بین فردی خود را تغییر دهد.

هال در ترکیب فاصله و فضا، نظام نشانه‌ای - فضایی مورد نظر خویش را در ارتباط با فضای خُرد و با هشت متغیر متفاوت بسط می‌دهد: (۱) شاخص‌های ژستی - جنسی: مثلاً زن، ایستاده؛ (۲) سمت و سوی آمیزش‌گریزی (یا صحبت‌گریزی) - آمیزش‌گرایی (یا صحبت‌گرایی): مثلاً چهره به چهره یا پشت به پشت؛ (۳) رمزگان حسی - حرکتی: که بیان فاصله‌های اعضای بدن افراد است، از دست دراز کردن گرفته تا تماس برقرار کردن؛ (۴) رمزگان لامسه یا بساویی: از در آغوش گرفتن و نگهداشتن گرفته تا هیچ تماسی برقرار نکردن؛ (۵) رمزگان بینایی یا بصری: مثلاً نگاه خیره؛ (۶) رمزگان حرارتی یا دمایی: درک یا عدم درک حرارت متصاعد؛ (۷) رمزگان بویایی: درک بو یا نفس و (۸) رمزگان صوتی: درک بلندی یا رسایی صدا.

از آنجاکه هدف بحث کاربرد فضا یافتن رمزگان‌های مربوط به رفتار مبتنی بر فضایی است که در فرهنگ‌های مختلف معتبر باشند، شبیه به زبان‌شناسی است که به مطالعه و بررسی قواعد و ساختارهای زبان‌های مختلف می‌پردازد، اما تا چه اندازه این قیاس یا شباهت بین زبان و رفتار مبتنی بر کاربرد فضا ادامه می‌یابد؟ هال در این زمینه رفتار مبتنی بر کاربرد فضا را بر اساس مشخصاتی آزموده که خصیصه‌های یک زبان هستند. این ویژگی‌ها عبارتند از: دل‌خواهی بودن، هم‌جای‌پذیری، جابه‌جایی یا جانشینی، تخصص و دوگرایی. برای نمونه، ویژگی دوگرایی یا مفصل‌بندی مضاعف برای بسیاری از نشانه‌شناسان در حکم معیاری محکم



جهت اثبات نشانه‌پذیری یک رمزگان است. این ویژگی به دو سطح از ساختارهای موجود درون یک نظام نشانه‌ای اشاره دارد: نخست، سطحی که از عناصر معنادار برساخته می‌شود و دوم، سطحی که از عناصر مجزای بی‌معنا تشکیل می‌شود (مثل واج‌ها در یک زبان). هال (۱۹۵۹) مدعی است که رمزگان کاربرد فضا شامل هر دو سطح مذکور هست که او آنها را به ترتیب مجموعه‌ها و فردها نامیده است.

به طور کلی اغلب افراد از هنجارهای حاکم بر رفتار مبتنی بر کاربرد فضا درون فرهنگ خویش ناآگاهند و صرفاً وقتی به خودآگاهی می‌رسند که این هنجارها مورد تعارض قرار گیرد یا متوجه تفاوت‌ها و تقابل‌های میان خود و دیگری درون فرهنگ بیگانه شوند. با استفاده از رویه‌های توصیفی و مقایسه‌ای می‌توان هنجارهای کاربرد فضا را درون یک فرهنگ دریافت، ولی به‌رغم نظام نشانه‌ای - فضایی بسط‌یافته هال، واژگان یا قاموسی برای رفتار مبتنی بر کاربرد فضا همچنان وجود ندارد و این امر حاکی از آن است که معناشناسی رفتار مبتنی بر کاربرد فضا همچنان و تا حد گسترده‌ای کشف نشده باقی مانده است. هال به طور تلویحی به این نکته اشاره می‌کند که نظام نشانه‌ای - فضایی بسط‌یافته وی همچنان محدود به سطح اتیک تحلیل است و به مرحله امیک نرسیده است؛ به عبارت دیگر رفتار مبتنی بر کاربرد فضا اگرچه به طور عینی قابل توصیف و سنجش است، ولی کارکرد فرهنگی‌اش به قدر کافی مشخص نشده است. ارتباطات مبتنی بر درک و دریافتی از مکان‌مندی و فضا‌مندی دغدغه دیگر هال بوده که در آثار خود بدان پرداخته است. این شکل از ارتباطات که از طریق کانال‌های بصری، لمسی یا صوتی تجربه می‌شود، عمدتاً غیرکلامی است. در این حالت، نشانگی فضا و مکان در سطح عینی یا ابژکتیو درک می‌شود و باز‌نمایی فضا و مکان توسط زبان، ارتباطات بصری و دیگر اشکال ارتباطی. در حقیقت مطالعه نشانگی فضا و مکان فراتر از سطح ابژکتیو است. در باز‌نمایی، مسئله فضا یا مکان به مثابه نشانه نیست بلکه نشانه‌هایی در مورد فضا و مکان است. هال (۱۹۶۶): ۱۰۰-۷۹) به دو نظام باز‌نمایی - نقاشی و ادبیات - اشاره کرده و در مورد نمایش تحول تاریخی هنجارهای کاربرد فضا توسط این دو نظام در فرهنگ‌های مختلف بحث کرده است. علاوه بر این هال باز‌نمایی فضا و مکان در زبان را از دیدگاه نظریه نسبیت زبانی هورف به بحث می‌گذارد. ادعا این است که فهم و دریافت فضا و مکان توسط مقولات معناشناختی و ریخت‌شناختی که یک زبان خاص جهت باز‌نمایی فضا و مکان فراهم می‌آورد، تعیین می‌شود. نکته اصلی در بحث باز‌نمایی فضایی در زبان، وجود اسامی اشاره‌ای اضافی و قیدی است که به موقعیت طرف‌های



گفت‌وگو و ارتباط اشاره دارند (مثلاً این - آن، اینجا - آنجا). سرانجام باید گفت که مطالعه فضا و مکان به مثابه شکلی از ارتباطات غیر کلامی و به عنوان موضوع بیانی و زبانی بر معنای فضا و مکان به‌ویژه در سطح نشانگی فردی و بین فردی متمرکز است. ولی باید گفت که فضا خود دارای ابعاد شناختی است که در ابتدا جایی در تعاملات اجتماعی ندارند. افراد، محیط مکان‌مند و فضا‌مند خویش (چشم‌اندازها، شهرها، و دیگر مناطق جغرافیایی) را همراه با دلالت‌ها یا معانی نمادین به کار می‌برند و این امر خود موضوع بسط بحث کاربرد فضای ادوارد هال به نشانه‌شناسی فضا و مکان جغرافیایی است. جغرافیای فرهنگی این امر را به‌ویژه در قالب نقشه یا نگاشت شناختی^۱ بیان می‌کند. در روان‌شناسی عمومی فرایند نقشه‌یابی شناختی به الگوهای ذهنی‌ای اشاره دارد که افراد به مثابه ابزار درک جهان پیرامون خویش برمی‌سازند. این اصطلاح به طور خاص توسط فردریک جیمسون منتقد فرهنگی در کتاب زیبایی‌شناسی ژئوپلیتیکی: سینما و فضا در نظام جهانی (۱۹۹۲) به کار رفته است. در واقع آن‌طور که یک فرد در شهری بیگانه و در فضایی قرار می‌گیرد که قادر به ترسیم نقشه ذهنی موقعیت خود و یا کلیت فضا یا همان شهری نیست که خود را در آن می‌یابد، پس نقشه یا نگاشت شناختی، یک تقلید ساده از واقعیت بیرونی نیست. به تعبیر جیمسون (۱۹۹۲: ۵۱)، نقشه‌شناختی ابزاری برای بازتعریف ایدئولوژی به مثابه بازنمایی روابط خیالی سوژه با شرایط واقعی هستی وی به دست می‌دهد.

سرانجام باید گفت، اینکه ادوارد هال به طور مشخص مطالعه کاربرد فضا را در چهارچوب متعارف نشانه‌شناسی انجام نداده، ولی کوشش وی در تجزیه و تحلیل رفتارهای مبتنی بر فضا به مثابه نظامی ارتباطی و خودبسنده در قیاس با نظام نشانه‌ای زبان، خود یکی از نمونه‌های نشانه‌شناسی فضا و مکان و از مهم‌ترین کاربردهای نشانه‌شناسی در بحث جغرافیای فرهنگی است. بعدها بحث کاربرد فضا در نشانه‌شناسی به طور خاص توسط اکو (۱۹۶۸: ۳۴۹-۳۴۴) گسترش یافت.

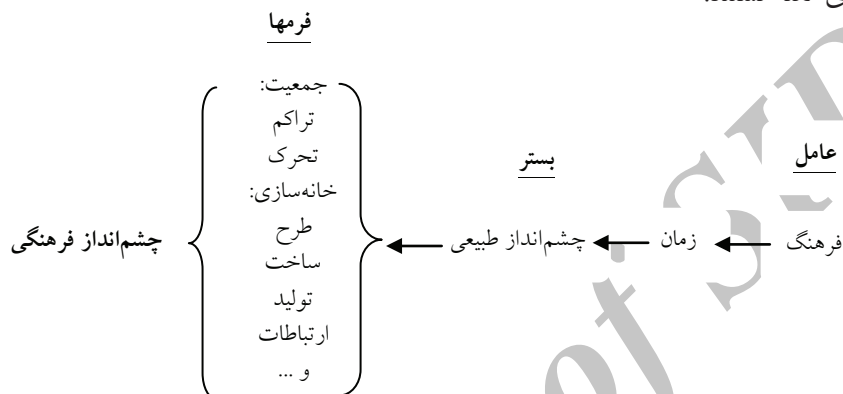
چشم‌انداز و جغرافیای فرهنگی

یکی از مباحث مهم در جغرافیای انسانی و فرهنگی موضوع «چشم‌انداز»^۲ است. موضوع چشم‌انداز از مباحث مهم مکتب چشم‌انداز در جغرافیای فرهنگی است که توسط کارل ساور

1. Cognitive Map
2. Landscape



بنیان نهاده شد. نظریه و مبنای تفکرات وی وابسته به فلسفه امکان‌گرایی بود که به جای علیت محیطی یا جبر محیطی، برای عامل فرهنگ یعنی ارزش‌های مشترک مردم، مذهب و سازمان اجتماعی و سازمان اقتصادی آنان نقش کلیدی و خلاق قائل بود. بر این اساس، چشم‌انداز به دلیل اینکه توسط انسان و فرهنگ و ارزش‌های او خلق می‌شود، دارای نشانه‌هایی است که حاوی معنا هستند.



چشم‌انداز فرهنگی از نظر کارل ساور (منبع شکویی، ۱۳۷۵: ۱۷۸)

چشم‌انداز یکی از مؤلفه‌های فرهنگ و بیانگر نیازهای انسانی، ارزش‌ها و هنجارهایی است که در گذشته شکل گرفته و در حال حاضر حفظ می‌شود. در سکونت‌گاه‌های انسانی به‌ویژه در شهرهای قدیمی این ارزش‌ها و هنجارها از طریق مورفولوژی (ریخت‌شناسی) چشم‌اندازهای فرهنگی به مثابه یک «رسانه» که در واقع تولید هنرمندانه و بیانگر ارزش‌های گذشته جامعه است، نمود پیدا می‌کند (چیچنسکی، ۲۰۰۸: ۲۸). چشم‌انداز، بر ساخته بصری مصنوعی است که انسان‌ها در سطح زمین به وجود می‌آورند. مفهوم چشم‌انداز فرهنگی به منزله مناظر و نمودهای عینی است که توسط گروه‌های فرهنگی در سطح زمین شکل می‌گیرد و در واقع بیانگر اندیشه‌ها، ارزش‌ها، انگیزه‌ها و به طور کلی نمایانگر فرهنگ انسانی است.

در مدل کارل ساور «چشم‌انداز فرهنگی»، برآیند مؤلفه‌های انسانی، زمانی و مکانی است. در این مدل فرهنگ به عنوان یک عامل و با تأثیرپذیری از زمان (تاریخ) و در بستری طبیعی، چشم‌انداز فرهنگی را به وجود می‌آورد. فرهنگ شامل عناصر مهمی نظیر دین، هنر، آداب و

رسوم، اعتقادات، باورها و نظایر آن است که در یک فرایند طولانی در بطن جامعه رسوب می‌کند و در نهایت این رسوب‌گذاری فرهنگی در قالب یک چشم‌انداز فرهنگی نمود عینی و واقعی می‌یابد. این مدل، پیوند جغرافیا (مکان) و تاریخ (زمان) را به‌خوبی در شکل‌دهی به چشم‌اندازها تبیین می‌کند و نقش‌آفرینی فرهنگ (انسان) را به نمایش می‌گذارد.

گروه‌های متنوع انسانی با فرهنگ‌های مختلف، با اهداف و انگیزه‌های خاص اقدام به ایجاد و خلق چشم‌اندازهای فرهنگی می‌کنند. این اقدامات از یک سو موجب ظهور ارزش‌های فرهنگی می‌شود و از طرف دیگر، به توسعه و تکوین یک سلسله از ارزش‌های مورد نظر می‌انجامد و گسترش و توسعه این ارزش‌ها نهایتاً «اشاعه» یا «پخش فرهنگی» را در پی خواهد داشت.

در نشانه‌شناسی، «نشانه»ها چیزهایی هستند که برای انسان معنا دارند. هر آنچه انسان در اطراف خود می‌بیند و برایش معنادار است، می‌تواند به عنوان نشانه مورد مطالعه قرار گیرد. به تعبیر اومبرتو اکو، نشانه‌شناسی بنا به تعریف کلاسیک‌اش دانش یا رهیافتی است که موضوعش هر آن چیزی است که بر مبنای عرف یا قراردادهای اجتماعی از پیش تثبیت شده می‌تواند جانشین یا بازنمای چیز دیگری باشد (اکو، ۱۹۷۹: ۱۶).

برای تعداد زیادی از محققان و اندیشمندان همچون هال (۲۰۰۲)، گاتمن و هارپر (۱۹۹۰)، مینینگ (۱۹۷۹) و میچل (۲۰۰۵) چشم‌انداز، در مشابهت با زبان می‌تواند به عنوان یک نظام بازنمایی عمل کند. نشانه‌ها، نام‌ها، ساختمان‌ها، اماکن و فضاهایی که به عنوان «نمادهای جغرافیایی»^۲ خوانش و تفسیر می‌شوند (چیچنسکی، ۲۰۰۸: ۴۳).

نشانه‌های جغرافیایی به دو طریق می‌توانند اطلاعات را ارائه دهند. برخی از نشانه‌های جغرافیایی متشکل از نام‌ها مانند نام شهر، روستا، ناحیه، دریا و... هستند که با شنیدن و یا دیدن این نام‌ها، مکان جغرافیایی آن نام را نمایش می‌دهند. مثلاً با شنیدن نام خلیج فارس، خلیج واقع در جنوب ایران متصور می‌شود. این نشانه‌ها تحت عنوان نشانه‌های جغرافیایی مستقیم یاد می‌شوند. برخی دیگر از نشانه‌های جغرافیایی به صورت نماد هستند که اطلاعات و معانی را به صورت غیرمستقیم منتقل می‌کنند. چنین نشانه‌هایی بدون اینکه نام مکان یا منشأ را داشته باشند، به صورت ذهنی و انتزاعی یادآور مکان و منشأ آن نشانه هستند، مثل برج ایفل که برای شهر پاریس و کشور فرانسه نماد جغرافیایی است.

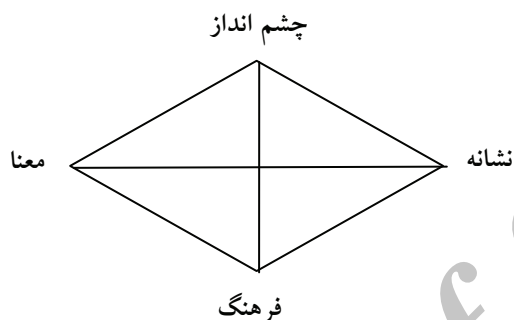
در جغرافیای فرهنگی، متن بیانگر یک چشم‌انداز، ساخت و کالبد و موقعیت است که

1. Hall 2002, Gottmann and Harper 1990, Meining 1979, D. Mitchell 2005

2. Geosymbols



در آنها ایده‌ها و تفکرات شکل گرفته‌اند؛ به طوری که از طریق این ساختارها اطلاعات، معنا و مفاهیم به نمایش گذارده می‌شوند. نشانه‌ها واجد ویژگی‌های متن و شرایط زمانی است که حاوی معانی است. این معانی از طریق فرهنگ که در چشم‌اندازها نمایان است، به ظهور می‌رسند. در شکل زیر ارتباط بین نشانه و معنا، فرهنگ و چشم‌انداز به نمایش درآمده است.



چشم‌انداز به مثابه نوعی از ارتباطات یا زبان تلقی می‌شود. چشم‌اندازها شامل ساختمان‌ها، مکان‌ها و اشیایی هستند که به عنوان نشانه‌ها یا کلماتی که مناظر اطراف را احاطه کرده‌اند خود عناصری از نظام بازنمایی نشانه‌ها هستند. به هر حال، تولید معنا در ارتباط با مکان‌ها، رویدادها و ویژگی‌های مناظر شهری و نیز مرتبط با نظام مفاهیم [هر جامعه‌ای] است (چیچنسکی، ۲۰۰۸: ۴۳).

نشانه‌شناسی نمادهای جغرافیایی

در جغرافیای فرهنگی از نشانه‌ها با اصطلاح «نماد جغرافیایی» یاد می‌شود. نماد جغرافیایی در واقع یک شاخص مکانی - فضایی و نشانه‌ای برای بازتاب فرهنگ، تاریخ و ارزش‌ها و شکل‌دهنده هویت است (بن مزن، ۲۰۰۵: ۴۵). این مکان می‌تواند مکان مقدسی مثل مسجد باشد؛ یک مکان قابل رؤیت بلندمرتبه مثل برج ایفل؛ یا مکانی که یک فضای روحانی را در حافظه تاریخی خود دارد.

حافظه تاریخی بر بستر فضا حرکت می‌کند. به عبارت دیگر محور زمانی در رابطه‌ای پیوسته با محیط فضایی قرار می‌گیرد و به نوبه خود آن را تغییر داده و بر آن معناگذاری، نمادگذاری و نشانه‌گذاری می‌کند. فضاهای شهری، محله‌ها، شهرها در کلیت خود، منطقه‌های ملی و یا بین‌المللی بدین ترتیب بدل به پهنه‌هایی می‌شوند که می‌توان آنها را «مکان‌های



حافظه^۱ نامید. این مکان‌ها در بسیاری از موارد به صورت‌های مختلف هنجارمند می‌شوند: نام‌گذاری بر کشورها، مناطق، شهرها، محله‌ها، میدان‌ها، خیابان‌ها، ایستگاه‌های مترو و اتوبوس شهری، بناهای اداری، آموزشی، کاری، علمی و تفریحی شهر گذاشته می‌شوند و تحولی که این نام‌ها در طول تاریخ سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی پیدا می‌کنند تا اندازه‌ی زیادی حافظه‌ی تاریخی یک پهنه را مشخص می‌سازند (فکوهی، ۱۳۸۳: ۲۶۰). برای نمونه و به اعتقاد ریشتوفن^۲ شکل خاص کوه‌ها و به‌ویژه نیم‌رخ قله، نماد گویاتری از پرستش محسوب می‌شود. قله‌ی قیفی شکل فوجی در ژاپن بیانگر تقدس بیشتری است به گونه‌ای که حتی پرواز بر فراز آن ممنوع شده است. کاشت برخی گیاهان مثل درخت بو نزد بوداییان دارای قداست است. به عقیده بوداییان به دلیل آنکه بودا نور الهی را در هنگام آرامش در زیر درخت رؤیت کرده بود، این درخت از قداست خاصی در نزد بوداییان برخوردار است (تولایی، ۱۳۸۲: ۶۵ و ۶۶).

نمادهای جغرافیایی، قلمرو و محدوده‌ی یک سرزمین را به وسیله «نشانه‌ها» نمایان می‌سازند که در آن قلمرو یا سرزمین نگاره‌شناسی^۳ یا شمایل‌شناسی را روی زمین بنا می‌نهد؛ بنابراین نمادهای جغرافیایی، مرزهای یک قلمرو [انسانی] را نشان می‌دهند، به آن روح می‌دمند، به آن قلمرو معنا می‌بخشند و ساخت می‌دهند. همچنین نمادهای جغرافیایی قادرند برای یک مکان، محل یا موقعیتی، نقطه اتکا باشند و از چیزی که از آن ساطع و ناشی می‌شود، قدرت و نیرویی بگیرند (بن مزن، ۲۰۰۵: ۴۵) بنابراین پشتوانه‌های فرهنگی، هویتی، تاریخی، اجتماعی یک سرزمین می‌تواند در ساختار نشانه‌های یک مکان نقش مهمی بازی کند.

حضور این نشانه‌ها در صحنه زندگی روزمره که دائماً در مقابل دیدگان ساکنان آن ناحیه حس می‌شوند، مانند پدیده‌های طبیعی که در سرزمین‌ها مشاهده می‌شوند، در هویت‌یابی نقش آفرین هستند. انسان‌ها با نمادسازی نوعی محدوده و قلمروسازی نیز برای فرهنگ، آداب و رسوم، دین و سبک زندگی خود ارائه می‌دهند. این نکته حائز اهمیت است که فرهنگ‌های مختلف برای نشان دادن ویژگی‌های فرهنگ خود، معمولاً با نمادسازی، تصویرسازی و معرفی از خود و با ساختن الگوهای دلالتی، بر پررنگ کردن تمایزات فرهنگ خود از سایر فرهنگ‌ها تأکید می‌کنند.

مشاهده‌ی نماد یک سرزمین در اذهان دیگر فرهنگ‌ها، در سطح جهان نیز تأثیرگذار است.

1. Places of Memory
2. Richthofen
3. Iconology



یک نماد علاوه بر اینکه در محدوده ملی یک سرزمین شناخته شده است، در سطح جهانی نیز قابل شناسایی و عامل تفکیک از سایر فرهنگ‌هاست. درج و گنجاندن نماد یک سرزمین و ناحیه فرهنگی در کتاب‌ها، بروشورهای تبلیغاتی، فیلم‌ها و امروزه نیز از طریق فناوری‌های ارتباطی جدیدی همچون اینترنت بر شناخته شدن، اثرگذاری، تأکید بر آن، موجب پذیرش آن نماد خاص در سطوح ملی و منطقه‌ای و بین‌المللی شده است؛ بنابراین آن نماد تبدیل به یک نشانه از یک سرزمین یا فرهنگ خاص می‌شود. نشانه‌هایی همچون ازدها و پانداچیچین، برج ایفل فرانسه، بیگ‌بن انگلستان، شکوفه‌های گیلان ژاپن، اهرام ثلاثه مصر، کانگوری استرالیا و بوفالوی امریکا همگی نشانه‌هایی از کشورهای مذکور هستند. البته باید گفت که این نشانه‌ها با معناسازی که از آنها می‌شود معنادار می‌شوند و در پس نشانه‌های فیزیکی و عینی، ذهن آدمی به تاریخ، فرهنگ و ایدئولوژی و هویت هدایت می‌شود که فراتر از یک نشانه و نماد است. مهم‌ترین چیز در نشانه همان معناسازی و تولید معنا یا به بیان نشانه‌شناختی «دلاله» است. اینکه چه چیز را به مخاطب و بیننده القا می‌کند و چگونه سررشته‌های تاریخ و فرهنگ یک سرزمین را به ذهن او منتقل می‌کند. در اینجا هم معرفت مخاطب و هم معنای تولیدشده هر دو در عظمت و میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری نقش دارند. البته به اقتضای هر دوره و شرایط زمانی این برداشت‌ها متفاوت خواهد بود یعنی متناسب با حاکمیت ایدئولوژی می‌توان برداشت‌های متفاوتی داشت. ممکن است در دوره‌ای که عقلانیت حاکمیت خود را از دست بدهد از نشانه چیزی جز شی، عینیت قابل لمس و ابعادی فیزیکی باقی نماند؛ هر چند آن نشانه، یک اثر هنری ناب و اصیل باشد ولی کسی به ذهنش خطور نکند که این اثر هنری چه معنایی را تولید می‌کند. هر نشانه‌ای برای این کارکرد معنایی، باید اولاً نشانه آمیخته به هنر اصیل، انسانی و اخلاقی باشد، ثانیاً با القای معنا نوعی تشخیص و حالت نمادین به خود بگیرد، ثالثاً باید در طول زمان مضمون‌هایی را در خود حفظ کند و استمرار بخشد و رابعاً نباید این اصل کلی نشانه‌شناختی را فراموش کرد که هر نشانه‌ای در متن و زمینه یا بافت تولید معنا می‌کند و برای مخاطب قابل فهم و تفسیر است؛ بنابراین نگاه تحولی و تاریخی یکی از نکات مهم در مطالعات نشان‌شناسی مکان و فضا است. علت این امر این است که طی زمان‌ها و دوره‌های تاریخی و شرایط زمانی مختلف، و در فرهنگ‌های گوناگون معنای متفاوتی تولید می‌شود که از طریق نشانه‌های جغرافیایی رخ می‌دهد.

فضای مورد مطالعه جغرافی دانان یک ساختار چند سطحی دارد. اولین سطح آن مطالعه



فضای واقعی و عینی^۱ یا ساختاری^۲ آن است. دومین سطح، فضای تجربه‌شده و احساس‌شده و سومین سطح، فضای فرهنگی^۳ است (بن‌مزن، ۲۰۰۵: ۶۶)؛ بنابراین، در جغرافیای فرهنگی، انسان در یک محیط فیزیکی (محیط زیست) با خلق و ایجاد نشانه‌هایی برای بازیابی هویت و فرهنگ از طریق تولید معناها در زندگی روزمره، دنیاهای اجتماعی (با زمینه‌های مکانی و فضایی) متفاوتی شکل می‌دهد. این مکان‌ها، موقعیت‌ها یا محل‌ها، یک مجموعه ارزش‌های مشترک را بیان می‌کنند. اتصال و پیوند نگاره‌ها و نمادهای جغرافیایی^۴ یک قلمرو فرهنگی (و سیاسی) خلق می‌کنند و در یک سطحی کلی تر فضاها و مکان‌های فرهنگی را به وجود می‌آورند (بن‌مزن، ۲۰۰۵: ۶۵).

اگر جامعه را به عنوان یک نظام در نظر بگیریم، در این صورت نمادها و نشانه‌ها که برگرفته از فرهنگ آن جامعه هستند، چنانچه منطبق بر ارزش‌ها، هنجارها و اصول جامعه باشند و به حفظ روابط اجتماعی کمک کنند، در راستای معناسازی و دلالت، ارگانیک تلقی می‌شوند در غیر این صورت نه تنها جامعه آنها را پذیرا نمی‌شود و بی‌فایده می‌انگارد بلکه عنوان نماد هم قلمداد نمی‌کند و در طول زمان امکان دارد کارکرد دیگری را جایگزین کارکرد مورد نظر در زمان ساخت آنها بنماید؛ زیرا معناهای اشیا و رویدادها - نشانه‌ها در پیوند فرهنگی است که در متن جامعه به وجود می‌آید.

برخی از نمادهای مکانی قادر به بازنمایی فرهنگ و هویت یک مکان نیستند؛ به طوری که این نمادها در شرایط زمانی که برای مردم قابل فهم و درک نیست ارائه و ساخته می‌شوند که ممکن است فهم آنها نسبت به آن را مشکل کند و همچون وصله‌ای نابهنجار در تناقض با افکار و اندیشه‌های آنان باشد. مثلاً برج ایفل که در دوره معاصر نماد معروف و شناخته‌شده شهر پاریس است با قطعات فلزی و پیچ و مهره‌های خود، در زمانی ساخته شد که تجربه‌گرایی و عقل‌گرایی بر جامعه فرانسه حاکم بود و فن‌گرایی باعث شد تا برجی با ارتفاع بلند ساخته شود که کمتر با فرهنگ مردم شهر پاریس منطبق باشد. رولان بارت در مقاله «برج ایفل» می‌نویسد: «برج حتی قبل از آن که ساخته شود، به سبب بی‌فایدگی‌اش، شماتت شد، صفتی که در آن زمان برای محکوم کردن آن کافی بود. روح آن دوره، روحی که وقف عقلانیت و تجربه‌گرایی

1. Objective
2. Structural
3. Cultural Space
4. Icon
5. Geosymbols



اقدامات بزرگ بورژوازی بود، تحمل مفهوم شیء بی‌فایده را نداشت، مگر اینکه آشکارا شیئی ای هنری باشد و به فکر کسی هم نمی‌رسید که برج شیئی هنری باشد. به همین سبب، گوستاو ایفل در پاسخ به شکواییه هنرمندان و در دفاع از طرح خود، با وسواس، تمامی فایده‌های آینده برج را فهرست کرد. همان‌طور که از مهندسی انتظار می‌رود، جملگی آنها فایده‌های عملی بودند: اندازه‌گیری‌های آیرودینامیکی، مطالعه مقاومت مصالح، کالبدشناسی صعودکننده، تحقیق رادیو-الکترونیک، مسائل ارتباطات از راه دور، مشاهدات هواشناسی و جز آنها. این فایده‌های بی‌چون و چرأ و مسلم هستند، اما در قیاس با اسطوره عظیم برج و با معنایی انسانی که او در سراسر جهان کسب کرده است، مضحکه‌ای بیش نیستند. او می‌گوید: «کارکرد مهم برج ایفل جایگاه و موقعیتی برای دیدن و فهمیدن شهر پاریس است. برج به پاریس می‌نگرد. بازدید از برج به معنای رفتن به بلندی است تا به نوعی جوهر پاریس را درک کرد، فهمید و چشید... اما برج نه بر طبیعت که بر شهر مشرف است؛ با این همه، برج درست به سبب جایگاهش که عبارت از تماشاگاهی است که از آن بازدید می‌شود شهر را به نوعی طبیعت بدل می‌کند؛ بنابراین بازدید از برج مانند بازدید از بیشتر یادمان‌ها، تماس گرفتن با چیزی نیست که از لحاظ تاریخی مقدس باشد بلکه تماس گرفتن با طبیعتی جدید است، یعنی طبیعتی ساخته از فضای انسانی: برج، جای پا نیست، یادگاری نیست؛ سخن کوتاه، چیزی از فرهنگ نیست بلکه محصول آنی امری انسانی است که بر اثر نگاهی که آن را به فضا بدل می‌کند به امری طبیعی تبدیل شده است» (بارت، ۱۳۸۰: ۳۳ و ۳۵).



نشانه‌های مکانی، چشم‌انداز و فرهنگ ایرانی - اسلامی

ابعاد سه‌گانه چشم‌انداز - فضا در جغرافیای فرهنگی به شرح ذیل است:

۱. قلمرو که شامل مرزها و علائم جغرافیایی است که دارای ساختار سیاسی با مراکز، هسته و پیرامون است؛
۲. محیط و نظام جغرافیایی، ساختار جغرافیایی و اکولوژیکی مثل خاک، گیاهان، شبکه آب‌ها، آب و هوا، تراکم انسانی، شبکه ارتباطات. انسان متعلق به این نظام اکولوژیکی است زیرا همه محیط‌های جغرافیایی محیط‌های انسان‌زده و متأثر از فعالیت‌های او هستند؛
۳. نمادگرایی، ساختار سمبلیک از یک محیط جغرافیایی که به دنیای اطراف ما معنا می‌بخشند و در ارتباط با اخلاقیات و متافیزیک است. این نمادها معنویت یک مکان را به

نمایش می‌گذارند؛ همان چیزی که ما از آن به «روح مکان» نام می‌بریم (بن مزن، ۲۰۰۵: ۱۷). سعیدرضا عاملی در مقاله «هویت‌های فرهنگی قدیم و جدید: رمزگشایی تمدنی و معماری سنتی - مدرن و ملی - فراملی مهستان» (۱۳۸۵) سعی کرده تا با بهره‌گیری از دانش نشانه‌شناسی و جغرافیای فرهنگی، فضا و مکان کلی و تا حدی جزئی مرکز خرید مهستان واقع در شمال شهر کرج را به عنوان یک متن فرهنگی سنتی - مدرن، ملی و فراملی که بازتاب سه رویکرد عام‌گرایی، خاص‌گرایی و محلی - جهانی بودن است، مورد خوانش قرار دهد. وی از رویکرد فرهنگ‌شناسی در معماری سخن می‌گوید که زمینه‌احیای نام‌های تمدنی و نمایندگی فرهنگی و نیز تمدنی را فراهم می‌آورد. رویکرد فرهنگ‌شناسی در حقیقت در پی پیوند میان معماری و هویت‌های جمعی و فرایند هویت‌یابی و یافتن «ما»ی ایرانی است. در واقع می‌توان چنین گفت که این رویکرد تعبیر دیگری است از جغرافیای فرهنگی.

عاملی، مفاهیم کلیدی از جمله هویت‌های جمعی، رابطه ذهنیت و عینیت، بنا به عنوان کد یا رمزگان فرهنگی و متن فرهنگی را در منظومه نشانه‌شناختی خویش به کار بسته است. وی معماری را در عین خاص‌بودگی و در عرصه‌ای که تمایز و هویت جزء ذاتی بودن ما تلقی می‌شود، واجد نوعی جذب جهانی می‌داند که جمعیت‌های بزرگ و هویت‌های جمعی را معنا می‌بخشد. فضاهای دارای بعد و به‌ویژه معماری که در معرض دید روزمره است، نقش نمایندگی یک دوره، اندیشه و هویت جمعی یک ملت را نیز ایفا می‌کند. این ویژگی نمایندگی و نمادین بودن معماری و بنا به اشاره به مورد سوم از ابعاد سه‌گانه چشم‌انداز - فضا در جغرافیای فرهنگی دارد که ما از آن به عنوان روح مکان یاد کردیم. بدین ترتیب همزمان با نگاه‌های خیره‌متعدد و متفاوت افراد، پرسه‌زنان در رؤیت بنای مهستان که معانی متفاوتی تولید می‌شود، و رمزگشایی‌های متکثری رخ می‌دهد، در عین حال به دلیل وجود روح مکان یک فرااحساس مشترک نیز تولید می‌شود که در کنار دلالت‌های متنوع فردی، بازنمای نقش بنا در اثرگذاری و اثرپذیری از هویت ملی ایرانی - اسلامی به عنوان یکی از مهم‌ترین مصادیق هویت جمعی است. بنای مهستان خود به مثابه یک عینیت یا تجسم احساسات افراد یک جامعه است. عاملی عینیت‌یافتگی ذهنیت‌های متعلق به یک جماعت فرهنگی وابسته به یک قلمرو جغرافیایی خاص را در یک عینیت بیرونی که دارای ابعاد خاصی است و یک فضای نمادین معنادار را تولید کرده است، مشاهده می‌کند. قلمرو جغرافیایی - اولین بعد چشم‌انداز - فضا در جغرافیای فرهنگی ناظر بر همین عینیت‌یافتگی‌هاست. ساختار مادی یا عینی نشانه‌های جغرافیایی موجود



در بنای مهستان به نشانه - فرهنگ‌شناس این امکان را می‌دهد تا با توجه به نظام میان دال‌ها و مدلول‌ها و دلالت‌ها، کل بنا را به مثابه رمزگانی در بستر یا بافت جامعه ایرانی - اسلامی در نظر گیرد و همین جاست که این رمزگان در فهم گفتمان قدرت به کار می‌آید. برای نمونه می‌توان چنین گفت که برای آنکه تسلیم جریان خروشان مدرنیته فضا و مکان نشد، و هویت ایرانی مسلمان - که در پیوند تنگاتنگی با سنت‌های دینی و ملی خویش است - همچنان تداوم معنادار داشته باشد، نیاز به ساختن بنایی داریم که نماینده تعامل مؤثر میان سنت و مدرنیته باشد، بنایی چون مهستان که مقوم رویکرد بازتولیدگرایی جدید در قلمرو جغرافیای ایرانی - اسلامی است. عاملی در ادامه مقاله خود، به بنا و معماری به مثابه یک متن فرهنگی می‌نگرد و سعی دارد تا با بهره‌گیری از دانش نشانه‌شناسی، متن خوانی کند. وی بر این باور است که برای فهم متن فرهنگی نیاز به مطالعه متن و جایگاه اجتماعی ظهور و بروز چنین متن فرهنگی است. متن را می‌توان در قالب دومین بعد از ابعاد سه‌گانه چشم‌انداز - فضا بُرد: محیط، نظام جغرافیایی و ساختار اکولوژیکی که علاوه بر عوامل طبیعی شامل عوامل فرهنگی یعنی انسان‌ها و شبکه‌های ارتباطی آنهاست.



عاملی در این مقاله تنها خود بنای مهستان را به عنوان یک متن که شامل محیط درون و بیرون، نظام فضایی - هندسی و ساختار مبتنی بر مصالح است در نظر می‌گیرد؛ ولی می‌توان با نگاهی کلان‌تر، بنای مهستان را صرفاً به عنوان یک نشانه - البته تازه‌وارد درون متن گسترده‌تر نظام جغرافیایی ایرانی - اسلامی - دید و با استفاده از دانش نشانه‌شناسی به هم‌نشینی یا جانمایی این نشانه در میان مجموعه نشانه‌های این متن پرداخت. به عنوان مثال با اتخاذ رویکردی تاریخی می‌توان بنای مهستان را در قیاس با نمادهای مدرنیته تازه‌وارد عصر قجری مورد مطالعه قرار داد، یا با رویکردی هم‌زمانی به مطالعه هم‌نشینی بنای مهستان در کنار سایر نشانه‌ها و نمادهای جغرافیایی که کارکرد تجاری - تفریحی دارند پرداخت که البته هریک از این موضوعات خود به مقاله و تحقیقی جداگانه و مستقل نیازمند است.

یکی از مهم‌ترین چشم‌اندازهای فرهنگی در فرهنگ ایرانی - اسلامی، فضاهای مذهبی و عبادتگاه‌هاست. در اسلام مسجد به عنوان محل نمازگزاردن و عبادت، یکی از چشم‌اندازهای جوامع اسلامی و از جمله اولین بنای اسلامی است که می‌توان آن را به مثابه یک چشم‌انداز فرهنگی از نظر فضا، کالبد و متن و به طور خاص از دو منظر فضای درونی و فضای بیرونی مورد مطالعه نشانه‌شناختی قرار داد. در فضای درونی نمادهایی مانند محراب و منبر وجود دارد

که در کنار سایر عناصر مانند حجره‌ها، گچ‌بری‌ها و اشکال هندسی سرستون‌ها مشاهده می‌شود. در فضای بیرونی نیز نمادهایی مانند مناره یا مأذنه و گنبد دیده می‌شود. به هر حال در مسجد رمزگان‌هایی^۱ وجود دارد و شناخت آنها از طریق تحلیل‌های نشانه‌شناختی صورت می‌پذیرد. برای نمونه مسجد جامع نایین که مربوط به قرن چهارم هجری است، دارای ویژگی‌های خاص معماری اسلامی است. فضای بیرونی و درونی این مسجد دارای ویژگی خاصی است که با روش مطالعات نشانه‌شناختی چشم‌انداز، ویژگی‌ها و معناهای تولیدشده آن را می‌توان تبیین کرد. وجود منبر از نمادهای مساجد جامع عصر خود بوده و دلالت بر «روح مکان» دارد که روح غالب مساجد جامع ایرانی است. طبق روش و اصولی که از صدر اسلام معمول بود، نماز جمعه منحصراً در مسجد جامع گزارده می‌شده است. همچنین یکی از وجه تمایزهای شهر، وجود منبر و مسجد جامع در آن بود؛ گوا اینکه بعضی شهرها و ده‌ها دارای منبر بودند، ولی مسجد جامع نداشتند؛ و گاه شهرهایی بودند که منبر هم نداشتند... بنابراین نوشته‌متن در کتاب الحضارة الاسلامیه علامت شهر بودن منبر بود (راوندی، ۱۳۸۲، ج ۳: ۱۹۸). مثلاً در قاهره قدیم یا فسطاط نیز با تمام وسعت و اهمیتی که داشت بیش از دو مسجد جامع یعنی دو منبر نبود (همان، ج ۵: ۲۹۵).

در دوره اسلامی مناره از نظر نشانه‌شناختی نمادی اسلامی است. کارکرد اصلی مأذنه یا مناره اذان گفتن و دعوت به نماز بوده است. علاوه بر آن استفاده‌های دیگری نیز مثل راهنمای مسافران و زائران خانه خدا، راه‌یابی کاروان‌ها نیز می‌شده است. وجود فقط یک مناره که مؤذن از آن مردم را به نماز جمعه دعوت می‌کرد، در مسجد نایین از ویژگی‌های دیگر این مسجد است. یک یا چند مناره بودن مساجد از نظر نشانه‌شناختی قابل مطالعه است. همچنین آثار گچبری و استفاده از آیات قرآن در محراب، مثلاً «آیه الکرسی» (بقره، ۲۵۵) که در مساجد نماد قدرت الهی است، سرستون‌ها، دیوار و گنبد در مساجد متداول بوده است. قدیمی‌ترین آثار گچبری بعد از اسلام را می‌توان در مسجد نایین (از آثار قرن چهارم هجری) مشاهده کرد» (راوندی، ۱۳۸۲، ج ۷: ۵۵۳).

در حال حاضر، برای رویارویی با هجوم بی‌امان الگوها و تئوری‌های وارداتی، ارائه طرح‌ها و الگوهای ایرانی - اسلامی که برگرفته از ارزش‌های دینی کارآمد باشد، ضروری است. برای نمونه و در همین راستا طرح «آرمان‌شهر رضوی» به عنوان الگوی شهر اسلامی، ارائه شده

1. Codes



است. از ویژگی‌های مهم «آرمان‌شهر رضوی»، هویت‌بخشی به سیمای شهر مبتنی بر ارزش‌های اسلامی و بازآفرینی معماری اسلامی و ملی است. مطالعه و ارزیابی این طرح خود به تحقیق و مقاله مستقلی نیاز دارد.

با عنایت به این نکته که در تحلیل یک بنا به مثابه چشم‌انداز فرهنگی، باید به نشانه‌های مکانی یا مکان‌مند که دارای ویژگی‌های مکانی هستند، توجه کرد؛ برخی از این ویژگی‌ها عبارتند از:

۱. تنوع و تجانس: میزان تجانس و تنوع نشانه‌های مکانی در یک قلمرو، بیانگر میزان تجانس یا تکثر فرهنگی یک جامعه است؛ یعنی وجود نشانه‌های مکانی یک‌دست و متجانس می‌تواند دلالت بر فرهنگ، معیشت، سبک زندگی جامعه متجانس باشد و بالعکس. چون تنوع، حاصل اندیشه‌ها و تفکرات متکثر یا به اصطلاح تکثر فرهنگی یک جامعه است.

۲. پویایی و جریان‌مکانی: اصولاً نشانه‌ها برای ارتباط با دیگران به کار گرفته می‌شوند. در جوامعی که سطح ارتباطات پایین و حالت انزوا و ضعف ارتباط با دنیای خارج وجود دارد، نشانه‌ها بسیار محدود و بالعکس در محیط‌هایی که ارتباطات قوی وجود دارد نشانه‌ها بسیار متنوع هستند؛ بنابراین مشاهده نشانه‌های متنوع در مکان‌ها و سرزمین‌ها نشان‌دهنده سطح ارتباطات انسانی است.

۳. فاصله: به طور معمول نشانه‌های مکانی که در فاصله کمتری از یک ناحیه فرهنگی قرار دارند، رابطه‌ای بسیار قوی‌تری نسبت به مرکز و کانون آن ناحیه فرهنگی دارد تا نشانه‌های مکانی که در فاصله‌ای دورتر و در حاشیه قرار دارند؛ بنابراین هرچه از کانون ناحیه فرهنگی فاصله بگیریم، میزان ارتباط این نشانه‌های مکانی با کانون فرهنگی کمتر می‌شود و بالعکس. چون در اشاعه فرهنگ به سایر مکان‌ها، نشانه‌ها همراه با بافت و زمینه فرهنگ انسانی گسترش می‌یابند، نشانه‌ها در داخل همان فرهنگ دارای معانی مشخص و معین هستند نه خارج از آن. به محض ورود به قلمرو فرهنگ دیگر معانی نشانه‌ها متفاوت خواهند بود.

۴. کارکردهای مکانی نشانه‌ها: نشانه‌ها در مکان‌های مختلف معانی مختلف را القا می‌کنند. نشانه‌هایی که در یک مکان مذهبی به کار می‌روند با نشانه‌هایی که محیط غیرمذهبی فرق دارند.

۵. قلمرو: هر نشانه‌ای قلمرویی دارد. به این معنی که نمادها در محدوده و قلمرو انسانی مشخصی شکل می‌گیرند. به همین دلیل تفاوت‌های ناحیه‌ای و تفاوت‌های فرهنگی دیده می‌شود.

۶. زمان: در نشانه‌شناسی پدیده‌های هنری و چشم‌اندازهای فرهنگی، شناسایی نظام نمادین



همزمانی و در زمانی مطرح است. شناسایی نشانه‌شناختی همزمانی یادمان‌های تاریخی، هنرهای تزئینی، خط و نقاشی و نظایر آن آسان‌تر از شناسایی در زمانی و تاریخی است.

نتیجه‌گیری

مفهوم چشم‌انداز یک واحد کل از مکان و ناحیه‌ای از سطح زمین است که: (۱) دارای پدیده‌های عینی^۱ قابل رؤیت است (جنبه بصری)؛ (۲) این چشم‌انداز علاوه بر صورت خارجی دارای بُعد انتزاعی و ذهنی^۲ است که واجد معنا هستند (جنبه غیرمادی یا معنا)؛ بنابراین چشم‌انداز ضمن دارا بودن کالبد که دارای ویژگی‌های هندسی و زیبایی‌شناسی است، واجد معنا نیز هست؛ (۳) پدیده‌های چشم‌انداز بر احساسات و روحیات ما تأثیر می‌گذارند (تأثیرات روحی). رنگ، نقش، بافت، کیفیت و اصولاً هنر به‌کاررفته در اجزای چشم‌اندازهای فرهنگی تأثیرات عمیقی بر احساسات و روان انسان می‌گذارند. چنانکه احساس زیبادوستی، ارتباط با گذشته و احساس هویت، با مشاهده چشم‌انداز در بیننده چشم‌انداز به وجود می‌آید.

امروزه شکل‌گیری، تغییر و سازمان‌یابی ساختارهای مکانی - فضایی به عوامل متعددی مثل اقتصاد، فرهنگ، سیاست‌های بین‌المللی و ارتباطات جهانی مربوط می‌شود. در واقع منطق نشانه‌شناسی چشم‌اندازهای انسانی، منطق معرفت به شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی نظام‌های حاکم در دوره‌های زمانی مختلف است که چشم‌اندازهای فرهنگی متفاوتی را به وجود می‌آورند. با کشف معانی پنهان در چشم‌اندازهاست که می‌توان به مسائل پیچیده ساختارهای فضایی مکانی سکونتگاه‌ها از جمله شهرها دست یافت؛ بنابراین، چون فرهنگ در طول زمان رسوب می‌کند، لذا از طریق چشم‌اندازهای فرهنگی که بخش از این رسوب‌گذاری فرهنگی است، می‌توان اجزای فرهنگ جوامع یعنی دین، سبک زندگی، اقتصاد و نظایر آن را شناسایی کرد.

فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای از یک‌سری نشانه‌هاست که رمزگان‌هایی را تشکیل می‌دهند و این رمزگان‌ها نیز یک نظام نشانه‌ای را به وجود می‌آورند. در مطالعه فرهنگ و چشم‌اندازهای فرهنگی یک نشانه به تنهایی فهم نمی‌شود بلکه در کنار و همراه با دیگر نشانه‌ها مورد تحلیل قرار می‌گیرد. چون نظام‌های نشانه‌ای با یکدیگر تعامل داشته و همه با هم در ارتباطند. در تحلیل نشانه‌شناختی چشم‌اندازهای فرهنگی باید وجود نظام‌های نشانه‌ای را در نظر گرفت. مثلاً یک شهر به مثابه یک چشم‌انداز فرهنگی دارای نظام نشانه‌ای مرکب است. بدین معنا که مجموعه‌ای

1. Objective
2. Subjective



است از چند نظام نشانه‌ای مثل نظام نشانه‌ای هنری، زیبایی‌شناختی، جغرافیایی که در فضا و مکان تبلور می‌یابند، ارتباطی مثل تبلیغات شهری، شهرسازی و غیره. برای خوانش معناداری چشم‌اندازهای فرهنگی نیازمند درکی از نظام‌های نشانه‌ای در این بافت‌ها هستیم. البته باید دانست که هر نظام نشانه‌ای دارای قواعد معناداری مخصوص به خود است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که بهره‌گیری از نشانه‌ها و نمادها برای تبلور معنا و هویت در چشم‌اندازهای فرهنگی مرسوم و معمول است. یعنی سیمای ظاهری شهرها یکی از شاخص‌های معرفی هویت شهر و ساکنان آن است. آیاتی از قرآن نیز بر این مهم اشاره می‌فرماید که سیمای ظاهری بیانگر باطن آن صورت و ظاهر است.^۱

چشم دل باز کن که جان بینی آنچه نادیدنی است آن بینی

نشانه‌های محیط‌های انسانی که از طریق چشم‌اندازهای فرهنگی شکل گرفته و برجسته می‌شوند، با سه هدف عمده شکل می‌گیرند: (۱) به لحاظ فرهنگی و باز نمود هویت فرهنگی؛ (۲) از نظر زیبایی‌شناسی و هنری؛ (۳) از منظر کارکردی و عملکردی. چنین مقاصدی می‌تواند ویژگی‌های نواحی و مکان‌ها را در خود به نمایش بگذارد. ویژگی مشترک این نشانه‌های جغرافیایی دلالت‌های معنایی آنهاست که دستیابی به معانی نهفته در آنها از طریق این ویژگی‌ها میسر خواهد بود.



۱. يَعْرِفُ الْمُجْرَمُونَ بِسِيَمَاهُمْ (الرحمن: ۴۱)

منابع

۱. قرآن کریم
۲. آسابرگر، آرتور (۱۳۷۹)، *نقشه فرهنگی*، مترجم: حمیرا مشیرزاده، تهران: انتشارات باز.
۳. بارت، رولان (۱۳۸۰)، «برج ایفل»، مترجم: یوسف اباذری، *مجله ارغنون*، شماره ۱۹.
۴. پاکتچی، احمد (۱۳۸۸)، *تقریرات درسی رشته معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات*، دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۵. پهلوان، چنگیز (۱۳۷۸)، *فرهنگ‌شناسی*، تهران: انتشارات قطره.
۶. تولایی، نسرین (۱۳۸۲)، «نقش مذهب در شکل‌گیری فضای جغرافیایی»، *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی*، شماره ۶۹.
۷. چندلر، دانیل دانیل (۱۳۸۷)، *مبانی نشانه‌شناسی*، مترجم: مهدی پارسا، تهران: انتشارات سوره مهر.
۸. دو سوسور، فردینان (۱۳۷۸)، *دوره زبان‌شناسی عمومی*، مترجم: کورش صفوی، تهران: نشر هرمس.
۹. راوندی، مرتضی (۱۳۸۲)، *تاریخ اجتماعی ایران*، چاپ دوم، تهران: انتشارات نگاه.
۱۰. شکویی، حسین (۱۳۷۵)، *اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا*، جلد اول، تهران: گیتاشناسی.
۱۱. شکویی، حسین (۱۳۸۷)، *اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا*، جلد دوم، تهران: گیتاشناسی.
۱۲. عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۵)، «هویت‌های فرهنگی قدیم و جدید: رمزگشایی تمدنی و معماری سنتی - مدرن و ملی - فراملی مهستان»، *فصلنامه نامه صادق*، شماره ۳۰.
۱۳. فکوهی، ناصر (۱۳۸۳)، *انسان‌شناسی شهری*، تهران: نشر نی.

14. Bakhtin, Mikhail (1981), *The Dialogic Imagination: Four essays*, Trans. C. Emerson and M. Holquist, Austin: University of Texas Press.
15. Bakhtin, Mikhail (1984), *Rabelais and His World*, Trans. Iswolsky H. Bloomington: Indian University Press.
16. Baldwin, Elaine & et al (1999), *Introducing Cultural Studies*, London: Prentice Hall.
17. Barthes, Roland (1957), *Mythologies*, St Albans: Paladin.
18. Barthes, Roland (1964), *Elements of Semiology*, London: Jonatan Cape.
19. Bonnemaïson, Joël (2005), *Culture and Space, Conceiving a New Cultural Geography*, Edited by Chantal Blanc-Pamard, Maud Lasseur and ChristelThibault, Translated by JoséePénot-Demetry, I. B. Tauris& Co. Ltd, London.
20. Chambers, Iain (1986), *Popular Culture: The Metropolitan Experience*, London: Methuen.
21. Czepczynski, Mariusz (2008), *Cultural Landscapes of Post-socialist Cities Representation of Powers and Needs*, Ashgate Publishing Limited, England.
22. Eco, Umberto (1968), *La strutturaassente*, Milan: Bompiani.
23. Eco, Umberto (1979), *The Role of the Reader: Explorations in the semiotics of the texts*, Bloomington: Indiana University Press.



24. Eco, Umberto (1990), *The Limits of Interpretation*, Bloomington: Indiana University Press.
25. Hall, Edward, T. (1959), *The Silent Language*, New York: Doubleday Anchor Books.
26. Hall, Edward, T. (1966), *The Hidden Dimension*, New York: Doubleday Anchor Books.
27. Hall, Stuart (1997), *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, London: Sage & Open University.
28. Hodge, Robert & Kress, Gunther (1988), *Social Semiotics*, Oxford: Polity Press.
29. Jameson, Fredric (1999), *The Geopolitical Aesthetic: Cinema and Space in the World System*, Bloomington: Indiana University Press.
30. Kristeva, Julia (1980), *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*, Trans. Thomas Gora et al., New York: Columbia University Press.
31. Lotman, Yuri (1990), *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*, Translated by Ann Shukman, Bloomington: Indiana University Press.



فصلنامه علمی-پژوهشی

۱۱۶

دوره چهارم
شماره ۴
زمستان ۱۳۹۰

Archive of SID