

## نشانه‌شناسی چشم‌اندازهای فرهنگی؛ راهبردی مفهومی در جغرافیای فرهنگی

سید وحید عقیلی

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران (مسئول مکاتبات)

Email: seyed\_vahid\_aqili@yahoo.com

علی احمدی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران

Email: a.ahmadi@isu.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۲/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۱/۳۱

### چکیده:

مطالعه آثار و عملکردهای مکانی و فضایی به عنوان بخشی از رفتارهای انسان در مطالعات نشانه‌شناسی کاربرد دارد. چون این آثار انسان‌ساخت حاوی اطلاعات و معانی است که موضوع بحث دانش نشانه‌شناسی می‌باشد. از آنجا که چشم‌اندازها از آثار و عملکردهای انسانی محسوب می‌شوند، می‌توانند معانی مورد نظر خالق اثر یا «انسان» را نشان دهند. از این رو نشانه‌شناسی "چشم‌اندازهای فرهنگی" یکی از راههای فهم و کشف معنا در محیط زندگی انسان می‌باشند و در این راستا چشم‌اندازهای فرهنگی به مثابه "متن" و "زمینه" مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرند. برای فهم این بافت‌ها یا متن‌ها از طریق چشم‌اندازهای فرهنگی می‌توان به استعاره‌ها و معانی موجود در آنها پی برد. در این مقاله که به روش کتابخانه‌ای نگاشته شده است، به کاربرد نشانه‌شناسی در مطالعه چشم‌انداز که در جغرافیای فرهنگی بسیار کاربرد دارد، اشاره شده است. گرچه نشانه‌شناسی در دوره معاصر به شاخه‌های مختلف علوم انسانی نفوذ کرده است؛ لیکن تاکنون چنین مباحثی در مطالعات جغرافیای فرهنگی تألیفات کمتری داشته است که البته این موضوع در کشورمان به شدت قابل مشاهده است. لذا ضرورت توجه و انجام تحقیقات و ارائه یافته‌های مربوط توسط جغرافیدانان انسانی لازم به نظر می‌رسد.

واژه‌های کلیدی: نشانه‌شناسی، چشم‌اندازهای فرهنگی، جغرافیای فرهنگی

### مقدمه

دانش نشانه‌شناسی در حوزه‌های مختلفی راه یافته است. این دانش بویژه در علوم انسانی، هنر و علوم اجتماعی کاربرد دارد. نقد هنرهای زیبا، ادبیات، فیلم، درتفسیر معماری، درمطالعه مُد، درتفسیر مجلات و تبلیغات و آگهی‌های تجاری رادیو و تلویزیون، در 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.

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

در جغرافیای انسانی بویژه جغرافیای فرهنگی همانقدر که به پدیده‌ها توجه می‌شود، به همان مقدار نیز به بافت، زمینه و سمبل‌ها و نشانه‌های مکانی پرداخته می‌شود. این موضوع در جغرافیای فرهنگی از طریق مطالعه آثار انسان‌ساخت و چشم‌اندازهای فرهنگی با لحاظ تفاوت‌های فرهنگی، شرایط زمانی 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 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، و ... به عنوان واقعیات خارجی و عینی با حقیقت درونی و باطنی در ارتباط می‌باشد که از طریق آنها می‌توان معنای مورد نظر را جستجو و کشف کرد. این معناشناسی از طریق نشانه‌شناسی قابل دستیابی است. مقصود و هدف از طرح نشانه‌شناسی در جغرافیای انسانی این است که بتوان موضوعاتی را در نشانه‌شناسی جستجو کرد که با جغرافیای انسانی ارتباط نزدیک‌تری داشته باشد و بتواند در مباحث میان‌رشته‌ای بهره‌ای علمی به جغرافیای انسانی ارائه و مسیرهای تازه‌ای در آن بنمایاند.

### مبانی نظری

تحلیل نشانه‌شناسی در مورد همه‌چیز همچون مد، تبلیغات تجاری، فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها، تحلیل شخصیت افراد، آثار هنری-بصری، مباحث زیباشناختی، به کار گرفته می‌شود. بنیادی‌ترین مفهوم در نشانه‌شناسی «نشانه» (sign) است. نشانه‌شناسی (Semiotics) در اصل به معنای علم نشانه‌هاست. واژه سمیوتیک از ریشه یونانی سمیون (Semion) 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، فیلسوف آمریکایی است و اصطلاح علم نشانه‌ها 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). سمیولوژی مرکب از دو واژه لوگوس به معنای «کلمات» و سمیون به معنای «درباره نشانه‌ها» است. عده‌ای از صاحب‌نظران ارتباطی، اصطلاح «علم نشانه‌ها» را برای «سمیوتیک» (Semiotics) و اصطلاح «نشانه‌شناسی» را برای «سمیولوژی» (Semiology) به کار می‌برند (آذری، ۱۳۸۲: ۵۱).

<sup>۱</sup> - Cultural Landscape

<sup>۲</sup> - Man-made

<sup>۳</sup> - Sign

نشانه‌شناسی در دوره‌های مختلف زمانی دارای ماهیت مختلفی بوده است. در اوایل قرن بیستم نشانه‌شناسی یک نگاه ذات‌گرا داشته است. در این دوره به 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 اوایل قرن بیستم، نشانه را با دلالت‌های آن، با یک کد و رمزگان مورد توجه است. بنابراین در اوایل قرن بیستم برداشت از نشانه‌شناسی یک تفکر ابتدایی و ساده است. 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 مثل اینکه مراسمی، پوشیدن لباس سیاه گدی است برای عزاداری.

در دوره دوم که مربوط به اواسط قرن بیستم می‌باشد، نشانه‌شناسی بینامتنی مطرح می‌شود. این دیدگاه توسط میشل باختیل روسی، و سایر نظریه‌پردازان اروپای شرقی به اروپا بویژه در فرانسه نفوذ پیدا کرد. نشانه‌شناسی بینامتنی بیانگر این است که برای مطالعه نشانه‌ها باید آنها را در یک ارتباط گفتگویی و دیالگویی جستجو 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. یکی از مهمترین نظریه‌پردازان این دیدگاه، رولان بارت است که مکتب بارت را که همان مکتب بینامتنی است 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 جستجو کرد.

در دوره سوم و در دوره کنونی، از نشانه‌شناسی با عنوان «نشانه‌شناسی فرآیندی» یاد می‌شود. معنی آن این است که در واقع 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 در یک فرایندی اتفاق می‌افتد و بنابراین در دوره سوم، تولید دلالت جدید در یک فرایند بوجود می‌آید (پاکتچی، ۱۳۸۸).

در سالهای اخیر، اغلب جغرافیدانانی 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<sup>۱</sup>، از 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<sup>۲</sup> نیز انجام پذیرفته است. او نیز در مقاله «برج ایفل» به نشانه‌شناسی برج ایفل پرداخته است.

یکی از مباحث [در جغرافیای فرهنگی]، مطالعه چشم‌انداز به مثابه یک متن - هرمنوتیکی است که از نظر نظریه‌پردازان چشم‌انداز به منزله یک متن، تفسیر چشم‌انداز را مثل یک متن، در کانون مطالعات میان رشته‌ای خود قرار می‌دهند و از مفاهیمی چون عینی‌کردن، بازنمایی، آگاهی، ایدئولوژی و روابط متقابل میان این مفاهیم استفاده می‌کنند. 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

<sup>1</sup> - David Harvey

<sup>2</sup> - Roland Barthes

است که از آن جمله می‌توان به شهر فاسد، شهر مریض، بافت ناامن، مکان یابود و ... شده است. در واقع نوع نگاه به چشم‌اندازها تفسیر چشم‌انداز را در پی دارد و استعاره چشم‌انداز به منزله یک متن مورد توجه قرار می‌گیرد.

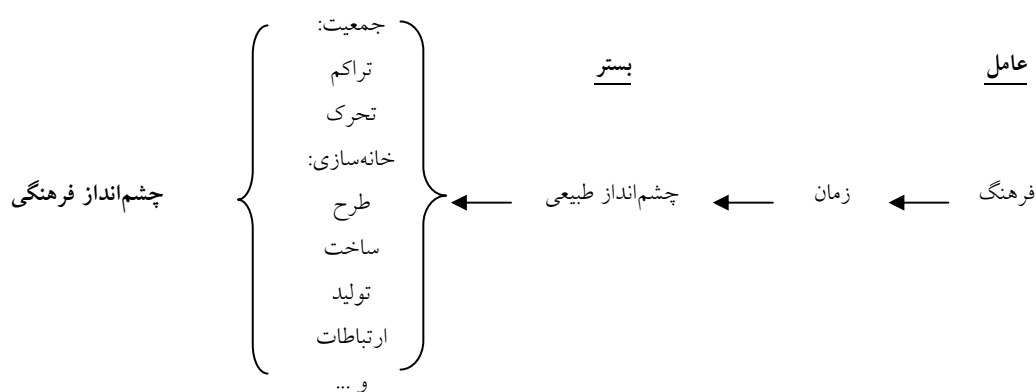
### تعامل نشانه‌شناسی و جغرافیای فرهنگی

یکی از مباحث مهم در جغرافیای انسانی موضوع "چشم‌انداز" است. موضوع چشم‌انداز از مباحث مهم مکتب چشم‌انداز در جغرافیای فرهنگی است که توسط کارل ساور بنیان نهاده شد. نظریه وی وابسته به فلسفه امکان‌گرایی بود. مبنای تفکرات وی فلسفه امکان‌گرایی بود که به جای علیت محیطی یا جبر محیطی، به 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" یکی از بخشهای فرهنگ و بیانگر نیازهای انسانی، ارزشها و هنجارهایی است که در گذشته شکل گرفته و در حال حاضر حفظ می‌شود. در سکونتگاههای انسانی بویژه 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 (Czepczyński, 2008: 28).

"چشم‌انداز" برساخته بصری مصنوعی است که انسانها در سطح زمین بوجود 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 بطور کلی نمایانگر فرهنگ انسانی می‌باشد.

#### فرمها



نمودار شماره ۱: چشم‌انداز فرهنگی از نظر کارل ساور (منبع شکوئی، ۱۳۷۵: ۱۷۸)

گروه‌های متنوع انسانی با فرهنگ‌های مختلف، با اهداف و انگیزه‌های خاص اقدام به ایجاد و خلق چشم‌اندازهای فرهنگی می‌نمایند. این اقدامات از یک‌طرف 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.

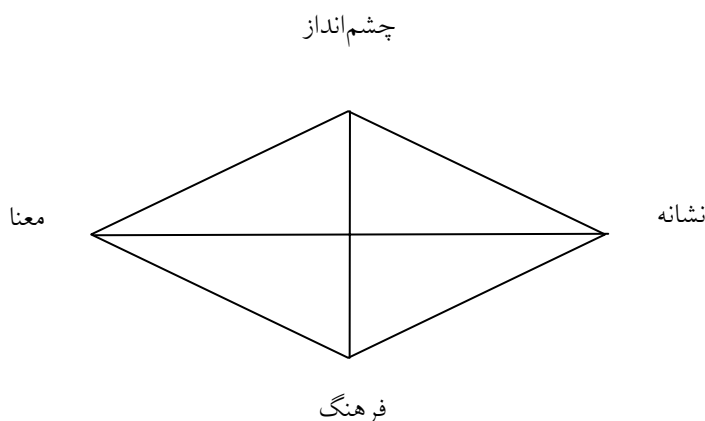
در نشانه‌شناسی "نشانه"ها چیزهایی هستند که برای انسان معنا دارند. هر آنچه که انسان در اطراف خود می‌بیند و برایش معنادار است، می‌تواند به عنوان نشانه مورد مطالعه قرار گیرد.

برای تعداد زیادی از محققان و اندیشمندان (Hall 2002, Gottmann and Harper 1990, Meining 1979, D. Mitchell 2005) چشم‌انداز، در مشابهت با زبان، می‌تواند به عنوان یک نظام بازنمایی عمل کند. نشانه‌ها، نام‌ها، ساختمانها، اماکن و فضاهایی که به عنوان «نمادهای جغرافیایی»<sup>۱</sup> خوانش و تفسیر می‌شوند (CZEPCZYŃSKI, 2008: 43).

ادوارد هال<sup>۲</sup> مردم‌شناس، معتقد است که "نشستگاه" اطلاعات سه گونه است: ۱- زمینه فیزیکی<sup>۳</sup> یا سخت زمینه، ۲- درون افراد (به صورت اطلاعات درونی شده<sup>۴</sup> و ۳- اطلاعات رمزگزاری شده به صورت واژه‌های موجود در یک گفتگوی شفاهی (Samovar, 1994: 23) به نقل از محسنیان‌راد).

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 سمبل می‌باشند 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 می‌باشند. مثل برج ایفل که برای شهر پاریس کشور فرانسه نشانه جغرافیایی است.

در جغرافیای فرهنگی متن بیانگر یک چشم‌انداز، ساخت و کالبد، و موقعیت می‌باشد که در آنها ایده‌ها و تفکرات شکل گرفته‌اند. بطوری که از طریق این ساختارها اطلاعات، معنا و مفاهیم به نمایش گذارده می‌شوند. نشانه‌ها واجد ویژگیها و خصوصیات، متن، شرایط زمانی می‌باشد که حاوی معانی است. این معانی از طریق فرهنگ که در چشم‌اندازها نمایان هستند به ظهور می‌رسند. در نمودار زیر ارتباط بین نشانه و معنا؛ فرهنگ و چشم‌انداز به نمایش درآمده است.



نمودار شماره ۲: ارتباط بین نشانه و معنا

<sup>۱</sup> - Geosymbols

<sup>۲</sup> - E.T.Hall

<sup>۳</sup> - Physical Context

<sup>۴</sup> - Internalized

چون چشم‌انداز به مثابه نوعی از ارتباطات یا زبان تلقی می‌شود. این چشم‌انداز شامل ساختمان‌ها، مکان‌ها و اشیایی هستند که به عنوان نشانه‌ها یا کلماتی که مناظر اطراف را احاطه کرده‌اند عناصری از نظام نمایش نشانه‌ها هستند. به هر حال، تولید معنا در ارتباط با مکانها، رویدادها و ویژگی‌های مناظر شهری و نیز مرتبط با نظام مفاهیم [هر جامعه‌ای] می‌باشد (CZEPCZYŃSKI, 2008: 43).

در جغرافیای انسانی از نشانه‌ها با اصطلاح "نماد جغرافیایی" یاد می‌شود. نماد جغرافیایی در واقع یک شاخص مکانی - فضایی و نشانه‌ای برای انعکاس و بازتاب [فرهنگ، تاریخ و ارزشها] و شکل دهنده هویت است (Bonnemaison, 2005: 45). این مکان می‌تواند یک مکان مقدس مثل مسجد باشد؛ یک مکان قابل رؤیت بلند مرتبه مثل برج ایفل باشد؛ 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»<sup>۱</sup> 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 اندازه زیادی حافظه تاریخی یک پهنه را مشخص می‌سازند. (فکوهی، ۱۳۸۳: ۲۶۰).

به اعتقاد ریشتوفن<sup>۲</sup> شکل خاص کوه‌ها و بویژه نیم رخ قلل، سمبل و نماد گویاتری از پرستش محسوب می‌شود. قلّه قیفی شکل فوجی در ژاپن بیانگر تقدس بیشتری می‌باشد به گونه‌ای که حتی پرواز بر فراز آن ممنوع گردیده 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، از قداست خاصی در نزد بوداییان برخوردار است (تولایی، ۱۳۸۲: ۶۵ و ۶۶).

نمادهای جغرافیایی، قلمرو و محدوده یک سرزمین را بوسیله "نشانه‌ها" نمایان می‌سازند که در آن قلمرو یا سرزمین نگاره‌شناسی<sup>۳</sup> یا شمایل‌شناسی را روی زمین بنا می‌نهد. بنابراین نمادهای جغرافیایی، مرزهای یک قلمرو [انسانی] را نشان می‌دهند، به آن روح می‌دمند، و به آن قلمرو معنا می‌بخشند، و ساخت می‌دهند. همچنین نمادهای جغرافیایی قادرند تا برای یک مکان، محل یا موقعیتی، نقطه اتکا باشند و از چیزی که از آن ساطع و ناشی می‌شود، قدرت و نیرویی بگیرند (Bonnemaison, 2005: 45). 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 نقش‌آفرین هستند. انسان‌ها با نمادسازی، در واقع نوعی محدوده و قلمروسازی نیز برای فرهنگ، آداب و رسوم، دین و سبک زندگی خود ارائه می‌دهند. این

<sup>1</sup> - Places of Memory

<sup>2</sup> - Richthofen

<sup>3</sup> - Iconology

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 ارائه می‌دهند.

مشاهده نماد یک سرزمین در اذهان دیگر فرهنگها، در سطح جهان نیز تأثیرگذار است. یک نماد علاوه بر اینکه در محدوده ملی یک سرزمین شناخته شده است، در سطح جهانی نیز قابل شناسایی و عامل تفکیک از سایر فرهنگ هاست. درج و گنجانیدن نماد یک سرزمین و ناحیه فرهنگی در کتاب‌ها، بروشورهای تبلیغاتی، فیلم‌ها و امروزه نیز از طریق نظام‌های ارتباطی جدیدی همچون اینترنت بر شناخته شدن، اثرگذاری، تأکید بر آن، موجب پذیرش اذهان در سطوح ملی و منطقه‌ای و بین‌المللی از آن نماد خواهد شد. بنابراین آن نماد تبدیل به یک نشانه از یک سرزمین یا فرهنگ خاص خواهد شد. نشانه‌هایی همچون اژدها و پاندا و دیوار چین؛ برج ایفل فرانسه؛ بیگ بن انگلستان؛ شکوفه‌های گیلاس ژاپن؛ اهرام ثلاثه مصر؛ کانگوروی استرالیا و نظایر آن همگی نشانه‌هایی از کشورهای مذکور هستند. البته باید گفت که این نشانه‌ها با معناسازی که از آنها می‌شود معنا پیدا می‌کند و در پس نشانه‌های فیزیکی و عینی، ذهن 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 معناست. 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 تولید شده هر دو در عظمت و میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری نقش دارند. به اقتضای هر دوره و شرایط زمانی این برداشت‌ها متفاوت خواهد بود یعنی متناسب با حاکمیت ایدئولوژی می‌توان برداشت‌های متفاوت داشت. ممکن است در دوره‌ای که عقلانیت حاکمیت خود را از دست بدهد از نشانه فقط چیزی جز شیء، عینیت قابل لمس، و ابعادی فیزیکی مشاهده کرد هرچند آن نشانه، یک هنر ناب و اصیل باشد ولی کسی به ذهنش خطور نکند که این هنر 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 شخصیت و نماد به خود بگیرد، ثالثاً باید در طول زمان مضمون‌هایی را در خود حفظ و استمرار دهد.

بنابراین نگاه تحولی و تاریخی یکی از نکات مهم در مطالعات نشان‌شناسی مکان و فضا است. علت این امر این است طی زمان‌ها و دوره‌های تاریخی و شرایط زمانی مختلف، و در فرهنگ‌های گوناگون معناها متفاوتی تولید می‌شود که از طریق نشانه‌های جغرافیایی رخ می‌دهد.

فضای مورد مطالعه جغرافیدانان یک ساختار چند سطحی دارد. اولین سطح آن مطالعه فضای واقعی و عینی (Objective) یا ساختاری (Structural) آن است. دومین سطح، فضای تجربه شده و احساس شده، و سومین سطح، فضای فرهنگی (Cultural Space) است (Bonnemaïson, 2005: 46). بر این اساس، در جغرافیای انسانی، انسان در یک محیط فیزیکی (محیط زیست) با خلق و ایجاد نشانه‌هایی برای بازیابی هویت و فرهنگ از طریق تولید معناها در زندگی روزمره، دنیاها 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 (icon) و نمادهای جغرافیایی (geosymbols) یک قلمرو فرهنگی (و سیاسی) خلق می‌کنند و در یک سطح کلی‌تر

فضاها و مکانهای فرهنگی را بوجود می‌آورند (Bonnemaison, 2005: 45).

بنابراین، اگر جامعه را به عنوان یک نظام در نظر بگیریم و نمادها و نشانه‌ها را که برگرفته از فرهنگ آن جامعه هستند، چنانچه منطبق بر ارزشها، هنجارها و اصول جامعه باشند و به حفظ جامعه کمک کنند کارکردی و در راستای معناسازی آن، ارگانیک تلقی می‌شوند در غیراینصورت نه تنها جامعه آن را پذیرا نمی‌شود و بی‌فایده می‌انگارد، بلکه آن را به عنوان نماد قلمداد نمی‌کند و در طول زمان امکان دارد کارکرد دیگری را جایگزین کارکرد مورد نظر در زمان ساخت آن، بنماید. زیرا معناهای اشیا و رویدادها در پیوند فرهنگی است که در آن فرهنگ بوجود می‌آیند.

برخی از نمادهای مکان قادر به بازنمایی فرهنگ و هویت یک مکان نیستند. بطوری 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 نماید 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 نویسنده مقاله "برج ایفل" می‌نویسد: "برج حتی قبل از آن‌که ساخته شود، به سبب بی‌فایده‌گی‌اش، شماتت شد، صفتی که در آن زمان برای محکوم کردن آن کافی بود. روح آن دوره، روحی که وقف عقلانیت و تجربه‌گرایی اقدامات بزرگ بورژوازی بود، تحمل مفهوم شیء بی‌فایده را نداشت، مگر این‌که آشکارا شیئی 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 - الکتریک، مسائل ارتباطات از راه دور، مشاهدات هواشناسی و جز آنها. این فایده‌ها بی‌چون و چرا و مسلّم 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، ۱۳۸۷: ۳۳ و ۳۵)

### نشانه‌های مکانی و فرهنگ

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

۱. قلمرو که شامل مرزها و علائم جغرافیایی که دارای ساختار سیاسی با مراکز، هسته‌ها 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 محیط های انسانزده و متأثر از فعالیتهای او هستند.

نمادگرایی، ساختار سمبلیک از یک محیط جغرافیایی که به دنیای اطراف ما معنا میبخشد در ارتباط با اخلاقیات و متافیزیک هستند. این نمادها معنویت یک مکان را به نمایش میگذارند. همان چیزی که ما از آن به "روح مکان" نام میبریم (Bonnemaison, 2005: 17).

نشانه‌های مکانی دارای ویژگیهای مکانی هستند که برخی از آنها عبارتند از:

۳. 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.

۴. پویایی و جریان مکانی: اصولاً نشانه‌ها برای ارتباط با دیگران بکار 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 محیط‌های که ارتباطات قوی وجود دارد نشانه‌ها بسیار متنوعند. بنابراین مشاهده نشانه‌های متنوع در مکانها و سرزمینها نشان‌دهنده سطح ارتباطات انسانی است.

۵. 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 تا نشانه‌های مکانی که در فاصله‌ای دورتر و در حاشیه قرار دارند. بنابراین هر چه 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.

۶. کارکردهای مکانی نشانه‌ها: نشانه‌ها در مکانهای مختلف معانی مختلف را القا می‌کنند. بطوری که نشانه‌هایی که در یک مکان مذهبی بکار می‌روند با نشانه‌هایی که محیط غیرمذهبی فرق دارند.

۷. 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.

بنابراین مفهوم چشم‌انداز یک واحد کل از مکان و ناحیه‌ای از سطح زمین است که اولاً دارای پدیده‌های عینی (Objective) قابل رؤیت است (جنبه بصری)، ثانیاً این چشم‌انداز علاوه بر صورت خارجی دارای بُعد انتزاعی و ذهنی (Subjective) است که واجد معنا هستند (جنبه غیرمادی یا معنا)، بنابراین چشم‌انداز ضمن دارا بودن کالبد که دارای ویژگی‌های هندسی و زیباشناسی است، واجد معنا نیز می‌باشد، و ثالثاً پدیده‌های چشم‌انداز بر احساسات و روحيات ما تأثیر می‌گذارند (تأثیرات روحی). رنگ، نقش، بافت، کیفیت و اصولاً هنر بکار رفته 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 بوجود می‌آید.

### نتیجه‌گیری

انسان به عنوان یک عامل اثرگذار و معناساز در محیط‌های انسانی موجب ایجاد فضاهایی با معناهای گوناگون می‌شود. برای تفسیر و بازنمایی چنین فضاهایی نیاز به دانش نشانه‌شناسی است؛ چرا که این اثرات و نشانه‌ها در آثار انسان‌ساخت از طریق این علم قابل تفسیر و بازخوانی خواهد بود. بر این اساس، نشانه‌های محیط‌های انسانی از طریق چشم‌اندازهای فرهنگی با سه هدف عمده شکل می‌گیرند: ۱- به لحاظ فرهنگی و بازنمود هویت فرهنگی؛ ۲- از نظر زیبایی‌شناسی و هنری و ۳- از منظر کارکردی و عملکردی. چنین مقاصدی می‌تواند ویژگی‌های نواحی و مکانها را در خود به نمایش بگذارد که ویژگی مشترک این نشانه‌های جغرافیایی دلالت‌های معنایی آنهاست که دستیابی به معانی نهفته در آنها از طریق این ویژگی‌ها قابل دستیابی می‌گردد.

محققان عرصه مطالعات فرهنگی نیازمند مجهز شدن به تکنیک‌ها و روشهای کارآمد برای تفسیر معناهای فضاهای فرهنگی به عنوان یک متن هستند و با این فن قادر به نظم‌بخشی و سازماندهی فضای زندگی خواهند بود.

### منابع:

۱. آذری، غلامرضا (۱۳۸۲): «نشانه‌شناسی ارتباطات غیرکلامی در بین گم‌دین‌های سینمای کلاسیک هالیوود» رساله دکترا تخصصی رشته علوم ارتباطات اجتماعی (Ph.D)، دانشگاه آزاد واحد علوم تحقیقات، جلد اول، تهران.
۲. آسابرگر، آرتور (۱۳۷۹): نقد فرهنگی، ترجمه حمیرا مشیرزاده، انتشارات باز، تهران.
۳. بارت، رولان: برج ایفل، ترجمه یوسف ابادری، مجله ارغنون، شماره ۱۹.
۴. پاکتیچی، احمد (۱۳۸۸): مجموعه تقریرات درسی رشته معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
۵. پهلوان، چنگیز (۱۳۷۸): فرهنگ‌شناسی، انتشارات قطره، تهران.
۶. تولایی، نسرین (۱۳۸۲): نقش مذهب در شکل‌گیری فضای جغرافیایی، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۶۹.
۷. شکویی، حسین (۱۳۷۵): اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا، جلد اول، تهران: گیتاشناسی.
۸. شکویی، حسین (۱۳۸۷): اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا، جلد دوم، گیتاشناسی، تهران.
۹. فکوهی، ناصر (۱۳۸۳): انسان‌شناسی شهری، نشر نی، تهران.

10. Bonnemaïson, Joël (2005): Culture and space, conceiving a new cultural geography, Edited by Chantal Blanc-Pamard, Maud Lasseur and Christel Thibault, Translated by Josée Pénot-Demetry, I.B. Tauris & Co. Ltd, London.
11. Czepczynski, Mariusz (2008): Cultural Landscapes of post- Socialist Cities Representation of Powers and Needs, Ashgate Publishing Limited, England.
12. Samovar, Larry, A. Richard E. Porter (1994): Intercultural communication: A Reader, Belmont Wadsworth.





