

پدیدارشناسی و رابطه هویت و مکان در مقیاس‌های جغرافیایی

مرجان بدیعی ازندهی^۱

استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران

محمدهادی پوینده

دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه تهران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۰۲/۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۱۱/۰۹

چکیده

پدیدارشناسی به عنوان یک رویکرد فلسفی درک خاصی از مکان و فضا را بیان می‌دارد. این رویکرد به وسیله جغرافی‌دانان نیز در مباحث گوناگون مانند «مکان» و «هویت» مورد استفاده قرار می‌گیرد. «مکان» مجموعه متنوعی از پیوندها و شبکه‌های ارتباطی و یا فرایندهای اجتماعی است که در مقیاس‌ها و فواصل گوناگون در جریان هستند و «هویت» پاسخی به نیاز طبیعی انسان برای شناساندن خود با یک سلسله عناصر و پدیده‌های فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی است که تحت تاثیر همین فرایندها در مقیاس‌های گوناگون جغرافیایی شکل می‌گیرد. امروزه با شکل‌گیری «فضای مجازی» در عصر اطلاعات و ارتباطات این پرسش مطرح می‌شود که چگونه مکان می‌تواند بازهم نقش تعیین‌کننده‌ای در هویت افراد در مقیاس‌های جغرافیایی متفاوت داشته باشد؟ این نوشتار با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی و با بهره‌گیری از روش تحقیق تحلیلی در پی بیان رابطه هویت و مکان در مقیاس‌های جغرافیایی گوناگون می‌باشد.

واژگان کلیدی: پدیدارشناسی، هویت، مکان، مقیاس‌های جغرافیایی

۱- مقدمه

تا پیش از جهانی شدن ارتباط بین مکان‌ها به ابزارهای ارتباطی خاصی محدود می‌شد و هویت افراد به میزان زیادی تحت تاثیر بنیادهای هویتی در مقیاس محلی به ویژه مکان و فضای منحصربه‌فرد قرار داشت. البته حکومت‌ها می‌کوشیدند به شیوه‌های گوناگون مردم تحت حاکمیت خود را بر مبنای بنیادهای هویتی مشترک به ویژه سرزمین و تعلقات مکانی به یکدیگر نزدیک نمایند. لذا در کنار هویت محلی، شکل دیگری از هویت در میان مردم پدید آمد که به هویت ملی موسوم گردید. اما در «دوره جهانی شدن» و «عصر ارتباطات و اطلاعات» به دلیل پیشرفت‌های سریع تکنولوژیکی، شرایط تا حدود زیادی تغییر کرده است. به بیان دیگر «جهانی شدن» از طریق توسعه «تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات» از یک طرف موجب فشردگی و تراکم جهان و تقویت خودآگاهی جمعی در میان ابناء بشر گردیده و از طرف دیگر، طی آن، مکان‌ها بیش از پیش در معرض آثار و پیامدهای ناشی از جریان‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی قرار گرفته‌اند. بر این اساس بسیاری از مردم از طرق مختلف مانند تلویزیون، ماهواره و اینترنت می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این امر موجب می‌شود که تا حد زیادی تحت تاثیر فضای جریان‌ها قرار گرفته و به نوعی «هویت» گذشته‌شان که بیشتر تحت تاثیر «مکان» زندگی آن‌ها بود تحت الشعاع این «ارتباطات» قرار گیرد. به بیان دیگر، در عصر اطلاعات و ارتباطات، «فضای مکان‌ها» توسط «فضای جریان‌ها» که در آنها دانش و سایر اشکال اطلاعات از طریق شبکه‌های الکترونیکی تحت وب و یا سایر شبکه‌ها از نقطه‌ای به نقطه دیگر منتقل می‌شوند به چالش کشیده می‌شوند. امروزه با شکل‌گیری فضای مجازی در عصر اطلاعات و ارتباطات این پرسش مطرح می‌شود که آیا «مکان» هنوز هم نقش تعیین‌کننده‌ای در هویت افراد در مقیاس‌های جغرافیایی گوناگون ایفا می‌کند؟ پاسخ به این پرسش هدف اصلی این نوشتار را تشکیل می‌دهد.

۲- بحث نظری

۲-۱- پدیدارشناسی و جغرافیا

«پدیدارشناسی»^۱ از ریشه phainain گرفته شده که به معنای نمایش دادن و نشان دادن است و آن را پدیدارشناسی ترجمه کرده‌اند. نقطه تمرکز پدیدارشناسی مفهوم «جدانپذیری انسان و جهان» (چگونگی وجود انسان‌ها در ارتباط با جهان) است. به عبارت دیگر پدیدارشناسی، جدایی میان انسان و جهان در نگرش‌های ایده آلیستی و رئالیستی را با مفهوم جدایی‌ناپذیری انسان و جهان جایگزین می‌کند؛ کلیتی به نام انسان-جهان که نه به دو چیز بلکه به یک کل واحد اشاره دارد (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴). بر این اساس در تحقیقات مرتبط با پدیدارشناسی «تجربه فرد» نقش مهمی داشته و هدف اصلی پدیدارشناسی بررسی، تحقیق و شناخت مستقیم و بی‌واسطه پدیده‌هاست (پرتوی، ۱۳۸۷: ۲۸). نکته قابل تامل در اینجا، مفهوم «پدیده» است. واژه «پدیده» در فرهنگ ویستر به معنای یک شی یا یک جنبه و نمود شناخته شده از طریق حواس و نه از طریق تفکر آمده است (همان: ۲۷). به عبارت دیگر پدیده را می‌توان چیزی دانست که به خودی خود ظاهر است. یعنی آن چه خود را نشان می‌دهد نه از آن جهت که از چیز دیگری حکایت می‌کند یا مدلول چیز دیگری است (داریک، ۱۳۷۶: ۱۳۸). از دیدگاه

^۱ - Phenomenology

پدیدارشناسی، «پدیده» اشاره به چیز یا تجاربی دارد که بر انسان ظاهر شده و قادر به تجربه شدن باشد (پرتوی، ۱۳۸۷: ۲۷). بر این اساس هر شی، رویداد، تجربه و موقعیتی که بشر بتواند آن را ببیند، بشنود، لمس کند، بشناسد، بفهمد و یا در آن زندگی کند، می‌تواند موضوعی برای یک تحقیق پدیدارشناسانه باشد (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴).

رویکرد پدیدارشناسی به معنای فهم جهان آن گونه که بر پژوهشگر ظاهر می‌شود از مفاهیم مهم در جغرافیای انسان‌گرا تلقی می‌گردد (میرحیدر و حمیدی نیا، ۱۳۸۵: ۲۶) و کاربرد وسیعی در تحقیقات جغرافیایی دارد. برای مثال «رلف»^۱ که کمک مهمی در بسط رویکرد پدیدارشناسانه در جغرافیا ارائه کرده است تاکید دارد که اساسا جغرافیا مبنایی پدیدارشناسانه دارد و شناخت مکان هنگامی میسر است که از دیدگاهی پدیدارشناسانه مورد مطالعه قرار گیرد (تبریزی، ۱۳۸۲: ۹۷). به جز «رلف» جغرافی دانان دیگری نیز به موضوع تاکید داشته‌اند که بیانات «پاسن»^۲ شاید صریح‌ترین و مجمل‌ترین آنهاست. وی می‌نویسد: «علم جغرافیا در واقع دارای یک بنیان پدیدارشناسی است به عبارتی می‌توان گفت که علم جغرافیا از خودآگاهی جغرافیایی استنتاج می‌گردد. جغرافی دان و جغرافیا تنها در جامعه‌ای وجود دارند که دارای حس جغرافیایی باشد» (رلف، ۱۳۸۹: ۶). «اریک داردل»^۳ نیز در این باره معتقد است: «واقعیت جغرافیا بیش از هر چیز «مکانی» است که یک نفر در آن حضور دارد و شاید مکان‌ها و منظره‌هایی که او به خاطر می‌آورد، و در مرحله بعد مفاهیم رسمی محل، منطقه و یا اشکال زمینی قرار دارند. در این صورت باید گفت که فضای جغرافیایی به صورت یکنواخت و همگن نیست بلکه دارای نام و نشان مخصوص به خود است. به طور خلاصه «داردل» ادعا دارد که جغرافیا مقدماتا تجربه‌ای عمیق و سریع از جهان است که با «معنا» انباشته گردیده و به همین دلیل پایه و اساس وجود انسان است» (همان).

بنابر آن چه بیان شد، می‌توان گفت یکی از پدیده‌هایی که مورد توجه پدیدارشناسان قرار داشته است «مکان» است. در واقع مکان در پدیدارشناسی «فضای زیسته» خوانده می‌شود جایی که محل عینیت یافتن ارزش‌ها و تجارب انسانی است (پرتوی، ۱۳۸۷: ۲۳۳). هدف از پدیدارشناسی مکان، شناسایی کاراکترهای گوناگون مکان و خصوصیات محسوس و غیرمحسوس آن است که ضمن وفاداری به ماهیت مکان‌های خاص در پی تعمیم معنی آن به الگوهای وسیع‌تری از ساختارهای اصلی و ارتباط متقابل انسان با مکان است (همان: ۲۱۵). از دیدگاه پدیدارشناسی، پدیداری مکان به میزان و چگونگی ادراک و التفات ذهن انسان وابسته است و پدیدارشناسی به مراتب بازگشت به خود اشیا بر می‌گردد. پدیدارشناس نظریه‌پردازی نمی‌کند بلکه بر ملاحظه دقیق پدیدارها و سپس توصیف آنها می‌پردازد (بمانیان و محمودی نژاد، ۱۳۸۷: ۱۸). بر این اساس در پدیدارشناسی مکان، «تجربه» اصلی‌ترین رکن در ادراک است (بدیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۶۳). این تجارب شخصی را می‌توان از طریق مصاحبه، مشاهده، خواندن، نوشتن و زندگی کردن کسب نمود. مثلا ادبیات، شعر، زندگی نامه و هنر منابع غنی تجارب هستند (پرتوی، ۱۳۸۷: ۱۷۶).

در هر حال می‌توان گفت پدیدارشناسی این توان را دارد که در فرایند یک رویکرد فلسفی به تبیین مولفه‌های مرتبط با مکان و چگونگی احراز هویت، حس و روح مکان پردازد. به عبارت دیگر پدیدارشناسی این توان را دارد تا به

¹ -Relph

² -Passen

³ -Eric Dardel

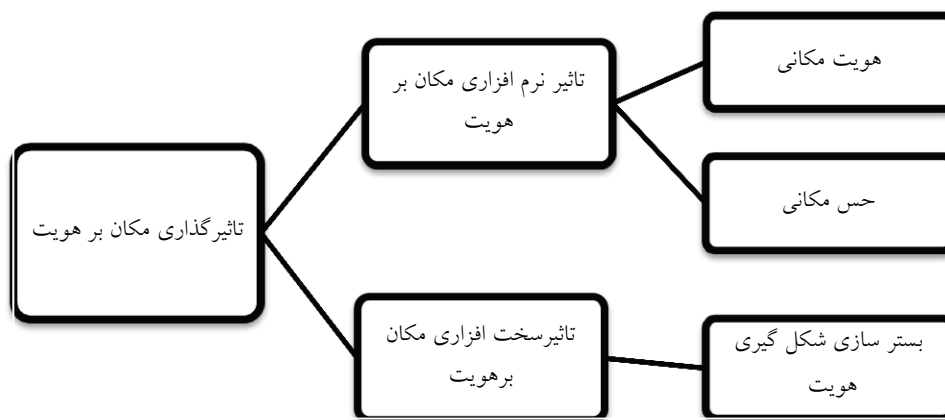
ایجاد محیط‌های واجد «معنا» و فراخوانی «حس مکان»، «روح مکان» و «معنای مکان» پردازد که مولفه‌های اساسی در هویت مکانی به شمار می‌روند (بمانیان و محمودی نژاد، ۱۳۸۷: ۷). در واقع هویت مکانی از این لحاظ که می‌تواند در تعیین هویت افراد، گروه‌ها و ... تاثیرگذار باشد، در جغرافیای انسان‌گرا دارای اهمیت است. از این رو در ادامه به صورت مبسوط به آن اشاره خواهد شد.

۲-۲- هویت و مکان از منظر پدیدارشناسی

پیشتر بیان شد که پدیدارشناسی یکی از فلسفه‌های عمده‌ای است که به تفکر در خصوص جنبه مکانی پرداخته است (کرنگ، ۱۳۸۳: ۱۵۱). طبق رویکرد پدیدارشناسانه مفهوم مکان حاصل امتزاج انسان و نظم طبیعی بوده و به عنوان مرکز اصلی تجربه آنی ما از جهان شناخته می‌شود. در واقع طبق این رویکرد، تعریف مکان بیشتر از این که توسط محل‌ها، چشم اندازه‌ها و جوامع خاص صورت پذیرد از طریق تمرکز تجارب و اهداف در محیط‌های خاص انجام می‌شود (رلف، ۱۳۸۹: ۱۶۷). بر این اساس، «مکان» ترکیبی است از جا، منظر، آیین، مسیر، افراد دیگر، تجربه شخصی، اهمیت دادن و پاسداری از کاشانه و زمینه‌ای برای دیگر مکان‌ها و فضایی است که برای فرد یا گروهی از مردم واجد معنا باشد. بنابراین بدون فهم جامعی از مکان که دربرگیرنده مشخصات انسانی است، مشکل می‌توان علت بخصوص بودن بعضی از مکان‌ها را توضیح داد (پورجعفر، ۱۳۹۰: ۱۴). از این منظر، سکونتگاه‌هایی که انسان‌ها می‌سازند چیزی بیش از مصنوعات صرفاً فیزیکی قابل اندازه‌گیری و نظم‌دهی عینی هستند. محیط‌های ما چیزی بیش از صرفاً زمینه یا ظرفی برای فعالیت‌های انسانی و در واقع تجسم و مظهر هستی ما هستند. این نکته را زمانی متوجه می‌شویم که در هنگام قدم زدن در طول یک خیابان، خانه‌ای که به آن نزدیک می‌شویم به طور معناداری از پیاده‌روی که بر روی آن راه می‌رویم به ما نزدیک‌تر است در حالی که از نظر فیزیکی نزدیکی ما به پیاده رو بیش از نزدیکی ما به آن خانه است. از این مثال روشن می‌شود که انسان‌ها آن گونه که صندلی‌ها و میزها فضا را اشغال می‌نمایند صرفاً به طور مادی در جهان قرار نگرفته‌اند و صرفاً فضا را اشغال نمی‌کنند؛ به عکس ذهنیت انسانی به طور فعالی در محیط غوطه‌ور است در حالی که تفسیر و تاویل می‌کند، شهود می‌کند، حس می‌کند، به طور عاطفی و عقلانی پاسخ می‌دهد و به طور معناداری معنی و اهمیت آن را در مجموعه‌ای از ارزش‌ها تعیین می‌کند (پرتوی، ۱۳۸۷: ۶۸). بر این اساس زمانی که با رویکرد پدیدارشناسانه به مکان بنگریم، مکان از قالب یک محل و موقعیت معمولی بیرون آمده و آنچه آن را خاص می‌سازد امتزاج مکان با ارزش‌های بشری است به طوری که در آن روابط اجتماعی، هویت و زندگی به وجود می‌آید (شکویی، ۱۳۸۶: ۲۸۷).

از طرف دیگر هویت پاسخی به نیاز طبیعی در انسان برای شناساندن خود با یک سلسله عناصر و پدیده‌های فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی است (مجتهدزاده، ۱۳۸۷: ۱۲۴). «هایدگر» در کتاب «سکونت، ساختن و تفکر» در این رابطه می‌نویسد: دریافت هویت از طریق سکنی‌گزینی و در ارتباط با فهم اشیا می‌باشد چنانچه فهم پدیدارها بالاخص مکان دارای نقش اساسی در هویت و اصالت بشر می‌باشد (بمانیان و محمودی نژاد، ۱۳۸۷: ۱۷). بنابراین ارتباط بین مکان و هویت با کاربرد چنین رویکردی به خوبی قابل فهم است. بر این اساس، مکان به دو صورت بر هویت افراد تاثیرگذار است. در حالت اول، مکان بستر ساز شکل‌گیری هویت می‌باشد که نگارندگان از آن تحت عنوان «تاثیر سخت افزاری مکان بر هویت» یاد می‌کنند. چراکه به گفته «گل محمدی» «اساساً هویت‌ها در خلا ساخته

نمی‌شوند» (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۸۰). به بیان دیگر، تا بستری برای شکل‌گیری مولفه‌های هویتی وجود نداشته باشد هویتی شکل نمی‌گیرد. بر این اساس در وهله نخست ما به مکانی نیازمندیم تا بتوانیم در آن به اجتماعی تعلق پیدا کنیم؛ به مکانی که در آن مسئولیت بپذیریم، به محل ویژه‌ای در روی زمین نیاز داریم با یک ارتباط پر ثمر با زمین و آب، گیاه و حیات حیوانی، فصول آسمانی و .. (پرتوی، ۱۳۸۷: ۱۵۳). در حالت دوم، مکان ایجادکننده حس و هویتی است که جغرافیدانان از آن تحت عنوان «حس مکانی» و «هویت مکانی» نام می‌برند و نگارندگان نیز آن را تحت عنوان «تاثیر نرم افزاری مکان بر هویت» قلمداد می‌کنند (شکل شماره ۱).



شکل شماره ۱- تاثیرگذاری مکان بر هویت از نظر نگارندگان

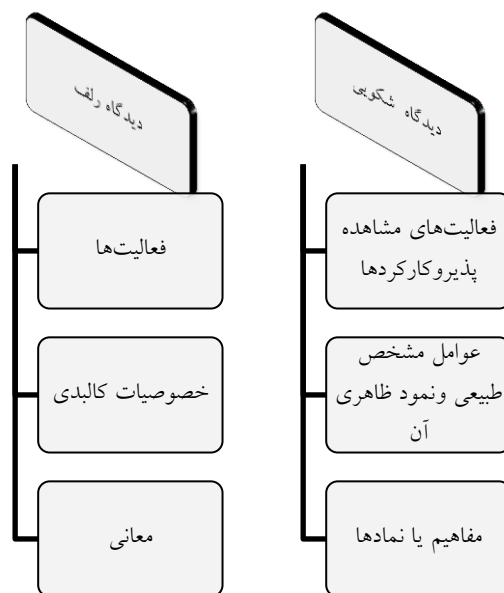
ترسیم از: نگارندگان

در واقع طریق دوم تاثیرگذاری مکان بر هویت ناشی از «حس مکانی» و «هویت مکانی»^۱ است که هر دو نیز متاثر از «هویت مکان» می‌باشند. در اینجا لازم است برای اجتناب از یکی پنداشتن «هویت مکان» و «هویت مکانی» به تفکیک آن دو بپردازیم. در واقع «هویت مکانی» نوعی ابراز وجود است که از معنای محیطی برای تعیین هویت استفاده می‌کند (میرحیدر، ۱۳۸۶: ۵۳) (مویر، ۱۳۷۹: ۳۷). به بیانی دیگر «هویت مکانی»، «احساسی» در یک فرد یا یک جمع است که به واسطه ارتباطشان با یک مکان برانگیخته می‌شود. در این مفهوم، ارتباط تنگاتنگی بین هویت مکانی و حس مکانی ایجاد می‌شود زیرا حس مکانی مربوط به وابستگی انسان به مکانی است که در آن زندگی می‌کند و هویتی است جمعی که به یک مکان خاصی گره خورده است و شاید بهترین اندیشه به عنوان «ویژگی» منحصر به فرد از یک مکان باشد (Flint, 2006: 6). ولی «هویت مکان» به ویژگی‌های قابل تشخیص «مکان بیرونی» اشاره دارد. به بیانی دیگر از دیدگاه جغرافیایی هویت هر مکان از سه عامل در هم تنیده تشکیل می‌شود: «عوامل مشخص طبیعی و نمود ظاهری آن»؛ «فعالیت‌های مشاهده پذیر و کارکردها» و «مفاهیم یا نمادها». در داخل هر یک از این سه عامل نیز تعداد زیادی از مفاهیم، شرایط و عناصری موجود است که با شیوه‌های بی‌شمار می‌توانند با یکدیگر ترکیب شوند و هویت ویژه‌ای را سامان دهند. هویت‌یابی هر مکان، ویژه همان مکان است (شکویی، ۱۳۸۲: ۲۷۶). «رلف» نیز در کتاب «مکان و بی‌مکانی»^۲، «خصوصیات کالبدی»، «فعالیت‌ها» و «معانی» را به عنوان سه پایه هویت مکان در نظر

^۱ -identity of place and Sense of place

^۲ -place and placelessness

می‌گیرد. رلف در ادامه می‌نویسد احتمالاً دو عنصر دیگر به سادگی درک می‌شوند ولی عنصر مهم «معنی» خیلی مشکل‌تر فهمیده می‌شود (رلف، ۱۳۸۹: ۶۲). (شکل شماره ۲). «لینچ»، «معنی» را یکی از معیارهای شکل یک مکان خوب (مانند شهر) در نظر می‌گیرد و منظور از آن میزانی است که مکان (مانند شهر) می‌تواند به روشنی توسط ساکنان آن ادراک شود. به بیان دیگر، «معنی» یعنی اینکه یک مکان تا چه اندازه می‌تواند به وضوح درک شده، از نظر ذهنی قابل‌شناسایی باشد و ساکنان آن، آن را در زمان و مکان به تجسم درآوردند و تا چه اندازه آن ساختار ذهنی با ارزش‌ها و مفاهیم جامعه در ارتباط است. یعنی انطباق محیط با توانایی‌های احساسی و ذهنی و ساختارهای فرهنگی (میرمقتدایی، ۱۳۸۳: ۳۰). نتیجه اینکه، هویت مکان‌ها در ارتباط با تحولات مداوم در طول تاریخ پیوسته تعریف و بازتعریف خواهند شد. «شولتز»^۱ نیز ضمن پذیرش ثابت نبودن ساختار مکان‌ها در طی زمان اظهار می‌دارد که مکان‌ها از هویت خود در طول زمان محافظت می‌کنند. وی در ادامه می‌نویسد ساختار مکان ثابت نیست و مکان‌ها تغییر می‌کنند. البته نه بدان معنا که حس مکان تغییر می‌کند یا از بین می‌رود (پرتوی، ۱۳۸۷: ۱۲۱).



شکل شماره ۲- عوامل سازنده هویت مکان از دیدگاه جغرافی دانان با رویکرد پدیدارشناسی
ترسیم از: نگارندگان

۳-۲- مقیاس‌های جغرافیایی^۲

جغرافیا دانشی است که با مقیاس‌های گوناگون (از مقیاس‌های محلی گرفته تا جهانی) در ارتباط است و به مطالعه و شناخت ابعاد و مقیاس فرایندهای محیطی و اجتماعی می‌پردازد. در واقع «مقیاس» بعد چهارم جغرافیا را تشکیل می‌دهد (پورا احمد، ۱۳۸۵: ۹۲). در دانش جغرافیای سیاسی و ژئوپلیتیک نیز «مقیاس» یکی از مفاهیم بنیادی است که میان واقعیت‌های اجتماعی و واقعیت‌های فضایی این دانش رابطه معنادار عمیق، دقیق و مستحکمی ایجاد می‌نماید (ذکی، ۱۳۸۹: ۱۶). فلینت در کتاب «مقدمه ای بر ژئوپلیتیک» مقیاس جغرافیایی را به این صورت تعریف می‌کند:

¹ -Schutz

² -geographical scales

«اقدامات افراد و گروه‌هایی از افراد در دامنه یا برد جغرافیایی‌شان قرار دارد. این برد یا دامنه است که به عنوان مقیاس جغرافیایی شناخته می‌شود» (Flint, 2007: 11). بر این اساس مقیاس‌های جغرافیایی را می‌توان به منزله سکوی انواع خاص فعالیت‌های اجتماعی در نظر گرفت. از این رو می‌توان یک سلسله مراتب نامنسجمی از مقیاس‌های جغرافیایی را به رسمیت شناخت که از سطح فردی، خانه، محله تا سطح محلی، ناحیه‌ای، ملی و جهانی گسترش می‌یابند (میرحیدر و ذکی، ۱۳۸۹: ۱۱). در این راستا تیلور و فلینت بر این باورند که مکان به منزله یک مقیاس جغرافیایی است که به عنوان محل زندگی روزمره ما تعریف می‌شود. در عین حال خود مکان، یک مقیاس در سلسله مراتبی است که از سطح فردی تا جهانی امتداد می‌یابد (تیلور و فلینت، ۲۰۰۰: ۶۰). به همین دلیل می‌توان گفت مکان، خود از برخورد عوامل محلی، ناحیه‌ای و جهانی به وجود می‌آید و در آن روابط متقابلی میان «شرایط مکانی»، «هویت» و «زندگی مادی» شکل می‌گیرد (بدیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۵۹) زیرا در چارچوب یک سلسله مراتب، مقیاس‌ها «متداخل^۱» یا در ارتباط با یکدیگر عمل می‌کنند (Herod and Wright, 1999, Herb and Kaplan, 2002). در نتیجه تحلیل هر فضا و مکان جغرافیایی و هر عنصری از عناصری که در ترکیب آن مداخله کند و هر فرایندی که در آن اثر بگذارد تنها زمانی قابل درک است که در چارچوب نظامی از مقیاس‌ها صورت پذیرد (دولفوس، ۱۳۷۴: ۲۹).

در پایان این مبحث ذکر این نکته ضروری است که در مقوله مقیاس‌های جغرافیایی، سه مقیاس محلی، ملی و جهانی بیش از سایر مقیاس‌ها مفید هستند هرچند که سایر سطوح فرعی را می‌توان در مقیاس‌های اصلی ادغام نمود. به عنوان مثال، سطوح ناحیه‌ای و قومی را می‌توان در مقیاس محلی در نظر گرفت و سطوح بین‌المللی و جهانی را در مقیاس جهانی جای داد.

یافته‌های تحقیق

۱- پدیدارشناسی و سطوح هویت در جغرافیا تحت تاثیر عصر اطلاعات و ارتباطات
به زعم بسیاری از اندیشمندان، عصری که در آن قرار داریم به عصر «جهانی شدن» یا «عصر اطلاعات و ارتباطات» شهرت یافته است و موتور محرکه آن در عرصه فرهنگ، سیاست و اقتصاد، «فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی»^۲ پیشرفته است. فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی پیشرفته مانند اینترنت، ماهواره، رادیو و تلویزیون، دورنگار، پست تصویری و الکترونیکی در ظهور جامعه شبکه‌ای و آگاهی سیاره‌ای بسیار مؤثر بوده و به تبع آن، پیوندهای سیاسی، فرهنگی و اجتماعی در سطح جهانی در شبکه‌ای به هم پیوسته، افزایش یافته است. بر این اساس توسعه «تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات» از یک طرف موجب فشردگی جهان و تقویت خودآگاهی جمعی در میان ابناء بشر می‌گردد و از طرف دیگر طی آن، مکان‌ها بیش از پیش در معرض آثار و پیامدهای جریان‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی قرار می‌گیرند. در هر حال باید توجه داشت جهانی شدن نه فقط بر اقتصاد، سیاست و مناسبات اجتماعی، بلکه بر فرهنگ‌ها و نظام‌های آموزشی و هویت مردمان نیز تأثیر می‌گذارد (Carnoy and Rhoten: 2002) و موجب انتقال بسیار سریع و گسترده فرهنگ و سبک زندگی مُدرن در تمام حوزه‌های زندگی و حتی باعث تغییر در ارزش‌ها،

¹ - Nested

² - Information and Communication Technology

هویت، روابط انسانی و عواطف انسان‌ها در تمام جهان می‌شود (استیگلس، ۱۳۸۲). از نظر «آبادری» پنج بعد جریان فرهنگی جهانی عبارتند از: جریان‌های قومی؛ رسانه‌ای؛ فن‌آوری؛ مالی و فکری. از نظر وی، رشد اخیر این جریان‌ها به شکل‌گیری یک فرهنگ جهانی انجامیده است (شورت و کیم، ۱۳۸۴: ۱۰۹). در واقع، نتیجه جریان‌های مذکور منجر به یکسان شدن جهان بینی‌ها و یکسان شدن جهانی بینی‌ها نیز منجر به یکسان شدن سلیقه‌ها می‌شود و لذا اختلاف بین آداب و رسوم، شیوه‌های زندگی و حتی آداب روزمره نظیر خوارک، پوشاک، آرایش و حتی ظریف‌ترین حرکات نظیر سخن گفتن، راه رفتن و نشستن از بین می‌رود (فکوهی، ۱۳۷۸: ۷۵). در مجموع اگر عصر اطلاعات و ارتباطات را فرایند یا مجموعه‌ای از فرایندهایی بدانیم که تغییراتی را در سازمان فضایی روابط اجتماعی صورت‌بندی می‌نماید در آن صورت فرایندهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نتایج زیر را سبب می‌شود: الف) مکان‌ها در سراسر دنیا به طور فزاینده‌ای به هم مرتبط می‌گردند. ب) روابط اجتماعی و مبادلات اقتصادی به صورت قابل ملاحظه‌ای در مقیاس بین قاره‌ای اتفاق می‌افتند ج) کره زمین خودش به صورت یک موجودیت جغرافیایی قابل تشخیص در می‌آید (Cloke and Goodwin, 1999: 337). از این رو می‌توان گفت بر خلاف ادوار گذشته در عصر ارتباطات و اطلاعات میزان تعاملات و تبادلات بین مکان‌های مختلف به شدت افزایش یافته و به تبع آن هویت افراد ساکن در مکان‌های مختلف نیز تحت تاثیر همین تعاملات قرار گرفته است و به نوعی دچار سیالیت گشته است. همین مساله منجر شده است که برخی از اندیشمندان علوم انسانی بدون توجه به ویژگی‌های مکانی و نقش مکان‌ها در شکل‌گیری هویت افراد سخن از شکل‌گیری یک هویت مشترک جهانی نمایند که در آن مکان و ویژگی‌های مکانی نقش تاثیرگذاری را در شکل‌گیری نخواهند داشت ولی بر خلاف این مطالعات که بیشتر مبتنی بر پیش فرض‌های رویکرد اثبات گرایانه می‌باشد در رویکرد پدیدارشناسانه فرض بر این است که انسان‌ها و محیط آنها به طور صمیمانه‌ای با هم مرتبطند و لذا هرگونه تصویری از جدایی سوژه/ابژه یا مردم و محیط رد شده است. همچنین هر فرد در عصر کنونی، تحت تاثیر سه دسته مولفه‌های هویتی در مقیاس‌های محلی، ملی و جهانی قرار دارد. و چنانچه بخواهیم هویت‌های محلی، ملی و جهانی را در مقیاس‌های جغرافیایی سه گانه (محلی، ملی، جهانی) بگونه‌ای نشان دهیم که تمایزات هویت مکانی/انسانی به خوبی در آنها مشخص شوند، می‌توان در «مقیاس محلی»، از «نظر هویت انسانی»، دو دسته هویت یعنی هویت گروه‌های قومی و هویت مردم محلی را تشخیص داد و از «نظر هویت مکانی»، هویت مکان‌هایی همچون روستا، محلات شهری، شهرک‌ها و شهرها را مشخص نمود؛ در «مقیاس ملی» نیز از «نظر هویت انسانی»، هویت ملت و از لحاظ هویت «مکانی»، هویت قلمرو کشور را مورد شناسایی قرار داد؛ و سرانجام در «مقیاس جهانی» نیز از نظر «هویت انسانی»، هویت شهروند جهانی و از نظر «هویت مکانی»، هویت شهرهای جهانی را تعیین نمود. جدول شماره (۱) و شکل شماره (۳) نشان‌دهنده تفکیک هویت‌ها در مقیاس‌های محلی، ملی و جهانی یعنی هویت محلی، هویت ملی و هویت جهانی بر اساس تقسیمات مکانی - انسانی هستند.

جدول ۱- هویت‌ها در مقیاس‌های محلی، ملی و جهانی بر اساس تقسیمات مکانی- انسانی

هویت جهانی		هویت ملی		هویت محلی	
انسانی	مکانی	انسانی	مکانی	انسانی	مکانی
شهروند جهانی	شهرهای جهانی	ملت	قلمرو کشور	گروه قومی	روستا
				گروه قومی/مردم محلی	محله، شهرک و شهر
				گروه قومی	قلمروی عشایری و ناحیه جغرافیایی

منبع: یافته‌های تحقیق



شکل ۳- هویت‌ها در مقیاس‌های محلی، ملی و جهانی بر اساس تقسیمات مکانی- انسانی

ترسیم از: نگارندگان

در ادامه به بررسی مهمترین واحدهای انسانی- مکانی که از نظر مقوله «هویت» و «مقیاس» قابل تفکیک شدن هستند می‌پردازیم:

۱-۱- «هویت در مقیاس محلی» یا «هویت محلی»

«هویت محلی» بازتاب خردترین سطح تعلق و وفاداری فردی و جمعی است و شاید بتوان گفت اساس آن حس بدیهی تعلق به فرهنگی مشترک در مکانی خاص (روستا، محلات شهری، ناحیه جغرافیایی و...) است که از نظر انسانی در قالب اجتماعات روستایی، شهری و قومی (زبانی، دینی و...) خاص متبلور می‌شود. این هویت که احساس تعلق به محیط بلافاصله را منعکس می‌کند و گویای کهن‌ترین و رایج‌ترین تعلق‌ها می‌باشد به میزان زیادی مبتنی بر همین اجتماعات روستایی، شهری و قومی می‌باشد (فکوهی، ۱۳۸۱: ۱۴۱). به عبارت دیگر هویت محلی در بسیاری از موارد به صورت هویت‌های قومی، زبانی و دینی بروز می‌کند و به عنوان ترکیبی از گرایش‌ها، احساسات و وابستگی‌های فرد نسبت به عناصر و ارزش‌های محلی و قومی در نظر گرفته می‌شود که باعث وحدت و انسجام محلی شده و در کل بخشی از هویت محلی فرد را تشکیل می‌دهد. در هر حال همان طور که جدول شماره (۱) و

شکل شماره (۳) نشان می‌دهد، در مقیاس محلی از نظرهویت انسانی، هویت گروه‌های قومی و مردم محلی و از نظر مکانی روستا، محلات شهری، شهرک‌ها، شهرها و نواحی جغرافیایی را می‌توان مشخص نمود. در ادامه توضیحاتی درباره هریک از آنها داده خواهد شد.

هویت محلی و روستا: همچنانکه بیان شد هویت محلی در کوچک‌ترین سطح مقیاس قرار دارد که از نظر فضایی پایین‌تر از سطح ملی و جهانی است. «هویت محلی» بیانگر تعلق به فرهنگی مشترک در مکانی خاص (روستا، محلات شهری، ناحیه جغرافیایی و ..) و در قالب اجتماعات روستایی، شهری و قومی (زبانی، دینی و ...) می‌باشد. در واقع این هویت، بازتاب احساس تعلق به محیط بلافصل تلقی می‌شود. بر این اساس با توجه به ویژگی‌های خاص و تمایز محیط‌های روستایی، می‌توان یکی از نمادهای بارز هویت محلی را در روستاها مشاهده نمود. از طرف دیگر با فرض یکپارچگی و دست‌نخورده‌گی محیط‌های روستایی، می‌توان ویژگی‌های هویتی و فرهنگی روستاییان را در چارچوب یک گروه قومی نیز مورد بررسی قرار داد. به عبارت دیگر «واحد فضایی»، در اینجا «محل روستا» بوده و «واحد انسانی» نیز یک «گروه قومی» با ویژگی‌های مشترک قومی را شامل می‌شود. بر طبق تعریف، «روستا» به عنوان یک مجتمع زیستی و جلوه‌گاه بروز خارجی حیات اجتماعی انسان قابل طرح می‌باشد. به بیان دیگر، ظهور روستا هم عرض با شکل‌گیری سکونت و به دنبال آن شکل‌گیری مجتمع‌های زیستی بوده است. دایره‌المعارف بریتانیکا در بیان ویژگی‌های روستا و تفاوت آن با شهر می‌نویسد: روستا با نگاه سنتی در مقابل شهر قرار می‌گیرد، روستا محل زندگی روستاییان است و به چرخه زندگی کشاورزی گره خورده است در حالی که ساکنین شهرها در گرایش‌های مختلفی کار می‌کنند و اقتصاد آنها ریشه در صنعت و تجارت دارد. روستا یک اجتماع صمیمی از خویشاوندان است. در حالی که شهر جایگاه توده جمعیت است. فرهنگ روستا ساده است و سنتی و این در حالی است که شهرها مرکز هنرها و علوم و ترکیبات پیچیده توسعه فرهنگی هستند (Britannica, v.25, p.1008). در مجموع می‌توان گفت روستا شامل یک مرکز جمعیت و محل سکونت و کار تعدادی خانوار با یک فرهنگ و هویت محلی خاص است که معمولاً خویشاوند بوده و از رابطه قومی برخوردارند و در اراضی اطراف آن به عملیات کشاورزی اشتغال داشته و درآمد اکثریت آن‌ها از طریق کشاورزی حاصل می‌گردد.

هویت یک روستا نیز مانند دیگر هویت‌های محلی جمعی، هویتی است که با تبلور عینی در فیزیک و محتوای روستا معنادار می‌شود. به عبارت دیگر همان‌طور که در بخش نظری بیان شد «هویت مکان» در اینجا مربوط به «هویت روستا» می‌شود که شامل عناصر کالبدی روستا، عناصر کارکردی و مفاهیم و نمادها است. عناصر کالبدی روستا شامل جغرافیای طبیعی (چشم‌انداز طبیعی مانند کوهستانی بودن، پوشش گیاهی و آبشار و ...) و عناصر مصنوع یا ساخته شده (بافت مسکونی، خیابان‌ها، میدین و بازارها) می‌شود؛ از طرف دیگر عناصر کارکردی و مفاهیم و نمادها نیز در روستاها معمولاً شامل عناصر اجتماعی، سیاسی و فرهنگی (اعتقادات و باورهای سنتی، آداب و سنت‌های محلی، روابط و مناسبات خویشاوندی، خاطرات و یادبودهای محلی، موسیقی محلی، وابستگی ایلی، اشعار محلی و اسطوره‌ها، جشن‌ها و سوگواری‌های محلی، وابستگی به تبار و طایفه، حوادث تاریخی مثل جنگ‌ها و پیروزی‌ها، آثار و ابنیه مذهبی، زبان و گویش محلی، پوشش محلی، قدمت خانوادگی، نهادهای سیاسی-اداری، سطح سواد، وفادری و تعصبات مذهبی و سنتی، ضرب‌المثل‌ها و بازی‌های محلی) می‌شود (بدیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۷۰). بر این

اساس بر طبق رویکرد پدیدارشناسانه هویت افراد ساکن در یک روستا به میزان زیادی تحت تاثیر هویت مکان زندگی آنها و تجربه حاصل از زندگی در این محیطها حاصل می‌شود. اما در عین حال هویت محلی تنها به روستا اختصاص نمی‌یابد بلکه این نوع هویت در شهرها نیز مشاهده می‌شود.

هویت محلی و شهر: یکی دیگر از انواع هویت‌های محلی را می‌توان در شهرها مشاهده نمود. در واقع شهر به عنوان یک مکان خاص بزرگترین نماد تمدن بشری است که بشر آن را برای امنیت و آسایش خود بنا نموده است. شهر تنها یک سکونتگاه نیست، بلکه آبادی است که روح اجتماع در آن دمیده شده است و از آن هویت می‌گیرد. در شهرها با دو مقوله انسانی (مردم/اجتماع محلی) و مکانی (محله) سر و کار داریم. از نظر انسانی آن چه در شهرها مورد توجه است، اجتماعات محلی/مردم محلی است. در واقع از منظر جغرافی دانان اجتماعی، «اجتماع» مجموعه‌ای از روابط متقابل افراد و گروه‌های مختلفی از مردم است که در مکانی خاص پی‌ریزی می‌گردد و این افراد به واسطه وابستگی و علایق مشترک با یکدیگر اتحاد و پیوند دارند (Small, 1990: 43). در اینجا ذکر این نکته لازم به نظر می‌رسد که بین «اجتماع محلی» و «جامعه» تفاوت وجود دارد. از نظر جامعه‌شناسانی چون «ماکس وبر» و «تونیس» پیوندهای عاطفی و ارگانیک در تشکیل اجتماع و پیوندهای مبتنی بر روابط قراردادی منجر به تشکیل «جامعه» می‌شود (عبداللهی و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۶). بر این اساس اجتماع محلی شبکه‌ای از اجتماعات مردمی با هویت، علایق و نظریه‌های مشترک در سطح محلی است که زمینه‌های شناخت، ایجاد فرصت و حمایت دوسویه را برای تعامل متقابل فراهم می‌آورند. ناگفته نماند برخلاف اجتماعات محلی در محیط‌های روستایی، در شهرها اجتماعات محلی لزوماً خویشاوند یکدیگر نبوده بلکه عامل اصلی ایجاد پیوندهای مختلف بین آنها «قربانیت مکانی» است. به طور دقیق‌تر، دیدگاه جغرافیایی - مکانی بر عنصر «مکان» در تعریف «اجتماع محلی» تاکید دارد و آن دسته از افرادی را دربرمی‌گیرد که در یک مکان مشخص جغرافیایی زندگی می‌کنند و ممکن است منافع مشترکی داشته یا نداشته باشند.

از نظر مکانی، اجتماع/مردم محلی می‌تواند شامل واحد همسایگی (محله)، شهرک و یا شهر و منطقه شهری باشد (همان). بر این اساس کوچکترین و مهمترین واحد تقسیمات شهری به ویژه از نظر هویت‌پذیری، «محلات شهری» هستند. به بیان دیگر، هر مکان شهری از محلات بیشماری تشکیل شده است که هر کدام از محلات دارای ویژگی‌ها و شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی خاص خود می‌باشند. طبق تعریف، محله در لغت‌نامه‌دهخدا به معنای «کوی، برزن، یک قسمت از چندین قسمت شهر» آمده است. در فرهنگ غربی محلات شهری به عنوان واحد همسایگی و با معادل‌هایی مانند Quarter, District و Neibrouhood تعریف شده است (پیربابایی و سجاذزاده، ۱۳۹۰: ۱۹). تعریفی که لینچ از «محله» دارد عبارت است از: «محله قسمت نسبتاً بزرگی از شهر است که واجد خصوصیات یکدست و مشابه باشد و ناظر عملاً بتواند به آن وارد شود» (Lynch, 1960: 126). شکویی، محله را متشکل از خانه‌های مجاور هم در یک فضای جغرافیایی خاص در نظر می‌گیرد (شکویی، ۱۳۹۰: ۵۰). در هر حال محله در تعریف جغرافیایی خود به مجموعه‌ای از شهر اطلاق می‌شود که شهروندان (همسایگان)، در آداب و رسومی که در آن موقعیت جغرافیایی به صورت عمومی وجود دارد، با هم شریک هستند، اگر چه ممکن است میان آنها اختلاف نظرهایی وجود داشته باشد. در مجموع محدوده محله هرچه باشد، جایی است که مردم بیشتر عمر یا زندگی خود را

در آن صرف می‌کنند (مویر، ۱۳۷۹: ۳۵) و هویت محله‌ای ناشی از آن، احساس تعلق به یک محله را در برخواهد داشت که از تجمع و به هم پیوستگی، معاشرت نزدیک، روابط همسایگی و اتحاد غیررسمی میان گروهی از مردم به وجود می‌آید (شکویی، ۱۳۹۰: ۵۰). بر اساس آن چه در بخش نظری بیان شد «هویت مکان» در شهر را که مرکب از ویژگی‌های کالبدی، کارکردی و مفاهیم و معانی است می‌توان در چارچوب «هویت محلات شهری» در نظر گرفت چرا که مردم در محله‌های شهری بیشتر عمر یا زندگی خود را در آن صرف می‌کنند (مویر، ۱۳۷۹: ۳۵) و محلات شهری کانون تجربه‌پذیری و هویت‌سازی مردم ساکن در شهرها می‌باشند و از گذشته یکی از مراکز خرد و ملموس شکل‌گیری هویت‌های فرهنگی و تعلق اجتماعی بوده‌اند.

هویت محلی و ناحیه جغرافیایی: «ناحیه» یک نماد اختصاصی از یک بخش از فضا محسوب می‌شود که به گروه معینی اختصاص دارد و عامل قوام و پایداری هویت آن می‌باشد. «ناحیه جغرافیایی» را می‌توان بالاترین سطح مقیاس هویت محلی در نظر گرفت که در بردارنده مجموعه ویژه‌ای از مناسبات فرهنگی بین یک گروه (معمولا قومی) و مکان خاص آنهاست که این امر بر اساس آگاهی ژرف از فرهنگ مشترک مردم و تمایزات آنها از سایر گروه‌ها به وجود می‌آید. «ناحیه هویت‌پذیر» یک موضوع اصلی در جغرافیای انسان‌گرا است که در آن مجموعه‌ای از اعتقادات، شناخت‌ها، اطلاعات، کاربردها، دریافت‌های فردی و جمعی از زندگی مادی و بالاخره ادراکات ناحیه‌ای ظهور این هویت‌پذیری را سبب گشته است. برابر این طرز تفکر، روابط در داخل گروه‌های قومی و بین گروه‌های قومی «اعتبار ناحیه‌ای» را می‌شناساند. بدین سان در هر ناحیه قومی زبان، مذهب و قوم ویژه‌ای با یگانگی جمعی زندگی می‌کنند. نتیجه آن که وحدت ناحیه‌ای، آن را از حوزه‌های پیرامونی جدا و متمایز می‌گرداند ویژگی‌های طبیعی، آب و هوا، اشکال و ناهمواری‌ها، صفت مشخص اجتماعی - اقتصادی، کاربری زمین، ویژگی‌های زبانی، قومی و مذهبی از آن جمله است (شکویی، ۱۳۸۲: ۳۲۶-۳۲۴). به بیانی دیگر می‌توان گفت ویژگی‌های مذکور همان عناصر و ویژگی‌های شکل‌دهنده هویت مکان است. در واقع بر طبق تعریف، یک «ناحیه جغرافیایی»، مکانی است که به واسطه ویژگی‌های طبیعی و فرهنگی خود از سایر مکان‌ها قابل تشخیص و تمیز می‌باشد. بر این اساس افراد ساکن در یک ناحیه جغرافیایی که معمولا از یک قومیت و فرهنگ می‌باشند (مثلا در ایران ناحیه کردستان، ناحیه بلوچستان و...) تحت تاثیر عناصر و ویژگی‌های شکل‌دهنده «هویت مکان» یا همان «ناحیه جغرافیایی» خود قرار گرفته و از یک نوع حس مکانی و هویت مکانی برخوردار می‌گردند. در هر حال باید توجه داشت همه افرادی که در روستاها، شهرها و نواحی جغرافیایی مختلف زندگی می‌کنند در عین برخورداری از یک هویت محلی خاص، بر اساس استقرار خود در قلمروی دولت - ملت‌های مختلف از یک هویت ملی مختلف نیز برخوردار می‌باشند که در ادامه به آن اشاره خواهد شد.

۲-۱- «هویت در مقیاس ملی» یا «هویت ملی»

«هویت ملی» دومین سطح تعلق و وفاداری فردی و جمعی را منعکس می‌کند و اساس آن حس تعلق به فرهنگی مشترک در یک کشور می‌باشد. اسمیت معتقد است «هویت ملی» بازتولید و بازتفسیر دائمی ارزش‌ها، نهادها، خاطره‌ها، اسطوره‌ها و سنت‌هایی است که میراث متمایز ملت‌ها را تشکیل می‌دهد (Smith, 2001: 30). در مجموع

هویت ملی مبین تعلق یک ملت بر یک سرزمین خاص می‌باشد. طبق این تعریف، واحد مکانی بر «قلمرو کشور» و واحد انسانی بر گروهی از افراد به نام «ملت» منطبق خواهد شد. به عبارت دیگر آن چه که در تعاریف هویت ملی حائز اهمیت می‌باشد ارتباط و پیوند هویت گروهی از افراد (ملت) با یک واحد سیاسی و سرزمینی به نام قلمرو کشور می‌باشد. دیکشیت^۱ معتقد است مفهوم «ملت» اشاره به ارتباط مردمی مشخص به یکدیگر به وسیله حس عمومی تعلق به یکدیگر دارد که در نتیجه سهیم بودن در تجربیات تاریخی مشترک، سنت، زبان، دین، فرهنگ، و اهداف سیاسی مشترک به وجود آمده است (Dikshit, 1995: 194-195). میرحیدر نیز معتقد است «ملت» به گروهی از مردم اطلاق می‌شود که احساس کنند از دو جهت عینی (زبان و دین و آداب و رسوم و میراث تاریخی و سرزمین مشترک) و ذهنی (آگاهی افراد نسبت به این که آنان به یک ملت تعلق دارند و تمایل دارند تنها خود بر خود حکومت کنند) به یکدیگر وابسته‌اند (میرحیدر، ۱۳۸۶: ۵۲). برخی اندیشمندان نظیر اسمیت نیز دو نوع مفهوم خاص از ملت را مطرح کرده‌اند: «مفهوم شهری یا سرزمینی» و «مفهوم قومی یا نژادی». در مفهوم شهری ملت‌ها گروه‌هایی هستند که در قلمرو خاصی سکونت دارند، در اقتصاد مشترکی سهیم هستند و قوانین مشترک و نظام آموزش همگانی دارند اما در «مفهوم قومی» ملت‌ها اجتماعات انسانی معینی هستند که مدعی نیاکان مشترک، تاریخ، آداب و زبان‌های بومی مشترک و همبستگی عمومی هستند (مویر، ۱۳۷۹: ۷۲). در هر حال ملت صرفاً یکی از مقیاس‌های متعددی است که در ارائه تعریفی از هویت و پرداختن به مسائل سیاسی مورد استفاده قرار می‌گیرد (بدیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۶۴). و فارغ از این که این مفهوم را با دیدگاهی شهری یا قومی بنگریم، در دنیای امروز افراد ساکن در قلمروی یک کشور در قالب یک ملت مطرح می‌شوند. بر این اساس افراد ساکن در هر مکانی شامل روستاها، محلات شهری، نواحی جغرافیایی و ... علاوه بر هویت محلی خود، تحت تاثیر مولفه‌های هویتی هیئت حاکمه خود یا همان حکومت نیز قرار می‌گیرند. جدول شماره (۱) و شکل شماره (۳). البته بسته به میزان همسویی و همگونی افراد ملت با سیستم حاکم بر کشور، هویت ملی کشورهای مختلف دچار فراز و فرود خواهد بود. برای مثال معدود کشورهایی مانند کشور ژاپن در جهان وجود دارند که ملت آن کشور از نوعی همگونی هویتی (قومی، سرزمینی، زبانی، ایدئولوژیکی و ...) برخوردار می‌باشند. البته در برخی کشورهای دیگر مانند ایران و مصر، تاریخ کهن به همگونی اعضای ملت با تنوعات فرهنگی مختلف کمک شایانی نموده است و یک هویت ملی منسجمی را شکل داده است.

در هر حال باید توجه داشت که امروزه بیش از ۲۰۰ دولت-ملت مستقل با فرهنگ‌های گوناگون وجود دارند که هر یک بر اساس امکانات تکنولوژیکی-تبلیغاتی خود سعی بر تقویت و متمایز ساختن فرهنگ و هویت افراد ساکن در سرزمین خود از دیگران را دارند. این دولت-ملت‌ها با استفاده از ابزارهایی همچون نظام آموزشی، ارتش، رسانه‌ها، فضای مجازی و ... می‌کوشند تا به تقویت مولفه‌های هویت جغرافیایی-تاریخی، فرهنگی، سیاسی و ... در قلمرو کشور خود پرداخته و موجبات همسویی اعضای ملت و سرزمین خود و متمایزسازی آنها از دیگر ملت‌ها و سرزمین‌ها را فراهم آورند. این در واقع همان پدیده‌ای است که در پدیدارشناسی از آن تحت عنوان «هویت مکان»

¹ Dikshit

یاد می‌شود. به بیان دیگر، دولت-ملت‌ها یا حکومت‌ها تمام تلاش خود را برای شکل دهی به یک «هویت مکان منحصر به فرد» در محدوده قلمروی کشور خود انجام می‌دهند. در اینجا افراد ساکن در مکان‌های جغرافیایی مختلف شامل روستاها، شهرها و نواحی جغرافیایی علاوه بر این که به طور مستقیم و روزانه تحت تاثیر «هویت مکان» زندگی خود قرار می‌گیرند به صورت غیرمستقیم تحت تاثیر «هویت مکان بزرگتر» یعنی «قلمرو کشور» خود نیز قرار می‌گیرند. در واقع «هویت مکان قلمرو کشور» نیز شامل مجموعه عناصر کالبدی، کارکردی و مفاهیم و معانی است که از سوی حکومت‌ها به ملت‌های خود منتقل می‌شود. «عناصر کالبدی» شامل عناصر جغرافیای طبیعی (چشم انداز طبیعی مانند کوهستانی بودن، پوشش گیاهی و آبشار و ...) و عناصر مصنوع یا ساخته شده (بافت مسکونی، خیابان‌ها، میادین و بازارها) است. «عناصر کارکردی» نیز در بردارنده عناصر اجتماعی، سیاسی و فرهنگی ملی (اعتقادات و باورهای ملی، آداب و سنت‌های ملی، خاطرات و یادبودهای ملی، موسیقی ملی، اشعار ملی و اسطوره‌ها، جشن‌ها و سوگواری‌های ملی، حوادث تاریخی مثل جنگ‌ها و پیروزی‌ها، آثار و ابنیه دینی، زبان ملی، پوشش ملی، حکومت، سطح سواد، ضرب المثل‌ها و بازی‌های ملی) می‌شود که همگی این موارد به «هویت مکان قلمروی کشور» شکل می‌دهند و در ایجاد «حس مکانی» و «هویت مکانی» نسبت به قلمروی یک کشور تاثیرگذار می‌باشند. نکته حائز اهمیت، میزان تعاملات «مکان‌ها» در مقیاس‌های محلی و ملی است. به بیان دیگر امروزه پیشرفت‌های تکنولوژیکی این امکان را به حکومت‌ها داده است تا از طریق رسانه‌های مختلف به صورت روزانه و مستمر مکان‌های تحت حاکمیت خود را به یکدیگر نزدیک‌تر نمایند و از این طریق بر هویت مکان‌های مختلف در قلمرو خود تاثیر گذارند.

۳-۱- «هویت در مقیاس جهانی» یا «هویت جهانی»

«هویت جهانی» سومین و بالاترین سطح مقیاس‌های جغرافیایی می‌باشد که بیشتر در نتیجه فرایند جهانی شدن و رشد سریع تکنولوژی‌های ارتباطاتی مطرح شده است و با از بین رفتن و کاهش تفاوت‌های آشکار بین فرهنگ‌ها و کمابیش یکسان شدن آنها (کاچرین، ۲۰۰۰) بوجود آمده است. بر این اساس، اختلاف بین آداب و رسوم، شیوه‌های زندگی و حتی آداب روزمره نظیر خوارک، پوشاک، آرایش و حتی ظریف‌ترین حرکات نظیر سخن گفتن، راه رفتن و نشستن از بین می‌رود (فکوهی، ۱۳۷۸: ۷۵) و هویتی جدیدی شکل می‌گیرد که آن را «هویت جهانی» می‌نامند. به عبارت دیگر در تعریف «هویت جهانی» می‌توان گفت که این هویت ترکیبی از گرایش‌ها، احساسات و وابستگی‌های فرد نسبت به عناصر و ارزش‌های جهانی است که موجب وحدت و انسجام جهانی شده و در کل بخشی از هویت فرد را تشکیل می‌دهد (حبی و فتحی آذر، ۱۳۸۹: ۱۰۶). هویت جهانی را نیز همانند هویت‌های محلی و ملی می‌توان به دو بعد انسانی و مکانی تقسیم‌بندی نمود. بر این اساس، «بعد انسانی» هویت جهانی را می‌توان در چارچوب «شهروند جهانی» تعریف نمود. جدول شماره (۱) و شکل شماره (۳).

در واقع شهروندی یکی از اشکال «تعلق» است که البته مهمترین معنای تعلق به یک دولت-ملت است. با این حال امروزه مفهوم شهروندی در بعد جهانی نیز مطرح می‌شود و از همین رهگذر است که واژه «شهروند جهانی» شکل گرفته است. به عبارت دیگر، مردم در عصر جهانی شدن به دنبال حالتی از تعلقند که فراتر از مرزهای جغرافیایی و مقرراتی حقوقی مصوب دولت-ملت‌ها است (گالاهر، ۱۳۹۰: ۳۰۳). در واقع تغییرات بسیار عمیق در باورها و

ارزش‌ها و سبک زندگی مردم جهان در نیم قرن اخیر که ناشی از تحولات سیاسی و اقتصادی جهان و پیشرفت‌های فناوری اطلاعات است، متقابلاً تأثیری عظیم بر جوانب گوناگون زندگی اجتماعی و فرهنگی به جای گذاشته و افراد را از مردمانی محلی و ملی به «انسان‌هایی جهانی» تبدیل کرده است (لطف آبادی، ۱۳۸۵: ۱۳).

بنابر آن چه بیان شد انسان امروز، صرفاً موجودی منحصر در خانواده، جامعه و کشور خود نیست و ما چه بخواهیم و چه نخواهیم، هر فردی متأثر از مناسبات جهانی است و به صورت موجودی جهانی درآمده است (اینگلهارت، ۲۰۰۰). بر این اساس «شهروند جهانی» به فردی اطلاق می‌شود که از جهان و دنیای معاصر آگاهی کافی دارد و با نقش خود به عنوان یک شهروند آشنا بوده و متضمن احترام به ارزش‌ها و تنوع در تمام امور است و مشارکتی فعال در تمامی امور از سطح عالی تا جهانی دارد (تویاسن، ۲۰۰۰). از این رو، در دانشنامه «ویکی پدیا» نیز چنین آمده است: «شهروند جهانی» غالباً اشاره به فردی دارد که تقسیمات ژئوپلیتیک سنتی را که منبعث از شهروندی ملی است، رد می‌کند (http://en.wikipedia.org/wiki/World_citizen).

بعد دیگر «هویت جهانی» مربوط به «بعد مکانی» آن است که در چارچوب «شهرهای جهانی» قابل بحث می‌باشد. در واقع شهروندان جهانی را معمولاً افرادی تشکیل می‌دهند که در شهرهای جهانی ساکن هستند و بیشترین تأثیر را از فرایند جهانی شدن و پیشرفت‌های تکنولوژیکی می‌پذیرند. «شهر جهانی» عبارت است از شهری که در سطح جهانی در یک حوزه خاص دارای اعتبار و اهمیت باشد. این اعتبار علاوه بر این که مستلزم دارا بودن امکانات زیربنایی و ارتباطی مدرن است، می‌تواند در یکی از حوزه‌های تأثیرگذار بر تعاملات بین‌المللی از جمله اقتصاد، فرهنگ، سیاست و مانند آن باشد (پورموسوی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۲). شهرهای جهانی قطب‌های مرکزی در شبکه جهانی هستند. به عبارت دیگر این شهرها مراکز دفاتر مرکزی شرکت‌ها، موسسات مالی بین‌المللی، حمل و نقل، ارتباطات جهانی و خدمات تجاری سطح بالا (شورت و کیم، ۱۳۸۴: ۷۹) هستند. همچنین شهرهای جهانی مراکز قدرت سیاسی در سطوح ملی و بین‌المللی، محل استقرار ادارات مرتبط با دولت، مراکز تجارت ملی و بین‌المللی، مراکز حمل کالاهای کشورهای مربوطه و همسایه، مراکز ارائه خدمات بانکی، بیمه و خدمات مالی مربوطه، مراکز تولید و ارائه خدمات پیشرفته در زمینه‌های پزشکی، حقوق، آموزش عالی، کاربرد دانش علمی در فن‌آوری، مراکز گردآوری و انتشار اطلاعات از طریق نشریات و رسانه‌ها، مراکز مصرف انبوه کالاهای لوکس و غیر آن، مراکز هنر، فرهنگ سرگرمی، و سایر فعالیت‌های گوناگون دیگر می‌باشند (Hall, 2005). بخشی از تعاریف و توصیفات درباره شهر جهانی بیانگر وضعیت تأثیرپذیری آنها از فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات به ویژه استفاده از «فضای مجازی» است. در این رابطه بیشتر تبیین‌ها متأثر از نظریات «کاستلز» درباره ماهیت جوامع اطلاعاتی و شبکه‌های معاصر است. کاستلز با نگرش به تأثیرپذیری شهرها از فن‌آوری‌های ارتباطات و ظهور اقتصاد اطلاعاتی، شهرهای جهانی را نه یک مکان بلکه یک فرایند تلقی می‌کند. فرایندی که مراکز تولید و مصرف خدمات پیشرفته و جوامع محلی وابسته به آنها را در یک شبکه جهانی به یکدیگر پیوند می‌دهد (کاستلز، ۱۳۸۵: ۴۶۲). به بیان دیگر، طبق نظر او «شهر جهانی» فرایندی است که خدمات پیشرفته، مراکز تولیدی و بازارها را در شبکه‌های جهانی با یکدیگر مرتبط می‌سازد و شدت و ضعف این ارتباط به اهمیت نسبی فعالیت‌هایی بستگی دارد که در هر یک از این مناطق از طریق شبکه

جهانی انجام می‌گیرد. سرزمین‌هایی که حول این گره‌ها (نقاط اتصال) قرار دارند به تدریج نقش فرعی‌تری را در این فرایند بازی می‌کنند که گاه بی‌فایده و یا ناکارآمد خواهند شد.

در مجموع شرایط به وجود آمده در این شهرها احساس جهان‌شمولی را ایجاد نموده است. شهرهای جهانی گرایش به جهان شمول بودن دارند. «جهانشمول» به معنای احساس تعلق به دنیا یا آزاد بودن از محدودیت‌های ملی است که می‌تواند اشکال متعددی داشته باشد. نخست، حالت جهان شمولی توأم با طیفی گسترده از کالاهای مصرفی و هویت‌های وابسته به آن است. دوم، حالتی است که از طیفی گسترده از هویت‌های قومی، نژادی درون یک شهر پدید می‌آید بطوری‌که شهرهای جهانی مردم و جوامعی از سراسر دنیا دارند (شورت و کیم، ۱۳۸۴: ۱۲۴).

بنابر آنچه بیان شد در بین مکان‌های موجود در کره زمین، شهرهای جهانی از نظر وسعت و گستردگی فضای جریان‌ها سرآمد مکان‌های دیگر محسوب می‌شوند. در واقع جامعه شبکه‌ای که کاستلز از آن صحبت می‌کند را می‌توان به این مکان‌ها اطلاق نمود. شبکه‌ای که بافت اصلی و تار و پود آن را «اطلاعات و نظام ارتباطات الکترونیک» تشکیل می‌دهد (کاستلز، ۱۳۸۵: ۱۷). بر این اساس میزان تعاملات و تبادلات مختلف در مکان شهرهای جهانی با سایر مکان‌ها به شدت افزایش می‌یابد و به تبع آن «هویت مکان» در این شهرها تبدیل به هویتی سیال و شناور می‌گردد. به بیان دیگر، پیشرفت‌های تکنولوژیکی از قبیل اینترنت و فضای مجازی می‌توانند به میزان زیادی «هویت کاربران» خود را در قالب شکل‌گیری هویت‌های مجازی، و تاثیرپذیری هویتی از فرهنگ‌های سایر ملل و ... تحت تاثیر قرار دهند ولی این به معنای یکسان شدن و همگونی هویت مکان‌ها نمی‌باشد چرا که عوامل ایجادکننده هویت مکان، «منحصربفرد» است. در واقع، هر اندازه نیز که پیشرفت‌های تکنولوژیکی و ارتباطاتی گسترش یابند باز هم انسان در مکان زندگی می‌کند و «فضای جریان‌ها» درون و میان «فضای مکان‌ها» عمل می‌کند (مورای، ۱۳۸۸: ۸۸). مکانی که پر از تنوع و تفاوت‌های بسیار بوده و هویت آن متفاوت و منحصربه‌فرد می‌باشد. در هر حال با توجه به مباحثی که بیان شد می‌توان گفت دیالکتیک هویت در طول زمان در مکان‌ها به طور مداوم ادامه داشته با این تفاوت که در زمان‌های مختلف صور گوناگونی به خود گرفته است. بر این اساس در عصر اطلاعات و ارتباطات و در مکان‌هایی که از ویژگی جامعه شبکه‌ای برخوردار می‌باشند و فضای مجازی به اعماق مکان‌ها نفوذ کرده است نه تنها تفاوت‌های هویت مکان که نقش تعیین‌کننده در شکل‌گیری هویت افراد ساکن در خود را دارد متزلزل نشده است بلکه هویت مکان که ناشی از ترکیب و تداخل بنیادهای هویتی مقیاس‌های مختلف (مستقیم و غیرمستقیم) می‌باشد پیچیده‌تر نیز شده است. بنابراین می‌توان گفت هویت مکان ناشی از این تعاملات و ارتباطات گسترده، هویتی فعال و پویا بوده که بر خلاف هویت مکان‌های کوچک و دورافتاده که معمولاً تحت تاثیر مولفه‌های هویتی مقیاس محلی قرار می‌گرفتند به میزان زیاد تحت تاثیر بنیادهای هویتی مقیاس‌های سه گانه قرار می‌گیرد ولی همین هویت مکان شکل گرفته برای مکان‌های مختلف هویت مشابهی نخواهد بود زیرا مکان‌ها متفاوت و منحصربه‌فردند.

نتیجه‌گیری

برخی از اندیشمندان با نادیده انگاشتن «در مکان بودن انسان»، سخن از شکل‌گیری یک هویت جهانی مشترک به میان می‌آورند. به این معنا که در آینده‌ای نزدیک هویت‌های «محلی» و «ملی» رفته رفته کمرنگ شده و جای خود را به هویت «جهانی» خواهند داد. اما استفاده از رویکرد پدیدارشناسانه، نشان می‌دهد به رغم زندگی انسان در مکان‌های

مختلف، و متفاوت بودن هویت هر مکان با مکان‌های دیگر، هویت انسان‌ها نیز با هویت مکان آنها در آمیخته است. این نکته موجب می‌شود انسان‌های ساکن در مکان‌های مختلف، در عین داشتن هویتی مشتمل بر هویت‌های محلی، ملی و جهانی، هویت‌های متفاوتی نیز داشته باشند. امروزه این امر تا اندازه زیادی با فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات پیوند خورده است. بطوری‌که این فناوری‌ها سبب شده‌اند اکنون هویت افراد تنها منحصر به هویت‌های محلی نبوده بلکه هر فرد در هر مکانی از سطح زمین مانند روستاها، شهرها، نواحی جغرافیایی، کلانشهرها و جهان شهرها که امکان برقراری ارتباط با دیگر مکان‌ها را به وسیله ابزارهایی مانند اینترنت، رسانه‌ها و خطوط ارتباطی داشته باشد، تحت تاثیر مولفه‌های هویتی مقیاس‌های گوناگون قرارگیرد و «هویتی ترکیبی» شامل هویت محلی، هویت ملی و هویت جهانی پیدا کند. نگارندگان این مقاله ضمن پذیرش هویت‌های سه گانه در عصر کنونی، بر مبنای حضور افراد در مکان یا در «مکان بودگی» انسان، این مساله را رد می‌کنند که نه در آینده نزدیک و نه در آینده‌ای دور امکان شکل‌گیری یک هویت جهانی مشترک که تمام افراد ساکن بر روی کره زمین تنها یک هویت مشترک جهانی داشته باشند، وجود نخواهد داشت.

۶- منابع

- استیگلیس، جوزف (۱۳۸۲). *جهانی سازی و مسائل آن*، ترجمه گلریز، تهران، نشر نی،
- بدیعی و همکاران (۱۳۸۷). «نقش حس مکانی در هویت بومی، مطالعه موردی: دانشجویان یاسوجی دانشگاه تهران»، *فصلنامه ژئوپلیتیک*، سال چهارم، شماره دوم، ص ۱۷۵-۱۵۷،
- بمانیان، محمدرضا، محمودی نژاد، هادی (۱۳۸۷). *پدیدارشناسی مکان*، تهران، سازمان شهرداری‌ها و دهیاریها،
- پرتوی، پروین (۱۳۸۷). *پدیدارشناسی مکان*، تهران، نشر فرهنگستان هنر ج.ا.ا،
- پوراحمد، احمد (۱۳۸۵). *قلمرو و فلسفه جغرافیا*، تهران، نشر دانشگاه تهران،
- پورجعفر، محمدرضا و پورمند، حسن (۱۳۹۰). *پدیدارشناسی هویت و مکان در بافت‌های تاریخی*، فصلنامه شهرهای ایرانی و اسلامی، شماره سوم، ص ۳۰-۲۰،
- پورموسوی، سید موسی و قورچی، مرتضی و رستمی، قهرمان (۱۳۹۰). «تبیین ژئوپلیتیکی کلانشهرهای جهانی تاملی بر تفاوت بابتی مفهومی شهر جهانی و جهان شهر»، *فصلنامه ژئوپلیتیک*، ۷ (۱۷ (پیاپی ۲۱)): ص ۶۹-۴۱،
- پیربابایی و سجادزاده (۱۳۹۰). «تعلق جمعی به مکان»، *فصلنامه باغ نظر*، سال هشتم، شمار ۱۶، ص ۲۸-۱۷،
- تبریزی، جلال (۱۳۸۲). *تاثیر نوسازی بر ایجاد حس لامکانی*، رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس،
- دارتیک، آندره (۱۳۷۶). *پدیدارشناسی چیست؟* ترجمه محمود نوالی، تهران، سمت،
- دولفوس، اولیویه (۱۳۷۴). *فضای جغرافیایی*، ترجمه سهامی، مشهد، نشر نیکا،
- ذکی، یاشار (۱۳۸۸). *تحلیل تأثیرات متقابل مقیاس‌های جهانی، ملی و محلی در جغرافیای سیاسی: مطالعه موردی منطقه آزاد تجاری - صنعتی ارس*، رساله دکتری، دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران،
- رلف، ادوارد (۱۳۸۹). *مکان و بی مکانی*، ترجمه رضا نقصان و کاظم ماندگاری، تهران، نشر آرمانشهر،
- حبی، اکرم، فتحی آذر، اسکندر، محمدبخش، بهمن (۱۳۸۹). «جهانی شدن و هویت‌های محلی». *جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز)*، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره سوم، شماره ۲، تابستان، ص ۱۲۲-۱۰۱،
- جونز، مارتین و وودز، مایکل (۱۳۸۶). *مقدمه ای بر جغرافیای سیاسی*، ترجمه زهرا پیشگاهی فرد، تهران، نشر دانشگاه تهران،

- شورت، جان رنه، یونگ هیون کیم (۱۳۸۵). جهانی شدن و شهر، احمد پوراحمد، شایان رستمی، تهران، نشر پردازش، شکویی، حسین (۱۳۸۲). اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا، تهران، نشر گیتاشناسی، _____ (۱۳۸۶). فلسفه‌های محیطی و مکتب‌های جغرافیایی، تهران، نشر گیتاشناسی، _____ (۱۳۹۰). جغرافیای اجتماعی شهرها، اکولوژی اجتماعی شهر، تهران، نشر جهاد دانشگاهی، عبدالمهدی، صرافی و توکلی نیا (۱۳۸۹). «بررسی نظری مفهوم محله و بازتعریف آن»، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۷۲، ص ۸۳-۱۰۲
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد ۱ و ۲)، ترجمه‌ی احد علیقلیان، افشین خاکباز، حسن چاوشیان؛ ویراسته‌ی علی پایا. تهران: طرح نو، چاپ پنجم، کزنک، مایک (۱۳۸۳). جغرافیای فرهنگی، ترجمه مهدی قرخلو، تهران، نشر سمت، گلاهر، کارولین و همکاران (۱۳۹۰). مفاهیم کلیدی در جغرافیای سیاسی، تهران، نشر زیتون سبز، گل محمدی، احمد (۱۳۸۱). جهانی شدن، فرهنگ و هویت، تهران، نشر نی، فکوهی، ناصر (۱۳۸۱). «شکل‌گیری هویتی و الگوهای محلی، ملی و جهانی (مطالعه موردی: لرستان)»، فصلنامه جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی، شماره ۱۶، ص ۱۶۱-۱۲۷، لطف آبادی، حسین (۱۳۸۵). «آموزش شهروندی ملی و جهانی همراه با تحکیم هویت و نظام ارزشی دانش‌آموزان»، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، شماره ۱۷، ص ۴۶-۱۱، مجتهدزاده، پیروز (۱۳۸۷). دموکراسی و هویت ایرانی، تهران، نشر کویر، مورای، واریک (۱۳۸۸). جغرافیای جهانی شدن، ترجمه جعفر جوان و عبدالمهدی، تهران، نشر چاپار، مویر، ریچارد (۱۳۷۹). درآمدی نو بر جغرافیای سیاسی، ترجمه دره میرحیدر، تهران، نشر سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، میرمقتدایی، مهتا (۱۳۸۳). معیارهای شناخت و ارزیابی هویت کالبدی شهرها، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۰، ص ۳۸-۲۹، میرحیدر، دره (۱۳۸۶). مفاهیم بنیادی در جغرافیای سیاسی، تهران: سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، _____ (۱۳۸۶). مبانی جغرافیای سیاسی، تهران، نشر سمت، _____، حمیدی نیا، حسین (۱۳۸۵). «مقایسه جغرافیای سیاسی و روابط بین‌الملل از نظر روش‌شناسی و مفاهیم»، فصلنامه ژئوپلیتیک، ۲ (۱۲ (پیاپی ۳)): ص ۴۱-۱، _____ و ذکی، یاشار (۱۳۸۹). «مفهوم مقیاس جغرافیایی و اهمیت آن در جغرافیای پست مدرن»، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال ششم، شماره اول، ص ۳۶-۵،
- Britannica atlas, A. Cleveland, William (ed.) (1970). Chicago, Encyclopedia Britannica, Carnoy, M. & Rhoten, D. (2002). What do globalization mean for educational change? A comparative approach. Comparative Education Review, 46, 1. Cochrane A. (2000). A Globalizing Society? A Globalizing World?, London, Routledge, Cloke and Goodwin (1999). Introducing Human Geography, London, Arnold, (1999) Dikshit. R.D. (1995). Political geography. 2nd ed. New Dehli: Tata. Mc Grow- Hill pub. Co. Flint, Colin (2007). Introduction to Geopolitics, Routledge, Hall, P. (2005). "The World's Urban Systems: A European Perspective", Global Urban Development, Vol. 1. Herb, G.H. and Kaplan, D.H. (1999). Nested Identities, Lanham, MD: Rowman & Littlefield. Lynch, K. (1960). "The Image of the city", MIT Press,

- Inglehart, Ronald(2000). Globalization and postmodern values. The Center for Strategic and International Studies of the Massachusetts Institute of Technology.
- Talor and Flint(2000). political geography: world economy, nation state and locality, newyork: prentice,
- Tobiasen, M.(2000). Global Citizenship: Paper Presented at European Political. Research Association Copenhagen.
- Smith, Anthony D.(2001). Nationalism, Cambridge, polity,
- Small John, Micheal Withrick(1990). A Modern Dictionary Of Geography, Edward Arnold Press,
- http://en.wikipedia.org/wiki/World_citizen.