

# جستارهای نوین در شناخت نظری مفهوم جغرافیای فرهنگی در مکتب پدیدارشناسی

دکتر احسان لشگری تفرشی<sup>۱</sup>

## چکیده

در فلسفه علم و به‌ویژه در علوم انسانی، تعریف و شناخت مفاهیم و موضوعات مورد مطالعه دارای مبانی هستی‌شناسانه و معرفت‌شناسانه متفاوت و حتی متضاد است؛ به عبارت دیگر، شناخت یک مفهوم در مکاتب مختلف می‌تواند دارای تعاریف متضاد باشد. از این جهت تعیین چارچوب نظری شناخت یک مفهوم بنیادین، یکی از مبنایی‌ترین اصول در مطالعه و شناخت مفاهیم و موضوعات است. در علوم جغرافیایی یکی از مفاهیم و پارادایم‌های تعیین‌کننده حوزه معرفتی جغرافیای فرهنگی است که تفسیر آن در مکاتب مختلف فلسفی از جمله در پدیدارشناسی متفاوت است؛ از این‌رو با توجه به بنیادین بودن نوع پژوهش، کوشش شده با مراجعه به مستندات معتبر نظری نوعی نگاه نقادانه در رابطه با شناخت جغرافیای فرهنگی در مکتب پدیدارشناسی ارائه شود. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که اصولاً ساحت هستی‌شناسانه جغرافیای فرهنگی در زیرمجموعه علوم جغرافیایی ناشی از ادراک و شناخت ذهنی پدیده‌ها در ذهن انسان (دی‌زاین) در یک قلمرو فرهنگی - اجتماعی متمایز است. ضمن اینکه انسان در مکان خود به ایجاد و توسعه روابط اکولوژیکی می‌پردازد و پیوند خود را در ابعاد مختلف با آن مستحکم می‌کند و آنچنان به مکان وابسته می‌شود که از حد روابط مادی با مکان فراتر می‌رود و نوعی علاقه حسی، عاطفی و غیرمادی شکل می‌یابد. برحسب این دیدگاه، شکل‌گیری فرایند توسعه در یک قلمرو فرهنگی - فضایی مستلزم برانگیختن ارزش‌ها و سرمشق‌های رفتاری خاص میان عموم مردم است. از حیث روش‌شناسی نیز اصولاً جغرافیای فرهنگی در مکتب پدیدارشناسی براساس روش‌شناسی کیفی، توسعه پیدا می‌کند که وابسته به شناخت دقیق احساس‌ها و اذهان مردم نسبت به فضای جغرافیایی است.

جغرافیا و توسعه، شماره ۵۹، تابستان ۱۳۹۹  
تاریخ دریافت: ۹۵/۱۲/۲۹  
تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۱/۱۶  
صفحات: ۲۰-۱



واژه‌های کلیدی:  
جغرافیای فرهنگی، قلمرو، هستی‌شناسی،  
پدیدارشناسی.

فلسفی در علوم انسانی، تعیین علل ظهور و ماهیت یک مفهوم فارغ از تعیین چارچوب نظری و فلسفی آن امکان‌پذیر نیست؛ به عبارت دیگر، شناخت یک پدیده و مسئله بدون تعیین چارچوب و نوع نگاه به پدیده امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین برخلاف مسائل و مجهولات موجود در علوم تجربی و حسی، در علوم انسانی تبیین و غایت‌اندیشی در مورد یک پدیده یا معضل الزاماً منوط به تعیین چارچوب‌های شناختی آن است. به‌طور کلی مکاتب فلسفی تمام پدیده‌ها و مفاهیم مرتبط با مفاهیم جامعه و انسان را تحت تأثیر خود قرار

مقدمه  
در مطالعه ابعاد مختلف یک حوزه معرفتی، نسبت‌سنجی یک مفهوم با مکاتب مختلف‌شناختی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است؛ زیرا برداشت‌ها، معانی و مفاهیم برگرفته از یک مفهوم، در مکاتب مختلف می‌تواند متفاوت و حتی متضاد باشد (اشتراوس، ۱۳۷۳: ۲۴-۱۹) و این مسئله بنیاد تفسیرهای متفاوت از مفهوم یک پدیده و منشأ ظهور راه‌حل‌های مختلف، در جهت حل مسائل و معضلات در جامعه خواهد شد (لشگری، ۱۳۹۳: ۲۳)؛ از این‌رو از حیث

دانیایی در فرهنگ غرب ایفا کرد. در عصر رنسانس و تا دوره انقلاب صنعتی، انسان سازنده اصلی نبود؛ بلکه جهانی آفریده خداوند وجود داشت که ماقبل بشر موجود بود و نقش انسان توضیح نظم جهان بود و این کار را از طریق عرضه اندیشه‌های روشن و قطعی انجام می‌داد. مسئله اصلی این بود که بازنمایی نظم جهان قابل اعتماد و شفاف بود و نقش انسان این بود که توصیفی دست دوم از نظمی که پیشاپیش وجود داشت، به دست بدهد. وی تنها با کشفیات خود، منظومه‌های موجود در جهان را به صورت استقرایی و تجربی می‌شناخت و تبیین می‌کرد و بنابراین مطلق‌اندیشی به صورت تاریخی در این پارادایم وجود داشت. در پایان قرن هجدهم، انگاره معرفت‌شناسی عصررنسانس و انقلاب صنعتی فروپاشید و معرفت‌شناسی جدید آغاز شد. این تحول در سایه تحول در سه ساحت علمی یعنی زیست‌شناسی، اقتصاد سیاسی و زبان‌شناسی آغاز شد. در حوزه زیست‌شناسی با ظهور تفکرات داروین، نگاه به حیات و ظهور انسان تغییر کرد. در اقتصاد سیاسی با ظهور تفکرات آدام اسمیت و مارکس نگاه به نیروی کار تغییر یافت و عرضه و تقاضا و رفتارهای سودمحورانه بشر ماهیت‌زمینی و غیرماورایی به خود گرفت. در زبان‌شناسی نیز تضادها و تفاوت‌ها ناشی از غیریت‌سازی فطری انسان در جهت ایجاد قلمرو و نفوذ برای جوامع مختلف معرفی شد و تفسیر ماورایی زبان‌ها و ادیان کمرنگ شد؛ از این رو در این پارادایم مفهوم انسان و جامعه انسانی ظهور یافت و معیار همه چیز شد (پیرسون، ۱۳۸۱: ۱۱۹)؛ به طوری که انسان هم فاعل شناسایی و هم موضوع شناخت می‌شود و این تحول بر شناخت مفهوم فضای جغرافیایی نیز اثر می‌گذارد (مرادی و افضلی، ۱۳۹۲: ۱۷۰).

می‌دهند. در این راستا مفهوم جغرافیای فرهنگی نیز می‌تواند در چارچوب مکاتب گوناگون معرفتی معانی متفاوتی بیابد؛ چراکه شناخت ساحت جغرافیای فرهنگی در ارتباط با هر کدام از مکاتب شناختی در واقع شناخت فرایندهای سازنده آن است؛ بنابراین هر پدیده و مفهومی در حوزه علوم انسانی علاوه بر تعریف اختصاصی در حوزه تخصصی خود، می‌تواند دارای تعاریف و مبناهای متناسب با مکاتب فلسفی باشد که این تعاریف در طول یکدیگر قرار دارند؛ از این رو در دهه‌های اخیر تلاش شده است تا در تفسیر و تبیین پدیده‌ها و محیط‌های جغرافیایی بر روی میزان قدرت، توان و به‌طور کلی باورهای فلسفی و مکاتب‌شناختی تأکید شود و شناخت عقاید در کانون مباحث و تحلیل‌های جغرافیایی قرار گیرد (شکویی، ۱۳۸۳: ۴۸). به عبارت بهتر، پدیده‌های موجود در علوم انسانی از جمله جغرافیای فرهنگی در هر مکتب فکری که تعریف شوند، بیانگر چارچوب‌های فکری مکاتب فلسفی حاکم بر خود هستند. مفهوم جغرافیای فرهنگی و به تبع آن مفهوم برنامه‌ریزی و آمایش فرهنگی فضا نیز در چارچوب مکاتب گوناگون معانی متفاوتی می‌یابد و با توجه به مبنای بودن این مفهوم در علوم جغرافیایی، به نظر می‌رسد مفهوم‌یابی آن در مکاتب مختلف حائز اهمیت زیادی است. به بیان دیگر، تفسیر پدیده‌ها و معضلات موجود در فضا و ارائه راه‌حل و بهینه‌سازی آن بدون اتکاء به یک چارچوب نظری مشخص امکان‌پذیر نیست. اصولاً در دوره رنسانس پارادایمی بر علم حکم‌فرما شد که براساس آن میان واژگان و مفاهیم گونه‌ای وحدت و همسانی برقرار بود و همین مشابهت و همسانی نقش مؤثری در توسعه انگاره مطلق‌گرا از فضای جغرافیایی و تکوین

ارتباط، احساس تعلق و همبستگی ایجاد می‌کند و نوعی تعهد و تکلیف را برای فرد پدید می‌آورد. پدیدارشناسی به دلیل ارائه فهم نوین محتوایی از علل تغییرات فضایی- مکانی به‌ویژه در جغرافیای فرهنگی این گرایش از علوم جغرافیایی را با عرصه نوینی از چارچوب نظری روبه‌رو ساخته است. در این پژوهش کوشش شده از حیث کلان در تبیین و تعریف جغرافیای فرهنگی در مکتب پدیدارشناسی رهیافت نوینی ارائه شود که در شناخت ساحت جغرافیای فرهنگی و در اتخاذ رویکردهای روشی در مطالعه آن تأثیرگذار است.

### روش تحقیق

این پژوهش با رویکردی نظری و محتوایی، ناظر به واکاوی مفهوم جغرافیای فرهنگی در چارچوب مکتب پدیدارشناسی است. در این راستا و برای دستیابی به یک نظریه اصیل در این پژوهش، تلاش شده که در درجه نخست، شالوده مفهوم جغرافیای فرهنگی به‌مثابه یکی از زیرشاخه‌های جغرافیای انسانی استخراج شود. سپس در تطبیق با آموزه‌ها و نظریه‌های موجود در مکتب پدیدارشناسی، رویکرد نوینی در تعریف جغرافیای فرهنگی در ذیل این انگاره فلسفی ارائه شود و با نگاه نقادانه روش‌شناسی و چگونگی احراز معرفت و شناخت کارکردها و فرایندهای فضایی در ابعاد فرهنگی- هویتی در مکتب پدیدارشناسی تبیین شود.

### مبانی نظری

#### - جغرافیای فرهنگی

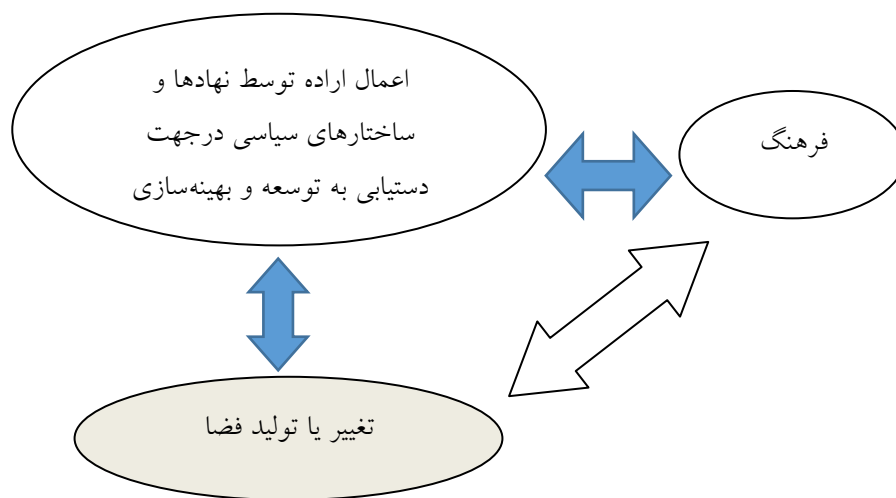
به‌طور کلی علوم جغرافیایی بر شناخت و مطالعه پراکندگی اجزاء و عناصر فضایی پرداخته و مطالعه استقرار، پراکندگی، دسترسی‌ها و مکان‌یابی پدیده‌های

در این راستا مکتب پدیدارشناسی از جمله مکاتب فرائیبات‌گرا است که به‌ویژه در دوره معاصر رشد قابل توجهی در مطالعات پدیده‌های جغرافیایی یافته‌است. در جغرافیای اثبات‌گرا فضای جغرافیایی متمایز از جوامع انسانی قلمداد شد و صرفاً به جنبه کمیت و بعد هندسی تقلیل یافت. پدیدارشناسی از ناقدان مدرنیسم به‌شمار می‌رود و از آنجایی که به دنبال آشکارسازی ماهیت انسان به‌عنوان وجود در جهان است؛ هر گونه افتراق بین فرهنگ و فضا را مردود می‌شمارد. به این ترتیب، مفهوم فضا را بر مبنای ویژگی‌های هستی‌شناسانه ذهنیت انسان تعریف می‌کند (خاتمی، ۱۳۷۴: ۱۱۳). همچنین پدیدارشناسی رویکردی است که به نقد جغرافیای مارکسیستی و ساختاری نیز می‌پرداخت؛ چراکه در جغرافیای مارکسیستی و ساختاری مردم فضای جغرافیایی را می‌سازند، اما نه تحت شرایطی که خودشان به‌صورت آزادانه انتخاب می‌کنند؛ بلکه از طریق امکانی که شرایط ساختاری- تاریخی در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد. از نگاه جغرافیای پدیداری چنین نگرشی جبرگرایانه به‌نظر می‌رسد؛ به‌طوری‌که ظرفیت بی‌پایان افراد را در درون الزامات ساختاری قرار می‌دهد و به ادراک ذهنی، هویتی، فرهنگی و جغرافیای شناختی افراد و انتخاب آن‌ها اهمیتی نمی‌دهد. در پدیدارشناسی مسئله «بودن در جهان» از طریق توجه به عاملیت انسان و توانایی فرد در تجربه و شناخت مطرح می‌شود و شناخت فرم‌ها و فرایندهای موجود در فضای جغرافیایی از طریق تجربه هر فرد و مجموعه‌ای از مفروض انگاشتگی‌ها در نزد وی به‌دست می‌آید که بخش زیاد آن متأثر از فرهنگ است (Peet, 1998: 35). در واقع عضویت فرد در گروه‌های طبقاتی، نژادی، قومی پاسخی به نیاز انسان برای شناخت خویش است. این خودشناسی میان فرد و محیط پیرامون

تخصصی حل مسئله در یک شاخه علمی است. امروزه در سیر تکامل علوم مختلف، تقسیم کار فزاینده‌ای مبتنی بر شاخه‌های تخصصی وجود دارد که این فرایند به‌طور مشخص در مجموعه علوم جغرافیایی نیز وجود دارد و این شاخه علمی نیز به ابعاد و زیرمجموعه‌های مختلفی دسته‌بندی شده است.

یکی از ابعاد مورد مطالعه فضا به‌مثابه پارادایم غالب علوم جغرافیایی بعد فرهنگی فضا است و اثرات متقابل فرهنگ و محیط امری واقعی و عینی محسوب شده است و می‌تواند مصداق معرفت علمی قلمداد شود (پوراحمد، ۱۳۸۶: ۱۰)؛ به بیان دیگر، غالب تغییرات فضایی حاصل اراده‌ها و تصمیمات نهادها و ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، حکومتی و سیاسی در فضا و در جهت بهینه‌سازی فضای محل زیست انسان‌ها و جوامع، مبتنی بر ایدئولوژی‌ها و مکاتب معرفتی‌شناختی انتخاب شده توسط این نهادها و ساختارهای تصمیم‌گیری است. در این میان، بعد فرهنگی فضا در میان دیگر ابعاد عینی فضا، به‌مراتب از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ چرا که این بعد از فضا، آینده و دورنمای سایر ابعاد فضای جغرافیایی را تعیین می‌کند و بر این مبنا به‌عنوان موتور محرکه تغییرات انسان ساخت فضایی شناخته می‌شود (شکل ۱). در این راستا هر نوع تغییر در فضای جغرافیایی، حاصل عملکرد ایدئولوژی‌ها، اندیشه‌ها و نیروهای سیاسی تصمیم‌گیری اعم از نهادهای حکومتی و غیرحکومتی، احزاب، تشکل‌ها و به‌طور کلی بازیگران سیاسی مبتنی بر داده‌های فرهنگی آن‌ها است (Peck & Wills, 2000: 2).

عینی را بررسی، توصیف و تبیین می‌کند و بیشتر تفسیرهای جغرافیایی در ارتباط با پراکندگی فضایی، سازمان فضایی مبتنی بر روابط فضایی است (صدوق و سعیدی، ۱۳۸۷: ۱۴۵). اصولاً محتوای فضای جغرافیایی دارای پدیده‌ها، جریان‌ها و روندهایی است که از سنتز و برهم‌کنش اجزای فضای بر یکدیگر به‌دست می‌آیند (رامشت، ۱۳۸۸: ۱۱۵) و شناخت مجهولات موجود در فضای جغرافیایی مشتمل بر مطالعه و شناخت کنش متقابل اجزاء و پدیده‌های موجود در یک فضای جغرافیایی مشخص است (Peck & Wills, 2000: 56). از سوی دیگر فضای جغرافیایی از حیث موضوعی و کارکردی دارای ابعاد و شاخه‌های متفاوتی است که هر کدام از این ابعاد در تعامل با یکدیگر بوده و یک سیستم و نظام را به‌وجود می‌آورند و هر کدام از این ابعاد در شاخه‌های مختلف علوم جغرافیایی مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرند. از حیث هستی‌شناسی فضا به‌عنوان موضوع علم جغرافیا همچنان که گفته شد، دارای ابعاد سیستماتیک و انضمامی همانند ابعاد اقتصادی، فرهنگی، گردشگری، طبیعی، سیاسی و... بوده که هر کدام از این وجوه در یکی از شاخه‌های تخصصی علوم جغرافیایی مورد بررسی قرار می‌گیرند (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۱۱). به‌طور کلی یکی از وجوه ثابت تکامل علم، بروز فرایند تغییر برحسب «تخصصی شدن» و «پیچیدگی بیشتر» است؛ به عبارت بهتر، تمایز و تفکیک کارکردها و کاربردها، معرف یکی از شاخص‌های پیشرفت یک مجموعه سیستماتیک علمی است. این تمایز و تفکیک در وهله اول مشتمل بر طبقه‌بندی‌های جدید و در وهله دوم شامل ظهور روش‌ها و شیوه‌های



شکل ۱: رابطه متقابل تغییرات فضایی و فرهنگ

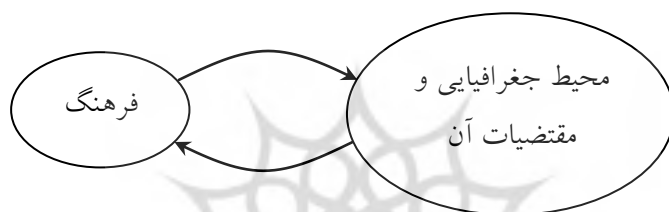
تهیه و ترسیم: نگارنده، ۱۳۹۵

تأثیر عناصر طبیعی و انسانی در فرهنگ جوامع مختلف، از موضوعات اساسی در جغرافیای فرهنگی است (جردن و راوتنزی، ۱۳۸۰: ۱۱-۱۰)؛ به‌همین دلیل بخشی از موضوع جغرافیای فرهنگی، مطالعه در مورد تنوع فضایی مذاهب و زبان و ارتباط آن با محیط جغرافیایی و کارکردهای فضایی- مکانی آن است (مؤمنی، ۱۳۸۳: ۶۳۳)؛ به عبارت بهتر، مطالعه دگرگونی سطح سیاره زمین به‌وسیله ادیان و زبان‌ها و اثرپذیری متقابل آن‌ها از عناصر محیط جغرافیایی، در جغرافیای فرهنگی مورد مطالعه قرار می‌گیرد. بدیهی است پاسخگویی به سؤالاتی نظیر چگونگی توزیع و پخش مذاهب و زبان‌ها، نقش محیط جغرافیایی در پیدایش مذاهب و زبان‌های گوناگون، رابطه مخاطرات طبیعی و اعتقادات مذهبی، تأثیر مذهب در تعیین الگوی تحولات اقتصادی و نقش‌آفرینی عناصر طبیعی در خلق چشم‌اندازهای زبانی و مذهبی به‌وضوح می‌تواند جایگاه این نمادها را در مطالعات جغرافیایی تعیین و تبیین کند. از سوی دیگر اکوسیستم جغرافیایی یا فضا، شامل محیط تغییر شکل‌یافته توسط انسان و نهادهای بشری است که جهت‌دهی، میزان و شدت

مراد از فرهنگ، «نحوه زندگی» و مشابهت‌های رفتاری یک گروه مشخص و متشکل انسانی است که آن‌ها را از دیگر گروه‌های انسانی متمایز می‌سازد و به‌طور کلی شامل ترسیمات ذهنی یا حیاتی یک ملت که در نفوس و عقول آن‌ها مندرج شده‌است، می‌شود (Lorimer, 2008: 3). مواردی همچون مشابهت در زبان، نظام ارزشی، معیشت، تاریخ و گذشته مشترک و... گروه‌های انسانی را در قالب یک فرهنگ مشترک گردهم می‌آورد. به‌طور خلاصه فرهنگ یک نیروی سیال در سطح یک جامعه است که افراد آن جامعه را مجبور به انجام کارهای معینی کرده و بخشی از بایدها و نبایدها و هنجارهای جامعه را شکل می‌دهد. بدیهی است همین هنجارها و بایدها، نبایدها تأثیر مهمی در برنامه‌ها و اهداف حکومت‌ها و جوامع و نقش بسیار مهمی در تغییرات محیط جغرافیایی و تشکیل قلمروهای فرهنگی مستقل دارد (Dalby, 2014: 54). در جغرافیای فرهنگی نیز تفاوت‌ها و تشابهات عناصر فرهنگی گروه‌های انسانی در ابعاد فضایی- مکانی و بررسی تغییرات آن در طی زمان‌های مختلف، چگونگی پخش نمادها و عناصر فرهنگی و بررسی

صرفاً نمی‌تواند تحلیل فضایی مورفولوژی و ریخت‌شناسی چشم‌اندازهای فرهنگی باشد؛ بلکه هدف از آن بررسی تأثیر فضایی فرهنگ در الگوی رفتاری جوامع و فعالیت‌های مکانی است. در جغرافیای فرهنگی بر مکان‌گزینی، مکان‌یابی، کاربری اراضی، شکل‌ها، نحوه بهره‌گیری از فضاها و تأثیرپذیری آن‌ها از فرهنگ تأکید می‌شود (سعیدی، ۱۳۶۱: ۱۵).

تغییرات فضا تحت تأثیر فرهنگ حاکم بر جامعه و مکتب فکری - فلسفی گفتمان حاکم، مدیریت و کنترل می‌شود. بر این مبنا تفاوت‌ها و تشابهات عناصر فرهنگی گروه‌های انسانی در ابعاد فضایی - مکانی و بررسی تغییرات آن در طی زمان‌های مختلف، بررسی تأثیر عناصر طبیعی و انسانی در فرهنگ جوامع مختلف و بررسی رابطه متقابل فرهنگ و توسعه فضا، از موضوعات اساسی در جغرافیای فرهنگی است (جردن و راونتزی، ۱۳۸۰: ۱۱ - ۱۰)؛ بنابراین موضوع جغرافیای فرهنگی



شکل ۲: مفهوم جغرافیای فرهنگی

تهیه و ترسیم: نگارنده، ۱۳۹۵

از دست می‌دهد؛ به سخن دیگر، مکانی که انسان در آن زندگی می‌کند، در گذر زمان معنای خود را به دست می‌آورد و این احراز معنا صرفاً بدان معنا نیست که تنها از قدمت مکان گذشته است؛ بلکه مکان در گذر فراز و نشیب‌ها و فرایندهای مختلف اجتماعی و طبیعی معنای خود را می‌یابد. پرسش مبنایی جغرافیدانان پدیدارشناس درباره معنای فضای جغرافیایی است که از مجرای تحلیل دیزاین مطرح می‌شود. منظور از دیزاین همان انسان است؛ ولی در این مکتب نگاه به انسان، به جهان و به بودن این انسان در جهان فراتر از انسان زنده، عینی و انضمامی است؛ به طوری که انسان با شناخت ذهنی خود به تفسیر جهان می‌پردازد. در حقیقت، راه شناخت وجود از تفکرات و احساسات موجود بشری می‌گذرد و شناخت پدیده‌ها بدون احساسات و ذهنیات دیزاین امکان‌پذیر نیست (مصلح، ۱۳۸۴: ۲۵۴)؛ از این رو کلیت پدیدارشناسی در انطباق با طرح اصلی‌اش ذیل روابط

### - مکتب پدیدارشناسی

در مکتب پدیدارشناسی، حقیقت الزاماً از طریق بحث‌های منطقی و دلایل تجربی، به مثابه یک پدیده بیرونی به دست نمی‌آید؛ بلکه با وجود انسان و جامعه رابطه نزدیک دارد و برای درک آن می‌بایست از روش درون‌نگری استفاده کرد (شریعت‌مداری، ۱۳۸۳: ۳۴۶). در این مکتب مسئله بودن در جهان از طریق توجه به عاملیت انسان و توانایی مردم در تجربه مطابق بر شرایط ذهنی آن‌ها مطرح می‌شود. از منظر آن‌ها حقایق جدا از ارزش‌های شخصی و فردی وجود ندارد. به عبارت دیگر، انسان یا به قول پدیدارشناسان‌ها «دیزاین»، می‌تواند هستی خویش را بنمایاند و از راه نشان دادن هستی در زمان و مکان می‌توان به معنای آن پی‌برد. در پدیدارشناسی، مکان معنای خود را از انسان و انسان نیز ریشه و بنیاد وجودی خود را در مکان نمایان می‌سازد. در واقع مکان بخشی از وجود آدمی است و انسان بدون مکان فرصت انسان‌بودن را

پیشینی ذهنی شناسایی کرد. دیزاین را نباید موجودی همانند موجودات دیگر قلمداد کرد؛ زیرا هستی دیزاین به گونه‌ای است که دغدغه فهم هستی خویش را نیز دارد (اللهی‌راد، ۱۳۹۵: ۹۷)؛ بنابراین در پدیدارشناسی، انسان (دیزاین) در ارتباط با دیگر چیزها است که معنا و هستی می‌یابد؛ آن هم نه ارتباط با خود چیزها، بلکه در ارتباط با فهم انسان از چیزها (ملایری، ۱۳۹۰: ۲۲۰) که مبتنی بر فرهنگ و هویت فرد است؛ از این رو جهان شبکه درهم‌تنیده‌ای از معانی است که دیزاین بسان هستنده‌ای است که نسبت به خود و این شبکه تنیده معانی فهم دارد و در جایی از این شبکه می‌زید؛ از این رو جغرافیای فرهنگی در این انگاره مسئولیت دیزاین را در شکل‌دهی و معنادهی به زندگی به رسمیت می‌شناسد و کنشگران نه صرفاً به‌عنوان عاملان اقتصادی، بلکه در جستجو و درصدد بازنمایی فرهنگی و اخلاقی خود هستند (Entrikin & Tepple, 2006: 31). به نظر فلاسفه اعتقاد به این مکتب، همه پدیده‌های وابسته به انسان، فعالیت، تفکر، ایجاد نظام فکری و فلسفی و حتی اعمال عادی، همگی مبتنی بر یک اصل است و آن موجودبودن، موجودی است که از خویشتن خویش آگاه است (شریعتمداری، ۱۳۹۰: ۳۵۷). ضمن اینکه شناخت پدیدارهای عینی در قالب پیش‌ذهنیت‌های انسان ظهور می‌یابد و شناخت پدیده‌ها قائم به وجود ذهن پیشینی انسان به‌مثابه موجود فعال، با اراده و با ذهنیتی پویا و درگذر است (هایدگر، ۱۳۸۷: ۶۸).

۲- بدیهی این ذهنیت پیشینی در مکان‌ها و زمان‌های مختلف می‌تواند متفاوت باشد و بنابراین شناخت موضوعی در گذر، مکان‌مند و زمان‌محور است؛ به‌طوری‌که فضا و زمان ابزارها شناخت پدیدارها توسط ذهن انسان هستند. در این مکتب اراده، ذهن و نفس بشر در موضع علت قرار می‌گیرد و در نتیجه تعمیم‌گرایی بی‌دلیل بوده و مفهوم هستی در ارتباط با

اخلاقی و فرهنگی بیان می‌شود و با قلمرو نسبت مستقیم دارد. بر این مبنا پدیدارشناسان اصولاً دو ساحت اصلی را برای شناخت و معرفت نسبت به وجود در نزد انسان (دیزاین) قائل هستند که عبارت‌اند از:

۱- شناخت پدیدارهای عینی در قالب پیش‌ذهنیت‌های انسان آگاهیده می‌شوند و شناخت پدیده‌ها قائم به وجود ذهن پیشینی انسان به‌مثابه موجود فعال با اراده و با ذهنیتی پویا و درگذر است (هایدگر، ۱۳۸۷: ۶۸). این شناخت را نمی‌بایست به معنی پدیدآوردن یک بازنمایی یا تصویری دقیق و رسا از فضا تلقی کرد؛ بلکه یک گشودگی و آشکارگی بر مبنای ذهنیت دیزاین است. در پدیدارشناسی پس از تبیین زمان‌مندی وجود و متناهی‌بودن معرفت نسبت به آن، به این اصل اساسی نیل می‌یابد که وجودشناسی سیری است که هر فردی براساس ذهنیات خود به مرتبه‌ای از آن نائل می‌آید که تابع احساس و فرهنگ وی است؛ بنابراین رفتار و تصمیم هر شخص متأثر از ادراک ذهنی او است که قضاوت و کنش وی به آن وابسته است و مستلزم توجه به هویت کنشگران و تفسیر آن‌ها است؛ بنابراین فرهنگ به‌مثابه یک متغیر سطحی مطرح نیست، بلکه به‌عنوان یک واسط و میانجی است که از طریق آن تغییر و تحولات فضای-مکانی تجربه شده و مورد بحث قرار می‌گیرد (Cosgrove & Jackson, 1987: 95)؛ از این رو دیزاین، ادراک خود را از عدم ایجاد نمی‌کند؛ بلکه این ادراک بنابر ماده اولیه‌ای ایجاد می‌شود که حاصل تداعی ادراک، عادت و فرهنگ است (ریف، ۱۳۸۹: ۱۶۷). در این راستا پدیدارشناسان به دنبال آن هستند تا ساختار ذهن فاعل و عملکردهای روان را در شناخت پژوهش کنند. در نظر آن‌ها پدیدارها امتزاجی از صور ماتقدم احساس در زمان و مکان هستند (مجتهدی، ۱۳۷۱: ۲۶). در این نظرگاه آگاهی دارای ماهیت التفاتی است که می‌توان آن را به رابطه یا نسبت به الگوهای

می‌توان آن را به رابطه یا نسبت به الگوهای پیشینی ذهنی شناسایی کرد.

حتی اگر همه هستندگان موجود در جهان را فراگرد آوریم، از تجمیع آن‌ها پدیده‌ای همچون فضا به معنای اگزیستانسیالیستی آن حاصل نخواهد شد (ورنو و دیگران، ۱۳۷۹: ۹۲-۹۳)؛ بلکه بن‌مایه شناخت، حاصل تراکنش ذهن آدمی با اشیاء بیرونی است و پدیده‌ها در ارتباط با ذهن انسان و خصوصیات شکل‌دهنده آن معنا می‌یابد. در عین حال، جدایی انسان از قلمرو و زمان ناشدنی است و تعیین پدیداری انسان و جامعه، با وجود در فضا و زمان حاصل می‌شود (داریگ، ۱۳۷۳: ۱۴۲). از نگاه پدیدارشناسانه، قلمروهای مکانی-فضایی یعنی محلی که برای منزل کردن اختصاص یافته‌است و هر فضا چیزی است که به آن جایی داده شده باشد و در عین حال دارای ویژگی‌ها و حدودمرزی است که در ذهن آدمی شناخته‌شده و تداعی می‌یابد (نیچه و همکاران، ۱۳۸۷: ۷۳).

### یافته‌های تحقیق

همچنان که پیشتر ذکر شد، به نظر فلاسفه معتقد به این مکتب، همه پدیده‌های وابسته به انسان فعالیت، تفکر، ایجاد نظام فکری و فلسفی و حتی اعمال عادی، همگی مبتنی بر یک اصل است و آن موجودبودن موجودی است که حصول ادراک پدیده‌ها در نزد دیزاین بر مبنای پیش‌زمینه‌های ذهنی و شناختی خود آگاه است و آن را در مکان متجلی می‌بیند (شریعتمداری، ۱۳۹۰: ۳۵۷).

پرسش مبنایی پدیدارشناسان درباره معنای بودن است که از مجرای تحلیل دیزاین مطرح می‌شود؛ پس این شناخت، منوط به وجود دیزاین است که زیرساخت‌های فرهنگی و رفتاری دارد. این شناخت را نباید به معنی پدیدآوردن یک بازنمایی یا تصویری دقیق و رسا از فضا تلقی کرد؛ بلکه یک گشودگی و آشکارگی بر مبنای ذهنیت دیزاین است. در این راستا

«زمان-مکان» قرار می‌گیرد؛ به عبارت دیگر، هستی از نظر فیلسوف پدیدارشناس، امری مطلق نیست؛ بلکه با زمان و مکان معین ارتباط دارد. در این مکتب منبع حصول معرفت الزاماً به جنبه‌های عقلانی و حسی محدود نمی‌شود و جنبه فضایی-مکانی نیز پیدا می‌کند؛ به عبارت دیگر، هر پدیده‌ای برای پدیدارشدن و هستی‌یافتن محتاج جا و مکان است و مکان‌مندی و زمان‌محوری، ابزارهای مهم ظهور پدیده است (مارسل، ۱۳۸۷: ۵۰). هنگامی که آگاهنده و آگاهیده در هم گدازش شوند، پدیدار زاده می‌شود که موجودی مکانی-فضایی خواهد بود. در عین حال جدایی انسان از فضا و زمان ناشدنی است و تعیین پدیداری انسان و جامعه، با وجود در فضا و زمان حاصل می‌شود (داریگ، ۱۳۷۳: ۱۴۲). دیزاین در عمل و زندگی روزمره و در قلمروهای مکانی-فضایی حائز هستی یافتن می‌شود (کلانتری، ۱۳۹۱: ۱۵۰)؛ بنابراین فهم امری قابل‌تصاحب نیست، بلکه مهم، حالت یا جزء جدایی‌ناپذیر «بودن-در-جهان» است که سبب شناخت می‌شود. در این راستا اعتقاد به تأثیرپذیری فهم جوامع و افراد از پیش‌فهم‌ها و تاریخی‌بودن وجود و شناخت انسان و تجلی این فرایندها در زمان و مکان نمونه‌های از جنبه‌های تفسیری پدیدارشناسی است (رهبری، ۱۳۸۵: ۶۱)؛ از این رو جامعه انسانی موجودی است که واقعیت قابل‌پیش‌بینی، متعین و تعریف‌شده ندارد و انسان (دیزاین) با انتخاب امکان‌هایی که در قلمرو زمانی-مکانی بر او گشوده است، چگونگی شناخت خود را از هستی شکل می‌دهد. اصولاً در پدیدارشناسی لحظه‌ای از شناخت رخ می‌دهد که می‌بایست آن را تاریخی، تکاملی، زمانی و مکانی دید (جهانبگلو، ۱۳۸۴: ۱۷). به طوری که شناخت ذاتاً ناحیه‌ای، مکان‌گرا و مکان‌مند است. اصولاً مکان بستر شکل‌گیری هویت‌ها است و هویت همبستگی مستقیمی با فهم اشیاء دارد (بدیعی و دیگران، ۱۳۹۳: ۵۱۵). در این نظرگاه آگاهی دارای ماهیت التفاتی است که



بر نحوه شکل‌گیری هویت و شناخت انسان (دیزاین)؛ ب- از طریق مشروط و محدود ساختن اجتماعی گزینه‌ها، راهبردها و کنش افراد و جوامع در تعقیب منافع و اهدافشان.

در حقیقت قدرت شامل استفاده از ضمانت‌های اجباری برای اجرا یا فعال کردن تعهدات جامعه است که بخش مهمی از این فرایند از طریق عمل به آموزه‌های فرهنگی تعریف شده صورت می‌گیرد؛ بنابراین منظور از فضای جغرافیایی در اینجا محیط خارجی یا زمین نیست، بلکه مراد عالم ذهنی- روانی، شرایط، فرهنگ‌ها و علایقی است که انسان و جامعه در ارتباط با آن‌ها به‌سرمی‌برد و به آن وابستگی تاریخی دارد؛ از این رو واقع‌شدگی، محدودیت وجود انسان به داده‌های انتخاب‌نشده‌ای است که حالات و امکان‌های محدودی را برای شناخت و کنش برای وی ایجاد می‌کند. بر این اساس، فهم دیزاین از خود و جهان به وضعیت ذهنی و هویتی او وابسته است. در این مکتب فضای جغرافیایی، فقط جهان ناب سوژه‌ها (اندیشه‌های فرهنگی و سیاسی و خود انسان‌ها) نیست، بلکه با جهان ابژه‌ها (کوه، دشت، ساختمان و...) نیز سروکار دارد؛ بنابراین پاره دیگر فضای جغرافیایی، جهان ابژه‌ها هستند که مشتمل بر دو بخش انسان‌ساخت (راه، میدان، فضای سبز و...) و طبیعت ساخت (گسل، سامانه‌های اقلیمی و...) است؛ ولی ابژه‌ها متکی بر کارکرد سوژه‌های ذهنی و هویتی دیزاین است؛ یعنی دیزاین در مجموعه‌ای از روابط قرار می‌گیرد و علایق او را به جهانی خاص وارد می‌کند که در آن واقع شده و به آن وابستگی تاریخی دارد. از نگاه پدیدارشناسی، فضا یعنی محلی که برای منزل کردن اختصاص یافته و هر فضا چیزی است که به آن جایی داده شده باشد و در عین حال دارای ویژگی‌ها و حد و مرزی است که ذهن فرهنگ‌مدار و هویت‌گرای دیزاین آن را شناخته و تداعی می‌یابد (نیچه و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۷۳)؛ بنابراین فهم انسان‌ها از پدیده‌های طبیعی،

مهم‌ترین انگاره‌های پدیدارشناسانه در تبیین و تحلیل جغرافیای فرهنگی در چارچوب موارد زیر قابل‌ذکر است:

۱- یکی از مهم‌ترین پیامدهای اعتقاد به پدیدارشناسی، شکل‌گیری گستره جغرافیایی حاکمیت و تعیین صلاحیت امور به‌وسیله یک فرهنگ در یک فضای جغرافیایی خاص است. این فرایند در محتوای خود دارای نمادهای اصالت‌بخش به گروه متشکل انسانی در یک فضا با حریم‌های نسبتاً مشخص و با ادراک ذهنی نسبتاً هماهنگ در بین آن‌ها است؛ بنابراین قلمرو دارای بار فرهنگی، عاطفی خاص بوده و نوعی حس هویت جمعی را نسبت به خود تولید می‌کنند. منظور از هویت نیز فهم انتظارات از کارکردهای یک جامعه متشکل انسانی و ایجاد یک چارچوب معین برای شناخت دیگران است. این فهم و انتظارات در نتیجه هماهنگی ذهنی و شناختی آفریده شده و برحسب آن قلمرو فرهنگی ساخته می‌شود (متقی و رشیدی، ۱۳۹۴: ۱۱۴). هر فرهنگی دارای نظام پاداش و کیفر است که به رفتار افراد تحت تأثیر خود در جهت حفظ نظام ارزشی و معنایی آن فرهنگ، پاداش داده و رفتارهای خلاف آن را کیفر می‌دهد. همین نظام پاداش و کیفر است که به سبب ظهور رفتار و ذهنیت‌های نسبتاً هماهنگ در افراد و حفظ نظم اجتماعی می‌شود. بدین‌سان هر فرهنگ یک نظام‌شناخت و هستی‌شناسی است که هنجارها، نظام ارزشی و ذهنیت ویژه خود را سامان‌دهی و بایدها و نبایدها را معین کرده و قادر است تغییر در اکوسیستم‌ها و فضای جغرافیایی را جهت‌دهی کند؛ به عبارت دیگر، ذهنیت و ادراک دیزاین امری پیشاهویتی نیست که در جریان تعامل اجتماعی ثابت بماند؛ بلکه امری هستند که در تعاملات اجتماعی شکل می‌گیرند و دگرگون می‌شوند (عبدخدایی، ۱۳۹۴: ۱۰۴). این هنجارها و رویه‌ها از دو طریق، منطبق خود را بر ساخت فضای جغرافیایی تحمیل می‌کنند. الف- تأثیر

گردشگری، طبیعی، سیاسی و... است که هر کدام از این وجوه در یکی از شاخه‌های تخصصی علوم جغرافیایی مورد بررسی قرار می‌گیرند (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۴۱)؛ ولی شناخت و تحلیل آن‌ها فارغ از زیرساخت‌های سازنده ذهن جامعه و انسان نیست، به طوری که می‌توان اذعان کرد که شناخت بدون ذهنیت پیشین، امکان بروز و ظهور ندارد. در این راستا نگرش پدیدارشناسانه، ساخت فضای جغرافیایی را ساخته و پرداخته شناخت‌های اجتماعی-فرهنگی افراد می‌داند (Young, 2008: 154). در این رویکرد اساسی‌ترین حقیقت در ساخت و تغییر ابعاد مختلف فضا منبعت از سرشت آگاهی افراد جامعه است و کنش رفتاری افراد به این پدیده‌ها تنها از طریق شناخت ساختارهای معنایی آن‌ها امکان‌پذیر است. جغرافیدانان پیرو این انگاره، بر این باورند که تحول در فضای جغرافیایی در ابعاد مختلف، امر فرهنگی و هویتی است و ذهنیت افراد متمایز و جدای از ارزش‌ها نیست و پیش‌زمینه‌های شناختی در تعیین اهداف و رفتارها دخالت دارد. از نظر آن‌ها حتی مشاهده علمی نیز متأثر از مسائل، ترس‌ها، امیدها، نیازهای فرد مشاهده‌گر است (پوپر، ۱۳۷۲: ۷۸).

در جغرافیای پدیدارشناسانه، ادراک حسی یک فرایند ذهنی است که متناسب با زمینه‌های تربیتی و تجربیات پیشینی هر فرد متفاوت است. در سال ۱۹۴۵ میلادی، جان رایت جغرافی‌دان آمریکایی بر این نکته تأکید کرد که قضاوت هر انسانی در مورد محیط، بیشتر به زمینه‌های روانی، تربیتی و باورها و عقاید شخصی آن فرد بستگی دارد؛ به عبارت دیگر، در برنامه‌ریزی و بهینه‌سازی یک فضای جغرافیایی نظیر یک شهر، یک روستا و... دیدگاه‌های افراد در خصوص اولویت‌بندی حل مسائل و معضلات کاملاً متمایز است؛ از این رو تصویر یا برداشتی که هر انسانی از خود و دیگران و محیط دارد، متفاوت است و این مسئله بستگی زیادی به روان‌شناسی فرد دارد. در این راستا تصویر ذهنی و زمینه‌های رفتاری هر شخصی نسبت به

انسان ساخت سازنده شناخت و ظهور فضا است (جمادی، ۱۳۹۲: ۳۴۳) و نفسی که در حیطه هیچ ادراک، ذهنیت، هویت و فرهنگ قلمرومداری در آن نباشد، پذیرفتنی نیست (دارتیگ، ۱۳۷۳: ۲۳)؛ از این رو عملکرد متفاوت هویت‌های فرهنگی موجبات ظهور قلمروهای فرهنگی مختلف را فراهم می‌آورد و کارکردهای فرهنگی جوامع، دائماً نوع خاصی از قلمروهای جغرافیایی را متجلی می‌سازد. درحقیقت کارکرد پدیدارشناسانه فرهنگ، قدرت تولید شناخت و کنش‌های اجتماعی در یک قلمروی فضایی ایجاد می‌کنند و رویه‌های اجتماعی به همان میزانی که روا می‌دارند، انضباط می‌بخشند و قدرت بازتولید فضای جغرافیایی را دارند (Ashley, 1987: 409).

چنانکه پیشتر ذکر شد، در مکتب پدیدارشناسی وجود فضای جغرافیایی در ابعاد ساختاری و کارکردی در نتیجه کنش‌های ذهنی انسان پدیدار می‌شود و از این جهت معطوف به قلمروهای زمانی-مکانی است؛ به بیان دیگر، شناخت پدیدارهای فضایی همچون نقطه، خط، جریان، مجاورت، حریم و... حاصل کنش ذهن و ادراک دیزاین است. از منظر پدیدارشناسی فضای جغرافیایی به میزان و چگونگی ادراک و التفات ذهن انسان برمی‌گردد و از این جهت واژه پدیدار در برابر واژه پدیده قرار می‌گیرد و به معنای یک شیء است که از طریق حواس تعمیم‌پذیر است و از طریق التفات و تفکر شناخته شده نیست؛ از این رو در مکتب پدیدارشناسی، شناخت ذهنی فضا مبتنی بر زمان و مکان از اهمیت بیشتری برخوردار است و قائلیت به مکان‌مندبودن انسان منوط به اعتقاد به عدم امکان تعمیم‌پذیری روابط انسانی یک ناحیه به نواحی دیگر است و یک فروکاست پدیدارشناسانه مکانی-فضایی، محقق را نسبت به فهم معانی و ماهیت پدیده‌های فضایی قادر می‌سازد (ملایری، ۱۳۸۹: ۶۱). علی‌رغم اینکه فضا به عنوان موضوع علم جغرافیا دارای ابعاد و وجوه مختلف همانند ابعاد اقتصادی، فرهنگی،

جای تأکید صرف و تک‌بعدی بر عقلانیت اقتصادی صورت می‌گیرد.

۲- از سوی دیگر همچنانکه ذکر شد، رابطه انسان با قلمرو چیزی بیش از ملاحظات اقتصادی و دارای پیوندهای عاطفی و روانی نیز است. انسان در مکان خود به ایجاد و توسعه روابط اکولوژیکی می‌پردازد و پیوند خود را در ابعاد مختلف با آن مستحکم می‌کند و آنچنان به مکان وابسته می‌شود که از حد روابط مادی با مکان فراتر رفته، نوعی علاقه حسی، عاطفی و غیرمادی شکل می‌یابد. بودن انسان در فضا همانند بودن شیء در جهان نیست، بلکه این بودن همراه با مؤانست و التفات همراه است؛ چراکه انسان همواره خود را نسبت به یک قلمرو معرفی می‌کند و قلمرو فضایی هویت پایدار انسان را رقم می‌زند (شولتز، ۱۳۸۸: ۱۴). نگاه هستی‌شناسی سرمایه‌داری به مکان نگاه صرفاً اقتصادی است؛ درحالی‌که پدیدارشناسی مکان، بخش جدایی‌ناپذیر زندگی اجتماعی، تاریخی انسان و به‌طور کلی اجتماع است. در واقع مکان، فرصتی برای بودن و زندگی را فراهم کرده‌است؛ به‌طوری‌که پر از معانی، دل‌بستگی‌های عاطفی و احساسی است که افراد در قالب تجربه زیسته آن را کسب کرده‌اند. اندیشه انسان‌گرا با انتقاد از رویکرد اثبات‌گرا خواستار توجه به مسائل انسانی به‌ویژه نهادهای اخلاقی، هنجار، سنت و زیبایی‌شناسی، نمادها، نشانه‌ها و نظام دلالت معنایی شود. جغرافی‌دانان فرهنگی پدیدارگرا بر مطالعه تأثیر ارزش‌ها بر ادراک کارگزار انسانی تأکید داشته و یک تصویر از انسان به‌عنوان عاملی در پرتو نیت‌ها و ارزش‌ها را توسعه داده‌اند (Smith, 2009: 32). از دیدگاه آن‌ها در تفکر و استدلال‌ها می‌بایست ارتباط با تجربه زیسته جوامع و زندگی روزمره آن‌ها برقرار باشد و به ظرفیت‌های خلاقانه جوامع در تولید مکان‌ها توجه شود.

محیط اطراف به زمینه‌های تربیتی، یادگیری و خاطرات آن شخص بستگی دارد. دیوید لاونتال از نمایندگان برجسته مکتب جغرافیای پدیدارشناسانه، اعتقاد دارد که هر فردی شخصاً مجموعه‌ای از برداشت‌های ذهنی و نقشه‌های شناختی از محیط دارد که جغرافیای شخصی او محسوب می‌شود (شکویی، ۱۳۸۳: ۱۲۸). در این راستا اولویت‌های تصمیم‌گیری سیاستمداران که نقش بسزایی در تغییرات فضای جغرافیایی دارند کاملاً تحت‌تأثیر زمینه‌های شناختی آن‌ها است؛ به بیان دیگر، تصویر و یا برداشتی که این افراد از محیط دارند و تعریف آن‌ها از معضلات و مشکلات موجود در یک مکان جغرافیایی، همگی بستگی مستقیمی به ادراک ذهنی این‌گونه آن‌ها دارد. حال اگر این افراد در مصدر تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی برای جامعه و فضا دارای نقش تعیین‌کننده در سرنوشت دیگر انسان‌ها و فضاهای جغرافیایی خواهد داشت؛ به‌عبارت‌دیگر، اولویت‌های سیاستمداران و برنامه‌ریزان به‌ویژه در نظام متمرکز فردمحور، تأثیر بسزایی در چگونگی تغییرات فضای یک سکونتگاه و آینده آن خواهد داشت؛ بنابراین در شکل‌گیری جغرافیای ذهنی و شناختی افراد جامعه، پایگاه‌های اقتصادی- اجتماعی افراد و طبقات مختلف، تفاوت‌های زیادی با هم پیدا می‌کنند؛ به‌طورکلی در شکل‌گیری تصویر ذهنی و به‌طور مبنایی‌تر جغرافیای شخصی رنج‌ها، امیدها، سن، جنس و... تأثیر بسیار زیادی دارد؛ به‌طوری‌که ماهیت، گرایش، جایگاه طبقاتی، الگوهای فکری، پایگاه فرهنگی و قالب‌های ایدئولوژیک نخبگان منجر به تعیین اولویت‌های فضایی خواهد شد. تفاوت این مکتب با دیگر مکاتب ازجمله جغرافیای رادیکال در آن است که در جغرافیای رفتاری مترصد شناخت شالوده‌های ادراکی و ذهنی در انتخاب مسیر تصمیم‌گیری و به‌تبع آن، تغییر محیط جغرافیایی به

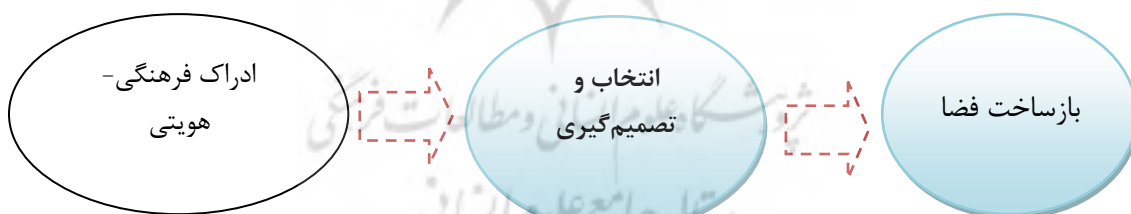
اتخاذ راهکارها و سیاست‌ها از طرف آن‌ها در جهت تقویت داده‌های فرهنگی و مبنای شناختی در هم‌اوردها و رقابت‌های فرهنگی می‌شود که منجر به شکل‌گیری رقابت بین قلمروهای فرهنگی می‌شود. علی‌رغم اینکه هویت و ابعاد شناختی انسان‌ها سازنده قلمروهای فرهنگی است، ولی پس از تشکیل شدن می‌تواند در نتیجه رقابت‌ها و قلمروخواهی‌ها باقی مانده، تغییر کند یا حتی در نتیجه روابط فضایی-اجتماعی از نو شکل بگیرد (برگر و لوکمان، ۱۳۸۷: ۲۳۶). اصولاً فرهنگ محصول شناخت ذهنی افراد در یک قلمرو هویتی است و پدیدارهای منتج از شناخت خصلت تغییرپذیری، سیالیت و نسبی بودن را دارند؛ بنابراین قلمروهای فرهنگی از ماهیتی سیال، تغییرپذیر و دینامیک برخوردار بوده و در نتیجه دائماً دچار بازساخت و تحول جدی می‌شود (متقی و کاظمی، ۱۳۸۶: ۲۱۴)؛ از این رو فضای جغرافیایی که در حیطه هیچ ادراکی نباشد و همچنین بحث از ذهنی که در آن هیچ شناخت فرهنگی قلمرومدارانه‌ای در آن نباشد؛ پذیرفتنی نیست (داریگ، ۱۳۷۳: ۲۳). حتی در قلمرو جغرافیای طبیعی، پدیدارها تا حدودی به تاریخ، فرهنگ و قدرت سیاسی جامعه وابسته است و روایت سامان‌یافته از این تلقی را می‌توان در آثار دیلتای نیز یافت. وی با پرداختن به «نقادی عقل تاریخی»، طبیعت‌پیداری را با فرهنگ و زمان پیوند می‌زند. درحقیقت پدیدارهای محیط طبیعی و انسانی از کنش‌های ذهنی جوامع و افراد و در نتیجه از تاریخ و فرهنگ اجتماعی حاکم ساخته می‌شود (دیلتای، ۱۳۹۲: ۲۳۵)؛ از این رو طبیعتی که بدین سان تعریف می‌شود، در تعامل با فرهنگ، سیاست و اجتماع است و مقولات تاریخی- فرهنگی بر محیط مستولی می‌شوند. این مقولات تاریخی- فرهنگی عبارت‌اند از: «معنا، ارزش، هدف، تکامل، غایت و قدرت». ماهیت جغرافیای انسانی و حتی طبیعی از آن حیث که پدیداری است، تاریخی و فرهنگی نیز است و ساختار

از دیدگاه پدیدارشناسان حس به معنای مرتبط شدن با فضا به واسطه درک نمادها و فعالیت‌ها است. در واقع چشم‌اندازهای فضایی نمایانگر عملکرد احساس، عاطفه و خلاقیت انسان‌ها در ساخت فضا هستند. پدیدار کردن بار عاطفی توسط یک قلمرو معین سبب می‌شود که حس قلمروخواهی و کوشش در جهت دفاع از قلمرو و منافع آن در جامعه رشد یابد و این واقعیت در نظام خاصی از فهم اجتماعی رخ می‌دهد که انگاره‌های اجتماعی متمایزی بر آن حاکم است که سازنده قلمروهای فرهنگی- فضایی است. بدیهی است دانشی که در یک قلمرو فرهنگی- تاریخی تولید می‌شود، با ارزش‌های فرهنگی و تاریخی گروه خاصی از انسان‌ها همراه و هم‌زاد است. این فرایند سبب‌ساز ظهور یک کنش طبیعی قلمروخواهی است که در چارچوب مرزهای فرهنگی و با شکل‌دهی به سازه‌های شناختی و با متمایزسازی با فرهنگ‌های دیگر تجلی می‌یابد. اصولاً فرهنگ‌ها تعیین‌کننده راه‌ها و روش‌های دستیابی به پیشرفت هستند و قلمرو فرهنگی به عنوان نمود عینی، نمایانگر این تفاوت بوده و زمینه را برای هم‌وردی و اشاعه جریان‌ها و روندهای فرهنگی فضا‌ساز فراهم می‌کنند. قلمرو فرهنگی ناظر بر کوشش فردی و گروهی برای ترسیم و نگاهداشت هویت فرهنگی در فضایی است که در آن زیست می‌کند. برخی رویکردهای نظری، رفتار قلمروخواهانه گروه‌های متشکل انسانی را پدیده طبیعی یا غریزی دانسته‌اند و برخی دیگر آن را برگرفته از فرهنگ‌های جوامع مختلف دانسته‌اند. به‌طور کلی قلمروسازی فرهنگی در اشکال مرزبندی، محدودسازی، ادعای مالکیت مادی و معنوی نسبت به نمادها و فرایندهای فرهنگی نمود می‌یابد. این خودآگاهی افراد جامعه به تاریخ حافظه مشترک جمعی، جایگاه سرزمینی و غیره سبب‌ساز تمایز آن‌ها از دیگرانی است که صاحب این خصلت نیستند (پریس و اسمیت، ۱۳۸۶: ۵۱۹). به‌طور کلی میل به ماندگارسازی اصول و نمادهای فرهنگی، منجر به

مجموعه ضوابط عقلانی خردمندانه در رفتار اجتماعی با دیگران است (غلامرضا کاشی، ۱۳۸۱: ۷۶) که وظیفه جهت‌دهی به ارزش‌ها به سوی اهداف توسعه را دارند. به‌طور کلی فرهنگ و اقتصاد دارای خاستگاهی یگانه‌اند؛ خاستگاه هر دو، فضای جغرافیایی و جامعه است و ارتباط این دو مقوله را می‌بایست در خاستگاه آن‌ها کاوید. از یک سو جامعه نوعی سیستم اجتماعی به حساب می‌آید که از روابط متقابل افراد و نهادها در جامعه شکل می‌گیرد. در واقع سیستم اجتماعی، معلول روابط اجتماعی است و روابط اجتماعی برخلاف روابط طبیعی امور قطعی و جزمی نیستند و در طی زمان می‌تواند تحت تأثیر عواملی تغییر کند؛ به‌عبارت دیگر، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری برای آینده، نیازمند تعیین جهات مثبت میان وقایع و راهکارها است و خواه‌ناخواه یک سلسله عوامل و معیارهای هنجاری پایه‌عرصه‌می‌گذارند که به روش اثبات‌گرا نمی‌توان درباره آن‌ها قضاوت کرد (کاظمی، ۱۳۷۴: ۹۹).

مکانی-زمانی دارد (مقیمی، ۱۳۹۱: ۳۰). بسیاری از دانشمندان از جمله دیلتای تلقی کمی‌داشتن از طبیعت را منشأ شکاف می‌دانند و بر این اساس می‌کوشند علوم طبیعی و فرهنگی را از یکدیگر جدا نکنند. به‌نظر دیلتای، وقتی انسان از طبیعت سخن می‌گوید آن را براساس تجربه‌های زنده خویش برمی‌سازد؛ زیرا جهان طبیعت عبارت است از تجربه‌ها و تلقی‌های انسان از محیط که براساس عملکرد فرهنگ، ایدئولوژی و قدرت سیاسی تغییر می‌یابد و اصول فلسفه تغییر محیط طبیعی، براساس عملکرد این عوامل شکل می‌گیرد.

۳- برحسب این دیدگاه، شکل‌گیری فرایند توسعه در یک قلمرو فرهنگی- فضایی مستلزم برانگیختن ارزش‌ها و سرمشق‌های رفتاری خاص میان عموم مردم است. قلمروی سرمشق یادشده، قلمروی ارتباط فرد با دیگران است و کمتر با ثبات ذهنی و باورهای عمیق فردی سروکار دارد. آنچه در سرمشق جوامع توسعه‌گرا اهمیت دارد، متقاعدشدن فرد به پیروی از



شکل ۳: نسبت میان فرهنگ و تغییرات فضایی

تهیه و ترسیم: نگارنده، ۱۳۹۵

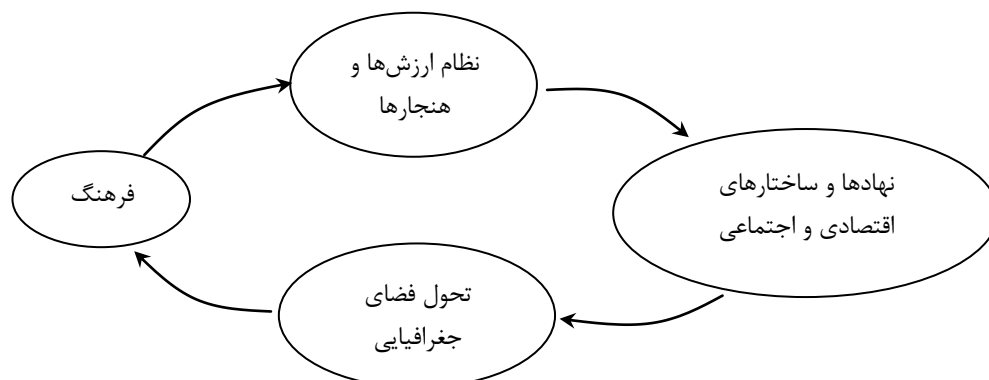
خاص اجتماعی و باورهای فرهنگی مناسب و سازگار با توسعه است. برخی شواهد تاریخی نیز نمایانگر آن است که می‌بایست تحولات اجتماعی و فرهنگی صورت گیرد تا روند توسعه در یک کشور تسهیل شود (متوسلی، ۱۳۸۲: ۸۸)؛ بنابراین هرچند توسعه اقتصادی تا حدودی به قوانین و روش‌های فنی وابسته است؛ ولی تأثیر فرهنگ در انطباق‌پذیری با پیش‌نیازهای توسعه نقش عمده‌ای دارد. در این راستا فرهنگ

قطعاً هر بعدی از سیستم اجتماعی که به مسئله انتخاب و اختیار مربوط می‌شود، مقوله‌ای فرهنگی خواهد بود. به‌طور کلی انتخاب نیاز به معیار دارد و معیار نیز مسئله‌ای ارزشی است و ارزش‌ها همچنان‌که ذکر شد، جزئی از فرهنگ یا خمیرمایه فرهنگ محسوب می‌شوند. بدیهی است پیش‌نیاز توسعه و تحول اقتصادی، ایجاد تغییر و تحول در فرهنگ جامعه است. اصولاً توسعه اقتصادی مستلزم رفتارهای

رفتارها و نگرش‌های فرهنگی مؤثر در توسعه در کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته با یکدیگر متفاوت است و اندیشمندان به‌ویژه در دوران اخیر در مقایسه سطح توسعه مکان‌ها و فضاهای جغرافیایی به‌ویژه تمدن غرب با دیگر جوامع، به‌تدریج به فرهنگ و اذهان افراد در ظهور این تمایزات و تقارن در سطح برخورداری و توسعه توجه بیشتری کرده‌اند و اصطلاحاتی همچون تحول، تکامل و توسعه فرهنگی در همین راستا در مطالعات فرهنگی شکل گرفت (Slater, 1999: 90). امروزه بسیاری از اندیشمندان معتقدند که تغییرات فرهنگی در بین جوامع و اصلاح دیدگاه‌های فرهنگی می‌تواند امکان ظهور توسعه را در بین آن ملت و فضای جغرافیایی زیست آن‌ها سبب شود. مساعدترین شرایط طبیعی مادامی که با عادات و رسوم فرهنگی مساعد تلفیق نشود، برای تداوم توسعه کافی نخواهد بود. این در حالی است که ظهور فرهنگ توسعه‌مدار می‌تواند نامساعدترین شرایط طبیعی و بدترین اقلیم‌ها را به نفع خود مهار کند (صالحی/امیری و عظیمی، ۱۳۸۷: ۱۱۲). امروزه این واقعیت کاملاً پذیرفته شده‌است که توسعه پایدار مقوله‌ای محدود به توسعه کالبدی و زیرساخت‌های فیزیکی نیست؛ بلکه فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی را نیز شامل می‌شود.

حاکم بر اذهان افراد موجبات شناخت پدیده‌ها و حتی زمینه‌سازی برای تغییرات آن‌ها را فراهم می‌آورد. بر این اساس بیشتر اندیشمندان متأثر از پدیدارشناسی، دیالکتیک (حرکت و تغییر) در قلمروهای فضایی را متأثر از ارزش‌ها و هنجارها می‌دانند. درحقیقت فرهنگ به‌مثابه عناصر سازنده فرایندهای ذهنی، فضای جغرافیایی را به‌عنوان فرم و بستر، متعین و پدیدار می‌کند؛ بنابراین ادراک ذهنی در مناطق مختلف یکسان نیست و متأثر از شرایط منطقه‌ای و محلی نیز است و تحول بهینه در فرهنگ و ایدئولوژی به‌مثابه عناصر ذهنیت‌ساز انسان، در شکل‌دهی به فرایند توسعه فضایی بسیار تعیین‌کننده است و برنامه‌ریزی و آمایش فضا در جهت رسیدن به آن بدون اتکاء به کنش ذهنی افراد جامعه که مکان‌مند و زمان‌محور است، امکان‌پذیر نیست.

درمجموع اگر رفتار جوامع انسانی بررسی شود، در اکثر آن‌ها در مقام اجرا، استدلال راه ندارد و انسان‌ها با توجه به باورها، اعتقادات، عادات و پایگاه‌های اقتصادی و اجتماعی خود (یعنی فرهنگ خود) آن‌ها را انجام می‌دهد. فرایند توسعه نیز در نتیجه فعالیت‌های خاص توسط انسان به‌وجود می‌آید و اگر این ظرف فرهنگی، مناسب برای ظهور توسعه نباشد، تحول و توسعه روی نخواهد داد (موسایی، ۱۳۸۷: ۱۲۴). اصولاً



شکل ۴: رابطه فرهنگ و تغییرات فضای جغرافیایی

نمونه‌های از جنبه‌های تفسیری این مکتب است (رهبری، ۱۳۸۵: ۶۱).

به نظر آن‌ها حقیقت الزاماً از طریق بحث‌های منطقی و دلایل تجربی به‌مثابه یک پدیده بیرونی به دست نمی‌آید؛ بلکه با وجود انسان و جامعه رابطه نزدیکی دارد و برای درک آن می‌بایست از روش درون‌نگری استفاده کرد (شریعت‌مداری، ۱۳۹۰: ۳۴۶). در حالی که در مکتب اثبات‌گرا که بین انسان و جهان جدایی افتاد، فضا نیز در مقابل انسان قرار گرفت و صرفاً جوهر فضای جغرافیایی به جنبه اندازه و بُعد هندسی تقلیل یافت. جغرافیای فرهنگی در مکتب پدیدارشناسی از ناقدان اثبات‌گرایی به‌شمار می‌رود و از آنجایی که به دنبال آشکارسازی ماهیت دیزاین به‌عنوان وجود در جهان است، هرگونه افتراق بین فرهنگ و فضا را مردود می‌شمارد و جغرافیای فرهنگی بر مبنای ویژگی‌های ذهنیت انسان گشایش می‌یابد (خاتمی، ۱۳۷۴: ۱۱۳). در پدیدارشناسی هرمنوتیک، انسان (دیزاین) در ارتباط با دیگر چیزها است که معنا و هستی می‌یابد، آن هم نه ارتباط با خود چیزها، بلکه در ارتباط با فهم انسان از چیزها (ملایری، ۱۳۹۰: ۲۲۰) که مبتنی بر فرهنگ فرد است. اصولاً جغرافیای پدیدارشناسانه براساس روش‌شناسی کیفی توسعه پیدا می‌کند که وابسته به شناخت دقیق احساس‌ها و اذهان مردم نسبت به فضای جغرافیایی است و این تجارب شخصی از طریق مصاحبه، مشاهده و... کسب می‌شود (بدیعی و پوینده، ۱۳۹۲: ۳). در این مکتب، اراده، ذهن و نفس بشر در موضع علت قرار می‌گیرد و در نتیجه تعمیم تغییرات فضای جغرافیایی امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین در چارچوب پدیدارشناسی، هیچ قلمرو ایدئولوژیک و فرهنگی در روی زمین واحد دیگر مشابه نیست، نمی‌توان از موضوعات مشابه سخن گفت؛ چراکه شناخت ذهنی افراد و جوامع در چارچوب

۴- از حیث روش‌شناسی در پدیدارشناسی اصول کلی پوزیتیویسم مبنی بر احراز معرفت از مجرای تجربه مردود اعلام شد (میلنر و براویت، ۱۳۹۰: ۱۳۵) و فضا در تقابل با مفهوم فضای انتزاعی و مطلق دکارتی در نظر گرفته می‌شود. دکارت، فضای جغرافیایی را در درون سیستم مختصات تعریف می‌کرد و برای هر نقطه در سیستم مختصات، طول و عرض و ارتفاع در نظر می‌گرفت. حال آنکه در این انگاره، فضا محصول کنش‌های ذهنی انسان‌ها با محیط پیرامون است. به این ترتیب فضای ذهنی را نمی‌توان بر روی محور مختصات و شبکه شطرنجی هندسی مورد نظر دکارت نشان داد و بر این مبنا اتخاذ رویکردهای توصیفی-تحلیلی مبتنی بر نگرش تجربی به فضا در قالب این چارچوب نظری امکان‌پذیر نیست (جوان و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۰). در این انگاره فضای جغرافیایی چیستی و ماهیت مشترک و ثابتی ندارد و منبع حصول معرفت الزاماً به جنبه‌های تجربی محدود نمی‌شود و جنبه تفسیری پیدا می‌کند؛ به عبارت بهتر، هر پدیده‌ای برای آشکارشدن، پدیدارشدن و هستی‌یافتن محتاج جا و مکان است و مکان‌مندی و زمان‌محوری، ابزارهای مهم ظهور پدیده است (مارسل، ۱۳۸۷: ۵۰). ضمن اینکه فضا به معنای پدیده‌های خارج‌از‌ذهن و به فرهنگ فرد نیست که صرفاً با حواس تجربی قابل‌شناخت باشد؛ بلکه پدیدارهای فضایی همچون نقطه، خط، مقیاس، قلمرو، شبکه، سلسله‌مراتب و... مجموعه‌ای درهم تنیده از معانی است که به‌وسیله فهم، هویت و ذهنیت پیشینی انسان (دیزاین) شناخته می‌شود. انسان (دیزاین) در عمل و زندگی روزمره و در قلمروهای مکانی- فضایی حائز هستی‌یافتن می‌شود (کلانتری، ۱۳۹۱: ۱۵۰)؛ بنابراین اعتقاد به تأثیرپذیری فهم جوامع و افراد از پیش‌فهم‌های فرهنگی و تاریخی بودن وجود انسان و تجلی این فرایندها در زمان و مکان

پدیدار می‌شود و از این جهت معطوف به قلمروهای زمانی- مکانی است. جغرافیای پدیدارشناسی در نقد جغرافیای رادیکال و ساختاری شکل گرفت که شناسا (فرد) را به‌مثابه امری ساخته‌شده و نه سازنده می‌نگریست؛ درحالی‌که در جغرافیای پدیدارشناسانه یک تاریخ فرد- بنیان همراه با تجربه زیستی به‌مثابه منبع آگاهی مطرح می‌شود؛ به‌طوری‌که ابزارهای شناخت فضا و مطالعه و بررسی تغییرات آن از پیش‌زمینه‌های ذهنی، فرهنگی و هویتی افراد سرچشمه می‌گیرد؛ از این رو شناخت فضا در چارچوب موضع ذهنی از فضا قابل‌انجام است. اصولاً نقشه‌های ذهنی- هویتی به‌مثابه چارچوب‌های عمل می‌کنند که به فضاها و مکان‌ها معنا می‌بخشند؛ به‌طوری‌که می‌توان اذعان کرد که شناخت بدون ذهنیت پیشین، امکان بروز و ظهور ندارد و فرهنگ و چارچوب شناختی حاکم بر اذهان افراد موجبات شناخت پدیده‌ها و حتی زمینه‌سازی برای تغییرات آن‌ها را فراهم می‌آورد. درحقیقت فضا شامل پدیدارهای صرف بیرونی نیست و شناخت آن نمی‌تواند فقط از تجربه‌های بیرونی به‌دست آید؛ بلکه این تجربه بیرونی از راه تصور فضا ممکن می‌شود.

از این جهت مکان و فضا، ابزار ادراک محسوسات بوده و آن‌ها را به‌صورت پدیدار درمی‌آورد. در این راستا فرهنگ و هویت به‌مثابه عناصر سازنده فرایندهای ذهنی، فضای جغرافیایی را به‌عنوان فرم و بستر، متعین و پدیدار می‌کند؛ بنابراین فرهنگ به‌مثابه عنصر ذهنیت‌ساز، در شناخت فضا و در ایجاد فرایند توسعه فضایی بسیار تعیین‌کننده است و برنامه‌ریزی و آمایش فضا بدون اتکاء به کنش ذهنی افراد جامعه که هویت‌محور، مکان‌مند و زمان‌محور است، امکان‌پذیر نیست. درنظرگرفتن انسان به‌عنوان کارگزارانی که نیت خود را انجام می‌دهند، امکان

قلمروهای فرهنگی، امکان ارائه نظریات تعمیم‌پذیر را در وجه عملیاتی و کاربردی مشکل می‌کند. این برداشت ذهنی- فرهنگی از مفهوم فضا برای علوم انسانی و علوم اجتماعی که اخیراً به‌سمت کمیت‌گرایی میل پیدا کرده‌اند، می‌تواند قابل‌توجه باشد. در جغرافیای فرهنگی پدیدارگرا، ساختارهای بیرونی آنقدر شفاف ظاهر نمی‌شوند که ذهن جغرافیدان آن‌ها را بدون هیچ خطایی بازتاب دهد، بلکه بیشتر در ذهن پژوهشگر ساخته می‌شوند؛ بنابراین پارادایم جغرافیای اثبات‌گرا در آرزوی رسمی دانش است و پارادایم انسان‌گرایی درصدد نمایش خلاقانه آن است، باین‌حال در جغرافیای انسانی و فرهنگی هنگامی که از پراکنش پدیده‌ها سخن به میان می‌آید، روی آوردن به وجه اثبات‌گرایی شناخت، چه در قالب استنباط تجربی و چه در قالب استنباط عقلانی گریزناپذیر خواهد بود؛ چراکه این وجه از وجوه تحلیل فضایی ناظر بر شمارش و اندازه‌گیری پدیده‌ها است؛ درحالی‌که در موقع مطالعه اثرات شناخت اذهان بر سایر ابعاد فضای جغرافیایی و تحلیل پدیدارهای فضایی الزاماً و صرفاً نمی‌توان از مجموعه روش‌های اثبات‌گرا برای تحلیل فرایندها و تغییرات استفاده کرد؛ زیرا همچنان‌که گفته شد، عملکرد شناخت‌های مکانی- فضایی به‌دلیل دارابودن خصوصیات هنجاری و گفتمانی در یک قلمرو، قابل‌تعمیم به دیگر فضاها و مکان‌ها نیست و از این جهت مهم‌ترین ویژگی‌های مهم علم تجربی یعنی تعمیم‌گرایی و تکرارپذیری را دارا نیست.

### نتیجه

همچنان‌که پیشتر ذکر شد، در مکتب پدیدارشناسی وجود فضای جغرافیایی در ابعاد ساختاری و کارکردی درنتیجه کنش با ابعاد و ویژگی‌های ذهنی انسان



- بدیعی، مرجان؛ محمدهادی پوینده (۱۳۹۲). پدیدارشناسی و رابطه هویت و مکان در مقیاس‌های جغرافیایی، فصلنامه علمی- پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی. سال پنجم. شماره دوم. صفحات ۱۹-۱.

[http://geography.journals.iau-garmsar.c.ir/article\\_666732.html](http://geography.journals.iau-garmsar.c.ir/article_666732.html)

- برگر، لوکمان؛ پیتر لوکمان (۱۳۷۵). ساخت اجتماعی واقعیت؛ رساله‌ای در جامعه‌شناسی شناخت. ترجمه فریبرز مجیدی. تهران. انتشارات علمی و فرهنگی.

<https://www.gisoom.com/book/1509031>

- پرایس، ریچارد؛ کریستین اسمیت (۱۳۸۶). نظریه‌های انتقادی روابط بین‌الملل و مکتب برسازی. مجموعه مقالات نوواقع‌گرایی، نظریه انتقادی و مکتب برسازی، گردآورنده اندرو لینکلتر. ترجمه علیرضا طیب. تهران. انتشارات دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه.

- پوپر، کارل (۱۳۷۲). واقعی‌گری و هدف علم، ترجمه احمد آرام. تهران. انتشارات سروش.

<http://www.lib.ir/book/84187730/>

- پیرسون، کیت آنسل (۱۳۸۸). چگونه نیچه بخوانیم؟ ترجمه لیلا کوچک‌منش. تهران. انتشارات رخداد نو.

<https://www.gisoom.com/book/1975247>

- جردن، تری؛ لستر روانتری (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر جغرافیای فرهنگی، ترجمه محمد سلیمانی و سیمین تولایی. تهران. انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

<https://www.gisoom.com/book/1209408>

- جمادی، سیاوش (۱۳۹۲). زمینه و زمانه پدیدارشناسی، جستاری در زندگی و اندیشه‌های هوسرل و هایدگر، چاپ چهارم. تهران. انتشارات ققنوس.

<https://www.gisoom.com/book/1377452>

- جهاننگلو، رامین (۱۳۸۴). تأملات هگلی. تهران. نشر نی.

<https://www.gisoom.com/book/1458049>

طرح پرسش اخلاقی را ممکن می‌سازد؛ چراکه امکان پرسش در مورد قضاوت اخلاقی همزمان با شناسایی انسان به‌عنوان موجود مختار امکان‌پذیر است؛ از این رو از حیث روش‌شناختی در جغرافیای فرهنگی پدیدارشناسانه، جامعه انسانی موجودی است که واقعیت تکرارپذیر تعمیم‌گرا ندارد و انسان (دیزاین) با انتخاب امکان‌هایی که در قلمرو زمانی- مکانی بر او گشوده است، چگونگی شناخت خود را شکل می‌دهد. برخلاف دیدگاه پوزیتیویستی، فضا به معنای پدیده‌های خارج از ذهن و عینی نیست که صرفاً با حواس تجربی قابل‌شناخت باشد؛ بلکه فرهنگ و هویت به‌مثابه عناصر ذهنیت‌ساز انسان، در شناخت فضا و ایجاد تغییرات فضایی بسیار تعیین‌کننده است؛ از این رو برنامه‌ریزی و آمایش فضا بدون اثرپذیری از کنش ذهنی افراد جامعه که مکان‌مند و زمان‌محور است، امکان‌پذیر نیست؛ به‌ویژه در پدیدارشناسی کنش‌های شناختی اصحاب قدرت و تصمیم‌گیری آن‌ها در مورد مکان و روابط موجود در آن‌ها نقش بنیادین در تغییرات و بازساخت فضای جغرافیایی دارد.

## منابع

- اشتراوس، لئو (۱۳۷۳). فلسفه سیاسی چیست؟. ترجمه فرهنگ رجایی، تهران: شرکت انتشارات علمی- فرهنگی.

<https://www.gisoom.com/book/1989287>

- الهی‌راد، صغدر (۱۳۹۵). آشنایی با هرمنوتیک. تهران. انتشارات سمت.

<https://www.adinehbook.com/gp/product/6000202938>

- بدیعی، مرجان؛ محمدباقر قالیباف؛ سیدموسی پورموسوی؛ محمدهادی پوینده (۱۳۹۳). تبیین جغرافیایی بنیادهای هویت در مقیاس محلی، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی. دوره ۴۶. شماره ۳. صفحات ۵۲۵-۵۰۵.

[https://jhgr.ut.ac.ir/article\\_51224.html](https://jhgr.ut.ac.ir/article_51224.html)

- صالحی امیری، سیدرضا؛ امیر عظیمی (۱۳۸۷). مبانی سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی، تهران. پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.

<https://www.gisoom.com/book/1953581>

- صدوق، حسن؛ عباس سعیدی (۱۳۸۷). نظام فضایی به‌مثابه جوهره مطالعات جغرافیایی، فصلنامه جغرافیا. سال چهارم. شماره ۱۰ و ۱۱. صفحات ۲۴-۷.

<https://cgje.org.ir/fa/news/143048>

- عبدخدایی، مجتبی (۱۳۹۴). روش‌های کاوش در دولت مدرن، فصلنامه روش‌شناسی. سال ۲۱. شماره ۸۴. صفحات ۸۵-۵۷.

<http://ensani.ir/fa/article/357193>

- غلامرضا کاشی، محمدجواد (۱۳۸۱). اخلاق و برنامه‌ریزی فرهنگی، فصلنامه فرهنگ عمومی. شماره ۳۳.

<https://www.sid.ir/Fa/Journal/ViewPaper.aspx?ID=106413>

- کاظمی، علی‌اصغر (۱۳۷۴). سیاست‌سنجی؛ روش‌های کمی در سیاست بین‌الملل، تهران. انتشارات دفتر مطالعات سیاسی و بین‌الملل وزارت امور خارجه.

- کلانتری، عبدالحسین (۱۳۹۱). گفتمان از سه منظر زبان‌شناختی، فلسفی و جامعه‌شناختی، تهران. انتشارات جامعه‌شناسان.

<https://www.gisoom.com/book/1825054>

- لشگری تفرشی، احسان؛ سیدعباس احمدی (۱۳۹۵). اصول و مبانی جغرافیای فرهنگی؛ با تأکید بر جغرافیای فرهنگی ایران، تهران. انتشارات سمت.

<http://samta.samt.ac.ir/content/10048>

- لشگری تفرشی، احسان (۱۳۹۳). سیاست و شهر؛ دیدگاه‌های نو در جغرافیای سیاسی فضای شهری، تهران. نشر انتخاب.

<https://www.gisoom.com/book/11148200>

- جوان، جعفر؛ سعید دلیل؛ سلمان‌مقدم (۱۳۹۲). دیالکتیک فضا از منظر لوفور، فصلنامه مطالعات مناطق خشک. سال سوم. شماره دوازدهم. صفحات ۱۷-۱.

<http://journals.hsu.ac.ir/jarhs/article-1-368-fa.pdf>

- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۹۳). فلسفه جغرافیا، فصلنامه برنامه‌ریزی و آمایش فضا. دوره هجدهم. شماره ۲. صفحات ۵۶-۲۷.

[https://hsm.spm.modares.ac.ir/browse.php?a\\_id=9717&sid=21&slc\\_lang=fa](https://hsm.spm.modares.ac.ir/browse.php?a_id=9717&sid=21&slc_lang=fa)

- خاتمی، محمود (۱۳۷۴). جهان در اندیشه هایدگر، چاپ دوم. تهران. انتشارات اندیشه معاصر.

<https://bookroom.ir/book/16994>

- دارتیگ، آندره (۱۳۷۳). پدیدارشناسی چیست؟، ترجمه محمود نوالی. چاپ اول. تهران. انتشارات سمت.

<http://samta.samt.ac.ir/content/10939>

- دیلتای، ویلهلم (۱۳۹۲). به‌فهم‌درآوردن جامعه انسانی، ترجمه منوچهر صانعی دره‌بیدی. تهران. انتشارات ققنوس.

<https://qqnoos.ir/Fa>

- سعیدی، عباس (۱۳۶۸). بینش اسلامی و پدیده‌های جغرافیایی، مشهد. آستان قدس رضوی.

<https://lib1.ut.ac.ir:8443/site/catalogue/599710>

- شریعتمداری، علی (۱۳۹۰). فلسفه، تهران. دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

<https://www.gisoom.com/book/1118332>

- شکویی، حسین (۱۳۸۳). اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا، جلد دوم. تهران. انتشارات گیتاشناسی.

<https://gitashenasi.com>

- شورمراسمیت، پاملا (۱۳۹۲). جغرافیای فرهنگی، مترجم علی احمدی. تهران. انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

<https://www.gisoom.com/book/1967993>

- شولتز، کریستین (۱۳۸۸). معماری: حضور، زبان و مکان، ترجمه محمود یاراحمدی. تهران. نشر آگاه.

<https://www.adinehbook.com/gp/product/9644483127>

- رامشت، محمدحسین (۱۳۸۸). فضا در ژئومورفولوژی، فصلنامه برنامه‌ریزی و آمایش فضا (مدرس). دوره چهاردهم. شماره ۴. صفحات ۱۳۶-۱۱۱.  
<https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/70978/127/image>
- رلف، ادوراد (۱۳۸۹). مکان و بی‌مکانی، ترجمه حمیدرضا نقصان محمدی، کاظم مندگاری، زهیر متکی. تهران. نشر آرمان‌شهر.  
<https://www.fadakbook.ir/product/4816>
- رهبری، مهدی (۱۳۸۵). هرمنوتیک و سیاست، تهران. نشر کویر.  
<https://www.gisoom.com/book/1360274>
- کلانتری، عبدالحسین (۱۳۹۱). گفتمان از سه منظر زبان‌شناختی، فلسفی و جامعه‌شناختی. تهران. انتشارات جامعه‌شناسان.  
<https://www.gisoom.com/book/1825054>
- مارسل، گابریل (۱۳۸۷). فلسفه اگزیستانسیالیسم. ترجمه شهلا اسلامی. نشر نگاه معاصر.  
<https://www.adinehbook.com/gp/product/9647763069>
- متقی، افشین؛ مصطفی رشیدی (۱۳۹۴). جغرافیا، بر ساخت‌گرایی و تبیین برساخت‌گرایانه ژئوپلیتیک، فصلنامه جغرافیا و توسعه. شماره ۳۹. تابستان ۱۳۹۴. صفحات ۱۲۶-۱۰۷.  
[http://gdij.usb.ac.ir/article\\_2008.html](http://gdij.usb.ac.ir/article_2008.html)
- متقی، ابراهیم؛ حجت کاظمی (۱۳۸۶). سازه‌نگاری، هویت، زبان و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه سیاست. دوره ۳۷. شماره ۴. صفحات ۶۷-۴۹.  
[https://journals.ut.ac.ir/article\\_19248.html](https://journals.ut.ac.ir/article_19248.html)
- متوسلی، محمود (۱۳۸۲). توسعه اقتصادی؛ مفاهیم، مبانی نظری با رویکرد نهادگرایی و روش‌شناسی، تهران. انتشارات سمت.  
<https://www.gisoom.com/book/1989566>
- مجتهدی، کریم (۱۳۷۱). پدیدارشناسی برحسب نظر هگل، تهران. انتشارات علمی و فرهنگی.  
<https://shahreketabonline.com/products/47/962>
- مصلح، علی‌اصغر (۱۳۸۴). فلسفه‌های اگزیستانس، تهران. پژوهشکده فرهنگ و اندیشه دینی.  
<https://www.gisoom.com/book/11185479>
- مقیمی، ابراهیم (۱۳۹۱). فلسفه تغییرات محیطی، تهران. انتشارات دانشگاه تهران.  
[https://press.ut.ac.ir/book\\_744.html](https://press.ut.ac.ir/book_744.html)
- ملایری، محمدحسین (۱۳۹۰). فلسفه علم پدیدارشناسی هرمنوتیک، چاپ نخست. تهران. انتشارات مرکز تحقیقات استراتژیک.  
<https://shahreketabonline.com/products/47/52944>
- ملایری، محمدحسین (۱۳۸۹). فلسفه علم پدیدارشناسی هرمنوتیک و پژوهش کیفی، فصلنامه راهبرد. سال نوزدهم. شماره ۵۴. پاییز ۱۳۸۹. صفحات ۱۰۶-۵۹.  
<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=18520>
- مرادی، اسکندر؛ رسول افزلی (۱۳۹۲). اندیشه‌های جدید در ژئوپلیتیک، تهران. نشر زیتون سبز.  
<https://shahreketabonline.com/products/19/158691>
- موسایی، میثم (۱۳۸۷). دین، فرهنگ و توسعه، تهران. انتشارات جامعه‌شناسان.  
<https://www.gisoom.com/book/1728580>
- مومنی، مصطفی (۱۳۸۳). رویکرد جریان دیالکتیکی روابط دین و محیط: مدل بوخوم بحثی در جغرافیای جهان‌بینی، مجموعه مقالات دهمین کنگره جغرافیایی ایران. تهران. انتشارات دانشگاه امام حسین (ع).
- میلنر، آندرو؛ جف براویت (۱۳۹۰). درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر، ترجمه جمال محمدی. تهران. انتشارات ققنوس.  
<https://shahreketabonline.com/products/47/15765>

- Lorimer, Hayden (2008). "Cultural geography: non-representational condition and concerns"; Progress in human geography, DOI: 10.1177/0309132507086882.
- Peet, R (1998). Modern geography thought, Oxford: Blackwell.  
<https://www.wiley.com/en-us/Modern+Geographical+Thought-p-9781557863782>
- Peck, Jamie & Wills, Jane (2000). "What is geography"; Antipode journal, volume 32, no1.
- Slater, D (1999). Situating geopolitical representation: inside/outside & the crisis of national development, Human geography today, Cambridge.  
<https://books.google.com/books?id=R7CvAwAAQBAJ&pg=PA265&lpg=PA265&dq>
- Smith, J, M (2009). Humanism/ Humanistic Geography; In R. Kitchin & N. Thrift (eds), International Encyclopedia of Human Geography, Oxford: Elsevier.  
<https://books.google.com/books?id=F3Dd6M11MqoC&pg=PA179&lpg=PA179&dq>
- Youngs, G. (2008). International relations in a global age: a concept challenge, Cambridge: polity press.  
[https://www.google.com/search?q=Youngs%2C+G.\(2008\)%2C+International+relations+in+a+global+age%3A+a+concept+challenge%2C+Cambridge%3A+polity+press.&oq=Youngs%2C+G.\(2008\)%2C+International+relations+in+a+global+age%3A+a+concept+challenge%2C+Cambridge%3A+polity+press.&aqs=chrome..69i57.2246j0j8&sourceid=chrome&ie=U](https://www.google.com/search?q=Youngs%2C+G.(2008)%2C+International+relations+in+a+global+age%3A+a+concept+challenge%2C+Cambridge%3A+polity+press.&oq=Youngs%2C+G.(2008)%2C+International+relations+in+a+global+age%3A+a+concept+challenge%2C+Cambridge%3A+polity+press.&aqs=chrome..69i57.2246j0j8&sourceid=chrome&ie=U)
- نیچه، فریدریش و دیگران (۱۳۸۷). هرمنوتیک مدرن: گزینۀ جستارها، ترجمه بابک احمدی، مهراں مهاجر و محمد نبوی. تهران: نشر مرکز.  
<https://shahreketabonline.com/products/47/56294>
- ورنو، روزبه؛ ژان وال (۱۳۷۹). نگاهی به پدیدارشناسی و فلسفۀ هست بودن، ترجمۀ یحیی مهدوی. چاپ اول. تهران: انتشارات خوارزمی.  
<https://shahreketabonline.com/products/47/87936>
- هایدگر، مارتین (۱۳۸۷). هستی و زمان، ترجمۀ سیاوش جمادی. تهران: نشر ققنوس.  
<https://shahreketabonline.com/products/41/32805>
- Ashly, R, K (1987). "The Geopolitics of Space: Toward a Critical Social Theory of International Politics", Alternatives Journal, Vol, 12, No. 4.
- Cosgrove, D & Jackson, P (1987). "The new direction in cultural geography", Area journal, 19, PP 95-101.  
<http://journals.hsu.ac.ir/jarhs/article-1-1294-en.pdf>
- Dalby, Simon (2014). "Imperialism, Domination, Culture: the continued relevance of critical geopolitics"; Geopolitics journal, January 2014, DOI: 10.1080/14650040802203679.
- Entrikin, Tepple (2006). Humanism and democratic place - making approaches to human geography, Edited by Valentin, G & Aitken, S; London: Sage publication.  
[https://books.google.com/books?id=i9UalVoa5YC&dq=\);+Humanism+and+democratic+place&hl=fa&sa=X&ved=0ahUKEwjS1tLSx-zpAhVPLewKHQJsD44Q6AEIJjAA](https://books.google.com/books?id=i9UalVoa5YC&dq=);+Humanism+and+democratic+place&hl=fa&sa=X&ved=0ahUKEwjS1tLSx-zpAhVPLewKHQJsD44Q6AEIJjAA)