

رویکردی انسان‌شناختی به: گفتمان میراث طبیعی و گردشگری روستایی

مرتضی رضوانفر^۱

چکیده

گردشگری روستایی به عنوان یک سوژه فرهنگی، مقوله‌ی جدیدی است که حاصل گفتمان مدرنیته و دنیای متجدد امروزی است؛ اما مطالعه حیات اجتماعی طبیعت و روابط میان انسان و طبیعت بسیار قدیمی است و تاریخچه‌ای بیش از علم مردم‌شناسی دارد، آنگونه که در طی قرون متمادی، علوم مختلفی چون جغرافیای انسانی، بوم‌شناسی فرهنگی و قوم‌شناسی زیستی، از مطالعه روابط میان انسان و طبیعت نشو و نما یافته است. اگر بپذیریم یکی از مهمترین انگیزه‌های گردشگران روستایی استفاده از چشم اندازها و میراث طبیعی است، پرداختن به ابعاد نظری میراث طبیعی می‌تواند سیاستگذاران گردشگری را در تدوین برنامه‌ها کمک کند. زیرا همانگونه که ذکر شد گردشگری روستایی از عمر چندانی برخوردار نیست و کمتر به ابعاد نظری آن پرداخته شده است.

کلید واژه: انسان‌شناختی، گردشگری، میراث طبیعی، گردشگری روستایی.

^۱ استادیار پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری rezvan641@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۲۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۲/۱۴

۱. مقدمه

چه رابطه‌ای میان گردشگری روستایی و میراث طبیعی هست؟ علت اقبال دانشمندان علوم مختلف به این مقوله چیست؟ پرداختن به میراث طبیعی، چه نیازی از بشر امروز را پاسخگوست؟ مطالعات میراث طبیعی چه ریشه‌ای در مدرنیته دارد؟ این مقاله سعی دارد ضمن پاسخ به پرسشهای ارائه شده، مقوله میراث طبیعی را در یک بستر فرهنگی و مردم‌شناختی مرور کند.

ابتدا اهمیت گردشگری روستایی مورد اشاره قرار می‌گیرد و به برخی ابعاد فرهنگی آن پرداخته می‌شود. پس از آن ضمن تبارشناسی عبارت میراث طبیعی، به بیان دو تناقض مفهومی در این عبارت، که به وسیله مری داگلاس مطرح شده، می‌پردازیم و پس از آن مفاهیم «بیرونی کردن» و «مادی کردن» ایده‌ها به عنوان دو فرآیند مهم در ایجاد هویت نمادی و یا اسطوره‌ای در طبیعت بررسی می‌شود؛ اینکه چگونه بشر می‌تواند ایده‌های ذهنی خود را در غالب یک عنصر مادی و غالباً طبیعی «بیرونی و مادی» کند تا ایده از حالت فردی خارج شده و به موضوعی جمعی تبدیل شود، آن چنان که به نظر دورکیم در این فرآیند ایده می‌تواند ماندگار شده و بقا بیابد.

در بخش دیگری از مقاله، کارکرد میراث طبیعی و سرزمین در شکل‌گیری حکومت‌ها و مفهوم دولت - ملت مورد بررسی قرار گرفته و اشاره می‌شود که چگونه موضوعاتی مانند زبان و پرچم ملی به عنوان موضوع‌هایی اعتباری و متافوریک در مراتب بعدی قرار می‌گیرند.

پس از بحث عینیت بخشی و مادی کردن ایده‌ها، دو مقوله دیگر با عنوان «یکپارچگی با طبیعت» و «آگاهی بر طبیعت»، به عنوان دیگر علل موثر در اهمیت یافتن موضوع میراث طبیعی مورد اشاره قرار می‌گیرد. یکپارچگی با طبیعت در مفهوم مورد نظر اشاره به احساس اندوهی است که بشر مدرن در پی گسست از طبیعت و تکه تکه شدن هویت غیرمصنوعی خود دچار آن شده است، غمی که انسان شهرنشین را به سمت بازگشت و یکپارچگی با طبیعت سوق می‌دهد. این بازگشت گاه در غالب یک تابلویی از طبیعت بیان می‌شود و گاه در غالب آیین‌ها و مناسک خاص.

«آگاهی بر طبیعت» که در بخش مجزا مورد بحث قرار گرفته است نیز مقوله‌ای است مختص به دوران مدرن که انسان شهرنشین، در حسرت طبیعت، آن را به یک سوژه برای

مطالعه تبدیل می‌کند و در چیدمان تاریخی و فرهنگی طبیعت به ارزش‌های آن آگاهی می‌یابد.

در بخشی ریشه‌یابی «جنبش محیط‌گرایی» در نیمه دوم قرن بیستم نیز به علل مختلف این رویداد اشاره می‌شود که از آن جمله می‌توان «تخریب منابع طبیعی»، ترس از «توسعه اقتصاد محور» و ظهور مفهوم «جهان سوم» را مهمترین آنها ذکر نمود.

در آخرین بخش از این مقاله، موضوع «چرخش فرهنگی» و یا بنا بر بر روایت فردریک جیسون و برخی از نظریه‌پردازان پسا مدرن، «فرهنگی شدن طبیعت» مورد بررسی قرار می‌گیرد، اینکه چگونه همه نهادهای اقتصادی، نظامی و سیاسی، با فرهنگ ادغام شده و عبارات جدیدی چون «اقتصاد هنر»، «جنگ رسانه‌ای» و «صنایع فرهنگی» وارد ترمنولوژی و دایره واژگان عمومی می‌شود و مهم‌تر اینکه در این مرحله، منابع و میراث طبیعی جدای از گفتمان روستاگرایی، وارد زندگی مردم کوچه و بازار شده و به یک موضوع فراگیر تبدیل می‌شود.

۲. گردشگری روستایی

صنعت گردشگری را باید مسالمت‌آمیزترین جنبش بشری بدانیم زیرا از یک سو در توسعه فرهنگ و اقتصاد موثر است و از سوی دیگر عاملی است برای ایجاد تفاهم بین اقوام و تحکیم مبانی صلح و هم‌زیستی بشر.

هر چند که در دهه‌های گذشته بیشتر گردشگران، افراد مرفه و متعلق به قشر بالای جامعه بوده‌اند و گردشگری به سبب تنگناهای اقتصادی و فنی، نقش مهمی در شئون زندگی اجتماعی و زیست محیطی ایفا نمی‌کرد، اما امروزه این وضعیت دگرگون شده و گروه‌های متوسط و باصطلاح «بقه سفید» نیز به این جرگه پیوسته‌اند و جمعیت انبوهی را شامل می‌شوند.

در این میان گردشگری روستایی بیشترین سهم را در بر می‌گیرد، ممکن است برخی تصور کنند بازدید از روستا فقط گردشگری ساده و امری فردی است، اما با اندکی جستجو در گزارش‌ها و آمارنامه‌های گردشگری خواهیم دید گردشگری روستایی در بازار گردشگری، سهم عمده‌ای از رشد ملی را شامل می‌شود، و باعث انتقال سرمایه شهری به سمت روستا می‌گردد.

گردشگری روستایی جدای از اشتغال زایی و ایجاد درآمد، نقش مهمی در توسعه مبادلات فرهنگی و اجتماعی منطقه ایفا می‌کند و در این مبادله فرهنگی، فرهنگ میهمان و فرهنگ میزبان در تلاقی با یکدیگر قرار گرفته و در طی فرآیند «انتقاد از عنصر ضعیف» و «انتخاب عنصر قوی» دچار تغییر و دگرگونی می‌شوند. البته ممکن است در این فرایند، تعارضاتی نیز بروز کند، معمولاً گردشگران به فعالیت‌هایی روی می‌آورند که گاهی اوقات با فرهنگ روستایی متفاوت است. برای مثال: لدت بردن از امور جاری روستا مانند پیاده روی، کوهنوردی و یا سرکشی به مزارع، پوشیدن لباس‌های مد روز، پول خرج کردن برای اوقات فراغت و تفریح، نحوه آرایش و ارتباط افراد با یکدیگر و بسیاری از موارد دیگر که باعث تغییر و دگرگونی - چه مثبت و چه منفی - در رفتار و افکار روستائیان می‌شود.

از سوی دیگر می‌توان گفت، گردشگری روستایی عاملی است برای تثبیت و حمایت از فرهنگ روستایی، زیرا وقتی گردشگران برای دیدن و یا مطالعه آداب و رسوم و سنن روستایی به روستاها سفر می‌کنند، اهالی روستا و یا مدیران منطقه سعی می‌کنند این سنت‌ها و موارث فرهنگی را برای جلب گردشگران، حفظ نمایند و حتی برخی از سنن فراموش شده را احیا کنند. روستاهای شهداردهال و ایبانه مثال خوبی برای این مدعاست.

گردشگری روستایی در حفظ محیط زیست و میراث طبیعی نیز موثر است زیرا میراث طبیعی و چشم‌اندازها، عامل مناسبی است برای جذب گردشگران و همانگونه که ذکر شد مدیران منطقه‌ای برای اشتغال‌زایی و درآمدزایی در منطقه، سعی در حفظ این چشم‌اندازها و موارث فرهنگی دارند.

سیاست‌های کشاورزی نیز با گردشگری روستایی در ارتباط است، زیرا از یک سو باعث تثبیت جمعیت و جلوگیری از مهاجرت افراد بومی می‌شود و از سوی دیگر انگیزه‌ای است برای حفاظت از محیط زیست و میراث طبیعی، لذا در توسعه محلی و منطقه‌ای نقش اساسی ایفا می‌کند.

برنامه‌های توسعه روستایی چنانچه بر مبنای گردشگری تنظیم شود می‌تواند بر حفظ توازن منطقه‌ای موثر باشد، متأسفانه بسیاری از روستاها برای دسترسی به توسعه، اولین اقدامی که انجام می‌دهند، تغییر ویژگی‌های روستایی و نزدیک شدن به صورت‌ها و ویژگی‌های شهری است، مانند ایجاد بناهای سیمانی و چند طبقه و یا ایجاد جاده و رستوران‌های نسبتاً مدرن. ما بارها دیده‌ایم اهالی روستا برای افزایش فضای یک امام‌زاده

و یا مسجد، بنای تاریخی آنرا تخریب می کنند و یک بنای مدرن جایگزین آن می کنند. در این راه ممکن است محیط زیست و میراث طبیعی را نیز فدای شهری شدن کنند. و این در حالی است که برنامه های توسعه ای که بر مبنای گردشگری ترسیم می شود، بیشتر بر حفظ مناظر، چشم اندازها و حتی آداب و رسوم تکیه دارد و با منظره سنتی روستا توازن دارد.

۳. میراث طبیعی به مثابه مسئله ی فرهنگ مدرن

مفهوم "میراث طبیعی"^۲ از نظر حقوقی مفهومی روشن است که سازمان های فرهنگی مانند یونسکو و سازمان های متولی حفاظت از میراث فرهنگی آن را برای توصیف بخشی از سرمایه طبیعی مانند مناطق طبیعی زیبا و تاریخی، کوه ها، دشت ها، تپه ها، آبشارها، تالاب ها، دریاها و دریاچه ها، گیاهان، حیوانات و دیگر آثار ارزشمند طبیعی یا نهفته در طبیعت یک کشور بکار می برند. آبشار نیاگارا و قلعه دماوند میراث طبیعی هستند زیرا ارزش طبیعی، تاریخی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دارند. این نحو نگرش بخشی از فضای مفهومی و معنایی میراث طبیعی را روش می کند و معنای رسمی و آشکار آن^۳ را نشان می دهد. اما این عبارت دارای فضای معنایی گسترده تری است و از یک معنای غیر ضمنی^۴ نیز برخوردار است. که در اینجا به بیان برخی از مفروضات ضمنی انسان شناختی نهفته در این عبارت می پردازیم.

اگر به روشی تأویلی به عبارت میراث طبیعی بنگریم این عبارت به مثابه یک "مفهوم فرهنگی کلیدی" دربردارنده دو تناقض درونی است و این دو تناقض است که آن را معنادار و پر اهمیت و در عین حال جذاب و قابل توجه می سازد. تناقض نخست، بار فرهنگی و معنایی است که در نتیجه همنشینی دو واژه "میراث" و "طبیعت" بوجود می آید. یعنی تناقض ناشی از فرایندهای "طبیعی شدن"^۵ فرهنگ و

^۲ Natural heritage

^۳ Denotation

^۴ Connotation

^۵ Naturalization

“فرهنگی شدن”^۶ طبیعت. میراث طبیعی یکی از انواع نمادهای طبیعی^۷ است. همان‌طور که مری داگلاس در مقدمه کتاب کلاسیک “نمادهای طبیعی” اش (۱۹۷۰) استدلال می‌کند مفهوم نمادهای طبیعی مفهومی متناقض است زیرا این مفهوم مبین این است که “طبیعت بصورت نماد تجلی و تبلور می‌یابد و نمادها خودشان برساخته‌هایی مبتنی و برگرفته از تجربه ما هستند، یعنی حاصل ذهن یا نوعی محصول متعارف‌اند. بنابر این نمادها درست برخلاف طبیعت‌اند» (Douglas 1996).

تناقض دوم، نو‌بودگی این مفهوم در برابر قدمت وجودشناختی و هستی‌شناختی طبیعت است. شاید خلاف عقل سلیم به نظر برسد که انسان هزاران سال در طبیعت زندگی و از آن تغذیه کرده باشد اما نسبت به آن و بخصوص نسبت به منافع آن آگاهی و تفتن نظری نداشته باشد. .. چنانکه دیوید تراسبی در کتاب ارزشمند «اقتصاد و فرهنگ» خود می‌نویسد: «خاستگاه‌های در نظر گرفتن زیست محیط به مثابه سرمایه در واقع به اقتصاددانان سیاسی قرن نوزدهم مثل دیوید ریکاردو و تامس مالتوس بر می‌گردد.» و بعد ادامه می‌دهد که سابقه مفهوم “سرمایه طبیعی” بسیار متأخرتر است: «سابقه تدوین و طرح ریزی معاصر مفهوم سرمایه طبیعی برای توصیف “مواهب آزاد طبیعت” به اواخر دهه ۱۹۸۰ و ظهور رشته فرعی اقتصاد بوم‌شناختی در دهه ۱۹۹۰ باز می‌گردد» (تراسبی ۱۳۸۲: ۷۵). مفهوم میراث طبیعی به منزله نوعی سرمایه طبیعی برگرفته از زیست محیط انسانی به طریق اولاً نمی‌تواند سابقه‌ای دیرینه‌تر از مفهوم سرمایه‌های طبیعی داشته باشد.

شاید بتوان گفت اولین مسئله نظری و درونی مقوله میراث طبیعی از همین تناقض قدمت در مقابل نو بودن یا تازگی آن بر می‌خیزد. این مسئله تبیین نسبت میان میراث طبیعی با دوران مدرن یا امروزی است. این پرسش هم ارزش بررسی و تأمل فلسفی و انسان‌شناختی دارد و هم آنقدر پر دامنه است که شاید نتوان در یک بررسی کوتاه به تمام وجوه آن توجه نمود.

^۶ Culturalization

^۷ Natural symbols

بطور خلاصه می توان گفت میراث طبیعی به مثابه یک سوژه فرهنگی حاصل تحولات مدرنیته یا دنیای متجدد امروزی است. یعنی در نتیجه توسعه تمدن جدید و آگاهی حاصل از آن است که بشر امروزی به مقوله ای به نام طبیعت توجه پیدا می کند و طبیعت برای او به مثابه مسئله ای فرهنگی مطرح می شود. انسان امروزی می خواهد از یک سو با سیطره بر طبیعت آن را در مسیر منافع خود بحرکت در آورد و از سوی دیگر می خواهد با مهار طبیعت از مصیبت ها و فاجعه های طبیعی چون سیل، زلزله، آتشفشان و خشکسالی رهایی یابد و طبیعت وحشی را به موجود آرام متمدن مبدل سازد که در شهرها کنار انسان امروزی زندگی کند و زندگی انسان امروزی را سرشار از زیبایی و سلامت نماید. و این میل و تلاش برای تسلط بر طبیعت به کمک دانش و تکنولوژی مدرن صورت می گیرد. اگرچه منتقدان مدرنیته «نشان داده اند که هر چه بیشتر بر طبیعت مسلط شده ایم، خود را کمتر شناخته ایم، و در تلاش برای آن سلطه، عنصر شناسنده یا سوژه مدام بی اعتبار تر شده است» (احمدی ۱۳۷۳: ۱۱) اما حاصل تلاش های مدرنیته این بوده است که طبیعت برای انسان امروزی دیگر طبیعت نیست بلکه پاره ای از فرهنگ اوست. بنابر این می توان میراث طبیعی را نوعی تلقی از طبیعت دانست که به انسان امروزی این امکان را می دهد تا بتواند طبیعت را آنگونه که شرایط امروزی اش اقتضاء می کند بخدمت گرفته و تفسیر و فهم کند و آنرا در سلطه بیشتر خود درآورد. میراث طبیعی در چارچوب گفتمان مدرن از مقوله طبیعت و فرهنگ قرار دارد و متأثر از شرایط خاص تاریخی لحظه اکنون مدرن و پسامدرن ماست. اینکه این شرایط تاریخی چه اقتضائاتی دارد و جایگاه میراث طبیعی در کجاست؟ پرسشی است که در ادامه به برخی از ابعاد آن می پردازیم. بدون تردید یکی از وجوه بارز نشانه شناسانه آن عینیت و مادیت بخشیدن به برخی از وجوه فرهنگ امروزی ماست. انسان همواره از طبیعت برای مادیت بخشیدن به باورهای انتزاعی و مجرد و ذهنیت خود بهره می برده است و همواره نیز طبیعت نماد و نشانه گویایی برای تبلور بخشیدن به اعتقادات انسان بوده است. در نتیجه دلیل ندارد که انسان مدرن برای عینیت بخشیدن به باورهای مدرنش از طبیعت بهره نجوید. اما چگونه؟

۴. میراث طبیعی و عینیت بخشی فرهنگی

میراث طبیعی، مفهومی عینی و ملموس است. برای مثال هر ایرانی با شنیدن این مفهوم می تواند قله دماوند و سلسه جبال البرز یا دریای مازندران و جنگل های سبز شمال ایران را در

ذهن خود تداعی کند و با افتخار از زیبایی، غنا و سرشاری و تنوع سرزمین خود یاد نماید. و مهمتر از اجزاء و عناصر موجود در ایران، کلیت مفهوم "ایران زمین" به مثابه یک نشانه فرهنگی برای هر ایرانی تبلور بخش هویت ملی اوست. در اینجا سعی بر این است با کمی توضیح بیشتر این ویژگی عینیت بخشی و مادی سازی مفهوم هویت و ملیت را که به واسطه سرزمین تحقق می‌یابد تشریح کنیم. به نظر می‌رسد اهمیت مفهوم میراث طبیعی در این زمینه نهفته است و ارزش تأمل بیشتری دارد. در ابتدا مفهوم عینیت بخشی در فرهنگ را توضیح داده، سپس بسراغ میراث طبیعی می‌رویم و این مفهوم را از منظر عینیت بخشی فرهنگی تحلیل می‌کنیم.

از منظر انسان‌شناسی هر فرهنگ دارای دو وجه متمایز است: یکی وجه مادی و عینی، دیگر وجه غیر مادی و ذهنی. صنایع، اشیاء، کالاها، طبیعت، سرزمین و اعضای یک فرهنگ مؤلفه‌های مادی محسوب می‌شوند. اما ارزش‌ها، باورها، هنجارها و تمام وجوه معنایی فرهنگ جنبه‌های ذهنی^۸ هستند یعنی اموری هستند که اعضای یک فرهنگ آنها را طی فرایند فرهنگ‌یابی و فرهنگ‌پذیری درونی کرده و بصورت ناخودآگاه یا خودآگاه فرهنگی آنها شده است. بین وجوه مادی و غیر مادی فرهنگ همواره نوعی تعامل و همبستگی درونی وجود دارد. وجوه مادی همواره برای عینیت بخشیدن^۹ یا عینیت یافتن^{۱۰} وجوه غیرمادی بخدمت گرفته می‌شوند. و متقابلاً وجوه غیرمادی در خدمت معنادار کردن و تأویل و تفسیر وجوه مادی قرار دارند. اگر انسان نتواند ایده‌ها را بیرونی و مادی کند جدای از اینکه در ارتباط برقرار کردن با آن ایده دچار مشکل می‌شود، نمی‌تواند آن ایده را به یک موضوع جمعی و اشتراکی تبدیل کند. انسان همیشه به دنبال این است که احساس فردی خود را به احساس جمعی تبدیل کند، آثار و فعالیت‌های هنری نیز از این موضوع سرمنشاء می‌گیرد. انسان می‌خواهد چیزی بیافریند که زن و مرد، کوچک و بزرگ، عام و خاص دور آن جمع شوند، با آن درد و دل کنند، حرف بزنند و نیایش کنند و اینگونه یک درخت یا ستاره و اجزای طبیعت به یک نماد یا اسطوره تبدیل می‌شود تا ایده‌های درونی، ذهنی و فردی به صورت بیرونی، عینی و جمعی تبدیل و بقاء پیدا کند. در اینجا است که طبیعت

^۸ Subjective

^۹ Objectifying

^{۱۰} Objectification

با فرهنگ در می آمیزد یا به تعبیری دیگر طبیعت امر فرهنگی می شود تا انسان بتواند مکنونات ذهنی اش را به اموری ملموس و در عین حال جمعی مبدل سازد.

این نکته را دورکیم در کتاب "صور ابتدایی حیات دینی" (۱۳۸۳) و همچنین در کتاب دیگرش به نام "طبقه بندی" که به کمک خواهر زاده اش "مارسل موس" نوشته است مطرح و بیان می کند. دورکیم در این دو اثر استدلال می کند که انسانها وقتی بخواهند به "ایده های ذهنی" یا "ذهنیت های فرهنگی" شان عینیت و مادیت ببخشند به سراغ عناصر طبیعت مانند گیاهان و حیوانات می روند. به نظر او انسان برای اینکه بتواند ایده را از وضعیت ذهنی بصورت عینی تبدیل کند و بتواند به ایده خود استمرار و بقاء ببخشد نیاز دارد که در قالب یک درخت و یا یک حیوان و یا حتی ستارگان آنرا ارایه کند و بروز نظامهای توتمی یا آئی میسمی (قائل بودن حیات برای اشیاء و عناصر طبیعی) نشانه ای از این گرایش است، به همین دلیل در ادیان و نظامهای اعتقادی مختلف گونه ای از "بیرونی کردن"^{۱۱} و "مادی کردن"^{۱۲} برای ایده ها و باورهای درونی وجود دارد. حتی مفاهیم اساسی مانند مفهوم خدا، که کلیدی ترین مفهوم در نظام های دینی است نیازمند عینیت یافتن است. در مطالعه ای تطبیقی و میان فرهنگی با عنوان «تصویر کردن خدا» روش های مختلفی که فرهنگ ها و ادیان گوناگون برای تجسد بخشیدن و عینیت دادن به مفهوم و باور به خدا بکار گرفته اند شرح داده شده است. توضیح می دهد فرهنگها چگونه اعتقاد به خداوند را که یک مقوله غیر مادی است تجسد و عینیت می بخشند تا راحت تر خدا را بشناسند، لمس کنند و با وجود باریتعالی ارتباط برقرار کنند. چنین است که در دین مسیحیت، حضرت مسیح بنام فرزند خدا و نمادی از آن شناخته می شود و در دین اسلام الله به نور^{۱۳} تشبیه می شود.

طبیعت در اینجا نیز نقش مهمی ایفا می کند. چنانکه در اغلب فرهنگها و ادیان باور به خداوند را با یک عنصر از طبیعت پیوند زنده اند. برای مثال، در ادیان توتمیستی یک حیوان یا یک گیاه را تقدیس کرده اند. در اینجا مجال بیان مثال های بیشتر نیست اما خوانندگان جستجوگر را به کتاب فخیم و ارزشمند «شاخه زرین» (۱۳۸۳) جیمز فریزر ارجاع می دهم که به زیبایی و با نثری روان نشان داده است که چگونه فرهنگها مختلف

^{۱۱} Externalization

^{۱۲} Materialization

^{۱۳} "الله نور السموات و الارض"

باورهای فرهنگی خود را به کمک طبیعت عینیت و استمرار بخشیده اند. نقش طبیعت در عینیت، مادیت و در نتیجه استمرار بخشیدن به مفاهیم و باورهای دینی و اسطوره‌ای، یکی از اشکال فرهنگی شناخته شده در ادبیات انسان‌شناسی است. در ادامه به بیان نقش طبیعت و سرزمین به مثابه یکی از مؤلفه‌های طبیعی در عینیت بخشیدن به مفهوم ملت و دولت-ملت پرداخته و نقش بنیادین طبیعت را در شکل‌گیری هویت فرهنگی و سیاسی بررسی می‌کنیم.

۵. میراث طبیعی و عینیت دادن به مفهوم ملت - سرزمین

یکی از کارکردهای مهم میراث طبیعی، نقش آن در شکل دادن و عینیت بخشیدن مفهوم ملت و سرزمین است. همه دولت-ملت‌ها با سرزمین‌شان شناخته می‌شوند، یعنی مردمی که فاقد سرزمین باشند ملت تلقی نمی‌شوند حتی اگر این ملت از جمعیت قابل توجه، نژاد واحد، زبان و دین مشترک و سایر مؤلفه‌ها برخوردار باشند باز به مثابه یک دولت-ملت مستقل فاقد هویت هستند. مثال بارز در این زمینه جمعیت کردها در جهان است. لذا همه اقوام جهان به دنبال سرزمین معین هستند تا هویت ملی خود را شکل دهند. یکی از انگیزه‌های اصلی صهیونیستها در اشغال سرزمین فلسطین نیز دست یافتن به هویت ملی و سرزمینی بود. از اینرو می‌توان گفت که سرزمین، مهمترین نماد عینی یک ملت است. و چنین است که حب وطن و عشق به سرزمین مادری در تمام فرهنگها وجود دارد و چنان گسترده است که گویی یکی از غرایز طبیعی بشر است.

اهمیت نقش "عینیت بخشی" سرزمین و مؤلفه‌های آن (مانند کوه‌ها، قله‌ها، دشت‌ها، آب‌ها و معادن) در عینیت بخشیدن به هویت ملی را احتمالاً بیش از هر چیز باید در ویژگی تخیلی بودن مفهوم دولت-ملت جستجو کرد.

بنه دیکت اندرسن در کتاب مشهورش "جتماعات تخیلی" (۱۹۸۳) همه دولت - ملت‌های جدید را موجودیت‌های تخیلی می‌نامد، یعنی ملت-دولت‌ها چیزی به مثابه امری مادی و ملموس یا فابل لمس و یکپارچه نیستند بلکه بیشتر مجموعه‌ای پراکنده، متنوع و متمایز از گروه‌های جمعیتی هستند که تصور یک ملت واحد بودن در ذهن‌شان وجود دارد. به عنوان مثال وقتی می‌گوئیم ایرانی منظورمان چه کسی است؟ مسلمان، یهودی، ارمنی و یا کرد، بلوچ یا لر؟ چه چیزی باعث می‌شود یک عرب خوزستانی یا فارس تهرانی را ایرانی

بدانیم؟ جدای از قلمرو سرزمینی که به نام ایران نامگذاری شده است، سایر چیزهایی که به مثابه نشانه های وحدت ملی شناخته می شود اموری تخیلی یا تصور و Image هستند. این نشانه ها و نمادهای ملی به ما کمک می کنند که تمام گروه های پراکنده و متفاوت درون یک سرزمین احساس کنند به نحو نمادین یک ملت واحد هستند. نشانه ها و نمادهایی که دولت ها وضع می کنند تا وحدت ملی را تحکیم کنند مانند سرود ملی، پرچم ملی، خط ملی و حتی تلویزیون و اتومبیل ملی همه این نمادها برای این است که تصور و مفهوم ملت را بیشتر عینی کنند و تجسم بخشند.

همانگونه که اشاره رفت مهمترین عامل عینی که می تواند اقوام مختلف و گروه بزرگی از مردم را به عنوان یک ملت تعریف کند، سرزمین واحد است. سرود ملی، خط و زبان ملی، نشانه های ملی جملگی نشانه ها و عناصری هستند که اعضای یک ملت و ما خودمان به نحو ذهنی و اعتباری آنها را به مثابه نشانه های ملیت و دولت تصور و وضع کرده ایم. برای مثال، اگر زادگاه کسی و اجدادش ایران نباشد، فاقد هویت ایرانی است حتی اگر فارسی سخن بگوید، اهل مذهب شیعه باشد و دوستدار ایران باشد یا حتی در ایران هم اقامت کند. او علی رغم تمام ویژگی هایی که دارد در بهترین وضعیت یک مهاجر است، نه یک ایرانی. چنین است که زادن شدن در خاک یک کشور و سرزمین و تعلق تاریخی به این سرزمین داشتن، هویت ساز است. دقیقاً این خصلت هویت ساز و عینیت بخش سرزمین است که می بینیم وقتی ذره ای از سرزمین یک ملت تصاحب می شود جنگها روی می دهد ولی این حساسیت، کمتر برای زبان، پرچم، خط و بسیاری از اسطوره ها و مفاخر کشورها که توسط دیگران تصاحب می شود، بروز می کند. وقتی مرزهای یک سرزمین تغییر می کند، کشور متلاطم می شود، وحدت اقوام از هم پاشیده می شود و هر قومی استقلالجو و تجزیه خواه می شود. لذا برای حفظ فرهنگها و ملت ها، موضوع نمادهای طبیعی و میراث طبیعی از جمله سرزمین و وطن اهمیت خود را باز می یابد.

۶. یکپارچگی و اتحاد با طبیعت

فرهنگها درگرایش به طبیعت و محیط طبیعی، جدای از تجسد و عینیت بخشی به باورها، هدف دومی را نیز دنبال می کنند و آن یکپارچگی و وحدت با طبیعت است. انسان خود را بخشی از طبیعت می داند و معتقد است در نهایت نیز به خاک و طبیعت باز می گردد. ولی زندگی شهری و صنعتی او را از طبیعت جدا کرده است. انسان نمی خواهد با طبیعت

گسست داشته باشد می‌خواهد طبیعت در زندگی او حضور داشته و هر روز آن را تجربه کند، لذا غم گسست با طبیعت و غم تکه تکه شدن هویت طبیعی و غیر مصنوعی انسان، نیاز او را به بازگشت به طبیعت و پرداختن به طبیعت و یکپارچگی با طبیعت، دامن می‌زند.

در زمانهای اولیه، بشر شکارگر کاملاً" با و در طبیعت زندگی می‌کرد، غذا، پوشاک و سرپناه او همه مستقیماً" از طبیعت تأمین می‌شد و می‌توان گفت انسان به منزله یکی از حیوانات در طبیعت ایفای نقش می‌کرد. در این دوران اولیه حیات بشر استقلال بشر از طبیعت چندان ملموس نبود. به مقداری که زمان به جلو می‌آید و انسان بر طبیعت و مشکلات آن چیره می‌شود از طبیعت استقلال بیشتری می‌یابد و در مقابل بتدریج احساس نیاز به یکپارچگی با طبیعت نیز بیشتر می‌شود. به همین دلیل انسان هم از طبیعت فاصله می‌گیرد و هم سعی می‌کند طبیعت را در زندگی خود ادغام کند. این است که وقتی شهر را می‌سازند نمادهای طبیعت مانند درختان و گلها را در شهر به خدمت می‌گیرند. شهر مانند روستا نیست که به خاطر یک عامل طبیعی مانند وجود رودخانه، یا دشت حاصل خیز شکل گرفته باشد. برای ساخت شهر، طبیعت را تغییر می‌دهند و کنترل می‌کنند. شهر سازی جزو اولین و مهمترین اعلان استقلال بشر از طبیعت بوده است، انسان زمین‌ها را صاف و آسفالت می‌کند، نه تنها شکل طبیعت را دگرگون می‌نماید بلکه کارکردهای زیست محیطی را نیز عوض می‌کند. دیگر باد نمی‌تواند بصورت طبیعی بوزد چون انبوه ساختمانها کارکرد آن را تغییر داده اند؛ هوای پاک به هوای آلوده تبدیل می‌شود، آنها مانند جویبارهای وحشی و طبیعی نیستند. و در اینجاست که بشر مجبور است به طرق دیگری سراغ طبیعت برود. لذا بصورت آیینی و مناسکی، طبیعت را به خدمت می‌گیرد و با آن ارتباط برقرار می‌کند و ابعاد زیبایی شناسی به طبیعت می‌دهد مانند تابلوهایی از مناظر طبیعی؛ یا اینکه ابعاد فلسفی به طبیعت می‌دهد و نظامهای معنایی جدیدی خلق می‌کند تا بتواند این طبیعت را مجدداً" در زندگی خود باز تولید کند. بشری که قرن‌ها مقهور و تسلیم طبیعت بوده و بر اساس جبر طبیعت زندگی خود را تنظیم می‌کرد، حالا از طبیعت مستقل شده و بخش مهمی از طبیعت را تحت کنترل خود در آورده است. انسانی که تحت سلطه طبیعت بود و از ترس به آن احترام می‌گذاشت و از آن اسطوره باد و باران می‌ساخت، در گذر زمان به کمک دانش و تجربه و فن آوری آن را کنترل کرده است. اما انسان به عنوان

یک جزئی از طبیعت که هم از لحاظ روحی و هم از نظر مادی هنوز به طبیعت نیاز دارد مجدداً با رودیکردی جدید و بصورت گزینشی بخشهایی از طبیعت را وارد زندگی خود می کند و به صورت دلخواه آن را باز سازی می نماید. چنین است که در دوره مدرن انسانی که از طبیعت دور شده دوباره به طبیعت باز می گردد اما این بار با رودیکردی جدید.

۷. آگاهی به طبیعت

جدای از استقلال از طبیعت و بازگشت به طبیعت اتفاق سومی نیز می افتد و آن آگاهی به طبیعت است (یعنی طبیعت این بار تبدیل به یک سوژه می شود). همانگونه که گیاهان و جانوران آگاهی نسبت به محیط ندارند انسان نیز تا زمان جدایی از طبیعت از آن آگاهی نداشت وقتی که از محیط مستقل شد به چیزی به نام محیط آگاهی یافت مانند انسانی که وقتی جلوی تنفسش را می گیرند می فهمد چیزی وجود داشته که الان نیست و آن هواست، وقتی هوا در فضای شهری آلوده می شود و انسان دچار تنگی نفس می شود پاکیزگی هوا و فایده این پاکیزگی را کشف می کند در حالیکه در دوران زندگی روستایی آگاهی به این پاکیزگی نداشت وقتی انسان از درون زندگی شهری و صنعتی به طبیعت نگاه می کند طبیعت را کشف می کند و به آن آگاه می شود در این زمان طبیعت تبدیل به یک سوژه برای بشر می شود بشر طبیعت را مطالعه می کند و رابطه خود را با این سوژه تعریف می کند و آن را چیدمان می کند حتی آن را تاریخی می بیند می فهمد که طبیعت تاریخ داشته و در این مدت تغییر کرده و در آینده نیز تغییر می کند و مجبور است به این فکر کند که تغییرات و مراحل آینده چگونه خواهد بود . اگر میراثی از طبیعت در طول تاریخ شکل گرفته و کارکرد هایی برای بشر امروز داشته چگونه آن را برای فرزند خود حفظ کند.

۸. جنبش طبیعت گرایی

از نیمه دوم قرن بیستم سه جنبش فراگیر در جهان شروع به شکل گیری نمود که اغلب این جنبش ها با نام "جنبش های اجتماعی جدید"^{۱۴} شناخته می شوند، یعنی جنبش های:

^{۱۴} New Social Movements

محیط‌گرایی^{۱۵}، جنبش ضد نژاد پرستی^{۱۶}، و جنبش فمینیسم^{۱۷} یا جنبش دفاع از حقوق زنان. یکی از بنیادهای فرهنگی میراث طبیعی در جنبش محیط‌گرایی نهفته است. این جنبش بر اثر چند عامل مهم شکل گرفت. ابتدا نگرانی از تخریب گسترده محیط توسط انسان و استفاده بی‌رویه از منابع طبیعی. ثانیاً "ترس از شیوع توسعه اقتصاد محور که بیش از اندازه به انباشت ثروت می‌پرداخت و وجوه فرهنگی و اجتماعی را در توسعه لحاظ نمی‌کرد و همه چیز با معیار اقتصاد سنجیده می‌شد و در نتیجه الزامات محیطی اعم از محیط تاریخی، اجتماعی و طبیعی جوامع را لحاظ نمی‌کرد. و نکته سوم ظهور مفهوم "جهان سوم" بود. جهان سوم جوامعی بودند و هستند که بسیاری از عوامل "مدل توسعه غربی" برای دستیابی به ترقی و پیشرفت را به کار گرفتند ولی به علت عدم انطباق این عوامل با شرایط محیطی نتوانستند توسعه بیابند و همچنان برچسب "توسعه نیافتگی" یا در خوشبینانه‌ترین وضعیت "در حال گذار" یا "در خال توسعه" بر پیشانی این کشورها الصاق شده است. در نتیجه این ناکامی، نگرش انتقادی نسبت به مدل غربی توسعه و بخصوص نظریه‌های نوسازی اقتصاد محور پدیدار شد و به مرور مفاهیمی مانند توسعه درون‌زا، توسعه پایدار و توسعه متوازن شکل گرفت. تمام این مفاهیم در درون یک مدل از توسعه قرار می‌گیرند که همه آنها به طرق مختلف پیوند و نسبت میان برنامه‌های توسعه با "محیط طبیعی" را در کانون خود قرار می‌دهند.

مجموعه این عوامل و بسیاری عوامل دیگر - چون جنگ جهانی دوم و تخریبهای گسترده میراث طبیعی و منابع طبیعی، اهمیت یافتن نفت بعنوان خون توسعه و همچنین گرم شدن زمین و خطرات محیطی باعث ظهور جنبش محیط‌گرایی شد و بدین سان موضوع محیط طبیعی توانست جدای از گفتمان دانشمندان و سیاستمداران، وارد گفتمان توده مردم شود و مردم عادی را متوجه خود سازد، و همچنین بصورت یک دغدغه یا مسئله جهانی شناخته شود. در واقع جنبش محیط‌گرایی باعث ایجاد یک گفتمان می‌شود و در این گفتمان زبان جدیدی شکل می‌گیرد، زبانی برای تفسیر محیط و دوباره دیدن محیط. این گفتمان با فیلمها، ادبیات و قصه‌ها و رمان‌های محیط‌گرا وارد زندگی مردم عادی می‌شود. از اینرو

^{۱۵} Environmentalism

^{۱۶} Anti-racist movements

^{۱۷} Feminism

توجه به محیط، دیگر نه یک گفتمان نخبه گرا بلکه بخشی از "گفتمان عمومی"^{۱۸} و بخشی از "شیوه سخن گفتن مردم" درباره خودشان است. در این برهه است که بازنمایی طبیعت در آثار هنری حضور بیشتری می یابد، البته پیش از آن نیز در آثار هنری به جنبه های زیبا شناختی و رماتیک طبیعت پرداخته شده است. مثلاً جنبش رماتیسیم یک حس نوستالوژیک نسبت به دوران ماقبل مدرن را احیاء می کند: بازگشت به روستاهای آرام به دره های سبز و خرم و غیر صنعتی شده. از اینرو بازنمایی طبیعت در هنر مدرن بخصوص در مکتب رماتیسیم وجه انتقادی نسبت به صنعتی شدن داشت. اکنون مجدداً هنر محیط گرا تلاش می کند درباره تخریب طبیعت هشدار بدهد و ارزشهای طبیعت را در زندگی بشر به تصویر بکشد و جایگاه طبیعت را در باورها و ارزشهای ما عیان سازد. اینگونه است که طبیعت در یک بستر تازه معنای فرهنگی می یابد و یکی از نتایج این فرهنگی شدن ظهور مقوله و مفهومی به نام میراث طبیعی است. از آنجاکه یکی از راه های رسیدن به درک عمیق انسان شناختی از مقوله میراث طبیعی شناخت بیشتر مقوله فرهنگی شدن طبیعت است در ادامه به آن می پردازیم.

۹. فرهنگی شدن طبیعت

تعبیر فرهنگی شدن را فردریک جیمسون و برخی از نظریه پردازان پسامدرن بکار برده اند. فرایند فرهنگی شدن گاهی با عناوین دیگر مانند "چرخش فرهنگی"^{۱۹} نیز تعریف می شود. صورت مسئله اهمیت یافتن فرهنگ در تمام حوزه های زندگی انسان معاصر است. این فرایند فرهنگی شدن یا ادغام شدن امر اقتصاد در فرهنگ، بیش از سایر حوزه ها جنبه ملموس و عینی دارد اما فقط به اقتصاد محدود نمی شود، بلکه نهادهای سیاسی نیز در حال فرهنگی شدن هستند. اهمیت یافتن نقش اقوام و قومیت در سیاست، اهمیت یافتن دیپلماسی فرهنگی در روابط بین الملل، فرهنگی شدن مقوله نظامی گری و جنگ^{۲۰}،

^{۱۸} Public discourse

^{۱۹} Cultural turn

^{۲۰} برای مثال جنگ عراق را همه مردم جهان از رسانه ها می بینند و درگیر جنگ می شوند همه تماشاگر جنگ هستند بدون اینکه مستقیماً در آن شرکت کنند و تعریف جنگ می شود مقدار تصویر و خبر و جنگ رسانه ای و این رسانه است که در سرنوشت جنگ تاثیر می گذارد و برنده واقعی را به جهان معرفی می کند رسانه مشخص می کند آمریکا پیروز است یا صدام، در طول تاریخ نداشته ایم که همه مردم بنشینند و جنگ را تماشا کنند لذا

اهمیت یافتن اقتصاد هنر، اقتصاد علم، و همه حکایت از تحول بنیادین تمام ساختارهای جامعه بسمت فرهنگ دارد.

فرایند فرهنگی شدن بگونه ای حرکتی بر خلاف فرایند تفکیک پذیری نهادی دوره مدرن است. پارسونز مهمترین محور مدرنیته را "تفکیک پذیری نهادی"^{۲۱} می دانست. در این فرایند تمام نهادهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی از یکدیگر استقلال پیدا می کنند و شاخص رشد مدرنیته نیز، میزان مستقل شدن نهادهای اقتصادی، سیاسی و فرهنگی از هم بوده است.

اما مجموعه تحولاتی که از دهه ۱۹۶۰ به بعد بتدریج گسترش یافت، مانند انقلاب ارتباطات، ظهور جامعه دانش محور، جامعه اطلاعاتی، ظهور صنایع فرهنگی، صنعت توریسم و عوامل دیگر باعث شد که این نهادها مجدداً^{۲۲} به هم نزدیک شده و در هم ادغام شوند. حاصل این تحولات آنست که به تعبیر بودریار عصر مبادله کالاها پایان می رسد

همه بجای اینکه دنبال سلاح برونند ترجیح می دهند اول دنبال شبکه های خبری برونند و BBS یا الجزیره مهم می شود، خرید یک کانال ماهواره ای مهم تر از یک ناو جنگی است. شما یک شبکه نیاز دارید که دائماً کشتی ها و موشکهای شما را نشان دهد لذا رژه رفتن ها و مانورها این روزه خیلی مهم است،

²¹ Institutional differentiation

^{۲۲} مثلاً "اقتصاد فرهنگ" شکل می گیرد مانند اقتصاد توریسم یا اقتصاد هنر، صنایع فرهنگی ظهور می کنند برای مثال قبلاً یک ارکستر موسیقی در تالاری برای دویست نفر برنامه اجرا می کرد ولی حالا CD و نوار آن در حجم میلیونی تولید می شود و یک بازار بزرگ و مستقل پیدا می کند و مفهومی مانند "دارایی های معنوی"^{۲۲} شکل می گیرد و می بینیم سهم بازار CD و نرم افزار از بازار اتومبیل در جهان بزرگ تر و پر رونق تر است، کالاهایی که وجه معنایی و نمادین دارند با ارزش تر از کالاهای غیر نمادی است به قول بودریار مبادله نمادها، مهم تر از مبادله کالاها می شود، شما وقتی یک CD موسیقی می خرید پیام و نماد درون آن را خریداری می کنید می خواهید از موسیقی آن یا تصاویر آن استفاده کنید، قبلاً نمادها و پیام ها اینچنین ارزش اقتصادی نداشته است.

و مبادله نمادها و نشانه‌ها جایگزین آن می‌شود. در این شرایط "فرهنگ رسانه‌ای شده"^{۲۳} و جامعه از ایماژها انباشته می‌شود. به بیان ساده‌تر، نماد و پیام هیچگاه بخشی از اقتصاد بشر نبوده است و این خصوصیت دوران مدرن و بویژه دوران پسا مدرن است که اقتصاد علم و اقتصاد فرهنگ شکل می‌گیرد و بتدریج به تعبیر دانیل بل "جامعه مابعد صنعتی"^{۲۴} ظهور می‌کند و صنایع بزرگ اهمیتی را که از دوران "انقلاب صنعتی" در شکل دادن و تحول جامعه مدرن بدست آورده بودند از دست می‌دهند و کشورهای توسعه یافته بجای اینکه به بزرگترین مجتمع‌های صنعتی در کنار شهرهایشان افتخار کنند به موزه‌ها، گالری‌های بزرگ هنری و تولیدات فکری و فرهنگی شان افتخار می‌کنند که سالیانه توریست‌ها و تماشاچی‌های زیادی را بخود جذب می‌کند. امروز دیگر یک شهر بازی بزرگ حدوداً سالی ۲۰ میلیون مراجعه کننده دارد، و هر توریست همراه خود پولی می‌آورد که حجم بزرگی در اقتصاد کشور می‌شود. این توریست می‌تواند صنعت هتل، هواپیما و حمل و نقل و صنایع غذایی را تحت تاثیر قرار دهد. یک شهر بازی، گالری و یا شهرک علمی می‌تواند صدها فرصت شغلی فراهم سازد بدون اینکه دود و آلودگی آنچنانی ایجاد کند و منابع طبیعی را از بین ببرد.

بخشی از فرهنگی شدن طبیعت نیز از طریق صنعت توریسم رخ می‌دهد. توریست‌ها با کمکی که به رونق اقتصادی می‌کنند از نفوذ بسیاری برای تغییر آرایش سرزمین‌ها و باز تعریف مفهوم طبیعت پیدا کرده‌اند. هدف توریست تجربه کردن و لذت بردن از تجربه فرهنگی است، یعنی تجربه در زیبایی شناسی، تاریخ، جغرافیا و دیدنی‌های طبیعی و محیطی. اولین کار توریست ورود به یک جغرافیا و سرزمین است، به همین دلیل دولتها برای جلب مشتری بیشتر ناگزیر باید طبیعت و سرزمین رها شده را دوباره بیارایند و از چشم توریست و مشتری به سرزمین و محیط شان نگاه کنند تا آن را به کالایی دلپسند مبدل سازند. بواقع دولتها لذت و تجربه ناشی از دیدنی‌ها و جذابیت‌های سرزمین خود را به توریست (مشتری) می‌فروشند و از این طریق سود حاصل می‌کنند. در این معناست که طبیعت بازتعریف می‌شود و بصورت میراث طبیعی مجدداً تولد می‌یابد. اما این بار دیگر

^{۲۳} Mediazation of culture

^{۲۴} Post-industrial society

طبیعت معنایی طبیعی ندارد بلکه پدیده‌ای فرهنگی است که به سیاست و اقتصاد و اجتماع خدمت می‌کند.

۱۰. نتیجه‌گیری

حاصل کلام اینکه، فرهنگی شدن یکی از فرایندهای جهانی دوره معاصر است که طی آن حوزه‌های اجتماعی مختلف با یکدیگر در می‌آمیزند و ابعاد نشانه‌شناختی و تفسیری پدیده‌ها اهمیت بیشتری می‌یابد. طبیعت نیز یکی از پدیده‌هایی است که فرهنگی می‌شود. ما این وجه نشانه‌شناختی طبیعت را می‌توانیم از طریق رسانه و پیام‌ها و تصاویری که آنها دائماً از حیات وحش، دشت‌ها، کوه‌ها، و سرزمین‌های مختلف به درون منازل ما می‌آورند، و همچنین از طریق اهمیتی که محیط‌گرایی در گفتمان عمومی پیدا کرده است، و تلاش دولت‌ها و ملت‌ها در بازنمایی و بازتفسیر منابع و سرمایه‌های طبیعی مصروف می‌دارند دید. میراث طبیعی تنها یکی از حلقه‌های زنجیره فرهنگی شدن طبیعت است. طبیعت نه تنها با بازتولید آن در بافت محیط‌های شهری سازمان و تصویر متفاوتی از امر طبیعی ایجاد کرده است، بلکه با "مجازی شدن"^{۲۵} تصویر طبیعت از طریق رسانه‌ها، از امری طبیعی یا واقعی به امری مجازی مبدل شده است. شاید حس نوستالژی ما برای طبیعت، دیگر نوستالژی دستیابی به آن طبیعت دست‌ناخورده نباشد بلکه بیشتر نوستالژی برای "طبیعت مجازی" است که رسانه‌ها خلق کرده‌اند. جنگل دیگر جایی دور دست نیست بلکه مکانی در حاشیه شهر ماست. دریا محل پرخطر عبور کشتی‌های بزرگ نیست بلکه محل سیر و سفر دزدان دریایی است.

منابع و مأخذ

- تراسبی، دیوید ۱۳۸۲. *اقتصاد و فرهنگ*. ترجمه کاظم فرهادی. تهران: نشر نی
- دورکیم، امیل (۱۹۰۳/ ۱۳۸۳). *صور بنیانی حیات دینی*. ترجمه باقر پرهام. تهران: نشر مرکز
- فریزر، جیمز (۱۳۸۳) *شاخه زرین: پژوهشی در جادو و دین*. ترجمه کاظم فیروزمند. تهران: نشر آگاه.

مرتضی رضوانفر ۱۵۱

Anderson, B. 1983. *Imagined communities: reflections on the origins and spread of nationalisms*. London: Verso.

Douglas, M. 1996 (1970) *Natural symbols*. London: Routledge.