

رویکردی انسان‌شناختی به گفتمان میراث طبیعی و گردش‌گری روستایی

مرتضی رضوانفر*

چکیده

گردش‌گری روستایی به‌منزله سوژه‌ای فرهنگی مقوله‌جدیدی 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 طی قرون متمادی علوم گوناگونی 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 چشم‌اندازها 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.

کلیدواژه‌ها: انسان‌شناختی، گردش‌گری، میراث طبیعی، گردش‌گری روستایی.

۱. مقدمه

چه رابطه‌ای میان گردش‌گری روستایی و میراث طبیعی برقرار است؟ علت اقبال دانشمندان علوم گوناگون به این مقوله چیست؟ پرداختن به میراث طبیعی چه نیازی از بشر امروز را پاسخ‌گوست؟ مطالعات میراث طبیعی چه ریشه‌ای در مدرنیته دارد؟

* عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردش‌گری، rezvan641@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۲۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۲/۱۴

در این مقاله سعی داریم، ضمن پاسخ به پرسش‌های ارائه‌شده، مقوله میراث طبیعی را در بستری فرهنگی و مردم‌شناختی مرور کنیم.

نخست به اهمیت گردش‌گری روستایی اشاره و به برخی ابعاد فرهنگی آن پرداخته می‌شود؛ پس از آن، ضمن تبارشناسی عبارت میراث طبیعی، دو تناقض مفهومی را در این عبارت، که مری داگلاس مطرح کرده است، بیان می‌کنیم و پس از آن مفاهیم «بیرونی‌کردن» و «مادی‌کردن» ایده‌ها، به‌مثابه دو فرایند مهم در ایجاد هویت نمادی و یا اسطوره‌ای در طبیعت، بررسی می‌شوند؛ این‌که چگونه بشر می‌تواند ایده‌های ذهنی خود را در غالب عنصری مادی و غالباً طبیعی «بیرونی و مادی» کند تا ایده از حالت فردی خارج و به موضوعی جمعی تبدیل شود، آن‌چنان‌که به نظر دورکیم در این فرایند ایده می‌تواند ماندگار شود و بقا یابد.

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

پس از بحث عینیت‌بخشی و مادی‌کردن ایده‌ها، به دو مقوله دیگر با عنوان «یک‌پارچگی با طبیعت» و «آگاهی از طبیعت»، به‌منزله دیگر علل مؤثر در اهمیت‌یافتن موضوع میراث طبیعی، اشاره می‌شود. یک‌پارچگی با طبیعت در مفهوم مورد نظر اشاره به احساس اندوهی دارد که بشر مدرن در پی گسست از طبیعت و تکه‌تکه‌شدن 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 تصویری از طبیعت بیان می‌شود و گاه در غالب آیین‌ها و مناسک خاص.

«آگاهی از طبیعت» نیز که در بخشی مجزا بررسی شده است مقوله‌ای است مختص به دوران مدرن که انسان شهرنشین، در حسرت طبیعت، آن را به سوژه‌ای برای مطالعه تبدیل می‌کند و در چیدمان تاریخی و فرهنگی طبیعت به ارزش‌های آن آگاهی می‌یابد.

در بخش ریشه‌یابی «جنبش محیط‌گرایی» در نیمه دوم قرن بیستم نیز به علل گوناگون این روی‌داد اشاره می‌شود که می‌توان «تخریب منابع طبیعی»، ترس از «توسعه اقتصادمحور»، و ظهور مفهوم «جهان سوم» را از مهم‌ترین آن‌ها برشمرد.

در آخرین بخش از این مقاله موضوع «چرخش فرهنگی» و یا بنابر روایت فردریک جیسون و برخی از نظریه‌پردازان پسامدرن «فرهنگی‌شدن طبیعت» بررسی می‌شود، این‌که چگونه همه نهاد‌های اقتصادی، نظامی، و سیاسی با فرهنگ ادغام می‌شوند و عبارات

جدیدی چون «اقتصاد هنر»، «جنگ رسانه‌ای»، و «صنایع فرهنگی» وارد اصطلاح‌شناسی و دایره واژگان عمومی می‌شود و مهم‌تر این‌که در این مرحله منابع و میراث طبیعی، جدای از گفتمان روشن‌فکری، وارد زندگی مردم کوچه و بازار می‌شود و به موضوعی فراگیر تبدیل می‌شود.

۲. گردش‌گری روستایی

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

هرچند که در دهه‌های گذشته بیش‌تر گردش‌گران افراد مرفه و متعلق به قشر بالایی جامعه بوده‌اند و گردش‌گری به‌سبب تنگناهای اقتصادی و فنی نقش مهمی در شئون زندگی اجتماعی و زیست‌محیطی ایفا نمی‌کرد، اما امروزه این وضعیت دگرگون شده است و گروه‌های متوسط و به‌اصطلاح «یقه‌سفید» نیز به این جرگه پیوسته‌اند و جمعیت انبوهی را شامل می‌شوند.

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

گردش‌گری روستایی جدای از اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد نقش مهمی در توسعه مبادلات فرهنگی و اجتماعی منطقه ایفا می‌کند و در این مبادله فرهنگی مهمان و فرهنگ میزبان در تلاقی با یک‌دیگر قرار می‌گیرند و طی فرایند «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، لذت‌بردن از امور جاری روستا مانند پیاده‌روی و 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 باعث تغییر و دگرگونی، چه مثبت و چه منفی، در رفتار و افکار روستاییان 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 کنند و حتی برخی از سنن فراموش شده را احیا کنند. روستاهای مشهد اردهاال و ایبانه مثال خوبی برای این مدعاست.

گردش‌گری روستایی در حفظ محیط‌زیست و میراث طبیعی نیز مؤثر 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 ارتباط‌اند، زیرا از یک سو باعث تثبیت جمعیت و جلوگیری از مهاجرت افراد بومی می‌شوند و از سوی دیگر انگیزه‌ای می‌شوند برای حفاظت از محیط‌زیست و میراث طبیعی، بنابراین در توسعه محلی و منطقه‌ای نقش اساسی ایفا می‌کنند.

چنان‌چه برنامه‌های توسعه روستایی بر مبنای گردش‌گری تنظیم شود، می‌تواند در حفظ توازن منطقه‌ای مؤثر باشد؛ متأسفانه اولین اقدام بسیاری از روستاها برای دسترسی به توسعه تغییر ویژگی‌های روستایی و نزدیک شدن به صورت‌ها و ویژگی‌های شهری است، مانند ساخت بناهای سیمانی و چندطبقه و یا احداث جاده و رستوران‌های نسبتاً مدرن. بارها دیده‌ایم اهالی روستا برای افزایش فضای امام‌زاده و یا مسجد بنای تاریخی آن را تخریب و بنایی مدرن‌جانشین آن می‌کنند. در این راه ممکن است محیط‌زیست و میراث طبیعی را نیز فدای شهری شدن کنند. این در حالی است که برنامه‌های توسعه‌ای که بر مبنای گردش‌گری ترسیم می‌شوند بیش‌تر بر حفظ مناظر، چشم‌اندازها، و حتی آداب و رسوم تکیه و با منظره‌ستنی روستا توازن دارند.

۳. میراث طبیعی در جایگاه مسئله فرهنگ مدرن

مفهوم «میراث طبیعی» (natural heritage) از نظر حقوقی مفهومی روشن است که سازمان‌های فرهنگی مانند یونسکو و سازمان‌های متولی حفاظت از میراث فرهنگی آن را برای توصیف بخشی از سرمایه طبیعی مانند مناطق طبیعی زیبا و تاریخی، کوه‌ها، دشت‌ها،

تپه‌ها، آبشارها، تالاب‌ها، دریاها و دریاچه‌ها، گیاهان، حیوانات، و دیگر آثار ارزشمند طبیعی یا نهفته در طبیعت یک کشور به کار می‌برند. آبشار نیاگارا و قله دماوند میراث طبیعی‌اند زیرا ارزش طبیعی، تاریخی، اقتصادی، فرهنگی، و اجتماعی دارند. این نحوه نگرش بخشی از فضای مفهومی و معنایی میراث طبیعی را روشن می‌کند و معنای رسمی و آشکار آن (denotation) را نشان می‌دهد، اما این عبارت فضای معنایی گسترده‌تری دارد و معنایی غیرضمنی (connotation) را نیز شامل می‌شود که در این جا برخی از مفروضات ضمنی انسان‌شناختی نهفته در این عبارت را بیان می‌کنیم.

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 پراهمیت و در عین حال جذاب و درخور توجه می‌کند. تناقض نخست بار فرهنگی و معنایی است که در نتیجه هم‌نشینی دو واژه «میراث» و «طبیعت» به وجود می‌آید؛ یعنی تناقض ناشی از فرایندهای «طبیعی شدن» (naturalization) فرهنگ و «فرهنگی شدن» (culturalization) طبیعت. میراث طبیعی یکی از انواع نمادهای طبیعی (natural symbols) است. همان‌طور که مری داگلاس در مقدمه کتاب کلاسیک نمادهای طبیعی (۱۹۷۰) استدلال می‌کند که مفهوم نمادهای طبیعی مفهومی متناقض است، زیرا این مفهوم مبین این است که:

طبیعت به صورت نماد تجلی و تبلور می‌یابد و نمادها خودشان برساخته‌هایی مبتنی و برگرفته از تجربه ما هستند، یعنی حاصل ذهن یا نوعی محصول متعارف‌اند. بنابراین نمادها درست برخلاف طبیعت‌اند (Douglas, 1996).

تناقض دوم نبودگی 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 درباره آن و به خصوص درباره منافع آن آگاهی و تفطن نظری نداشته باشد. چنان‌که دیوید تراسبی در کتاب ارزشمند *اقتصاد و فرهنگ* خود می‌نویسد: «خاستگاه‌های در نظر گرفتن زیست‌محیط به مثابه سرمایه در واقع به اقتصاددانان سیاسی قرن نوزدهم مثل دیوید ریکاردو و تامس مالتوس برمی‌گردد» و بعد ادامه می‌دهد که سابقه مفهوم «سرمایه طبیعی» بسیار متأخرتر است:

سابقه تدوین و طرح‌ریزی معاصر مفهوم سرمایه طبیعی برای توصیف مواهب آزاد طبیعت^۲ به اواخر دهه ۱۹۸۰ و ظهور رشته فرعی اقتصاد بوم‌شناختی در دهه ۱۹۹۰ بازمی‌گردد (تراسبی، ۱۳۸۲: ۷۵).

مفهوم میراث طبیعی به‌منزله نوعی سرمایه طبیعی برگرفته از زیست‌محیط انسانی به طریق اولی 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 نبودن یا تازگی آن برمی‌خیزد. 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 بررسی‌ای کوتاه به همه وجوه آن توجه کرد.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت میراث طبیعی به‌مثابه سوژه‌ای فرهنگی حاصل تحولات مدرنیته یا دنیای متجدد امروزی است؛ یعنی در نتیجه توسعه تمدن جدید و آگاهی حاصل از آن است که بشر امروز به مقوله‌ای به نام طبیعت توجه پیدا می‌کند و طبیعت برای او به‌مثابه مسئله‌ای فرهنگی مطرح می‌شود. انسان امروزی می‌خواهد از یک سو با سیطره بر طبیعت آن را در مسیر منافع خود به حرکت درآورد و از سوی دیگر، می‌خواهد با مهار طبیعت از مصیبت‌ها و فاجعه‌های طبیعی چون سیل، زلزله، آتشفشان، و خشک‌سالی رهایی یابد و طبیعت وحشی را به موجودی آرام و متمدن مبدل کند که در شهرها کنار انسان امروزی زندگی کند و زندگی انسان امروزی را سرشار از زیبایی و سلامت کند. این میل و تلاش برای تسلط بر طبیعت به کمک دانش و فناوری مدرن صورت می‌گیرد؛ اگرچه منتقدان مدرنیته «نشان داده‌اند که هر چه بیش‌تر بر طبیعت مسلط شده‌ایم، خود را کم‌تر شناخته‌ایم و در تلاش برای آن سلطه عنصر شناسنده یا سوژه مدام بی‌اعتبارتر شده است» (احمدی، ۱۳۷۳: ۱۱)، اما حاصل تلاش‌های مدرنیته این بوده است که طبیعت برای انسان امروزی دیگر طبیعت نیست، بلکه پاره‌ای از فرهنگ اوست. بنابراین می‌توان میراث طبیعی را نوعی تلقی از طبیعت دانست که به انسان امروزی این امکان را می‌دهد تا بتواند طبیعت را آن‌گونه که اوضاع امروزی‌اش اقتضا می‌کند به خدمت بگیرد و تفسیر و فهم کند و آن را در سلطه بیش‌تر خود درآورد. میراث طبیعی در چهارچوب گفتمان مدرن از مقوله طبیعت و فرهنگ قرار دارد و متأثر از اوضاع خاص تاریخی لحظه اکنون مدرن و پسامدرن ماست. این‌که این اوضاع تاریخی چه اقتضائاتی دارد و جایگاه میراث طبیعی کجاست؟ پرسشی است که در ادامه به برخی از ابعاد آن می‌پردازیم. بدون تردید یکی از وجوه بارز نشانه‌شناسانه آن عینیت و مادیت‌بخشیدن به برخی از وجوه فرهنگ امروزی ماست. انسان همواره از طبیعت برای مادیت‌بخشیدن به باورهای انتزاعی و مجرد و ذهنیت خود بهره می‌برده است و همواره نیز طبیعت نماد و نشانه‌گویایی برای تبلوربخشیدن به اعتقادات

انسان بوده است. در نتیجه انسان مدرن می‌تواند برای عینیت‌بخشیدن به باورهای مدرنش از طبیعت بهره جوید؛ اما چگونه؟

۴. میراث طبیعی و عینیت‌بخشی فرهنگی

میراث طبیعی مفهومی عینی و ملموس است. برای مثال هر ایرانی با شنیدن این مفهوم می‌تواند قلّه دماوند و سلسله‌جبال البرز یا دریای مازندران و جنگل‌های سبز شمال ایران را در ذهن خود تداعی کند و با افتخار از زیبایی، غنا و سرشاری، و تنوع سرزمین خود یاد کند. مهم‌تر از اجزا و عناصر در ایران کلیت مفهوم «ایران‌زمین» به‌مثابه نشانه‌ای فرهنگی برای هر ایرانی تبلوربخش هویت ملی اوست. در این جا سعی بر این است که با کمی توضیح بیش‌تر این ویژگی عینیت‌بخشی و مادی‌سازی مفهوم هویت و ملیت را که به‌واسطه سرزمین تحقق می‌یابد تشریح کنیم. به‌نظر می‌رسد اهمیت مفهوم میراث طبیعی در این زمینه نهفته است و ارزش تأمل بیش‌تری دارد. در ابتدا مفهوم عینیت‌بخشی در فرهنگ را توضیح می‌دهیم، سپس، به سراغ میراث طبیعی می‌رویم و این مفهوم را از منظر عینیت‌بخشی فرهنگی تحلیل می‌کنیم.

از منظر انسان‌شناسی هر فرهنگ دو وجه متمایز دارد: یکی وجه مادی و عینی و دیگری وجه غیرمادی و ذهنی. صنایع، اشیاء، کالاهای طبیعی، سرزمین، و اعضای یک فرهنگ مؤلفه‌های مادی محسوب می‌شوند، اما ارزش‌ها، باورها، هنجارها، و همه‌ی وجوه معنایی فرهنگ جنبه‌های ذهنی (subjective) محسوب می‌شوند؛ یعنی اموری که اعضای یک فرهنگ آن‌ها را طی فرایند فرهنگ‌یابی و فرهنگ‌پذیری درونی می‌کنند و به‌صورت ناخودآگاه یا خودآگاه فرهنگی آن‌ها تبدیل شده است. بین وجوه مادی و غیرمادی یک فرهنگ همواره نوعی تعامل و هم‌بستگی درونی وجود دارد. وجوه مادی همواره برای عینیت‌بخشیدن (objectifying) یا عینیت‌یافتن (objectification) وجوه غیرمادی به خدمت گرفته می‌شوند. متقابلاً وجوه غیرمادی در خدمت معنادارکردن و تأویل و تفسیر وجوه مادی قرار دارند. اگر انسان نتواند ایده‌ها را بیرونی و مادی کند، جدای از این‌که در ارتباط برقرارکردن با آن ایده دچار مشکل می‌شود، نمی‌تواند آن ایده را به موضوعی 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 نشئت می‌گیرند. انسان می‌خواهد چیزی بیافریند که زن و مرد، کوچک و بزرگ، و عام و خاص دور آن جمع شوند، با آن درودل کنند، حرف بزنند، و نیایش کنند و این‌گونه یک درخت یا ستاره و

اجزای طبیعت به نماد یا اسطوره تبدیل می‌شود تا ایده‌های درونی، ذهنی، و فردی به صورت بیرونی، عینی، و جمعی تبدیل شوند و بقا پیدا کنند. در این جاست که طبیعت با فرهنگ درمی‌آمیزد یا به تعبیری دیگر طبیعت امری فرهنگی می‌شود تا انسان بتواند مکنونات ذهنی‌اش را به اموری ملموس و در عین حال جمعی مبدل کند.

این نکته را دورکیم در کتاب *صور/ابتدایی حیات دینی* (۱۳۸۳) و هم‌چنین در کتاب دیگرش به نام *طبقه‌بندی* که به کمک خواهرزاده‌اش «مارسل موس» نوشته است مطرح و بیان می‌کند. دورکیم در این دو اثر استدلال می‌کند که انسان‌ها وقتی بخواهند به «ایده‌های ذهنی» یا «ذهنیت‌های فرهنگی» شان عینیت و مادیت ببخشند به سراغ عناصر طبیعت مانند گیاهان و حیوانات می‌روند. به نظر او انسان برای این‌که بتواند ایده را از وضعیت ذهنی به صورت عینی تبدیل کند و بتواند به ایده خود استمرار و بقا ببخشد نیاز دارد که در قالب یک درخت و یا یک حیوان و یا حتی ستارگان آن را ارائه کند و بروز نظام‌های توتمی یا آنیمیمی (قائل‌بودن حیات برای اشیا و عناصر طبیعی) نشانه‌ای از این‌گرایش است؛ به‌همین علت در ادیان و نظام‌های اعتقادی گوناگون گونه‌ای از «بیرونی‌کردن» (externalization) و «مادی‌کردن» (materialization) برای ایده‌ها و باورهای درونی مطرح است. حتی مفاهیم اساسی مانند مفهوم خدا، که کلیدی‌ترین مفهوم در نظام‌های دینی است، نیازمند عینیت‌یافتن است. در مطالعه‌ای تطبیقی و میان‌فرهنگی با عنوان «تصویرکردن خدا» روش‌های متعددی که فرهنگ‌ها و ادیان گوناگون برای تجسدبخشیدن و عینیت‌دادن به مفهوم و باور به خدا به کار گرفته‌اند شرح داده شده است. این مطالعه توضیح می‌دهد که فرهنگ‌ها چگونه اعتقاد به خداوند را که مقوله‌ای غیرمادی است تجسد و عینیت می‌بخشند تا راحت‌تر خدا را بشناسند، لمس کنند، و با وجود باری تعالی ارتباط برقرار کنند. چنین است که در دین مسیحیت حضرت مسیح به نام فرزند خدا و نمادی از آن شناخته می‌شود و در دین اسلام الله به نور^۱ تشبیه می‌شود.

طبیعت در این‌جا نیز نقش مهمی ایفا می‌کند. چنان‌که در اغلب فرهنگ‌ها و ادیان باور به خداوند را با عنصری از طبیعت پیوند زده‌اند. برای مثال، در ادیان توتیمیمی یک حیوان یا یک گیاه را تقدیس کرده‌اند. در این‌جا مجال بیان مثال‌های بیش‌تر نیست، اما خوانندگان جست‌وجوگر را به کتاب فخیم و ارزشمند *شاخته زرین* (۱۳۸۳) جیمز فریزر ارجاع می‌دهم که به زیبایی و با نثری روان نشان داده است که چگونه فرهنگ‌های گوناگون باورهای فرهنگی خود را به کمک طبیعت عینیت و استمرار بخشیده‌اند. نقش طبیعت در عینیت، مادیت، و در نتیجه استمراربخشیدن به مفاهیم و باورهای دینی و اسطوره‌ای یکی از اشکال

فرهنگی شناخته شده در ادبیات انسان‌شناسی است. در ادامه نقش طبیعت و سرزمین را، به‌مثابه یکی از مؤلفه‌های طبیعی، در عینیت‌بخشیدن به مفهوم ملت و دولت - ملت بیان و تأثیر بنیادین طبیعت را در شکل‌گیری هویت فرهنگی و سیاسی بررسی می‌کنیم.

۵. میراث طبیعی و عینیت‌دادن به مفهوم ملت - سرزمین

یکی از کارکردهای مهم میراث طبیعی تأثیر آن در شکل‌دادن و عینیت‌بخشیدن به 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 درخور توجه، نژاد واحد، زبان و دین مشترک، و دیگر مؤلفه‌ها برخوردار باشد، باز به‌مثابه یک دولت - ملت مستقل فاقد هویت است؛ مثال بارز در این زمینه جمعیت کردها در جهان است. بنابراین همه اقوام جهان به دنبال سرزمین معین‌اند تا هویت ملی خود را شکل دهند. یکی از انگیزه‌های اصلی صهیونیست‌ها در اشغال سرزمین فلسطین نیز دست‌یافتن به هویت ملی و سرزمینی بود. از این رو می‌توان گفت که سرزمین مهم‌ترین نماد عینی یک ملت است و چنین است که حب وطن و عشق به سرزمین مادری در همه فرهنگ‌ها دیده می‌شود و چنان گسترده است که گویی یکی از غرایز طبیعی بشر است.

اهمیت تأثیر «عینیت‌بخشی» سرزمین و مؤلفه‌های آن (مانند کوه‌ها، قله‌ها، دشت‌ها، آب‌ها، و معادن) در عینیت‌بخشیدن به هویت ملی را احتمالاً بیش از هر چیز باید در ویژگی تخیلی بودن مفهوم دولت - ملت جست‌وجو کرد.

بنه دیکت اندرسن در کتاب مشهورش *اجتماعات تخیلی* (۱۹۸۳) همه دولت - ملت‌های جدید را موجودیت‌های تخیلی می‌نامد، یعنی ملت - دولت‌ها چیزی به‌مثابه امری مادی و ملموس یا قابل لمس و یک‌پارچه نیستند، بلکه بیش‌تر مجموعه‌ای پراکنده، متنوع، و متمایز از گروه‌های جمعیتی‌اند که تصور ملت‌واحدبودن در ذهنشان وجود دارد. برای مثال وقتی می‌گوییم ایرانی منظورمان چه کسی است؟ مسلمان، یهودی، و ارمنی و یا کرد، بلوچ، و 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، دیگر چیزهایی که به‌مثابه نشانه‌های وحدت ملی شناخته می‌شوند اموری تخیلی یا image و تصورند. این نشانه‌ها و نمادهای ملی به ما کمک می‌کنند که همه گروه‌های پراکنده و متفاوت درون یک سرزمین احساس کنند که به‌نحو نمادین ملتی واحدند. نشانه‌ها و نمادهایی که دولت‌ها وضع می‌کنند تا وحدت ملی را تحکیم کنند مانند سرود ملی، پرچم ملی، خط ملی، و حتی

تلویزیون و اتومبیل ملی همه برای این است که تصور و مفهوم ملت را بیش‌تر عینی کنند و تجسم بخشند.

همان‌گونه که اشاره شد، مهم‌ترین عامل عینی که می‌تواند اقوام گوناگون و گروه بزرگی از مردم را در حکم یک ملت تعریف کند سرزمین واحد است. سرود ملی، خط و زبان ملی، و نشانه‌های ملی جملگی عناصری‌اند که اعضای یک ملت و ما خودمان به‌نحو ذهنی و اعتباری آن‌ها را به‌مثابه نشانه‌های ملیت و دولت تصور و وضع کرده‌ایم. برای مثال، اگر زادگاه کسی و اجدادش ایران نباشد، فاقد هویت ایرانی است حتی اگر فارسی سخن بگوید، اهل مذهب شیعه باشد، دوست‌دار ایران باشد، یا حتی در ایران هم اقامت کند. او با وجود همه ویژگی‌هایی که دارد در بهترین وضعیت یک مهاجر است، نه یک ایرانی. چنین است که زاده‌شدن در خاک یک کشور و سرزمین و به یک سرزمین تعلق‌تاریخی داشتن هویت‌ساز است. دقیقاً به‌دلیل این خصلت هویت‌ساز و عینیت‌بخش سرزمین است که می‌بینیم وقتی ذره‌ای از سرزمین یک ملت تصاحب می‌شود جنگ‌ها روی می‌دهد، ولی این حساسیت کم‌تر برای زبان، پرچم، خط، و بسیاری از اسطوره‌ها و مفاخر کشورها که دیگران تصاحب می‌کنند بروز می‌کند. وقتی مرزهای یک سرزمین تغییر می‌کند کشور متلاطم می‌شود، وحدت اقوام از هم پاشیده می‌شود، و هر قومی استقلال‌جو و تجزیه‌خواه می‌شود. بنابراین برای حفظ فرهنگ‌ها و ملت‌ها موضوع نمادهای طبیعی و میراث طبیعی از جمله سرزمین و وطن اهمیت خود را بازمی‌یابد.

۶. یک‌پارچگی و اتحاد با طبیعت

فرهنگ‌ها در گرایش به طبیعت و محیط طبیعی، جدای از تجسد و عینیت‌بخشی به باورها، هدف دومی را نیز دنبال می‌کنند و آن یک‌پارچگی و وحدت با طبیعت است. انسان خود را بخشی از طبیعت می‌داند و معتقد است در نهایت نیز به خاک و طبیعت بازمی‌گردد، ولی زندگی شهری و صنعتی او را از طبیعت جدا کرده است. انسان نمی‌خواهد از طبیعت گسست داشته باشد، می‌خواهد طبیعت در زندگی او حضور داشته باشد و هر روز آن را تجربه کند؛ بنابراین غم گسست از طبیعت و غم تکه‌تکه‌شدن هویت طبیعی و غیرمصنوعی انسان نیاز او را به بازگشت به طبیعت و پرداختن به طبیعت و یک‌پارچگی با طبیعت تشدید می‌کند.

در زمان‌های گذشته بشر شکارگر کاملاً در طبیعت زندگی می‌کرد، غذا و پوشاک و سرپناه او همه مستقیماً از طبیعت تأمین می‌شد، و می‌توان گفت انسان در حکم گونه‌ای از حیوانات در طبیعت ایفای نقش می‌کرد. در این دوران اولیه حیات بشر استقلال بشر از طبیعت چندان ملموس نبود. به مقداری که زمان به‌جلو می‌رود و انسان بر طبیعت و مشکلات آن چیره می‌شود، از طبیعت استقلال بیش‌تری می‌یابد و در مقابل به‌تدریج احساس نیاز به یک‌پارچگی با طبیعت نیز در وی بیش‌تر می‌شود. به‌همین علت 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 به‌خدمت می‌گیرند. شهر مانند روستا نیست که با کمک عاملی طبیعی مانند رودخانه یا دشت حاصل‌خیز شکل گرفته باشد. برای ساخت شهر طبیعت را تغییر می‌دهند و کنترل می‌کنند. شهرسازی جزء اولین و مهم‌ترین اعلان استقلال بشر از طبیعت بوده است، انسان زمین‌ها را صاف و آسفالت می‌کند، نه‌تنها شکل طبیعت را دگرگون می‌کند، بلکه کارکردهای زیست‌محیطی را نیز عوض می‌کند. دیگر باد نمی‌تواند به‌صورت طبیعی بوزد چون انبوه ساختمان‌ها کارکرد آن را تغییر داده‌اند، هوای پاک به هوای آلوده تبدیل می‌شود، آب‌ها مانند جویبارهای وحشی و طبیعی نیستند. در این‌جاست که بشر مجبور است به طرق دیگری سراغ طبیعت برود. بنابراین به‌صورت آیینی و مناسکی طبیعت را به‌خدمت می‌گیرد و با آن ارتباط برقرار می‌کند و ابعاد زیبایی‌شناسی 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 بازتولید کند. بشری که قرن‌ها مقهور و تسلیم طبیعت بود و براساس جبر طبیعت زندگی خود را تنظیم می‌کرد، حالا از طبیعت مستقل شده و بخش مهمی از طبیعت را تحت کنترل خود درآورده است. انسانی که زیر 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 فناوری آن را کنترل کرده است، اما انسان در حکم جزئی از طبیعت که هم از لحاظ روحی و هم از نظر مادی هنوز به طبیعت نیاز دارد مجدداً با رویکردی جدید و به‌صورت گزینشی بخش‌هایی از طبیعت را وارد زندگی خود می‌کند و به‌صورت دل‌خواه آن را بازمی‌سازد. چنین است که در دوران مدرن انسانی که از طبیعت دور شده دوباره به طبیعت بازمی‌گردد، اما این‌بار با رویکردی جدید.

۷. آگاهی از طبیعت

جدای از استقلال از طبیعت و بازگشت به طبیعت اتفاق سومی نیز می‌افتد و آن آگاهی از طبیعت است (یعنی طبیعت این‌بار تبدیل به یک سوژه می‌شود). همان‌گونه که گیاهان و جانوران آگاهی درباره 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 می‌گیرند می‌فهمد چیزی وجود داشته که الان نیست و آن هواست؛ وقتی هوا در فضای شهری آلوده می‌شود و انسان دچار تنگی‌نفس می‌شود پاکیزگی هوا و فایده این پاکیزگی را کشف می‌کند در حالی که در دوران زندگی در طبیعت آگاهی به این پاکیزگی نداشت. وقتی انسان از درون زندگی شهری و صنعتی به طبیعت نگاه می‌کند، طبیعت را کشف می‌کند و به آن آگاه می‌شود. در این زمان طبیعت تبدیل به سوژه‌ای برای بشر می‌شود، بشر طبیعت را مطالعه می‌کند و رابطه خود را با این سوژه تعریف می‌کند و آن را چیدمان می‌کند، حتی آن را تاریخی می‌بیند و می‌فهمد که طبیعت تاریخ داشته و در این مدت تغییر کرده است و در آینده نیز تغییر می‌کند و مجبور است به این فکر کند که تغییرات و مراحل آینده چگونه خواهد بود. می‌اندیشد که اگر میراثی از طبیعت طی تاریخ شکل گرفته و کارکردهایی برای بشر امروز داشته است، چگونه آن را برای فرزند خود حفظ کند.

۸. جنبش طبیعت‌گرایی

از نیمه دوم قرن بیستم سه جنبش فراگیر در جهان شروع به شکل‌گیری کرد که اغلب این جنبش‌ها با نام «جنبش‌های اجتماعی جدید» (new social movements) شناخته می‌شوند، یعنی جنبش محیط‌گرایی (environmentalism)، جنبش ضدنژادپرستی (anti-racist movements)، و جنبش فمینیسم (feminism) 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: اولاً نگرانی از تخریب گسترده محیط به‌دست انسان و استفاده بی‌رویه از منابع طبیعی؛ ثانیاً ترس از شیوع توسعه اقتصادمحور 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 را اعم از محیط تاریخی، اجتماعی، و طبیعی جوامع لحاظ نمی‌کرد؛ و ثالثاً ظهور مفهوم «جهان سوم» بود.

جهان سوم به جوامعی اطلاق می‌شود که بسیاری از عوامل «مدل توسعه غربی» برای دستیابی به ترقی و پیشرفت را به‌کار گرفتند، ولی به‌علت انطباق نداشتن این عوامل با اوضاع محیطی نتوانستند توسعه بیابند و هم‌چنان برچسب «توسعه‌نیافتگی» یا در خوش‌بینانه‌ترین وضعیت «در حال گذار» یا «در حال توسعه» بر پیشانی این کشورها الصاق شده است. در نتیجه این ناکامی، نگرش انتقادی به مدل غربی توسعه و به‌خصوص نظریه‌های نوسازی اقتصادمحور پدیدار شد و به‌مرور مفاهیمی مانند توسعه درون‌زا، توسعه پایدار، و توسعه متوازن شکل گرفت. این مفاهیم درون مدلی از توسعه قرار می‌گیرند که همه آن‌ها به طرق گوناگون 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 به‌مثابه خون توسعه، و هم‌چنین گرم‌شدن زمین و مخاطرات 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 کند و هم‌چنین به‌صورت 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، قصه‌ها، و رمان‌های محیط‌گرا وارد زندگی مردم عادی می‌شود. از این رو توجه به محیط دیگر نه گفتمانی نخبه‌گرا، بلکه بخشی از «گفتمان عمومی» (public discourse) و بخشی از «شیوه سخن گفتن مردم» درباره خودشان است.

در این برهه است که بازنمایی طبیعت در آثار هنری حضور بیش‌تری می‌یابد، البته پیش از آن نیز در آثار هنری به جنبه‌های زیباشناختی و رماتیک طبیعت پرداخته شده است. مثلاً جنبش رماتیسیم یک حس نوستالژیک را درباره دوران ماقبل مدرن احیا می‌کند: بازگشت به روستاهای آرام و به دره‌های سبز و خرم و غیرصنعتی‌شده. از این رو بازنمایی طبیعت در هنر مدرن به‌خصوص در مکتب رماتیسیم وجه انتقادی درباره صنعتی‌شدن داشت. اکنون مجدداً هنر محیط‌گرا تلاش می‌کند درباره تخریب طبیعت هشدار بدهد و ارزش‌های طبیعت را در زندگی بشر به‌تصویر بکشد و جایگاه طبیعت را در باورها و ارزش‌های ما عیان کند. این‌گونه است که طبیعت در بستری تازه معنای فرهنگی می‌یابد و یکی از نتایج این فرهنگی‌شدن ظهور مقوله و مفهومی به نام

میراث طبیعی است. از آن‌جا که یکی از راه‌های رسیدن به درک عمیق انسان‌شناختی از مقوله میراث طبیعی شناخت بیش‌تر مقوله فرهنگی شدن طبیعت است در ادامه به آن می‌پردازیم.

۹. فرهنگی شدن طبیعت

تعبیر فرهنگی شدن را فردریک جیمسون و برخی از نظریه‌پردازان پسا مدرن به‌کار برده‌اند. فرایند فرهنگی شدن گاهی با عناوین دیگر مانند «چرخش فرهنگی» (cultural turn) نیز تعریف می‌شود. صورت مسئله اهمیت یافتن فرهنگ در همه حوزه‌های زندگی انسان معاصر است. این فرایند فرهنگی شدن یا ادغام شدن امر اقتصاد در فرهنگ بیش از دیگر حوزه‌ها جنبه ملموس و عینی دارد، اما فقط به اقتصاد محدود نمی‌شود، بلکه نهادهای سیاسی نیز در حال فرهنگی شدن‌اند. اهمیت یافتن تأثیر اقوام و قومیت در سیاست، اهمیت یافتن دیپلماسی فرهنگی در روابط بین‌الملل، فرهنگی شدن مقوله نظامی‌گری و جنگ^۲، اهمیت یافتن اقتصاد هنر و اقتصاد علم، و غیره همه حکایت از تحول بنیادین همه ساختارهای جامعه به سمت فرهنگ دارد.

فرایند فرهنگی شدن به‌گونه‌ای حرکت برخلاف فرایند تفکیک‌پذیری نهادی دوران مدرن است. پارسونز مهم‌ترین محور مدرنیته را «تفکیک‌پذیری نهادی» (institutional differentiation) می‌داند. در این فرایند همه نهادهای سیاسی، اجتماعی، و فرهنگی از یک‌دیگر استقلال پیدا می‌کنند 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 به‌تدریج گسترش یافت، مانند انقلاب ارتباطات، ظهور جامعه دانش‌محور، جامعه اطلاعاتی، ظهور صنایع فرهنگی، صنعت توریسم، و عوامل دیگر، باعث شد که این نهادها مجدداً به هم نزدیک و در هم ادغام شوند.^۳ حاصل این تحولات آن است که به تعبیر بودریار عصر مبادله کالاها به‌پایان می‌رسد و مبادله نمادها و نشانه‌ها جانشین آن می‌شود. در این اوضاع «فرهنگ رسانه‌ای می‌شود» (mediation of culture) و جامعه از تصویرها انباشته می‌شود. به بیان ساده‌تر، نماد و پیام هیچ‌گاه بخشی از اقتصاد بشر نبوده است و این خصوصیت دوران مدرن و به‌ویژه دوران پسا مدرن است که اقتصاد علم و اقتصاد فرهنگ شکل می‌گیرد و به‌تدریج، به تعبیر دانیل بل، «جامعه مابعدصنعتی» (post-industrial society) ظهور می‌کند و صنایع بزرگ اهمیتی را که از دوران «انقلاب صنعتی» در شکل دادن و تحول جامعه مدرن

به دست آورده بودند از دست می دهند و کشورهای توسعه یافته به جای این که به بزرگترین مجتمع های صنعتی در کنار شهرهایشان افتخار کنند به موزه ها، گالری های بزرگ هنری، و تولیدات فکری و فرهنگی شان افتخار می کنند که سالیانه توریست ها و تماشاچی های بسیاری را به خود جذب می کند. امروزه یک شهربازی بزرگ حدوداً سالی بیست میلیون مراجعه کننده دارد و هر توریست همراه خود پولی می آورد که حجم بزرگی در اقتصاد کشور می شود. این توریست می تواند صنعت هتل، هواپیما و حمل و نقل، و صنایع غذایی را تحت تأثیر قرار دهد. یک شهربازی، گالری، و یا شهرک علمی می تواند صدها فرصت شغلی فراهم کند بدون این که دود و آلودگی آن چنانی ایجاد کند و منابع طبیعی را از بین ببرد.

بخشی از فرهنگی شدن طبیعت نیز از طریق صنعت توریسم رخ می دهد. توریست ها با کمکی که به رونق اقتصادی می کنند نفوذ بسیاری در تغییر آرایش سرزمین ها و بازتعریف مفهوم طبیعت پیدا کرده اند. هدف توریست تجربه کردن و لذت بردن از منابع فرهنگی است، یعنی تجربه از زیبایی شناسی، تاریخ، جغرافیا، و دیدنی های طبیعی و محیطی. اولین کار توریست ورود به یک جغرافیا و سرزمین است، به همین علت دولت ها برای جلب مشتری بیش تر ناگزیر باید طبیعت و سرزمین رها شده را دوباره بیاریند و از چشم توریست و مشتری به سرزمین و محیط شان نگاه کنند تا آن را به کالایی دل پسند مبدل کنند. در واقع دولت ها لذت و تجربه ناشی از دیدنی ها و جذابیت های سرزمین خود را به توریست (مشتری) می فروشند و از این طریق سود حاصل می کنند. در این معناست که طبیعت بازتعریف می شود و به صورت میراث طبیعی مجدداً تولد می یابد، اما این بار دیگر طبیعت معنایی طبیعی ندارد، بلکه پدیده ای فرهنگی است که به سیاست و اقتصاد و اجتماع خدمت می کند.

۱۰. نتیجه گیری

حاصل کلام این که، فرهنگی شدن یکی از فرایندهای جهانی دوران معاصر است که طی آن حوزه های اجتماعی گوناگون با یکدیگر درمی آمیزند و ابعاد نشانه شناختی و تفسیری پدیده ها اهمیت بیشتری می یابد. طبیعت نیز یکی از پدیده هایی است که فرهنگی می شود. این وجه نشانه شناختی طبیعت را می توان از طریق رسانه و پیام ها و تصاویری دید که آن ها دائماً از حیات وحش، دشت ها، کوه ها، و سرزمین های گوناگون به درون منازل ما می آورند، از طریق اهمیتی که محیط گرایی در گفتمان عمومی پیدا کرده است، و هم چنین از طریق

تلاش‌هایی که دولت‌ها و ملت‌ها در بازنمایی و بازتفسیر منابع و سرمایه‌های طبیعی مصروف می‌دارند. میراث طبیعی فقط یکی از حلقه‌های زنجیره فرهنگی شدن طبیعت است. طبیعت نه تنها با بازتولید در بافت محیط‌های شهری سازمان تصویر متفاوتی از امر طبیعی ایجاد کرده است، بلکه با «مجازی شدن» (virtualization) 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 دوردست نیست، بلکه مکانی در حاشیه شهر ماست. دریا محل پرخطر عبور کشتی‌های بزرگ نیست، بلکه محل سیروسفر دزدان دریایی است.

پی‌نوشت‌ها

۱. الله نور السموات و الارض.

۲. برای مثال جنگ عراق را همه مردم جهان از رسانه‌ها می‌بینند و درگیر جنگ می‌شوند. همه تماشاگر جنگ‌اند بدون این‌که مستقیماً در آن شرکت کنند؛ و تعریف جنگ می‌شود مقدار تصویر و خبر و جنگ رسانه‌ای و این رسانه است که در سرنوشت جنگ تأثیر می‌گذارد و برنده واقعی را به جهان معرفی می‌کند. رسانه مشخص می‌کند امریکا پیروز است یا صدام، طی تاریخ نداشته‌ایم که همه مردم بنشینند و جنگ را تماشا کنند. بنابراین همه به جای این‌که دنبال سلاح بروند ترجیح می‌دهند اول دنبال شبکه‌های خبری بروند و BBC یا الجزیره مهم می‌شود، خرید یک کانال ماهواره‌ای مهم‌تر از یک ناو جنگی است. شما یک شبکه نیاز دارید که دائماً کشتی‌ها و موشک‌های شما را نشان دهد؛ بنابراین رژه‌رفتن‌ها و مانورها این روزه خیلی مهم است.

۳. مثلاً «اقتصاد فرهنگ» شکل می‌گیرد، مانند اقتصاد توریسم یا اقتصاد هنر، و صنایع فرهنگی ظهور می‌یابند؛ برای مثال قبلاً یک ارکستر موسیقی در تالاری برای ۲۰۰ نفر برنامه اجرا می‌کرد، ولی حالا CD و نوار آن در حجم میلیونی تولید می‌شود و یک بازار بزرگ و مستقل پیدا می‌کند و مفهومی مانند «دارایی‌های معنوی» شکل می‌گیرد و می‌بینیم سهم بازار CD و نرم‌افزار از بازار اتومبیل در جهان بزرگ‌تر و پررونق‌تر است، کالاهایی که وجه معنایی و نمادین دارند بارزتر از کالاهای غیرنمادی است؛ به قول بودریار مبادله نمادها مهم‌تر از مبادله کالاها می‌شود؛ شما وقتی یک CD موسیقی می‌خرید پیام و نماد درون آن را خریداری می‌کنید، می‌خواهید از موسیقی آن یا تصاویر آن استفاده کنید، قبلاً نمادها و پیام‌ها این‌چنین ارزش اقتصادی نداشته است.

کتابنامه

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

Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalisms*, London: Verso.

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