

بازنمایی فضایی و تولید و بازتولید تصویر ذهنی: رهیافتی از تریالکتیک لوفور

بهمن شجاعی‌وند*، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری - دانشگاه تبریز

شهریور روستایی، دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری - دانشگاه تبریز

اکبر اصغری زمانی، دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری - دانشگاه تبریز

چکیده

نظریه‌ی لوفور در زمینه‌ی تولید فضا بسیار مورد توجه قرار گرفته است و اهمیت آن به‌ویژه در این است که آن را به‌طور سیستماتیک در مورد مقوله‌های شهر و فضا به‌صورت یک تئوری اجتماعی جامع و قابل فهم ادغام می‌کنند. نظریه‌ی لوفور در زمینه‌ی تولید فضا طی سال‌های اخیر رنسانس قابل توجهی داشته و برای سؤالات زیادی که در اوایل دهه‌ی ۷۰ میلادی مطرح شد، پاسخ مناسبی داشته است. نقطه‌ی عزیمت لوفور سه فرآیند درهم‌تنیده به شکل دیالکتیکی تولید است. سه وجه تولید فضا را باید بسان وجوهی فهمید که اساساً ارزش همسانی دارند. فضا در آن واحد درک شده، تصور شده و زیست شده است. هسته‌ی نظریه‌ی تولید فضا سه لحظه‌ی تولید را شناسایی می‌کند: نخست، تولید مادی؛ دوم، تولید دانش؛ و سوم، تولید معنا. فضا در معنایی کنش‌گرانه و بسان شبکه‌ی درهم‌بافته‌ی روابطی فهمیده می‌شود که پیوسته تولید و بازتولید می‌شوند. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که آنچه بازنمایی فضایی را در مطالعه‌ی حاضر مهم می‌نماید، انتزاعی و معقول بودن آن و متکی بودن برنامه‌ریزی‌ها بر آن است؛ چراکه سیاست‌مداران در تصمیم‌گیری‌های سیاسی خود و برنامه‌ریزان شهری به‌منظور ارائه‌ی برنامه‌ها و طرح‌های شهری بهتر ناگزیر از مطالعه بر روی بازنمایی فضاهای شهری هستند. از سویی تصاویر ذهنی، حاصل تعامل میان انسان و محیط بوده و شامل آگاهی‌های ذهنی فرد از محیط هستند. از این جهت مطالعه‌ی تصاویر ذهنی نقطه‌ی آغازین هرگونه تحلیل در زمینه‌ی روابط متقابل انسان و محیط دانسته می‌شود. چنین می‌توان بیان کرد که در شکل‌گیری تصویر ذهنی، ابتدا محیط شهر ادراک و سپس تصور می‌شود و وجه سوم این امر، تولید معنا و نماد است و از این نظر می‌توان گفت که تصویر ذهنی همواره تولید و بازتولید می‌شود.

واژگان کلیدی: تریالکتیک لوفور، بازنمایی فضایی، تصویر ذهنی، بازتولید.

۱- مقدمه

در جغرافیا مفهوم فضا به صورت علمی، تقریباً از دهه‌ی ۱۹۵۰ با مقاله‌ی فرد کورت شفر^۱ در مورد استثنائگرایی در جغرافیا وارد ادبیات جغرافیایی شد. عده‌ای فضا را یک مفهوم اساسی می‌دانند و برخی آن را کلمه‌ای فلسفی می‌دانند که دارای مفهوم واحدی نیست (شکویی، ۱۳۸۶: ۲۸۶). جغرافی‌دانان مفهوم فضا را به دو صورت بکار می‌برند: ۱- فضای طبیعی که بر آن قوانین طبیعی حاکم است؛ و ۲- فضای اجتماعی که نتیجه‌ی کارکرد فعالیت‌های انسانی است و از قوانین اجتماعی تبعیت می‌کند. در علم جغرافیا، فضای جغرافیایی، شامل فرآیندهای طبیعی تغییر یافته به وسیله‌ی انسان، شرایط اجتماعی تولید و تقسیم اجتماعی کار در یک کل منظم است. در واقع، فضای جغرافیایی بخشی از سطح زمین است که به همراه درون‌مایه‌ی مادی و اجتماعی به وجود می‌آید. از این رو، فضای جغرافیایی شامل طبیعت و همه‌ی منابعی است که می‌تواند به طور مستقیم با نیازهای انسانی برخورد کند و چهره‌ی جدیدی از سطح زمین بسازد. بدین سان که فضای جغرافیایی یک حوزه‌ی زیستگاهی است که از شرایط طبیعی و ساختار اجتماعی جامعه شکل می‌گیرد. به عبارتی؛ فضای جغرافیایی از مجموعه واقعیت‌های عینی در بخشی از سطح زمین به وجود می‌آید و از شرایط خاصی تأثیر می‌پذیرد (همان: ۱۱۸).

بدون شک، مانوئل کاستلز، در ردیف اولین محققانی است که دیدگاه ساختی را وارد ادبیات جغرافیایی کرده است. او این مهم را در سال ۱۹۷۷ با انتشار کتاب پرارزش مسائل شهری مطرح ساخته است. از نظر کاستلز نظریه‌ی فضا بخش یکپارچه‌ی نظریه‌ی اجتماعی است. در این نظریه، کاستلز از مفهوم شیوه‌های تولید و عوامل سازنده‌ی شیوه‌های تولید که از طرف لوئی آلتوسر، فیلسوف نامدار فرانسوی، ارائه شده است، بسیار مدد می‌گیرد و از این نظر فضا، به مثابه یک تعبیر از مجموعه‌ی ساخت اجتماعی لازم است. عوامل شکل‌گیری فضا یعنی؛ شرایط نظام اقتصادی، نظام سیاسی، نظام ایدئولوژیکی و پیوندهای این عوامل سه‌گانه همچنین عملکردهای اجتماعی ناشی از آن‌ها به روشنی تبیین گردد. از نظر کاستلز در جامعه‌ی سرمایه‌داری، تسلط نظام اقتصادی اساس سازمان‌دهی فضایی را تعیین می‌کند؛ زیرا در نظام سرمایه‌داری جستجوی سود بیش‌تر، مکان‌گزینی فعالیت‌های اقتصادی، تولیدات کالا، خدمات، حمل‌ونقل و ارتباطات، در مکان‌های ویژه‌ای صورت می‌گیرد و این فعالیت‌های اقتصادی، سازمان‌دهی فضایی را بر عهده می‌گیرند. نظام سیاسی، سازمان‌دهی فضا را از طریق سلطه و تدوین مقررات، یگانه‌سازی و سرکوب به انجام می‌رساند و نظام ایدئولوژیکی، با شبکه‌ای از نمادها، با دور نمایه‌ی ایدئولوژیکی، به فضا سرشت خاص می‌بخشد (همان: ۲۸۷).

آنری لوفور^۲، فیلسوف معروف فرانسوی از مکتب رادیکال، مفهوم فضا را یک مفهوم سیاسی می‌داند. از نظر او، فضا نمی‌تواند یک موضوع جدا از ایدئولوژی و یا سیاست باشد؛ زیرا فضا، همواره به صورت سیاسی و راهبردی عمل می‌کند. فضا یک تولید اجتماعی است و تولید فضا مثل تولید کالاهای تجاری است. در جامعه‌ی سرمایه‌داری، تولید فضا، جهت دستیابی به سود بیش‌تر است. آنری لوفور، به تولید فضاهای مختلف می‌اندیشد: تولید فضای متریک (فضای فیزیک)، تولید فضای اجتماعی (روابط اجتماعی باز تولید) و فضای روابط تولیدی (تقسیم کار). از نظر او در طول زمان، انواع مختلف فضا به طور مدام به دنبال یکدیگر تولید می‌شوند و تولید فضا زندگی روزمره، سطح تمدن و محیط زیست را تخریب می‌کند (همان: ۲۹۸).

فضا به زعم لوفور در مرکز فرآیند پیوسته‌ی اجتماعی و تاریخی قرار دارد که متضمن مبارزه بر سر معانی و ارزش‌هاست. تحلیل او از تاریخ فضا را می‌توان بسان فرآیندی درک کرد که شیوه‌های متفاوت تولید فضای خاص خود را در آن تولید می‌کنند. از دید او هر شیوه‌ای از سازمان‌دهی اجتماعی محیطی را تولید می‌کند که پیامد روابط اجتماعی‌ای است که این شیوه‌ی سازمان‌دهی اجتماعی در اختیار دارد. جامعه با تولید فضایی مطابق با ماهیت خاص خودش، نه تنها شکل مادی اشکال ساخته‌شده‌ی متمایز را به خود می‌گیرد، بلکه خودش را نیز با تولید چنین فضایی باز تولید می‌کند. فضا هم

1- Fred k.Schefer

2- Henri Lefebvre

واسطه‌ی روابط اجتماعی است و هم تولیدی مادی است که می‌تواند روابط اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد (ترکمه و شیرخدایی، ۱۳۹۴: ۱۳).

وی. ار. ولش معتقد است که فضا بدون موجودیت فرآیندهای تفکر هیچ‌گونه معنی و مفهوم عملکردی ندارد. تولید فضا، یکپارچگی تولید ارزش اضافی (به‌کارگیری نیروی کار ارزان در این قبیل صنایع) و به دست آوردن سود بیش‌تر (به وجود آوردن بازارهای جدید در اثر تجاری کردن فضا) را امکان‌پذیر می‌سازد. تولید فضا حوزه‌های اطراف خود را به‌صورت مستعمره درمی‌آورد و آن‌ها را وابسته به مرکز می‌سازد. در تولید فضا همواره به قدرت و توان مرکز در برابر حوزه‌های اطراف افزوده می‌شود (شکویی، ۱۳۸۶: ۲۹۸).

«تولید فضای لوفور» به‌طور معمول مورد توجه قرار گرفته و مسائل مربوط به فضا توجه زیادی را به خود جلب کرده و مرزهای جغرافیا را درنور دیده است. در اصل چنین می‌توان گفت که این امر به فرآیندهای ترکیبی شهرنشینی و جهانی‌سازی مرتبط است و در هر مقیاس جغرافیایی جدیدی از سطح فضاهای شهری تا عرصه‌ی جهانی توسعه یافته است. این دگرگونی فضا- زمان جدید جهان ما را برای مفهوم جدیدی از فضا مطابق با شرایط اجتماعی معاصر تعدیل می‌کند. لوفور معتقد است که برای فهم این تز بنیادی لازم است تا پیش از همه فهم رایج از فضا را از بین ببریم که آن را بسان هستی واقعی مادی مستقل تصور می‌کند. فضا را به‌خودی‌خود هرگز نمی‌توان تصور نمود، بلکه فضا تولید می‌شود (Goonewardena et al., 2008: 27). پس می‌توان گفت که فضای اجتماعی نیز حاصل تولید اجتماعی است (شکویی، ۱۳۸۶: ۲۹۹). از این نظر، هدف پژوهش این است تا مقوله‌ی فضا را از دید نظریه‌ی تریالکتیک لوفور مورد کنکاش قرار دهد و تولید و بازتولید تصویر ذهنی را مورد مطالعه قرار دهد. بر این اساس، سؤالاتی که در این مقاله در پی پاسخ به آن‌ها هستیم عبارت‌اند از: ۱- جایگاه بازنمایی فضایی در تریالکتیک لوفور چیست؟ و ۲- آیا تصویر ذهنی هم‌چون فضا در حال تولید و بازتولید شدن است؟

۲- مبانی نظری

اصطلاح سیمای شهر یا تصویر ذهنی را که در مقابل ترجمه‌ی لغت Image از کتاب *سیمای شهر لینچ* به عاریت گرفته شده است، نمی‌بایستی با اصطلاح منظر یا Landscape اشتباه گرفت. سیمای شهر؛ برآیند مجموعه‌ی ادراک محسوس و ذهنیت انسان از محیط است. به دست آوردن ادراکات محسوس، نتیجه‌ی تأثیر کلی عواملی است که حواس انسان را متأثر می‌سازد. در عین حال، شناخت از محیط در ترکیبی مادی- معنوی با ذهنیت و خاطرات افراد، موجودی جدید خلق می‌کند که منظر نام دارد. ادراک سیمای شهری در نخستین گام، ادراکی محسوس است که موجب لذت، نشاط، آزرده‌گی، ترس و سایر واکنش‌های حسی آدمی می‌شود (کلانتری و اخوت، ۱۳۹۵: ۴۶-۴۵).

مشاهده‌ی محیط به مفهوم ایجاد تصویر ذهنی بر اساس تجارب و مشاهدات گذشته است. هر چه ذخیره‌ی اطلاعات در ذهن به‌خوبی سازمان پیدا نکرده باشد، بهره‌گیری از آن اطلاعات جهت بازشناسی محیط و ایجاد تصویر درست و کامل، مشکل‌تر و ناقص‌تر خواهد بود. بدیهی است تصورات ذهنی ممکن است اصلاً وجود خارجی نداشته و تنها نمونه‌ای از برخی از خصوصیات دنیای واقعی باشد. ممکن است این تصویر ذهنی فقط از چند اسم که به‌طور نامنظم کنار هم قرار گرفته‌اند، تشکیل شده باشد و یا تصویری هرچند ناقص که به ما نشان می‌دهد توجه مردم بیش‌تر معطوف چه نقاط یا عناصری است و تصویر ذهنی آن‌ها از محیط چیست (بحرینی، ۱۳۸۲: ۳۰۶). تصویر ذهنی عبارت است از تصویر یا برداشتی که هر انسان از خود و دیگران دارد. این تصویر، مجموعه‌ی پیچیده‌ای از احساسات، نگرش‌ها و تفکراتی است که هدف آن‌ها، ارضای احتیاجات و کاستن از اضطراب فردی است. در جغرافیای رفتار فضایی، هر تصویر ذهنی، ترکیبی از تجربه‌ی شخصی، یادگیری، یادآوری و خاطرات است. از این‌رو، طبیعت، انسان، جامعه و فضا، همگی در شکل‌گیری تصویر ذهنی ما مؤثر می‌افتند و در نهایت، رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کنند (شکویی، ۱۳۹۳: ۱۲۷).

تصویر ذهنی، موضوعی غیرعینی و ناملموس تلقی می‌شود. تصاویر ذهنی، حاصل تعامل میان انسان و محیط بوده و شامل آگاهی‌های ذهنی فرد از محیط هستند. از این جهت، مطالعه‌ی تصاویر ذهنی نقطه‌ی آغازین هرگونه تحلیل در زمینه‌ی روابط متقابل انسان و محیط دانسته می‌شود که «نگاه از درون» خوانده شده و مکمل نگاه از بیرون است (Polic, et al., 2005: 28). به عبارتی تصویر ذهنی یا سیمای شهر، آن دسته از اطلاعاتی را شامل می‌شود که از محیط بیرون در ذهن شهروندان باقی مانده است. البته ادراکات محسوس از سیمای شهر مختص عناصر بصری نیست و می‌تواند مربوط به سروصدای محیط، بو و سایر عوامل تأثیرگذار بر حواس انسانی نیز در شکل‌دهی به آن ایفای نقش می‌کنند (کلانتری و اخوت، ۱۳۹۵: ۴۶).

بررسی رابطه‌ی بین انسان و فضاهای شهری همواره موضوع مورد بحث در میان روانشناسان، معماران، جغرافی‌دانان و برنامه‌ریزان شهری بوده است و سرآغاز مطالعه‌ی روابط بین انسان و محیط و فضاهای شهری از نقطه نظر تصویر ذهنی شهر هم در ادبیات شهری و هم در روش‌شناسی، در اوایل دهه‌ی ۱۹۶۰ توسط مطالعه‌ی کوین لینچ (۱۹۶۰) بوده و افرادی چون تریب (۱۹۷۴)، اپلیارد (۱۹۷۶)، راپاپورت (۱۹۷۷)، لنگ (۱۹۸۷)، مدنی‌پور (۱۹۹۶) به بسط و نشر آن پرداختند. پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه‌ی تصویر ذهنی یا به صورت کلی به مطالعه‌ی تصویر ذهنی پرداخته‌اند و یا هر یک تصویر ذهنی را در ارتباط با حوزه و عناصری خاص مورد مطالعه قرار داده‌اند. مطالعه‌ی انجام گرفته توسط فلمینا^۳ و همکاران (2019) تصویر ذهنی را در ارتباط با ساختار شهر و سیستم اطلاعات جغرافیایی مورد مطالعه قرار داده است. پژوهشی که توسط سانمز و آندر^۴ (2019)، انجام گرفته، تصویر ذهنی را در ارتباط با مسیر و جهت‌یابی در شهر مورد کنکاش قرار می‌دهد و تأثیر تصویر ذهنی بر جهت‌یابی شهر را مورد مطالعه قرار می‌دهد. برخی از پژوهش‌ها نیز تصویر ذهنی را در ارتباط با رسانه‌های اجتماعی و مجازی مورد مطالعه قرار داده‌اند که از جمله‌ی آن‌ها می‌توان به مطالعه‌ی گینزری^۵ و همکاران (2018) اشاره کرد.

تریب نیز مانند لیچ بر این باور است که تصویر ذهنی یا سیمای همه‌ی برداشت‌ها، دانسته‌ها، باورها، حدس‌ها و انتظاراتی است که فرد از محیط پیرامون خود داشته و ارزش، کیفیت، کارکرد و اولویت‌های متفاوتی را در ذهن وی آفریده است. این تصویر ذهنی پیرو همه‌ی داده‌هایی است که فرد تا آن برهه از زمان دریافت کرده و در ذهن خود انباشته است. به دیگر سخن، تریب تصویر ذهنی را ترکیبی غیرمادی و سازمان‌یافته می‌داند که نه تنها محیط کالبدی و اجزای تشکیل‌دهنده‌ی آن در ذهن شهروند، بلکه تظاهر فرمال، ساختارهای اجتماعی، اقتصادی، کالبدی و غیره از شهر را نیز در برمی‌گیرد در تعریف او، تصویر ذهنی دارای سلسله مراتبی است که از تصویر کلیت شهر^۶ (تصویر کلی) تا جزء تصاویری از کلیت شهر (مکان‌های شهری) و سرانجام تصاویر ذهنی از اجزای فضا را دربر می‌گیرد. او توجه به این سلسله مراتب را در برداشت وضع موجود و تصمیم‌گیری برای آینده‌ی شهر مهم برمی‌شمارد (پاکزاد، ۱۳۹۳: ۱۳۷).

میشائل تریب^۷ از جمله کسانی است که بعد از لینچ به توجیه نظری سیمای شهری پرداخت. نکته‌ای که تریب در این میان مطرح می‌کند این است که هرچند تصویر ذهنی از محیط پیرامون را فرا می‌سازد، اما اگر به صورت فردی باقی بماند و تصمیم‌پذیر نباشد، نمی‌توان از آن در راستای بهبود کیفی شهر و مکان‌های آن کاری کرد. پژوهش‌های تریب نشان داد که برداشت ناظران متفاوت از یک واقعیت در شرایط ادراکی همانند تا اندازه‌ی زیادی هم‌پوشانی داشته و حتی یکدیگر را تکمیل می‌کنند و انگاره‌ها و نکات مشترک ذهنی به اصطلاح گروهی و افراد را می‌سازند. به باور او، این تصاویر گروهی می‌باید برای هر شهر یا فضا با پژوهش‌های میدانی به دست آمده و پایه‌ی تصمیم‌گیری در طراحی شهری گردند (همان). پژوهشگران و محققین مختلفی که در حوزه‌ی بازنمایی فضایی و سیمای شهر به مطالعه پرداخته‌اند همچون تیواسکی^۸

3- Filomena

4- Sönmez & Önder

5- Ginzarly

6- Stadtganzheit = Urban Wholeness

7- Michael Trieb

8- Tversky

(۱۹۹۱)، برد و همکاران (۱۹۸۲) کارراس و بوک (۱۹۸۶)، لیوید و هولی (۱۹۸۷)، وارن و اسکات (۱۹۹۳)، گولج (۱۹۹۹)، معتقدند که تصاویر ذهنی ارائه شده توسط شهروندان به صورت ناقص و تکه تکه است و زمانی که این تصاویر ذهنی شهروندان مورد مطالعه قرار می‌گیرد، بازنمایی فضاهای شهری نمود پیدا می‌کند.

۳- روش‌شناسی تحقیق

از آنجایی که ماهیت هر پژوهشی را اهداف و سؤالات مطرح شده مشخص می‌کند، با توجه به هدف و سؤالات، این پژوهش از نوع توسعه‌ای بوده و در آن ترکیبی از روش توصیفی-تحلیلی و روش فراتحلیل استفاده شده و برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز تحقیق نیز از شیوه‌ی کتابخانه‌ای و اسنادی بهره گرفته شده است. بر این اساس، ابتدا سیما یا تصویر ذهنی و نظریه‌پردازان شاخص این حوزه مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. در ادامه به امر تولید فضا در قالب دیالکتیک و تریالکتیک لوفور پرداخته شده و در نهایت به روش استنتاجی، رابطه‌ی تصویر ذهنی و تولید و بازتولید تصویر ذهنی مورد مطالعه قرار گرفته است.

۴- یافته‌های تحقیق

۴-۱- تولید فضا

نظریه‌ی لوفور در زمینه‌ی تولید فضا بسیار مورد توجه قرار گرفته است. اهمیت نظریه‌ی لوفور به‌ویژه در این امر است که تولید فضا را به‌طور سیستماتیک در مورد مقوله‌های شهر و فضا به صورت یک تئوری اجتماعی جامع و قابل فهم ادغام می‌کند. نظریه‌ی لوفور در زمینه‌ی تولید فضا طی سال‌های اخیر رنسانس قابل توجهی به وجود آورده و برای سؤالات زیادی که در اوایل دهه‌ی ۷۰ میلادی مطرح شده، پاسخ مناسبی داشته؛ چراکه نگاه دیگری را به فضا داشته است. با وجودی که متون لوفور در مورد مارکسیسم، در زندگی روزمره و شهری در آن زمان به‌طور گسترده‌ای خوانده می‌شد، ولی بازتاب‌هایش به دلیل نگاه خاص لوفور به فضا باعث نگرانی‌های شدیدی شد، اما امروزه کتاب *تولید فضای لوفور* به‌طور معمول مورد توجه قرار گرفته و مسائل مربوط به فضا توجه زیادی را به خود جلب کرده و مرزهای جغرافیا را درنور دیده است. در اصل چنین می‌توان گفت که این امر به فرآیندهای ترکیبی شهرنشینی و جهانی‌سازی مرتبط است و در هر مقیاس جغرافیایی جدیدی از سطح فضاهای شهری تا عرصه‌ی جهانی، توسعه یافته است. این دگرگونی فضا-زمان جدید جهان ما را برای مفهوم جدیدی از فضا مطابق با شرایط اجتماعی معاصر تعدیل می‌کند. لوفور معتقد است که برای فهم این تز بنیادی لازم است تا پیش از همه فهم رایج از فضا را از بین ببریم که آن را بسان هستی واقعی مادی مستقل تصور می‌کند. فضا را به‌خودی‌خود هرگز نمی‌توان تصور نمود، بلکه فضا تولید می‌شود (Goonewardena et al., 2008).

فضای اجتماعی یک تولید و محصول اجتماعی است؛ به‌منظور درک این اصل اساسی، ابتدا لازم است که با درک گسترده‌ای از فضای تصور شده به‌عنوان یک واقعیت مادی مستقل موجود در خود بپردازیم. در برابر این دیدگاه، لوفور با استفاده از مفهوم تولید فضا نظریه‌ای را مطرح می‌کند که فضا را اساساً با واقعیت اجتماعی مرتبط می‌کند. بدین ترتیب، فضای «در خود» هرگز نمی‌تواند به‌عنوان موقعیت اولیه معرفت‌شناختی خدمت کند. فضا «در خود» وجود ندارد، بلکه تولید می‌شود. لوفور تئوری خود را برای تولید فضای اجتماعی و زمان اجتماعی با اتکا بر این فرضیه‌ها ایجاد می‌کند که طبق این درک، فضا و زمان صرفاً عوامل مادی نیستند. آن‌ها نمی‌توانند به وضعیت مفاهیم خالص و پیشینی تبدیل شوند. آن‌ها به‌عنوان جنبه‌های یکپارچه در عمل اجتماعی شناخته می‌شوند. لوفور آن‌ها را به‌عنوان محصولات اجتماعی می‌بیند، در نتیجه آن‌ها نتیجه و پیش‌شرط تولید جامعه هستند (Ibid: 28)؛ به این معنا که در تولید آن، مجموعه هستی‌های اجتماعی افراد در کنش متقابلی که با یکدیگر برقرار می‌کنند، سبب می‌شوند که فضا شکل گیرد. به این ترتیب، صرف

اندیشه‌ی شهرساز یا برنامه‌ریز شهری باعث تولید فضا نمی‌شود. به عبارتی؛ همان تضادهایی که برای یک محصول وجود دارد، بر فضا نیز مترتب است با این تفاوت که فضا در بازتولید شرایط موجود به نحو مؤثری تأثیرگذار است. لوفور نظریه‌ی تولید فضای خود را در تقابل با فضای انتزاعی و مطلق دکارتی بنیان نهاد. دکارت در واقع فضا را فقط درون سیستم مختصات خود تعریف می‌کرد. او برای هر نقطه روی سیستم مختصات خود، عرض، طول و ارتفاع تعریف می‌کند. حال آنکه تمام بحث لوفور در این است که فضا یک محصول اجتماعی است. فضا ناشی از روابط انسان‌ها با هم است. به این ترتیب، فضای اجتماعی را بر روی محور مختصات و شبکه‌های شطرنجی هندسی موردنظر دکارت نمی‌توان نشان داد. از سوی دیگر صفت اجتماعی فضا از نظر لوفور واجد پیامدهایی نظیر روابط متقابل یا یک‌سویه قدرت و روابط اقتصادی است که از نظر لوفور حتی این موارد را نیز نمی‌توان بر روی محور مختصات دکارتی نشان داد (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۳).

لوفور از مفهومی رابطه‌ای از فضا و زمان آغاز کرد. بر این اساس، فضا و زمان به صورت مشخص و یک حالت در جهان وجود ندارد. همان‌طور که آن‌ها از لحاظ اجتماعی تولید می‌شوند، می‌توانند تنها در درون یک جامعه‌ی خاص هم، درک شوند. در این معنا، فضا و زمان نه تنها نسبی، بلکه اساساً تاریخی‌اند (Goonewardena et al., 2008: 29). فضا هم‌زمانی، یا به بیان دیگر، نظم هم‌زمانی^{۱۱} واقعیت اجتماعی را بازنمایی می‌کند؛ از سوی دیگر، زمان بر نظم درزمانی^{۱۲} و در نتیجه بر فرآیند تاریخی تولید اجتماعی دلالت می‌کند. فضا و زمان بنا بر چنین فهمی عواملی صرفاً مادی نیستند، بلکه بسان وجوه سازنده‌ی کنش اجتماعی فهم می‌شوند. لوفور این‌ها را بسان تولیدات اجتماعی می‌بیند و از این رو آن‌ها هم پیامد تولید جامعه‌اند و هم پیش‌شرط تولید جامعه؛ بنابراین، فضا و زمان به طور عام وجود ندارند. از آنجایی که به طور اجتماعی تولید می‌شوند، تنها می‌توان در بافت جامعه‌ای خاص آن‌ها را فهمید. در این تعبیر، فضا و زمان نه تنها رابطه‌ای، بلکه اساساً تاریخی‌اند. بر این اساس، به تحلیلی نیاز داریم که بتواند منظومه‌های اجتماعی، روابط قدرت، و تعارض‌های مربوط به هر موقعیتی در بر بگیرد (ترکمه و شیرخدایی، ۱۳۹۴: ۱۷).

لوفور با بیان اینکه فضا رابطه‌ای اجتماعی است، آن را رابطه‌ای می‌داند که در ذات روابط مالکیت وجود دارد. بر این اساس، شاهد ظرفیت چندگانه‌ی فضای اجتماعی یا واقعیت صوری و مادی فضا خواهیم بود؛ بنابراین، مفهوم فضای اجتماعی با بسط آن وسیع‌تر می‌شود. این مفهوم به مقوله‌ی تولید رخنه کرده و حتی فراتر از آن به بخشی اساسی از محتوای آن تبدیل می‌شود (ستاری، ۱۳۹۴: ۱۰۴). نکته‌ی کلیدی نظریه‌ی لوفور در پاسخ به این سؤال که فضای اجتماعی چگونه تولید می‌شود، این است که تولید فضا را می‌توان به سه بعد یا فرآیند به لحاظ دیالکتیکی درهم تنیده تقسیم کرد (ترکمه و شیرخدایی، ۱۳۹۴: ۱۷) که برای درک این سه مفهوم لازم است تا ابتدا با دیالکتیک فضا و رابطه‌ی آن‌ها با یکدیگر آشنا شد (Goonewardena et al., 2008: 29).

در نظر لوفور انسان پیش از آنکه در محیط مصنوع (محیط ثانویه) و غیرطبیعی باشد، در یک محیط طبیعی و دست‌نخورده قرار دارد. طبیعت جاندار است و انسان برای رسیدن به خواسته‌های خود باید در آن تغییراتی ایجاد کند. از تغییراتی که انسان به‌عنوان یک هستی اجتماعی بر طبیعت اعمال می‌کند، فضای اجتماعی تولید می‌شود. این فضا در واقع دوباره همان شرایط پیشینی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی حاکم را بازتولید می‌کند. لوفور به این ترتیب فضای اجتماعی را واجد ویژگی‌های زیر می‌داند (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۴): ۱ - فضای اجتماعی، فضای تولیدشده را در بر می‌گیرد. ۲ - فضای اجتماعی روابطی را که میان سوژه‌های اجتماعی وجود دارد، در بر می‌گیرد.

مقوله‌ی انسان به‌عنوان یک سوژه، تنها در رابطه با سایر سوژه‌ها نیست. از نظر لوفور سوژه‌ی اجتماعی دوران مدرن دچار بحران شده است. به این ترتیب، فضای اجتماعی نیز این سوژه را به‌عنوان کنشگر اقتصادی و مفعول و فاعل سیاسی و ابژه تحت تسلط قدرت، تحت تأثیر قرار می‌دهد. در نتیجه، لوفور با در نظر گرفتن هستی اجتماعی - فضایی انسان، یک هستی‌شناسی جغرافیایی - فضایی از انسان ارائه می‌دهد (همان: ۴).

11- Synchronic

12- Diachronic

۴-۲- دیالکتیک فضا

در طول تاریخ اندیشه‌ی فلسفی، اهمیت مفهوم دیالکتیک^{۱۳}، در توانایی آن در حل تناقضات و تضادهایی بوده که ذهن انسان هنگام تبیین عالم با آن‌ها برخورد می‌کرده است. این تضادها از زمان پارمنیدس^{۱۴} آغاز شد؛ از هنگامی که او هستی را اصل لایتغیری شمرد که یکی است و همواره ثابت است. به عبارتی؛ هست یا هستنده که مغز و هسته‌ی اساسی فلسفه‌ی وی به شمار می‌رود. این اولین تناقضی است که اندیشه‌ی بشر با آن روبه‌رو شد که علی‌رغم دیدن تغییرات در عالم بیرون، هستی را ثابت در نظر می‌آورد (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۲). روند دیالکتیک از منطق صوری ارسطویی، منطق دیالکتیکی هگل تا ماتریالیسم دیالکتیکی بوده است. مسئله‌ی منطق صوری جدایی فرم و محتواست. منطق دیالکتیکی به شکل مدرن آن با هگل و در واکنش به منطق صوری و این‌همانی فرم و محتوا آغاز می‌شود. لوفور به‌عنوان یک فیلسوف و پدر دیالکتیک در فرآیند نظریه‌پردازی خود درباره‌ی تولید فضا به‌خصوص پیرامون شئون یا دقایق فضایی بسیار متأثر از منطق دیالکتیکی هگل است. در واقع، لوفور با منطق دیالکتیکی هگل، ماتریالیسم دیالکتیکی را بسط داد و از این طریق دیالکتیک را به سرانجامی اجتماعی - سیاسی رساند (ستاری، ۱۳۹۴: ۸۶).

فهم دقیق دیالکتیک لوفوری هنگامی میسر می‌شود که بتوان نظریه‌ی وی درباره‌ی تولید فضا یا دیالکتیک فضا را به‌خوبی فهمید؛ زیرا که کاربرد انضمامی لوفور از منطق دیالکتیک هگل در نظریه‌ی تولید فضا بسیار مشهود است. هگل در مفهوم‌پردازی خود از دیالکتیک، از هستی ناب و بی‌واسطه آغاز می‌کند که به نحوی خود جنبنده به سایر مقولات پس از خود می‌رسد (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۲). در نظر لوفور فرآیند دیالکتیکی در منطق هگل، انتزاعی‌ترین و عام‌ترین صورت را به خود می‌گیرد، اما همان‌طور که منطق صوری بر پایه‌ی «هر چیزی مثل خودش است» بنا شده، منطق دیالکتیکی نیز بر چهار اصل، «تناقض، تغییر کمیت به کیفیت، نفی در نفی و رابطه‌ی کل و جز» استوار است (ستاری، ۱۳۹۴: ۹۲). لوفور با نقد منطق صوری و منطق دیالکتیکی می‌کوشد در ماتریالیسم دیالکتیکی برتری را به‌جای فرم و اندیشه به محتوا و هستی وجود بدهد؛ به این صورت که دیالکتیک به‌دوراز اینکه جنبش درونی ذهن است، واقعی است؛ چراکه در نظر او ماتریالیسم دیالکتیکی انسان‌های زنده را با واقعیت عینی تاریخ همگام می‌کند. ماتریالیسم دیالکتیکی برخلاف منطق دیالکتیکی هگل نه صورت‌گرایانه است و نه بسته. لوفور در ماتریالیسم دیالکتیکی هگلی، یکپارچگی درونی اندیشه‌ی دیالکتیکی را دوباره برقرار می‌کند و با مبانی ماتریالیسم دیالکتیکی، مقدمات دیالکتیک سه‌گانه را پی‌ریزی می‌کند (همان: ۹۶).

دیالکتیک در مفهوم امروزی، معنای خاص خود را دارد. صرف‌نظر از تطورات این مفهوم در طول تاریخ فلسفه، هسته‌ی هستی‌شناسانه‌ی آن را می‌توان در چهار مورد زیر خلاصه نمود (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۲):

۱. جهان آمیزه‌ای منفصل از اشیای جدا افتاده از هم نیست؛ بلکه یک کل هم‌بسته است. لذا به‌طور منطقی اشیاء از درون به هم وابسته هستند.

۱۳- دیالکتیک در معنای عام کلمه به تبادل استدلالی در یک گفت‌وگوی دوسویه، یا فن و روشی گفته می‌شود که با چنین گفت‌وگوهایی در ارتباط است. همین استدلالی بودن دیالکتیک است که مفهوم آن را از یک گفت‌وگوی عادی دو طرفه متمایز می‌کند. ریشه‌ی لغت دیالکتیک به کلمه‌ی یونانی *dialogein* بازمی‌گردد که به معنای استدلال یا سخن گفتن است. در نگاه ارسطویی این موضوع به معنای استدلال برای نتیجه‌گیری یا برقرار کردن ارتباط به وسیله‌ی استدلال است. این کلمه از زمان افلاطون و یا حتی پیش از آن، جنبه‌ای فنی داشت؛ زیرا که شکلی از برهان‌آوری از طریق پرسش و پاسخ بود. باید توجه داشت که به علت ارزش سخنوری در یونان باستان و اینکه سخنوری صحیح نیازمند آموزش‌هایی بود و پرسش و پاسخ برای غلبه بر حریف و از لحاظ استدلالی به دام انداختن او نشان دهنده‌ی قدرت او بوده است؛ لذا فن یا (برای اشخاص) مهارت در دیالکتیک یک ارزش محسوب می‌شده است. مؤنث بودن این کلمه در ریشه‌ی یونانی نشان‌دهنده‌ی یک زایشگری خلاقانه در اصل معنای این کلمه است که قرار است مخاطب را با یک معنای جدید و اغلب حیران‌کننده روبه‌رو کند. دیالکتیک به‌خصوص نزد هگل نقشی هستی‌شناسانه پیدا می‌کند، علاوه بر آن هگل با کاربرد روش‌شناسانه‌ی دیالکتیک، آن را بسیار دسترس‌پذیرتر می‌کند (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۲).

۲. طبیعت (جهان طبیعی و کیهان) پیوسته در حال حرکت است.
 ۳. توسعه (واقعهای که منجر به رشد و نمود شود) فرآیندی است که از طریق آن تغییرات کوچک و نامحسوس منجر به تغییرات کیفی بنیادین می‌شود. تغییرات کیفی آرام و تدریجی نیست، بلکه سریع و ناگهانی است و به صورت یک جهش از یک وضع به وضع دیگر رخ می‌دهد.
 تمام اشیا درون خود دارای تضادهای دیالکتیکی ذاتی هستند. همین امر اولین عامل حرکت، تغییر و توسعه در جهان است.

به این ترتیب، دیالکتیک با دو مفهوم اساسی روبه‌رو است: حرکت و تضاد.
 ۱. تضاد: هر سیستم و هر نظام ضد خود را تولید می‌کند. در طبیعت تضاد دارای بروز بسیار مشهودی است. وجود گونه‌های جدید، تغییر در گونه‌ها، تغییرات، وجود اضداد در طبیعت، حرکت اتم‌ها، انقلاب‌های زیستی و زمین‌شناختی، دینامیک عمل و عکس‌العمل، همگی نمونه‌هایی از تغییرات دیالکتیکی در طبیعت هستند.
 ۲. حرکت: وجود تضاد به‌طور حتم ختم به حرکت می‌شود؛ زیرا غیرممکن خواهد بود که دو عنصر متضاد در کنار هم نسبت به هم بی تفاوت باشند. به این ترتیب، تضاد خودبه‌خود ختم به کنش و واکنش می‌شود. این کنش و واکنش، بنیاد ثانوی دیالکتیک را برمی‌سازد که همان حرکت است. جهان هم‌زمان مجموعه‌ای از اشیا و چرخه‌های درهم‌پیچیده‌ی فرآیندهاست تا جایی که اشیا، روابط دینامیک را جسمیت و بروز می‌دهند و از طریق آن، ظاهر بیرونی که به نظر ما می‌آید، وارد هستی می‌شود. خلاصه اینکه دیالکتیک رابطه، تغییر، گشودگی، حرکت و فرآیند را بر بسته بودن، ایستایی، مشروطیت و پایایی ترجیح می‌دهد (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۲).
 دیالکتیک فضایی لوفور بر آن است که فضا چیزی مادی است؛ (یعنی مطابق با ثبات یعنی موقعیت جغرافیایی‌اش همان‌گونه که موقعیت شیء در فضا به واسطه‌ی مختصات دکارتی نشان داده می‌شود، تعریف، تحلیل و کمی شده است). علاوه بر این، فضا فرآیندی است که دربرگیرنده‌ی روابط اجتماعی بین مردم و بین مردم و چیزها در فضا است. فضا یک شیء، یک چیز است؛ درحالی‌که هم‌زمان یک فرآیند، وسیله و ابزاری است که روابط اجتماعی و در نتیجه تغییر از طریق آن و در آن می‌توانند رخ دهند. از نظر لوفور، ضعف اساسی غالب نظریه‌های فضا این است که فضا را بسان ظرف یا چارچوبی تصور می‌کنند که با محتویاتی پر می‌شود؛ از این‌رو، دغدغه‌ی اساسی لوفور در تحلیلش از فضا کوشش برای انطباق دو تصور متمایز و رقیب از فضا است. تصور نخست فضای ذهنی یا ایدئولوژیکی است، قلمروی اندیشه‌های ذهنی و تصور دوم، فضای فیزیکی یا طبیعی‌ای است که ما در آن زندگی می‌کنیم. به این ترتیب، لوفور مفهوم فضای اجتماعی را می‌پرواند. همان‌طور که زیلنیک از لوفور نقل می‌کند که فضا صرفاً اقتصادی نیست که در آن تمام بخش‌ها تعویض‌پذیر و دارای ارزش مبادله‌ای باشند. فضا صرفاً ابزاری سیاسی برای یک‌دست کردن تمام بخش‌های جامعه نیست. برعکس فضا یک ارزش مصرفی است، همچون زمان که دست‌آخر به آن متصل است. قصد لوفور آشکار ساختن روابط اجتماعی درگیر در تولید فضا است و اهمیتی است که این کار برای دانش جامع فضا دارد؛ یعنی پیامدهایی برای درک ما از فضا به‌مثابه‌ی عاملی بنیادی برای درک مدرنیته و امکان یا پتانسیل رهایی از بیگانگی ذاتی سرمایه‌داری عقلانی مدرن. ماهیت زیربنایی پروژه‌ی لوفور که با تأکید وی بر دولت و همراه با آن، با تأکید بر چگونگی حک شدن مبارزه‌ی طبقاتی در فضا نمایان می‌شود. استفاده از برداشت او از فضا برای تدارک تحلیلی نظری است که بتواند در «برچیدن جامعه‌ی موجود به واسطه‌ی نمایان کردن آنچه از درون آن را تحلیل می‌برد» تأثیر بگذارد (Lefebvre, 1991). به نقل از ترکمه و شیرخدایی، ۱۳۹۴: ۱۵).

به این ترتیب، می‌توان گفت که لوفور با توجه به دیالکتیک هگلی و مارکسی به بسط ماتریالیست دیالکتیکی و دیالکتیک فضایی اقدام کرد. دیالکتیک ماتریالیستی^{۱۵} به‌طور اساسی به مقولات نقشی ضروری برای ارائه می‌دهد. در این دیالکتیک

۱۵- دیالکتیک ماتریالیستی (Dialectical Materialism) به بررسی روابط مادی تولید اجتماع در طول زمان می‌پردازد و برخلاف دیالکتیک هگل، آغازگاه آن آگاهی یا هستی محض نیست، بلکه روابط مادی بین انسان‌هاست (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۶).

مقولات در درون خود حقیقت خود را دارند؛ لذا در آن به مفهوم به‌طور کلی و توسعه‌ی محض منطقی نیازی نیست. به‌خصوص اینکه مقولات اقتصادی که آغاز حرکت مادی و نیز ساده‌ترین مقولات می‌باشند، وجود دارند که نتیجه‌ی رابطه‌ی بین ذهن و محتوا؛ یعنی ابژه‌ی اقتصادی هستند (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۶). از طرفی لوفور با تأکید بر فضا، آن را وارد ماتریالیسم دیالکتیکی می‌کند؛ به عبارتی بر بنیان‌های ماتریالیسم دیالکتیکی، فضا را اضافه می‌کند و رشد دیالکتیکی شیوه‌های فضا را تبیین می‌کند (ستاری، ۱۳۹۴: ۸۷).

تفاوت دیالکتیک هگلی و مارکسی با دیالکتیک لوفور این است که لوفور عضو سومی را در مسیر خود جنبنده‌ی فضای اجتماعی طرح می‌کند که همواره در مقابل برابر نهاد خود مقاومت می‌کند. این عضو، فضای زیسته نام دارد که بودگاه مقاومت در برابر فضای معقول است؛ در حالی که دیالکتیک‌های هگلی و مارکسی بر دو حد که با یکدیگر در تضاد هستند، استوار است که در سومین حد، به رفع یا حفظ آن می‌پردازد. دیالکتیک سه‌تایی لوفور، سه حد را مبنا قرار می‌دهد. هر یک از این حدود می‌توانند به‌عنوان برنهاد بیان شود و هر حد به دو حد دیگر ارجاع داده می‌شود و بدون آن‌ها، یک انتزاع صرف باقی می‌ماند. این شکل سه‌تایی در یک هم‌نهاد نظیر نظام هگلی خاتمه نمی‌یابد. این سه‌تایی بدون آنکه دقیقاً در یک هم‌نهاد با هم سازگار سازد، آن‌ها را از هم متمایز و در عین حال به هم به نحوی درونی مرتبط می‌سازد. بدین گونه سه حد یا دقیقه دارای اهمیتی برابر هستند و هر یک، موقعیت مشابهی را در ارتباط با دیگران تقبل می‌کند. در این وضع، نسخه‌ی سه‌بعدی یا سه‌تایی جدیدی از دیالکتیک تکوین می‌یابد. لوفور همواره هنگام پرداختن به دیالکتیک به سه حد می‌پرداخت. او دو حد مارکس را که در دیالکتیک اجتماعی خود پرولتاریا و بورژوازی بود با بعد سوم کامل نمود. در واقع، حد سوم در دو حد دیگر وجود دارد و سه حد پیوسته در حرکت هستند. حد سوم در واقع دقیقه‌ای از این حرکت است. در این بستر دیالکتیک، دیگر تز و آنتی و سنتز و نیز تأیید و نفی و نفی و نفی نیست، بلکه دیالکتیک ابزار تحلیل شدن به دست می‌دهد. در واقع، آن‌ها سه شأن هستند؛ دولت، ملت و طبقات (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۶).

۴-۳- تریاالکتیک فضا

از آنجایی که در منطق هگلی و مارکسی دو وجه وجود دارد، از آن به دیالکتیک (دوتایی) یاد می‌شود؛ در صورتی که در نظریه‌ی لوفور سه وجه در نظر گرفته می‌شود و از آن به تریاالکتیک (سه‌تایی) یاد می‌شود. به عبارتی؛ در حالی که دیالکتیک هگلی و مارکسی^{۱۶} به دو حالت در تناقض با هم متکی است که به حالت سومی تغییر شکل می‌دهند، دیالکتیک سه‌تایی لوفور سه حالت را مطرح می‌کند. هر یک از این سه را می‌توان بسان برنهاد فهمید و هر یک به آن دو تای دیگر اشاره

۱۶- یکی از مفاهیم بسیار مهمی که لوفور آن را از مارکس وام می‌گیرد، مفهوم انتزاع انضمامی است. در نقد مارکسی از نظام اقتصادی سرمایه‌داری، همواره بین امر واقع و امر بازنمود (در ذهن اندیشنده) یک واسطه وجود دارد. این واسطه، انتزاع انضمامی است. انتزاع انضمامی، ابزار مفهومی است که از طریق آن می‌توان دانش اندیشنده درباره‌ی جهان را برپا کرد. در یک سوی انتزاع انضمامی، واقعیت محسوس جهان است و در سوی دیگر مسائل انتزاعی و منطقی وجود دارد. انتزاع انضمامی هر دو سو را به هم متصل می‌کند. مقوله‌ی ارزش در اقتصاد سیاسی مارکسی، مثالی از انتزاع انضمامی است. کالا خود یک شیء است، اما هر شیئی کالا نیست. آنچه که سبب شده یک شیء کالا شود، ارزش مصرف و ارزش مبادله‌ی آن است. ارزش مصرف، همان خاصیتی است که آن شیء به واسطه‌ی کاری که بر روی آن صورت گرفته، واجد آن شده است و برخی افراد در جامعه ممکن است بخواهند از آن خاصیت بهره‌مند شوند. ارزش مبادله، در واقع بروز پولی همان کالا است که هنگام مبادله با کالاهای دیگر، از آن استفاده می‌شود. همین‌طور که مشاهده می‌شود، هر دو مقوله‌ای که به عنوان ارزش یاد شد، مقولات انتزاعی هستند؛ حال آنکه در شیء جسمیت یافته‌اند (انضمامی شده‌اند). دانشی که از این موضوع به دست آمده است، در مقوله‌ای به نام ارزش ثبت می‌شود. ارزش، زمان کار از لحاظ اجتماعی ضروری (متوسط کار مورد نیاز برای تولید یک کالا در جامعه) است که ظرف روابط دیالکتیکی بین ارزش مصرف و ارزش مبادله است و همچنین آنها را وجود می‌دهد. به این ترتیب، مارکس با تبیین ماهیت کالا، چگونگی کاربرد مفهوم انتزاع انضمامی را به خوبی لوفور، در واقع همین مفهوم‌سازی را درباره‌ی فضا به کار می‌برد. فضا از یک سو دارای ارزش استفاده است که در فضای زیسته‌ی انسانی، توسط انسان‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد و از سوی دیگر ارزش مبادله است که شکل انتزاعی فضا است که تحت تأثیر جریان قدرت توسط دولت حاکم است. این دو فضا (انتزاعی و انضمامی، یا زیسته و عقلانی) پیوسته از طریق پراکتیس‌های فضایی یا امر محسوس دستخوش تغییر می‌شوند. در واقع، فضای انتزاعی از طریق پراکتیس‌های فضایی به دنبال غلبه‌ی عقلانیت خود بر فضای زیسته یا انضمامی است (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۷).

می‌کنند و هر یک بدون آن دو حالت دیگر انتزاعی صرف می‌مانند. این چهره‌ی سه‌تایی، آن‌طور که در دستگاه هگلی رخ می‌دهد، به نفی نفی ختم نمی‌شود. این چهره، سه لحظه‌ای را که از همدیگر متمایز باقی می‌مانند، به هم پیوند می‌دهد، بی‌آنکه آن‌ها را در سنتزی آشتی دهد؛ سه لحظه‌ای که در برهم‌کنش، در تعارض یا در پیوند با یکدیگر وجود دارند. از این‌رو، فرض بر این است که این سه حالت یا سه لحظه از اهمیت یکسانی برخوردارند و هر یک در رابطه با دیگری مرتب‌های یکسان دارد. روایت سه‌وجهی یا سه‌تایی دیالکتیک به این ترتیب شکل می‌گیرد (Goonewardena et al., 2008: 33).

در نظریه‌ی لوفور تنش اصلی تنش دوتایی عمل و نظر است. اینکه تقدم یا تأخر از آن تئوری است یا پراکسیس و البته چه سنتزی میان آن‌هاست. بر این اساس، لوفور برای خروج از بحران دوگانه‌انگاری‌ها، طرح دیالکتیک سه‌بعدی یا تریالکتیک را پیش می‌کشد. او برای این کار با بسط تفسیر دیالکتیکی بر تاریخ‌مندی دیالکتیک، حد سوم؛ یعنی فضا را مکمل می‌کند. لوفور بر اساس نظریه‌ی دیالکتیک سه‌تایی، تقابل‌های دوتایی را نقد کرده و بر وجود حد سوم و دیگری تأکید می‌گذارد؛ بنابراین دیالکتیک دوتایی را چه بر اساس منطق سنتی و چه منطق دیالکتیک هگلی نقد کرده و از دیالکتیک سه‌گانه صحبت می‌کند و بر اساس آن، فضا را نیز سه‌گانه می‌داند. از این‌رو، سه‌گانه‌ی فضا را که به تولید فضا منجر می‌شود، به‌عنوان ترم سوم بر دیالکتیک اضافه می‌کند (ستاری، ۱۳۹۴: ۸۷).

نقطه‌ی عزیمت لوفور سه فرآیند درهم‌تنیده‌ی دیالکتیکی تولید است. سه وجه تولید فضا را باید بسان وجوهی فهمید که اساساً ارزش همسانی دارند. فضا در آن واحد درک شده، تصور شده و زیست شده است. هیچ‌یک از این وجوه را نمی‌توان بسان خاستگاهی مطلق، بسان «تز» فرض کرد. فضا ناتمام است؛ زیرا پیوسته تولید می‌شود و همواره به زمان وابسته است. این سه‌گانه بر آن است تا نشان دهد فضا ماهیتی پیچیده دارد و در تمام سطوح وارد روابط اجتماعی می‌شود. فضا هم‌زمان محیطی فیزیکی است که می‌توان آن را درک کرد؛ انتزاعی نشانه‌شناسانه است که هم چگونگی مشارکت مردم عادی را در ساخت فضا (نقشه‌های ذهنی‌ای که جغرافی‌دان‌ها مطالعه می‌کنند) تحت تأثیر قرار می‌دهد و هم فضای شرکت‌ها، برنامه‌ریزان، سیاست‌مداران و مواردی از این دست را؛ و در نهایت، واسطه‌ای است که بدن از طریق آن در برهم‌کنش با بدن‌های دیگر قرار می‌گیرد. روابط اجتماعی، روابطی فضایی نیز هستند. ما نمی‌توانیم از یکی بدون دیگری حرف بزنیم. او نظریه‌ی فضای یگانه‌ای را عرضه می‌کند که امر فیزیکی، ذهنی و اجتماعی را به هم پیوند می‌زند. لوفور در راستای پرورش این رویکردِ تعمیم‌یافته به فضا حتی سه‌گانه‌ی دیگری را معرفی می‌کند که سه‌گانه‌ی نخست را روشن‌تر می‌کند. فضا هم‌زمان پرکتیس فضایی (محیط مادی بیرونی شده)، بازنمایی فضا (مدلی مفهومی که برای پرکتیس مستقیم به کار گرفته می‌شود) و فضای بازنمایی (رابطه‌ی اجتماعی زیست‌شده‌ی کاربران با محیط) است (ترکمه و شیرخدایی، ۱۳۹۴: ۲۱).

لوفور بر این تمرکز می‌کند که جوامع گوناگون چگونه در طول زمان از فضایی خاص شده در شکل و نیز در معنا برخوردار می‌شوند. لوفور این کار را با تمایز گذاشتن بین فضای انتزاعی و فضای اجتماعی انجام می‌دهد. فضای انتزاعی از برخورد دانش و قدرت شکل می‌گیرد. این فضا، فضایی سلسله‌مراتبی است که به آن‌هایی مربوط است که خواهان کنترل سازمان‌دهی اجتماعی‌اند؛ از جمله حکمرانان سیاسی، شرکت‌های اقتصادی و برنامه‌ریزان. فضای اجتماعی در مقابل برآمده از کنش است. تجربه‌ی زیسته‌ی روزمره‌ای که به واسطه‌ی کنش تمام اعضای جامعه، از جمله حکمرانان، بیرونی و مادی می‌شود. آن‌هایی که از مدل فضای انتزاعی استفاده می‌کنند، پیوسته می‌کوشند تا بر فضای اجتماعی زندگی روزمره با تغییرات همیشگی‌اش حاکم شوند و آن را کنترل کنند؛ درحالی‌که فضای اجتماعی همواره از مرزهای تصور شده و اشکال تنظیم‌شده فراتر می‌رود. برای انسان‌ها تصور فضا به‌طور خاص همواره پیش از پرکتیس فضایی رخ می‌دهد. به بیان دیگر فراکنی ذهنی یا مدل نشانه‌شناسانه‌ی فضا و ساخت فیزیکی یا بیرونی‌سازی، همواره به هم مرتبط‌اند (ترکمه و شیرخدایی، ۱۳۹۴: ۲۱).

۴-۴- بازنمایی فضا

در مفهوم‌پردازی نظریه‌ی تولید فضای لوفور، بازنمایی فضا، یک فضای مفهومی شده یا معقول را دربر می‌گیرد که فضای دانشمندان، برنامه‌ریزان شهری، شهرگراها و تقسیم‌کنندگان تکنوکرات، در این نوع فضا جای می‌گیرند (صابونچی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷)، اما به‌منظور درک بهتر بازنمایی فضایی لازم است تا دو مقوله‌ی دیگر؛ یعنی عمل فضایی و فضای بازنمایی تبیین گردند.

حالت سه‌گانه‌ی فضایی را می‌توان به‌عنوان تریالکتیک فضایی در نظر گرفت که برآمده از پیوند نزدیک با نقد منطق هگلی و تفسیر ماتریالیست دیالکتیکی است. تحلیل دیالکتیکی بیش‌تر به‌سان یک اصل عام است که به دنبال سه‌تایی فرم، ساختار و کارکرد است. فضای اجتماعی همانند هر واقعیتی از نظر روش و نظریه با سه مفهوم کلی شکل، ساختار و کارکرد مرتبط است و هر فضای اجتماعی می‌تواند در معرض تحلیل شکلی، ساختاری یا کارکردی باشد (Lefebvre, 1991: 147). برای فهم نظریه‌ی لوفور سه وجه بسیار مهم و قابل توجه وجود دارد: نخست مفهومی ویژه از دیالکتیک که می‌توان آن را بسان ادای سهم نخستین او دانست. لوفور در جریان کارهای گسترده‌اش روایتی را از دیالکتیک پروراند است، که از هر نظر بدیع بود. دومین وجه، نظریه‌ی زبان است. لوفور نظریه‌ی زبان خاص خودش را پروراند. در نظریه‌ی زبان بود که او برای نخستین بار دیالکتیک سه‌تایی خود را به‌طور انضمامی به کار بست. سومین مؤلفه‌ی تعیین‌کننده، پدیدارشناسی است. مطالعه و بررسی این سه وجه فراموش‌شده به‌طور قطع به فهم کامل‌تری از نظریه‌ی مهم و نوآورانه‌ی تولید فضای او می‌انجامد (Goonewardena et al., 2008: 28). در واقع، تریالکتیک فضایی لوفور رویکردی دوگانه به فضا دارد که عبارت است از؛ رویکرد زبان‌شناسی یا نشانه‌شناسی و رویکرد پدیدارشناسی که در ادامه به بیان تریالکتیک از منظر هر کدام از این دو رویکرد می‌پردازیم.

۴-۵- رویکرد زبان‌شناسی و بازنمایی فضا

لوفور با توسعه‌ی تئوری زبان نیچه^{۱۷} که با مفاهیم پایه‌ای معاصر متفاوت است، ساختار سه وجهی‌ای را ارائه می‌دهد که مرحله‌ی مقدماتی نظریه‌ی تولید فضا به حساب می‌آید و حاصل این امر به وجود آمدن رویکردی است که از آن به رویکرد زبان‌شناسی یا نشانه‌شناسی یاد می‌شود. نیچه چنین می‌گوید که (Goonewardena et al., 2008: 35) «ما فکر می‌کنیم که چیزی از پدیده‌های مختلف، همچون درختان، رنگ، برف و گل را می‌دانیم؛ درحالی که چیزی جز استعاره‌ای از آن‌ها را نمی‌دانیم، چیزی که ما از پدیده‌ها می‌دانیم، به‌هیچ‌وجه مطابق با ماهیت اصلی آن‌ها نیست».

لوفور نظریه‌ی خود را درباره‌ی سه وجهی بودن زبان در زبان جامعه^{۱۸} می‌پروراند. وجه اول، وجه نحوی^{۱۹} یا هم‌نشینی^{۲۰} به تعبیری، وجه کلاسیک زبان‌شناسی و دستور زبان یا همان گرامر است. این وجه به قواعد صوری ترکیب می‌پردازد که رابطه‌ی بین نشانه‌ها، ترکیب‌های ممکن، ساختار جمله و نحو را تعیین می‌کند. لوفور وجه دومی را ارائه می‌دهد و وجه جانشینی یا پارادایماتیک^{۲۱} را از وجه پیشین متمایز می‌کند. این عملکرد بر امکان جانشینی یک واژه با

17- Nietzsche-Oriented Theory of Language

18- Le langage et la société

19- Syntactic Dimension

20- Syntagmatic Dimension

۲۱- این مفهوم (Paradigmatic Dimension) به رومن یاکوبسن (Roman Jakobson) برمی‌گردد که نظریه‌ی دووجهی از زبان را پروراند که بین دو نوع طبقه‌بندی نشانه‌ی زبان‌شناسانه تمایز می‌گذارد. رده‌بندی نخست ترکیب یا بافت است؛ به این معنا که هر نشانه‌ای دربرگیرنده‌ی ترکیبی از نشانه‌هاست یا در ترکیب با نشانه‌های دیگر نمایان می‌شود. از این‌رو، هر واحد زبان‌شناسانه بسان بافتی برای واحدهای ابتدایی‌تر عمل می‌کند یا در بافت واحدهای پیچیده‌تر وجود دارد. این رده‌بندی نخستین نشانه را که همخوان با فرآیند دگرنامی (صنعت بداعت در ادبیات) است، می‌توان به وجه هم‌نشینی نسبت داد. یاکوبسن سپس عملکرد زبان‌شناسانه‌ی ثانوی را متمایز می‌کند: انتخاب یا جانشینی؛ این کارکرد دال بر امکان جایگزینی یک اصطلاح برای دیگری است که بر اولی از یک نقطه‌نظر برابر است، اما اگر از زاویه‌ی دیگر به آن نگریسته شود، متفاوت هستند. این دسته‌بندی ثانویه‌ی نماد با فرآیند تشبیهی همخوان است و وابسته به یک رمز از نظام معانی است. لوفور در نظریه‌ی تولید

واژه‌ی دیگر دلالت می‌کند که از یک دیدگاه با واژه‌ی نخست برابر و از زاویه‌ای دیگر متفاوت از آن است. از این رو، لوفور این وجه را وجه جانمایی یا پارادایماتیک می‌نامد. لوفور در نهایت وجه سوم یا وجه نمادین^{۲۲} را به این دو وجه قبلی می‌افزاید. این واژه از یک سو بر نشانه‌ی فرمولی ریاضیات دلالت می‌کند؛ از سوی دیگر بیانگر تصاویر، احساس‌ها، تأثر و معانی ضمنی است. لوفور دقیقاً این معنای دوم نماد را در نظر دارد؛ به این معنا که ذاتیت، ابهام‌ها و پیچیدگی نماد است که سازنده‌ی زبان زیسته و زنده است (ترکمه و شیرآقایی، ۱۳۹۴: ۲۴).

در این بین، لوفور به هیچ وجه قصد نداشته است تا در ابهام و عرفان فرورود. برعکس، او می‌خواهد غریزه، احساس و امر غیرمنطقی را به عنوان واقعیت‌های اجتماعی مورد بررسی قرار دهد. این امر تنها به این معنی است که او قصد دارد دوباره نماد را به دست آورد؛ نماد به این ترتیب به ساختارهای اجتماعی و ایدئولوژی‌ها وارد می‌شود و به عنوان یک ستون برای تمثیل و طلسم عمل می‌کند. این مبنای تصورات اجتماعی است که متفاوت از تصور فردی است. در نتیجه، تمایز واضح بین عملکرد فلسفی تخیل و عملکرد اجتماعی نماد نیز وجود دارد. اینکه نمادها پایان ناپذیرند. اینجا برای لوفور از اهمیت تعیین کننده‌ای برخوردار است. بر این اساس، فرمول بندی نمادها ناممکن است (Goonewardena et al., 2008: 36). لوفور فضا را واجد سه دقیقه (در مفهوم دیالکتیکی) می‌بیند که تمام این دقایق با هم رابطه‌ای دیالکتیکی برقرار می‌کنند. او از این جهت، این سه دقیقه را در فضا کشف می‌کند. چون نمود طبقاتی و روابط اجتماعی آن را در فضایی که آن روابط درون آن قرار گرفته‌اند، می‌بیند و طور مکرر این را اصل قرار می‌دهد که فعالیت در فضا نظامی را بنا می‌کند که تا حد معینی با نظام واژه‌ها همخوان است. تحلیل سه وجهی تولید فضایی از این چشم‌انداز به ترتیب زیر نمایان می‌شود (Ibid: 36):

کنش فضایی^{۲۳}: عمل فضایی به عنوان کنشی که وجه مادی فعالیت و برهم کنش اجتماعی^{۲۴} را تعیین می‌کند. طبقه بندی فضایی به معنای تمرکز بر وجه هم‌زمانی فعالیت‌هاست. کنش فضایی در قیاس با وجه هم‌نشینی زبان بر نظامی دلالت می‌کند که برآمده از مفصل بندی و اتصال مؤلفه‌ها یا فعالیت‌هاست. به بیان انضمامی، می‌توان شبکه‌ای از برهم کنش و ارتباط را آن طور که در زندگی روزمره برای مثال اتصال روزانه‌ی محل سکونت و محل کار یا در فرآیند تولید روابط تولید و مبادله رخ می‌دهند، در نظر گرفت (Goonewardena et al., 2008: 36). پراکتیس یا روال فضایی به عنوان نوعی فضاگونگی تعریف می‌شود که تولید و بازتولید و محل‌ها و چرخه‌های فضایی مختص و مشخصه‌ی هر شکل‌گیری اجتماعی را دربر دارد (Lefebvre, 1991: 33).

کنش فضایی، استمرار و تا حدودی تضمین کننده‌ی انسجام است و دال بر یک سطح ضمانت شده از رقابت و سطح خاصی از عملکرد است (Watkins, 2005: 213). کنش فضایی یک جامعه، فضای آن جامعه را تراوش می‌کند و فضا را مطرح می‌کند. پیش فرض قرار می‌دهد و در یک میان کنش دیالکتیکی آن را به آهستگی تولید می‌کند و بر آن غلبه می‌یابد و برای کنش‌های مختلف بسنده می‌کند. کنش‌های فضایی به عنوان فرآیند تولید شکل مادی فضاگونگی اجتماعی، هم به عنوان میانجی و هم برون داد فعالیت رفتار و تجربه انسانی نمایش داده می‌شوند (Lefebvre, 1991: 33). فضا به طور دیالکتیکی و از طریق کار روزمره به عنوان فضای انسانی تولید می‌شود. در میان کنشی دیالکتیکی فضا را مطرح و برای آن طرح می‌ریزند. در واقع، پراکتیس فضایی مادی به جریان‌های فیزیکی و مادی، دگرگونی‌ها و تعاملاتی که در و از ورای

فضا و تریالکتیک خود با الهام از همین جنبه‌های زبانی، حد سوم تریالکتیک خود را ایجاد کرد؛ یعنی علاوه بر بعد هم‌نشینی و پارادایماتیک، بعد سوم؛ یعنی بعد نمادین را اضافه نمود. مفهوم بعد نمادین مفهومی پیچیده است؛ زیرا که عوارض مختلفی در فلسفه و هنر بر آن مترتب است. از یک سو اشاره به دال صوری شده‌ی ریاضی است و از سوی دیگر با ایماژها، احساسات، عاطفه و بارهای معنایی پر شده است. لوفور دقیقاً به همین معنای دومین نماد اشاره دارد. و درباره‌ی ذاتیت، ابهامات، و پیچیدگی‌های آن که در امر زیسته و زبان زیسته ادغام شده‌اند، غور می‌کند (Goonewardena et al., 2008: 35).

22- Symbolic Dimension

23- Spatial Practice

24- Social Activity & Interaction

فضا، به شیوه‌ای که تولید و بازتولید اجتماعی را تضمین کنند، دلالت می‌کنند (Harvey, 1989: 218). کنش‌های فضایی، روال‌هایی هستند که فضای جامعه را مخفی می‌کنند و به تکرارهای زمان-فضا و ساختارهای فضایی نظیر، محل‌ها^{۲۵} و چرخه‌ها^{۲۶} ارجاع می‌دهند که از طریق آن زندگی اجتماعی تولید و بازتولید می‌شوند (Gregory, 1994: 403). روال‌های فضایی جامعه از یک نقطه‌نظر تحلیلی، از طریق رمزگشایی همان فضا، هویدا می‌شوند. در فضای مدرن تحت سرمایه‌داری، امور تکراری زندگی هر روزه مسیرها، شبکه‌ها، محل‌های کار، زندگی خصوصی، لذت‌های تفریحی شهری، جزو مواردی هستند که باید رمزگشایی^{۲۷} گردند. این فضای مادی شده که از لحاظ اجتماعی و تجربی تولید شده است، به‌عنوان فضای محسوس توصیف می‌شود و مستقیم به وسیله‌ی حواس قابل درک است و درون حدود اندازه‌ها و توصیفات آن تصحیح می‌شوند. روال‌های فضایی می‌توانند از طریق رمزگشایی فضا آشکار شوند که قرابت یا نزدیکی با فضای محسوس، دریافت‌های مردم از جهان خود به‌ویژه معمول بودگی روزمره آن دارد. به‌این‌ترتیب، روال‌های فضایی واقعیت زیسته را ساختار می‌دهند که شامل مسیرها و شبکه‌ها، الگوها و میان‌کنش‌هایی که مردم و مکان‌ها، تصاویر و واقعیت و در نهایت کار و تفریح را به هم مرتبط می‌کند. روال‌های فضایی تولید و بازتولید، صورت معقول و اجرا پنداشته به همان اندازه زیسته را دربر می‌گیرد. این روال‌ها تا حدودی پیوستگی، استمرار و شایستگی فضایی را تضمین می‌کنند (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰). روال‌ها یا پراکتیس فضایی اغلب در نهایت بصری، مکانی است که افراد را قادر می‌سازد تا به‌طور موثر در یک رویداد فضایی شرکت کنند. برای درک این جنبه از جنبه‌های سه‌گانه، ما نیاز به درک انتزاعی از رویداد فضایی و روال‌ها و درک‌هایی که آن‌ها در خدمت شکل‌دادن‌اند، هستیم (Watkins, 2005: 213).

بازنمایی فضایی^{۲۸}: بازنمایی‌های فضایی به‌عنوان گفتاری درباره‌ی فضا و نظام‌های گفتاری تحلیل فضا در ارتباط با دانش، نشانه‌ها، علایم و مناسبات آشکار است و شامل تمامی نشانه‌ها و معانی، ضوابط و شناخت‌هایی است که این امکان را فراهم می‌آورد که چنین کنش‌های مادی به دور از اصطلاحات متعارف روزمره مورد کنکاش قرار گیرد (Harvey, 1989: 218). بازنمایی‌های فضا به مجموعه قدرت، دانش و فضا‌مندی‌ای که در آن نظم اجتماعی غالب حک و قانونی شده است، اشاره دارد (Gregory, 1994: 403).

بازنمایی‌های فضا تصویری به دست می‌دهند و در نتیجه فضا را نیز تعریف می‌کنند. بازنمایی فضایی در قیاس با وجه جانشینی زبان می‌تواند جانشین بازنمایی دیگری شود که نشان‌دهنده‌ی شباهت‌هایی از برخی جهات و تفاوت‌هایی از برخی جهات دیگر است. بازنمایی‌های فضا در سطح گفتار^{۲۹} و در سطح گفتار پدیدار می‌شوند و در نتیجه اشکال زبانی شده مانند توصیف‌ها، تعریف‌ها و به‌ویژه نظریه‌های علمی فضا را دربر می‌گیرند. لوفور به علاوه‌ی نقشه‌ها و برنامه‌ها، اطلاعات موجود در عکس‌ها و نشانه‌ها را هم در شمار بازنمایی‌های فضا در نظر می‌گیرد. معماری، برنامه‌ریزی شهری و جغرافیا از جمله رشته‌های علمی و تخصصی‌ای هستند که به تولید این بازنمایی‌ها می‌پردازند و فضای دانشمندان، برنامه‌ریزان و شهرسازان در این فضا جای می‌گیرد (Goonewardena et al., 2008: 36).

بازنمایی‌های فضایی یک فضای مفهومی شده یا معقول را تعریف می‌کنند که این فضا، نوع خاصی از فضای هنری است که گرایشی علمی نیز در آن دیده می‌شوند. این فضای معقول همچنین به روابط تولید و به‌خصوص به نظم یا طراحی که آن روابط تحمیل می‌کنند، گره خورده است. چنین نظمی از طریق کنترل دانش، نمادها و کدها بر ابزار رمزگشایی روال فضایی و در نتیجه تولید دانش فضایی اعمال می‌شود (Lefebvre, 1991: 33). این فضا، فضای مسلط در هر جامعه (شیوه‌ی تولید) است. «ذخیره‌ی قدرت شناخت‌شناسانه» تعبیری است که لوفور برای نقد شناخت‌شناسی

25- Sites

26- Circuits

۲۷- رمزگشایی فضای محسوس یا روال‌های فضایی عبارت‌اند از: یافتن تأثیرات و فرم‌های فضای معقول و کارکردهای فضای زیسته‌ی درون فضای محسوس (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰).

28- Representation of Space

29- Discourse

مسلط بر برنامه‌ریزی فضایی استفاده می‌کند. این فضای معقول، البته با استثنائاتی به سمت یک نظام نمادهای واژگانی میل می‌کند (که از لحاظ اندیشه به خوبی بر روی آن کار شده است) که به زبان، گفتمان، متن و عقل کلی ارجاع می‌دهد؛ کلام گفتاری و نوشتاری. در این فضاهای نظم‌دهنده و گفتمان قاعده‌ساز در حال تسلط، این فضاهای ذهنی، بازنمایی‌های قدرت و ایدئولوژی، کنترل و نظارت هستند که سوچا آن را فضای دوم می‌نامد؛ که در واقع فضای اولیه‌ی اندیشه و رویای اتوپیا، فضای اولیه‌ی نمادشناس یا رمزگشا، تصور خالص هنرمند یا شاعر است (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰).

لوفور در بحث‌های خود نشان می‌دهد که بازنمایی فضایی، فضای غالب در جامعه‌ی فعلی است و فضایی مفهومی است که از نمادها، کدگذاری‌ها و نمایه‌های انتزاعی ساخته شده است. این بازنمایی‌ها عبارت‌اند از؛ منطقی و اشکالی دانش و محتوای ایدئولوژیک کدها، نظریه‌ها و تصویر مفهومی فضا که نمایانگر بازنمایی ساختارهای ذهنی ماست. بازنمایی‌های فضایی به‌عنوان امری انتزاعی است که از طریق گسترش سیستم‌های نمادین ارائه‌دهنده‌ی دسته‌ها، اشکال و طبقه‌بندی‌ها یا عملکرد کلی به‌عنوان رویدادی فضایی در تجزیه و تحلیل بر تلاش ما برای درک و بازنمایی در جامعه و اجتماع کمک می‌کند. این ویژگی و مشخصه‌ی بازنمایی فضایی برای ارائه‌ی یک دستورالعمل یا چارچوب کلی در مورد عملکرد مورد نیاز استفاده می‌شود که توسط افراد در فضا به دست می‌آید تا بتوانند جهت‌گیری زندگی تجربی خود از عملکرد فعلی را بدست بیاورند (Watkins, 2005: 212).

فضاهای بازنمایی^{۳۰}: لوفور وجه سوم تولید فضا را با وارونه کردن اصطلاح بازنمایی‌های فضا به‌عنوان فضاهای بازنمایی تعریف می‌کند. این وجه به بعد نمادین فضا مربوط است. بنا بر این تعریف، فضاهای بازنمایی نه به خود فضاها بلکه به چیز دیگری اشاره دارند؛ به قدرتی خدایی، لوگوس، دولت، اصول اخلاقی مردانه یا زنانه و مواردی از این دست. این وجه تولید فضا به فرآیند دلالتی اشاره می‌کند که خودش را به نمادی مادی پیوند می‌زند. نمادهای فضا می‌توانند از طبیعت گرفته شوند؛ همچون درختان یا اشکال و عوارض طبیعی مشخص و یا می‌توانند از مصنوعات و عوارض غیرطبیعی، ساختمان‌ها و بناهای یادمانی باشند، همچنین می‌توانند مانند چشم‌اندازها از ترکیب هر دوی این‌ها شکل بگیرند (Goonewardena et al., 2008: 37). زبان آن‌ها زبان ویژه، نمادها، تصاویر ساکنان و استفاده‌کنندگان نیست، بلکه زبان آن‌ها زبان ساده و خودمانی است. این فضا، فضای فیزیکی را لایه آذین می‌کند تا از ایزه‌های آن استفاده سمبلیک کند. این فضاها بیش از آنکه حاصل اندیشه باشند، حاصل حس هستند. یک فضای باز نمود، همواره زنده و فضای لحظه‌ای است (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲).

لوفور در مورد این فضا بیان می‌کند که فضاهای بازنمایی، گاهی مظهر و تجسم نمادهای پیچیده‌ی زندگی اجتماعی، سمبلیسم‌های پیچیده به وجود آورنده‌ی رمز و بدون رمز، نمادهای گاه آشکار و گاه پنهان که به بخش سری یا زیرزمینی زندگی اجتماعی پیوند خورده‌اند، می‌باشند (Lefebvre, 1991: 33). فضاهای بازنمایی گفتارهای فضا هستند و همان فضایی است که باید باشد؛ یعنی فضایی کاملاً زیسته. این فضا هم ناشی از رسوبات تاریخی در درون محیط روزمره است و هم از عناصر یوتوپیا که فرد را به سمت مفهوم تازه‌ای از زندگی اجتماعی می‌برد. فضاهای بازنمایی ابداعات ذهنی همچون؛ ضوابط، نشانه‌ها، گفتارهای فضایی، چشم‌اندازهای تخیلی و حتی سازه‌های مادی نظیر فضای نمادین، محیط‌های مصنوع خاص، نقشه‌ها، موزه‌ها و غیره هستند که معانی یا امکانات جدیدی را برای کنش‌های فضایی تصویر می‌کنند (Harvey, 1989: 218).

فضاهای بازنمایی در عین اینکه متمایز از دو فضای دیگر است، اما آن‌ها را در بر می‌گیرد. فضاهای بازنمایی، فضای واجد نوعی رازگرایی، ناکلامی ناهشیار و امر درک‌ناپذیر است و به این ترتیب در بسیاری از تحلیل‌ها می‌تواند راهگشا باشند (Gregory, 1994: 403). به‌طور دقیق در این جا فضا به همراه تمام خودسری‌های تمام عیار خود زیسته است. این فضا در پهنه‌ی تصورات و نمادهایی که با آن همراه می‌شوند، کشیده می‌شود. این فضا، فضای زیست‌کنندگان و کاربران است. فضای زیسته، در واقع، فضایی است که فارغ از اندیشه‌ی شهرسازی و برنامه‌ریزی تجربه می‌شود و گاهی

جایگاه مقاومت در برابر فضای معقول است. این کاربران از مردم تا دانشمندان و روانکاوان، جامعه‌شناسان و فلاسفه را دربر می‌گیرد. این فضا تحت تسلط است (قدرت مهارکننده‌ی فضای معقول در همین فضا است)؛ بنابراین، منفعلانه تجربه می‌شود یا در معرض (به معنای عام کلمه) قرار می‌گیرد. فضایی که تصورات کلامی یا غیر کلامی به دنبال تغییر و بسنده کردن آن است. این فضا، فضای فیزیکی را دربر می‌گیرد و از ابره‌های آن استفاده نمادین می‌کند و میل به نظام‌های کم و بیش منسجم از نمادها و سمبل‌های ناکلامی دارد. همچنین در این فضا نه تنها ما بازنمودهای فضایی قدرت را می‌یابیم، بلکه قدرت فضایی تحمیل‌گر و اجرایی نیز در همین فضا وجود دارد (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲). فضای بازنمایی همان فضای انضمامی و زیسته است؛ یعنی فضای روزمره، در تقابل با فضای تصور شده، نظم‌یافته و تنظیم‌شده‌ی نیروی هژمونیک است؛ بنابراین فضاهای بازنمایی تحت تأثیر عقلانی‌سازی، رمزگذاری، اندازه‌گیری، مداخله و منازعه هستند. آن‌ها پتانسیل به چالش کشیدن کنش‌ها و ادراک‌های فضایی را مستقیماً از طریق پیوندها، تصویرها و نمادهای فضای زیسته، دارا می‌باشند. این فضا فضای نویسنده یا فیلسوف فضای مغلوب و بنابراین فضای منفعلانه‌ی تجربه‌شده‌ای است که تخیل به دنبال آن است تا آن را تغییر دهد و از آن خود کند (Lefebvre, 1991: 93).

۴-۶- رویکرد پدیدارشناسی و بازنمایی فضا

اگر نظریه‌ی زبان لفور به‌عنوان یک منبع تئوری تولید فضا در نظر گرفته شود، منبع دیگر می‌تواند رویکرد پدیدارشناسی باشد. به عبارتی امر دیالکتیک در کنار دو رویکرد زبان‌شناسی و پدیدارشناسی، تولید فضا را تبیین می‌کند (Goonewardena et al., 2008: 38). نقاط مرجع پدیدارشناختی در ارتباط با فضا در اصطلاحات اساسی درک شده، تصور شده و زندگی شده یا زیسته‌ی روشن می‌شوند؛

فضای درک شده^{۳۱}: فضا بعدی درک‌پذیر دارد که می‌توان آن را با حواس به دست آورد. این درک مؤلفه‌ی سازنده‌ی هر کنش اجتماعی را تشکیل می‌دهد. این درک دربرگیرنده‌ی هر چیزی است که خودش را به حواس نه فقط بینایی، بلکه شنوایی، بویایی، بساوی و چشایی عرضه می‌کند (Goonewardena et al., 2008: 38). این وجه به لحاظ حسی قابل درک فضا مستقیماً به مادیت «مؤلفه‌های سازنده‌ی فضا» مربوط است. لوفور این بعد از فضا را در اثر تولید فضای خود (Lefebvre, 1991: 113) با این سؤال آغاز می‌کند که چگونه یک شخص یک تصویر، منظره یا بنای تاریخی را درک می‌کند؟ ادراک به‌طور طبیعی به موضوع بستگی دارد، دهقانان چشم‌انداز خود را به همان شیوه‌ای که یک شهروند شهری از آن می‌گذرد، درک نمی‌کند. نگاه یک هنرپیشه‌ی معروف به نقاشی متفاوت از نگاه یک فرد حرفه‌ای یا یک فرد ناشنوا به نقاشی است؛ چرا که با درک روابط بین عناصر نقاشی از اثر هنری لذت می‌برد.

فضای تصور شده^{۳۲}: فضا را نمی‌توان درک کرد بدون آنکه از پیش آن را در اندیشه تصور کرده باشیم. کنار هم قرار دادن مؤلفه‌ها برای تشکیل دادن یک «کل» که پس از آن بسان فضا در نظر گرفته می‌شود یا بر فضا دلالت می‌کند، نوعی اندیشه‌ورزی را فرض می‌گیرد که به تولید دانش مربوط می‌شود (Goonewardena et al., 2008: 39).

فضای زیسته^{۳۳}: وجه یا بعد سوم تولید فضا تجربه‌ی زیسته‌ی فضا است. این وجه بر جهان دلالت می‌کند؛ آن‌طور که از سوی انسان‌ها در کنش زندگی روزمره‌شان تجربه می‌شود. لوفور بیان می‌کند که: تجربه‌ی عملی زیسته این امکان را نمی‌دهد که بتوان به واسطه‌ی تحلیل نظری به دقت آن را مورد مطالعه قرار داد. همواره مازاد و باقیمانده یا چیزی ناگفتنی و غیرقابل تحلیل، باقی می‌ماند؛ ارزشمندترین باقیمانده‌ای که صرفاً با ابزارهای هنرمندانه می‌توان آن را بیان کرد. از دید پدیدارشناسانه، تولید فضا بر مبنایی سه وجهی قرار می‌گیرد که در هر فرآیند اجتماعی قابل شناسایی است. لوفور این را با استفاده از مثال مبادله نشان می‌دهد. مبادله بسان خاستگاه تاریخی جامعه‌ی کالایی به مبادله‌ی فیزیکی

31- Perceived space

32- Conceived space

33- Lived Space

اشیاء محدود نمی‌شود. مبادله علاوه بر این، نیازمند ارتباط، رویارویی، مقایسه و در نتیجه، نیازمند زبان و گفتگو، نشانه‌ها و مبادله‌ی نشانه‌ها، از این‌رو، نیازمند مبادله‌ی ذهنی است، در نتیجه چیزی به اسم مبادله‌ی صرفاً مادی ابدأ رخ نمی‌دهد (Goonewardena et al., 2008: 40).

۵- نتیجه‌گیری

چنین می‌توان گفت که لوفور در تریالکتیک خود در گام اول از محتوا در برابر فرم و سپس از واقعیت مادی در برابر ایده‌ی جانبداری می‌کند. اندیشه‌ی ناب برآمده از هستی مادی و نیز هستی زیسته یا تجربه شده است و تجربه‌ی محض بدون اندیشه‌ی که آن را می‌سازد و ابراز می‌کند، وجود واقعی و اجتماعی ندارد. هسته‌ی نظریه‌ی تولید فضا سه لحظه‌ی تولید را شناسایی می‌کند: نخست، تولید مادی؛ دوم، تولید دانش؛ و سوم، تولید معنا. فضا در معنایی کنش‌گرانه و بسان شبکه‌ی درهم‌بافته‌ی روابطی فهمیده می‌شود که پیوسته تولید و بازتولید می‌شوند. از این‌رو ابژه‌ی تحلیل، فرآیندهای کنش‌گرانه‌ی تولید است که در زمان رخ می‌دهند (Goonewardena et al., 2008: 41).

بر اساس تریالکتیک فضایی لوفور، فضا و از آن جمله فضای اجتماعی را می‌توان در رابطه با این سه وجه تحلیل کرد؛ نخست فضای اجتماعی در وجه کنش فضایی بسان زنجیره یا شبکه‌ی که به هم پیوسته‌ای از فعالیت‌ها یا برهم‌کنش‌ها نمایان می‌شود که بر حسب نقششان به مبنای مادی معینی (ریخت‌شناسی، محیط مصنوع) متکی‌اند. در وجه دوم این کنش فضایی را می‌توان به‌طور زبان‌شناسانه بسان فضا تعریف کرد و سپس یک بازنمایی فضا را شکل داد. این بازنمایی بسان طرح‌واره‌ی سازمان‌دهنده با چارچوبی مرجع برای ارتباط عمل می‌کند که یک گرایش فضایی را ممکن می‌سازد و در نتیجه در همان حال فعالیت را هم تعیین می‌بخشد. در وجه سوم، نظم مادی که بر روی سطح زمین پدیدار می‌شود خودش می‌تواند ابزاری باشد که معنا را منتقل می‌کند. به این ترتیب، نوعی نمادپردازی فضایی شکل می‌گیرد که هنجارها، ارزش‌ها و تجربه‌های اجتماعی را ابراز می‌کند و برمی‌انگیزد (ترکمه و شراقایی، ۱۳۹۴: ۲۶). باید توجه داشت که سه نوع مفهوم فضایی محسوس، معقول و زیسته که به ترتیب حاصل کنش‌های فضا، بازنمایی‌های فضا و فضاهای بازنمایی هستند، سه دقیقه هستند که هیچ یک بر دیگر مقدم نیستند و برتری ندارند؛ فقط انگیزه‌ی سیاسی است که سبب می‌شوند یک فضا را نسبت به فضای دیگر الویت داد. از نظر لوفور، فضای زیسته جایگاه استراتژیکی است که تمام تقارن‌های فضایی را دربر می‌گیرد، می‌فهمد و بالقوه دگرگون می‌کند. از این جهت است که بازنمایی‌های فضا در نظام سرمایه‌داری همواره به دنبال از خودسازی این فضا از طریق روال‌های فضایی هستند (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳).

با توجه به مفهوم سه‌گانه‌ی فضایی^{۳۴} لوفور که در جدول (۱) ارائه شده است، در واقع فضا از این سه طریق به‌عنوان امر ادراک‌شده (دریافته)، امر تصور شده (پنداشته) و امر زیسته بررسی می‌شود که این مدل دال بر وحدت میان فضای فیزیکی، ذهنی و اجتماعی است. فضای نخستین این فضای سه‌گانه به‌عنوان فرم فیزیکی و فضای واقعی، فضایی است که به وجود آمده و استفاده شده است. دومین بخش، به مثابه‌ی یک ساختار ذهنی، فضای تصور شده است؛ فضای معرفت، شناخت و دانش و منطق نقشه‌ها و ریاضیات به‌عنوان فضای جغرافی‌دانان و برنامه‌ریزان شهری و کاوشگران فضا است. سومین بخش ناظر بر فضا به مثابه‌ی واقعیت و تصور، تولید و اصلاح و تغییر در طول زمان و اندیشه‌ی استفاده از آن است، فضایی که با نماد و معنا عرضه می‌شود (Elden, 2004: 190).

کنش‌های فضایی همواره به تکرار و به رخدادهای درون و بین افراد، بین محل کار و محل سکونت و تفریح، شبکه‌های رفت‌وآمد تأثیرگذار در بازتولید شرایط موجود اشاره می‌کنند. اساسی‌ترین ویژگی در این فضا، بی‌واسطه بودن آن است. بی‌واسطه بودن، مشابه مقوله‌ی هستی در فلسفه‌ی هگلی است و طی تطوراتی که در آن رخ می‌دهد، به خودآگاهی می‌رسد. بی‌واسطگی در فضای محسوس، از طریق مقولات اقتصادی مشخص می‌شود. لوفور این مقولات را ساده‌ترین مقولات می‌داند که به اشکال قدرت و ایدئولوژی تطور می‌یابند و با آن‌ها رابطه‌ی دیالکتیکی برقرار می‌کند و در تولید و

بازتولید یکدیگر تأثیر متقابل می‌گذارد. در مقولات فضای اجتماعی، لوفور نیز این فضا را بی‌واسطه در نظر می‌گیرد که با هستی‌های اجتماعی بی‌واسطه در تماس است و دو فضای دیگر به نحو دیالکتیکی از درون آن برمی‌خیزند و با یکدیگر نزاع می‌کنند. موضوع اساسی که لوفور همواره درباره‌ی این فضا به آن اشاره می‌کند، مسئله‌ی رمزگشایی^{۳۵} این فضا است؛ به این معنا که آن چه بی‌واسطه در این فضا دیده می‌شود، حقیقت این فضا نیست. این فضا درون مجموعه‌ای از روابط عمل می‌کند و خود در تولید مجموعه‌ای از این روابط تأثیرگذار است. این روابط، روابط سیاسی (قدرت و ایدئولوژی) و اقتصادی هستند. از سوی دیگر این فضا همواره تحت تأثیر نیروی مسلط است. وجود نیروی مسلط در صورتی معنا دارد که نیرویی ضعیف‌تر وجود داشته باشد و درست در همین نقطه است که دیالکتیک فضای لوفوری رخ می‌دهد؛ یعنی تولید یک فضای مسلط به دنبال نفی فضای سوم است. در همین دقیقه است که خودجنبندگی فضای محسوس رخ می‌دهد. فضای معقول تولید می‌شود؛ فضایی که خود در تولید روال فضایی بسیار تأثیرگذار بوده است (جوان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۴).

جدول ۱: تریالکتیک فضایی لوفور

مفاهیم سه‌گانه	نوع کنش و ارتباط با زبان		نوع ادراک و حوزه	نوع تولید	نوع فضا	دسترس و فاصله	متأثر از
	کنش اجتماعی و مادی (عمل)	هم‌نشینی و اتصال					
فضای فکری The Perceived	کنش اجتماعی و مادی (عمل)	هم‌نشینی و اتصال	عینی و انضمامی Objective & Concrete	شکل (Form)	تولید مادی و فیزیکی (محیط مصنوع)	فضای فیزیکی، (کاربری اراضی)	جریان کالا، پول، قدرت و اطلاعات (Materialism)
فضای فکری: با تصور شده The Conceived	کنش زبان و اندیشه (نظر)	جان‌نشینی و گفت‌وگو	ذهنی و انتزاعی Subjective & Abstract	ساختار (Structure)	تولید دانش (بازنمایی بصری و متدهای نوین نقشه‌ی ذهنی)	فضای ذهنی (و شخصی، نقشه‌های ذهنی، سلسله مراتب)	هگل (Idealism)
فضای فکری: زیسته The Lived	کنش شاعرانه و آفریننده (تخیل)	سمبلیک و رازگونه	عینی-ذهنی و اجتماعی-تجربی Objective - Subjective & Social-Experience	کارکرد (Function)	تولید معنا (فضای مطلوب، فضا، مکان، منظر و طرح اتوپیا)	فضای اجتماعی (و آشنا، مکان‌های باز و عمومی)	نیچه (Materialism & Idealism)

منبع: نگارنده با تصرفی بر (Harvey, 1989)، (Lefebvre, 1991)، (Teelucksingh, 2002) و (Elden, 2004).

لوفور دیالکتیک را بر اساس یکی از آموزه‌های کارل مارکس؛ یعنی زمین با افزودن عنصری مدرن‌تر معادل آن؛ یعنی فضا، از شکل دیا (دوتایی) به صورت تریا (سه‌تایی) درآورد؛ بنابراین، عنصر زمان و فضا-مکان را که هر دو از جمله

مقوله‌های مطرح شده در سده‌ی بیستم‌اند، در روند دیالکتیک وارد کرد. لوفور با بسط مفهوم فضا و ماتریالیسم دیالکتیکی، تریالکتیک را ابداع کرد. او با نقد دیالکتیک هگلی و مارکسی، تلاش آن‌ها در رفع تقابل‌های دوتایی را ناکام دانست و دیالکتیک را از طریق مقوله‌ی فضا به واقعیت مادی اجتماعی گره زد. لوفور فضا را در دیالکتیک سنتی مکمل تاریخ و زمان کرد تا از این طریق زمینه‌های مادی تولید فضا را دنبال کند. لوفور با طرح تریالکتیک، «تولید فضا» را بر اساس دیالکتیک سه‌گانه فضا نشان داد و با این ابداع فضا را در کانون نظریه‌های اجتماعی-سیاسی معاصر قرار داد و این مسأله را در کتاب **تولید فضا** تشریح کرد. لوفور پیش از شکل‌گیری کتاب **تولید فضا** این ایده را تحت عنوان «حق به شهر»^{۳۶} بیان کرده بود که افزون بر وجوه دیگر اندیشه‌اش هنگام رویدادهای و جنبش‌های ماه می ۱۹۶۸ در فرانسه در میان دانشجویان بسیار تأثیرگذار بود و برخی او را پدر معنوی این جنبش می‌دانند. وارد شدن مقولاتی همچون حق به شهر و مشارکت شهروندان و توجه به خواست و نظر شهروندان در طراحی و برنامه‌ریزی شهری متأثر از دیدگاه وی است. ویژگی بسیار مهم رویکرد لوفور، فراتر رفتن از فلسفه و نظریه و رسیدن به کنش و عمل است. لوفور تمام تلاش خود را به کار می‌گیرد تا از محتوا در برابر فرم از وجود در برابر اندیشه و از واقعیت مادی اجتماعی در برابر ایده‌ی ناب جانب‌داری کند. او با بسط محتوا نشان می‌دهد معرفت ما از طریق محدودسازی محتوا و شکل اجتماعی محدود شده است. لوفور بر آن است که دگرگونی روابط اجتماعی به معنای دگرگونی روابط اجتماعی فضایی^{۳۷} و به بیان دیگر، به معنای تولید فضای آزادی‌بخش جدید است. فضای اجتماعی علاوه بر اینکه دربرگیرنده‌ی مادیتی انضمامی است، بلکه مفهومی اندیشه‌شده و احساس را نیز با خود به همراه دارد و شامل تجربه هم می‌شود. زمانی که از خاستگاه و چشم‌اندازی اجتماعی می‌نگریم، مادیت یا کنش‌های مادی به‌تنهایی و بدون اندیشه‌ای که آن‌ها را هدایت و بازنمایی کند و بدون مؤلفه‌ی زیست‌شده و تجربه‌شده وجود ندارند. در واقع، فضا به‌خودی‌خود وجود ندارد، بلکه در معنایی کنش‌گرایانه فهم می‌شود و پیوسته تولید و باز تولید می‌شود.

در پژوهش حاضر تأکید بر بازنمایی فضاهای شهری است که به‌عنوان عنصر دوم تریالکتیک و متأثر از اندیشه‌ی لوفور است، ولی از آنجایی که سه عنصر تولید فضای لوفور در ارتباط و کنش به یکدیگر است لازم بود تا به تشریح دو مقوله‌ی دیگر نیز پرداخته شود. آنچه مقوله‌ی دوم یعنی بازنمایی فضایی را در مطالعه‌ی حاضر مهم می‌نماید، انتزاعی و معقول بودن آن و متکی بودن برنامه‌ریزی‌ها بر آن است؛ چراکه سیاست‌مداران در تصمیم‌گیری‌های سیاسی خود و برنامه‌ریزان شهری به‌منظور ارائه‌ی برنامه‌ها و طرح‌های شهری بهتر ناگزیر از مطالعه بر روی بازنمایی فضاهای شهری هستند. تصویر ذهنی، موضوعی غیر عینی و ناملموس تلقی می‌شود. تصاویر ذهنی، حاصل تعامل میان انسان و محیط بوده و شامل آگاهی‌های ذهنی فرد از محیط هستند. از این جهت مطالعه‌ی تصاویر ذهنی نقطه‌ی آغازین هرگونه تحلیل در زمینه‌ی روابط متقابل انسان و محیط دانسته می‌شود. چنین می‌توان بیان کرد که در شکل‌گیری تصویر ذهنی، ابتدا محیط شهر ادراک و سپس تصور می‌شود و وجه سوم این امر تولید معنا و نماد است و از این نظر می‌توان گفت که تصویر ذهنی همواره تولید و باز تولید می‌شود.

۶- منابع

- ۱- بحرینی، حسین (۱۳۸۲). فرآیند طراحی شهری، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۲- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۹۳). سیر اندیشه‌ها در شهرسازی ۳، چاپ سوم، تهران: انتشارات آرمان شهر.
- ۳- ترکمه، آیدین و آناهید شیرخدايي (۱۳۹۴). تولید فضای آثری لوفور، نشریه‌ی فرهنگ و رسانه، سال چهارم، شماره‌ی چهاردهم، صص ۳۰-۱۱.
- ۴- جوان، جعفر، سعید دلیل، سلمانی‌مقدم، محمد (۱۳۹۲). دیالکتیک فضا از منظر لوفور، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال سوم، شماره‌ی دوازدهم، صص ۱۷-۱.

- ۵- ستاری، سهند (۱۳۹۴). دیالکتیک سه‌گانه‌ی تولید فضای آنری لوفور، جستارهای فلسفی، شماره‌ی بیست‌وهشتم، صص ۱۱۴-۸۵.
- ۶- شکویی، حسین (۱۳۸۶). اندیشه‌های نو در فلسفه‌ی جغرافیا، جلد اول، چاپ نهم، تهران: انتشارات گیتاشناسی.
- ۷- شکویی، حسین (۱۳۹۳). اندیشه‌های نو در فلسفه‌ی جغرافیا، جلد دوم، چاپ دهم، تهران: انتشارات گیتاشناسی.
- ۸- صابونچی، زهره، جعفر جوان، حمید شایان، خوارزمی، امیدعلی (۱۳۹۴). رمزگشایی از فضا‌مندی پدیده‌ی جهانی شدن با تکیه بر شاکله‌ی مفهومی تریالکتیک لوفور، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال پنجم، شماره‌ی بیستم، صص ۱-۱۷.
- ۹- کلانتری، حسین، اخوت، هانیه (۱۳۹۵). برنامه‌ریزی منظر شهری، چاپ دوم، تهران: جهاد دانشگاهی واحد شهید بهشتی.
- 10- Appleyard, D. (1976). *Planning a pluralist city, Conflicting realities in Ciudad Guayana*. MIT Press.
- 11- Elden, S. (2004). *Understanding Henri Lefebvre, Theory and the Possible*; Continuum, London.
- 12- Filomena, G., Verstegen, J. A., & Manley, E. (2019). A computational approach to 'The Image of the City'. *Cities*, 89, 14-25.
- 13- Ginzarly, M., Roders, A. P., & Teller, J. (2019). Mapping historic urban landscape values through social media. *Journal of Cultural Heritage*, 36, 1-11.
- 14- Golledge, R. G. (Ed.). (1999). *Wayfinding behavior, Cognitive mapping and other spatial processes*. JHU press.
- 15- Goonewardena, K., Kipfer, S., Milgrom, R., & Schmid, C. (Eds.). (2008). *Space, difference, everyday life, reading Henri Lefebvre*. Routledge.
- 16- Gregory, D. (1994). *Geographical imaginations*. Blackwell.
- 17- Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity* (Vol. 14). Oxford: Blackwell.
- 18- LANG, J. (1987) "Creating Architectural Theory", Van Nostrand Reinhold, New York.
- 19- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*, Translated by Nicholson-Smith, D., Blackwell: Oxford.
- 20- Lynch, K. (1960). *The image of the city*, MIT Press.
- 21- Madanipour, A. (1996). "Design of Urban Space", John Wiley and Sons Ltd, England.
- 22- Polic, M., et al. (2005). A cognitive map of Slovenia, Perceptions of the regions. *International Journal of Psychology*, 40(1), 27-35.
- 23- Rapoport, Amos (1982). *The Meaning of the Build Environment, a Nonverbar Communication Approach*, Sage Publication.
- 24- Sönmez, B. E., & Önder, D. E. (2019). The influence of GPS-based navigation systems on perception and image formation: A case study in urban environments. *Cities*, 86, 102-112.
- 25- Teelucksingh, C. (2002). Spatiality and environmental justice in Parkdale (Toronto). *Ethnologies*, 24(1), 119-141.
- 26- Tribe, Micheal (1974). *Stadtgestaltung Theorie and Praxis*, Bertelsmann.
- 27- Tversky, B. (1991). Spatial mental models. *Psychology of Learning and Motivation*, 27, 109-145.
- 28- Watkins, C. (2005). Representations of space, spatial practices and spaces of representation: An application of Lefebvre's spatial triad. *Culture and Organization*, 11(3), 209-220.