



ارائه شده توسط :

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معابر

بازنماها و هویت‌ها در فضاهای نقشه گردشگری

چکیده

نقشه‌های گردشگری در جغرافیا تحت بررسی باقی ماند. با وجود گرایش‌های اخیر در مطالعات گردشگری و نقشه‌کشی انتقادی که رابطه‌ی بین فضا و بازنمایی‌ها را مجددًا تعریف می‌کنند، این متون جغرافیایی، روابط متنی آنها با فضایی که نمایان می‌کنند را به ندرت مورد بررسی قرار دادند. در این مقاله، استدلال می‌کنیم که نقشه‌های گردشگری و سایر بازنماها، نقش مهمی در ایجاد فضاهای گردشگری ایفا می‌کنند. با بررسی روند مشابه در مطالعات گردشگری و نقشه‌کشی انتقادی شروع نمودیم و سپس با تلفیق نظریه‌های هویت، فضا و بازنما، این نظریه‌های درونی را به طور گسترشده ای به جلو راندیم. ما نقشه‌های گردشگری، فضاهای هویت‌ها را به عنوان فرآیندهای وابسته به هم تعریف نمودیم، نه به عنوان محصول نهایی. ایجاد نقشه‌ها به طور اجتناب ناپذیری ابهامات شناسایی شده در ایجاد فضاهای شکل گیری هویت‌ها بوسیله تغییر شرایط اجتماعی را در بر می‌گیرد. این ابهامات در نقشه‌ها قابل خواندن هستند و به طور بالقوه به ما و سایر خوانندگان نقشه اجازه می‌دهند به روش‌هایی که با هدف و مفهوم ایجاد شده در نقشه به طور کامل مشخص نشده است، فضاهای هویت‌های گردشگری را درک کنیم. برای کشف این استدلال نظری، یک نقشه گردشگری را برای فرآیندهای متقابل و مبهم خواندیم و در عین حال فرایند بازتولید را مورد بحث قرار دادیم، اما فضاهای گردشگری و هویت‌ها را به طور کامل تعیین نکردیم.

کلمات کلیدی: نقشه‌کشی انتقادی، مطالعات گردشگری انتقادی، فضای نقشه

۱. مقدمه

در ادبیات نقشه‌کشی و جغرافیای گردشگری، نقشه‌های گردشگری تحت بررسی باقی مانده است. اتکای این رشته‌ها بر مفروضات مثبت گرا، ما را مطمئن کرده که این متون جغرافیایی نادیده گرفته شده‌اند. به نظر می‌رسد که بسیاری از جغرافیدان‌ها به دلیل تعصبات بی‌مالحظه خود مانند تبلیغات و یا بی‌توجهی آشکار به قوانین نقشه‌برداری برای مدلسازی دقیق، به سادگی نقشه‌های گردشگری را رد نمودند. در محدوده مثبت گرایی، چنین نقش

هایی حاکی از آن است که نقشه های گردشگری به جای آشکار کردن اصالت سایت های گردشگری، آن را مبهم می سازند. با این حال از اواسط دهه 1980، نقشه کش های انتقادی، جغرافیدانان گردشگری و سایر محققان گردشگری روابط بین فضا و بازنمایی ها را مجدداً بررسی کرده اند (وود و فلس، 1986؛ هارلی، 1988؛ یوری، 1990؛ بریتون 1991؛ شیلدز، 1991؛ وود، 1992؛ ریدن، 1993؛ شاو و ویلیامز، 1994؛ دل کاسینو، 1990؛ هانا، 1996¹). این کارها به روش های مختلف و به طور متلاعنه ای بیان می کند که تولید بازنماها، از جمله نقشه ها، به تولید فضاهای کمک می کنند. بسط دادن این استدلال به ارتباط بین نقشه های گردشگری و فضاهای، یک گام ساده است؛ نقشه به بازتولید فضا به صورت منحصر به فرد، غیر بومی، مهیج، تفریحانه و یا به طور متفاوت، در تضاد با فضاهای روزانه ای کار و خانه، کمک می کند.

با این حال، نقشه های گردشگری نه تنها در تولید فضاهای گردشگری نقشی ایفا می کنند؛ بلکه به بازتولید هویت ها نیز کمک می کنند. پیرو مقاله‌ی ناتر و جونز (1997) و سایر نظریه‌پردازان هویتی، ما معتقدیم که تشکیل هویت یک فرایند بازنمایی است (لاکلائو و مووفه، 1985؛ باتلر، 1988؛ 1990؛ 1993؛ رُز، 1993؛ بابها، 1994؛ گالاهر، 1997)². هویت‌ها تعریف شدند و مورد بحث قرار گرفتند و گهگاه از طریق عملکرد فردی و شیوه‌های نمایشی پذیرفته شده اند. بسیاری از نقشه های گردشگری شامل تصاویری از مردم یا "میزبان" هایی هستند که فضاهای گردشگری را منحصر به فرد، غیر بومی و مهیج می سازند. گردشگران از این تصاویر استفاده می کنند تا در کمک این افراد چه کسانی هستند و چه تفاوت هایی با خودشان دارند. برخی نقشه ها، گردشگران را درگیر فعالیت هایی نشان می دهند که فضاهای گردشگری را تولید می کنند، در تایید هویت گردشگران را تایید می نمایند و بازتولید آنها از این فضاهای را هدایت می کنند. در این روش و روش های دیگر، نقشه های گردشگری به ایجاد هویت کمک می کنند و می تواند در درک روابط بین هویت، بازنما و فضا به ما کمک کند.

با این وجود زمانی که نقشه های گردشگری و سایر بازنماها توسط شرکت های تبلیغاتی، آژانس های گردشگری یا سایر فعالان در صنعت گردشگری طراحی و تولید می شوند، نمی خواهیم ادعا کنیم (نقشه های گردشگری و سایر بازنماها) به طور کامل معانی فضاهای و هویت های را تعیین می کنند. در حالی که نقشه های معنای فضاهای و هویت

¹Wood and Fels; Harley; Urry; Britton; Shields; Ryden; Shaw and Williams; Del Casino; Hanna

²Laclau and Mouffe; Butler; Rose; Bhabha; Gallaher

گرددشگری را به تصویر می کشند و به تشخیص آنها کمک می کنند، دارای عدم قطعیت و آثاری از سایر استثنائات هستند که ابهامات بالقوه در روابطشان با فضا و هویت را نشان می دهد. اگر فضاهای هویت ها و نقشه های گرددشگری را به جای محصولات نهایی به صورت فرایندهای به هم پیوسته تعریف کنیم، زمان تولید نقشه دیگر تعیین کننده نیست. به عبارت دیگر ایجاد نقشه ها به عنوان فرآیند، به طور اجتناب ناپذیری در برگیرنده ای ابهاماتی است که در تولید فضاهای شکل گیری هویت ها و از طریق تغییر در زمینه های اجتماعی به وجود آمده است. بنابراین خوانایی در نقشه، ابهام یا درجه ای سهولتی است که به ما و به طور بالقوه به سایر خوانندگان نقشه اجازه می دهد تا فضاهای هویت های گرددشگری را به گونه ای درک کنیم که به طور کامل با تولید فوری نقشه ها مشخص نمی شود. در این مقاله، برای بررسی بازتولید فرایندهای به هم پیوسته، مبهم و در عین حال جنبالی فضاهای گرددشگری و هویت ها که هرگز به طور کامل ثابت نیست، از نقشه ای گرددشگری استفاده نمودیم.

با بررسی ادبیات مطالعات نقشه برداری و گرددشگری و با تمرکز بر روابط بین فضا و بازنمایی، شروع به ساخت یک نظریه برای ارتباط بین نقشه، فضا و هویت به عنوان فرایند کردیم. سپس برای توضیح روابط بین هویت، فضا و بازنمایی، توجه خود را به تئوری هویت معطوف می نماییم. همانطور که دیگران نشان داده اند، مقصد های گرددشگری، نوشته های سفر و روابط گرددشگران با غیر گرددشگران، موقعیت های مناسبی برای بررسی این روابط هستند (ساویچ، 1984؛ یوری، 1990؛ بریتون، 1991؛ شیلدز، 1991؛ کین ایرد و همکاران، 1994؛ شاو و ویلیامز، 1994؛ دل کازینو، 1995؛ 1996).³ با توجه به این ادبیات، به دنبال به چالش کشیدن ثبات و طبیعی بودن مرزهای بین نقشه و حاشیه ها، فضاهای گرددشگری و فضاهای غیر گرددشگری، بازنمایها و واقعیت هستیم. با خواندن نقشه گرددشگری شهر بانکوک تایلند در سال 1991 (نقشه ای شهر بانکوک که برای تفریحانه ای شبانه به مردم ارائه می شود) این کار را خاتمه دادیم. مطالعات ما با استفاده از سایر نقشه ها، متون و مشاهدات شخصی از بانکوک و تایلند برای فراهم کردن شرایط لازم، نشان می دهد که این نقشه به فضا و هویت گرددشگری در تایلند کمک می کند، اما آن ها را تعیین نمی کند. به طور کلی معتقدیم که نقشه های گرددشگری اسناد مهمی برای درک گرددشگری و همچنین روابط بین نقشه، فضا و هویت هستند.

³Savage; Urry; Britton; Shields; Kinnaird et al.; Shaw and Williams; Del Casino

2. فرضیه سازی هویت ها، فضا ها و نقشه های گردشگری

ادبیات مطالعات گردشگری و نقشه کشی انتقادی برای شروع مطالعات ما در مورد فضاهای و نقشه های گردشگری، مکان های موثری فراهم می کند. محققان مطالعات گردشگری و نقشه کشی ها، برای درک گردشگری و ساخت نقشه، در رویکردهای مختلف و به طور ضمنی یا صریح، رابطه بین فضا و بازنمایی را بررسی کرده اند. در این بخش بر رویکردهای مشابه و مختلف درمورد فضا و بازنمایی در مطالعات نقشه کشی و گردشگری تمرکز نمودیم که نشان می دهد چگونه سنجشگری از داخل و بیرون مرزهای این رشته ها در جهت های جدیدی قرار گرفته است. ما این کار را از طریق تجزیه و تحلیل عمیق تعداد نسبتا کمی از متون کلیدی انجام می دهیم.

الف) فضا و بازنمایی در مطالعات نقشه کشی و گردشگری

در طول تاریخ مدرن جغرافیا، نقشه کشی موقعیت مهمی در آموزش جغرافیایی به خود اختصاص داده و قطعاً نقشه برداری هنوز بخش کاملی از روش شناسی جغرافیایی است. در کلاس های نقشه برداری، به جغرافیدان ها آموزش داده می شود که به منظور ساخت نقشه ها به صورت آینه های ساده‌ی واقعیت، بر محدودیت های فنی مقیاس، نقشه کشی و تعمیم غلبه کنند. تاریخی درمورد جغرافیا و نقشه برداری وجود دارد که به محدودیت های فنی، و به میزان کمی، به محدودیت های اجتماعی این نقشه کشی علمی و فنی توجه دارد (رأیت، 1942؛ پترز، 1990؛ مون مونیر، 1996). با این حال، این انتقادات داخلی کمی بیشتر از اصلاح نمونه های غالب نقشه کشی است: علم مدل سازی دقیق جهان. در چنین مدلی، بازنمایی فضای واقعی هیچ اثری بر فضایی که ادعای نمایش آن را دارند، ندارد. در طول این قرن، جغرافیدان ها به منظور تعیین حدود مناطق، مناظر نقشه و الگوهای نقشه، به این درک نقشه کشی متکی هستند.

از اواخر دهه 1930، به ویژه در دوره پس از جنگ جهانی دوم، مطالعه گردشگری به صورت یک رشته تخصصی در حوزه جغرافیا رشد نمود (برای بررسی کامل تر جغرافیای گردشگری، به مقاله‌ی میچل و مورفی⁴ (1991)

⁴Mitchell and Murphy

رجوع کنید). جغرافیای گردشگری که در یک سنت نسبتاً کمی قرار گرفته، در طول خطوط نسبتاً سخت توسعه یافته است. بریتان (1991: 451) در نقدي استدلال می کند:

اگر چه بسیار ساده است، می توانیم "جغرافیای گردشگری" را به عنوان اصلی ترین موضوع مربوط به موارد زیر توصیف کنیم: تشریح جریان سفر؛ ساختار فضایی در مقیاس کوچک و کاربری اراضی اماکن و امکانات گردشگری؛ اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی فعالیت گردشگری؛ اثرات گردشگری در کشورهای جهان سوم؛ الگوهای جغرافیایی تفریحی و سرگرمی های اوقات فراغت؛ و پیامدهای برنامه ریزی برای همه این موضوعات.

در تحقیقات گردشگری، سوال اصلی نظری که باید برطرف شود، مشابه با سوال نقشه کشان است: دقیق ترین رویکرد برای مدل سازی و یا بازنمایی محیط گردشگری کنونی چیست؟

چالش های عمیق برای جغرافیای انسانی اثبات گرا که در دهه 1970 آغاز شد، عمدتاً در حرفه ای های هر دو رشته از بین رفت. همانطور که مارکسیست ها، فمینیست ها و انسان گرایان، الگوی علم فضایی را به صورت تاریخی، نامربوط و یا پنهانی برای روابط اجتماعی نوع، نژاد، جنسیت و طبقه نقد نمودند، اکثر نقشه کشان و جغرافیدانان گردشگری روش های خود را برای اصلاح و بهبود تواناییشان برای مدل سازی فضا اصلاح نمودند (برای نقد، رجوع کنید به مقاله‌ی بریتون، 1991؛ ریدن، 1993؛ مک‌هافی، 1995^۵؛ هارلی 1989: صفحه 1) در میان سایر محققان، شکاف در حال گسترش بین جغرافیای انسانی و نقشه کشی را از بین می برد و بر نقشه سازان تمرکز نمود، زیرا "در تونلی فعالیت می کنند که توسط تکنولوژی های خودشان و بدون رجوع به دنیای اجتماعی ایجاد شده است". شاو و ویلیامز (1994) به همین شیوه خاطرنشان نمودند که تمرکز بسیاری از جغرافیای سنتی گردشگری بر حاشیه های مدارس بزرگ دارای تفکر جغرافیایی باقی مانده است.

برخلاف این تمرکز سنتی، تعداد کمی از جغرافیدانان شروع به مشارکت در مطالعات انتقادی گردشگری نمودند، که از برخی رشته های دیگر سرچشم می گیرد (بریتون 1991؛ کین ایرد و همکاران 1994؛ شاو و ویلیامز، 1994). شاید یکی از تاثیر گذارترین این مطالعات، گردشگری دین مک کانل⁶ باشد (که در اصل در سال 1976

⁵Britton; Ryden; MacHaffie

⁶Dean MacCannell

منتشر شد و در سال 1989 مجددا چاپ شد). مک کانل با کار در سنت مارکسیستی و مدرسه فرانکفورت^۷، در سال 1976 "تئوری کلاس اوقات فراغت" را بیان نمود که در آن استدلال کرد که گردشگر در شکل مدرن تشریفات مذهبی مشارکت می نماید. گردشگری به دنبال تلاش برای تنظیم و ساخت جهان است. با این حال اعتبار هرگز نمی تواند به طور کامل تحقق یابد، زیرا مداوما در فرایند ایجاد بازنما برای گردشگران، در صحنه است. بنابراین فضاهای گردشگری، واقعیت زندگی روزمره را تحت بازنماهای بی شمار پنهان می کنند که "سیستم مدور و بی پایان ارتباطات جامعه و جهان" را پوشش می دهند (مک کانل، 1989: صفحه 56). تیر علی برای مک کانل عمدتا یک طرفه است- بازنماها به فضاهای اشاره می کنند و به طور هم زمان آن ها را از گردشگرانی که فقط با بازنماها یا تجربه‌ی ناممیدی و بیگانگی فریب می خورند، پنهان می کند.

انتقادات اساسی نقشه کشی از نقشه کشان و جغرافیدانان انسانی منتقدانه آمده که نقشه ها و نقشه سازی را در زمینه های معاصر و تاریخی مورد بررسی قرار می دهند (وود و فلس، 1986؛ هارلی، 1988؛ 1989؛ 1990؛ وودوارد 1991؛ هارلی و زندولیت، 1992؛ پیکلز 1992؛ وود، 1992؛ ادینی، 1993؛ ریدن، 1993؛ سپارک، 1995؛ 1998).⁸ در حالی که تمام این منتقدان فرضیه های نقشه کشی مربوط به روابط بین فضا و بازنما را بررسی می کنند، کارهای هارلی⁹ با نفوذترین آنها باقی مانده است. هارلی در "ساختار زدایی نقشه" (1989) و کارهای بعدی، نقشه کشی انتقادی را نه به عنوان یک علم نقشه سازی، بلکه به عنوان یک تجزیه و تحلیل کاملاً اجتماعی و سیاستمدارانه از تاریخ رشته ها، گفتمانها و عادات، ایجاد نمود. هارلی برای فهم نقشه و نقشه کشی به عنوان بخش و محصولاتی از گفتمان اجتماعی و از این رو، به کارگیری قدرت، راهی ارائه کرده است. مهمتر اینکه تعریف هارلی از نقشه، محدود به ناحیه‌ای که نقشه برداری شده نیست، بلکه شامل عناوین، افسانه‌ها، عکس‌ها و متن توصیفی است که معمولا در حاشیه صفحه قرار می گیرد (هارلی و زندولیت، 1992). منتقد نقشه با نگاه به فقدان و توجه به حاشیه نقشه‌ها به صورت متون، می تواند بین خطوط نقشه برداری را بخواند و بیان کند که یک

⁷Frankfurt

⁸Wood and Fels; Harley; Woodward; Harley and Zandveliet; Pickles; Wood; Edney; Ryden; Sparke

⁹J.B. Harley

نقشه خاص چگونه وضعیت اجتماعی و فضایی را نمایش داده و تکثیر می کند. برای هارلی، قدرت اجتماعی در نقشه ها توسط نقشه کشانی محاط شده که در مؤسسات و مباحثه های برتر فعالیت می کنند.

متأسفانه تمرکز هارلی بر زمینه‌ی تولید فوری نقشه، او را از سایر عوامل موثر بر ارتباط بین نقشه، نویسنده/کاربر و فضا غافل نمود. به نظر نمی رسد او متوجه شود که نقشه ها میان متنی هستند. آنها در حضور طیف گسترده‌ای از بازنماهای موجود از مکان های نقشه برداری شده، ساخته شده و مورد استفاده قرار می گیرند. علاوه بر این، همانند کار مک کانل در سایت های گردشگری، بحث های منطقی بین فضا و بازنماها توسعه نیافته است. در حالی که هارلی به دنبال شکستن پیوند نمایشی و یک طرفه از فضا به بازنماهایی است که بر نقشه کشی تسلط دارد، روش ساختارزدایی ناقص او به دنبال پیدا کردن روابط قدرت واقعی در برخی فضاهایی است که خارج از آن است و توسط نقشه پنهان شده است (رجوع کنید به بليا، 1992؛ اسپارک 1995)¹⁰. بنابراین در نقشه کشی هارلی هیچ ابهامی وجود ندارد، این امکان وجود ندارد که معانی فضاهای و هویت های نشان داده شده در نقشه ها ممکن است مداماً با تغییرات در متن، باز تولید شود.

درست همانطور که هارلی الگوی غالب در نقشه کشی را به کار می گیرد، بریتون (1991) جغرافیای سنت های مدل سازی متنی و نمایشی گردشگری را به چالش می کشد. او خواستار مطالعات انتقادی تر در زمینه گردشگری و کالایی شدن¹¹(به معنای تبدیل کالاهای مصرفی، خدمات، ایده‌ها و انسان‌ها به کالا) فراغت است و به جغرافیدانان دیگر اصرار می کند تا بررسی کنند چگونه صنعت گردشگری مکان ها را به کالا تبدیل می کند و اقتصادهای مکان های گردشگری را دگرگون می سازد. بریتون به اهمیت شناخت و انتقاد نشانگرهای فضای گردشگری (یعنی بازنماهای این فضاهای) اشاره نمود، اما او کمی به دنبال کشف رابطه بین نشانگر و فضایی است که نشان می دهد. در حالی که نوع، نژاد، جنسیت و سایر انواع روابط قدرت که در خدمت تمایز گردشگری از غیر گردشگری و فضاهای گردشگری از فضاهای غیر گردشگری است، سهم ارزشمندی در درک طبیعت نایابر تولید گردشگری دارد، او این موارد را نادیده گرفت. علاوه بر این، همانند نقشه کشی انتقادی هارلی، استدلال نظری او درمورد تولید فضاهای

¹⁰Belyea, 1992; Sparke

گردشگری، جدی و محدود است. سرمایه، فضاهای گردشگری را تعیین می کند و برای معانی فراتر از کالایی شدن
محض، هیچ امکانی وجود ندارد.

برخی از محدودیت هایی که در نقد بریتون از جغرافیای گردشگری و در کار مک کانل ذکر کردیم را می توانیم از طریق کار جامعه شناسی جان اوری¹¹ (1990) نشان دهیم. کار اصلی جان اوری، "نگاه دقیق به گردشگری" است. این نگاه دقیق از طریق جمع آوری بازنماهای موجود از مقصد گردشگری تنظیم شده است (بازنماهایی که حاکی از تضاد روال روزمره گردشگری در کار و منزل است). سفرهای گردشگر با مجموعه ای از "مفاهیم از پیش تعیین شده"، به دنبال بازنماهایی هستند که نگاه دقیق گردشگر خاصی را تعریف می کند و این بازنماها را انتخاب می کند. نگاه دقیق، تبدیل به ذره بینی شده که از طریق آن گردشگر مکان ها، فرهنگ ها و هویت ها را به صورت متفاوت از (مکان ها، فرهنگ ها و هویت های) خویش تجربه می کند. با این حال، اگر واقعیت این سایت گردشگری مجموعه تعریف شده ی گردشگری مدرن از "مفاهیم از پیش تعیین شده" را برآورده نمی کند، بحران را به دنبال خواهد داشت و گردشگری "سرخورده" می شود. در این راستا، جان اوری حدفاصل تاسف بار بین "نگاه دقیق" و فضاهای گردشگری و بین مجموعه ای از بازنماها و فضایی که نشان می دهنده را حفظ می کند. مجدداً جای کمی برای ابهام وجود دارد. واقعیت و بازنماهای "ثابت" هم مطابقت دارند و هم مطابقت ندارند.

رابرت شیلدز در "مکانها در حاشیه" (1991)، از درک جان اوری روابط میان فضاهای گردشگری و بازنماها استفاده می کند. با این حال شیلدز با پذیرش این که بازنماهای جایگزین تولید شده توسط گردشگران می تواند به ایجاد یک مکان افسانه ای منسجم جدید اختصاص داده شده و رمزگذاری شود، فراتر از جان اوری حرکت نموده است. بنابراین بازنماها، فضاهای و ارتباط بین آنها، همه در معرض تغییر هستند. به عقیده ی شیلدز (1991: صفحه 83)، چنین تغییراتی باعث ایجاد "ناپیوستگی در ساختار اجتماعی، در فضاهای اجتماعی و در تاریخ" یا لحظات آستانه ای می شود. این لحظات و فضاهای آستانه ای موجود در داخل و بین چارچوب های نظارتی ثبت فضا، تنش هایی بین روزمره و بیگانه، مدرن و سنتی، کار و اوقات فراغت، نظم و آزادی ایجاد می کند. این تنش ها توسط سازمان خاص نظارتی تعیین می شود که گردشگران از طریق عمل گردشگری رهایی می یابند.

¹¹John Urry

متیو اسپارک (1995) یک مکمل نقشه کشی برای کارهای شیلدز در فضاهای گردشگری و بازنماها را به این نقشه کشی ارجمند می کند.

اسپارک سعی دارد با استفاده از "تفکیک" دریدین، آنچه که "واسازی" هارلی از نقشه کشی نامید را به گذشته حرکت دهد. تایید اینکه نقشه کشی (و با تعمیم نقشه) "مؤلفه های پویا از پویایی های گستردۀ تر اجتماعی" هستند، اسپارک (1995: صفحه 4) منتقدان نقشه کشی را متقادع می کنند تا ادعا نکنند که واسازی ها یا اسطوره زدایی های آنها منجر به فهم کامل و قطعی هر نقشه می شود. در عوض، او پیشنهاد می کند که ما همچنان "به دنبال روش های دیگری باشیم که در آن نقشه و آنچه که فرض می شود خارج از آن قرار می گیرد (روابط قدرت، تفسیر، جهان "واقعی" و غیره)، ممکن است در واقع هنوز به طور پیچیده ای بسیار به هم وابسته باشند (اسپارک 1995: صفحه 4).

ترکیبی از نظرات شیلدز و اسپارک به ما اجازه می دهد تا درک کنیم که نقشه های گردشگری و سایر بازنماها نه تنها از فضاهای گردشگری پر از تنفس تولید می شوند بلکه به عنوان بخشی از آن ها هستند. این فرآیند را می توان با اصطلاح "فضای نقشه" نشان داد. برای ما "رابطه پیچیده" اسپارک بین نقشه ها، فضاهایی که نمایش می دهند و زمینه های اجتماعی تولید و تفسیر آنها، مرزهایی را که بر روی نقشه ها، اطراف فضاها و بین نقشه ها به عنوان بازنماها و فضاهای "بیرونی" ترسیم می شوند را به چالش می کشند. با نزدیک شده به شیلدز و جان اوری، فضاهای نقشه های گردشگری غالباً به طور متقابل و ارتباطی از طریق تلاش برای رفع تضادها ساخته شده اند، تضادهایی از قبیل عادی و بیگانه، که از طریق بازنماهای موجود باز تولید می شوند. در نهایت، هر گونه تلاش برای رفع دسته بندی های تضادی، مرزها و معانی دیگر، معمولاً جزئی از اطمینان از این است که فضاهای نقشه مبهم می مانند. بنابراین تا حدی ما می توانیم در مورد فضاهای نقشه گردشگری به عنوان منضبط سازی گردشگران فکر کنیم: تعریف اقدامات خاص به عنوان تجربه گردشگری در تضاد با بازنمایی روزمره. با این حال حاشیه ها، استثنایات و سایر ابهامات، هویت های متعدد و متغیر موجود در هر فضای نقشه را نشان می دهند.

ب دسته بندی هویت و کارایی آن ها

چارچوب فوق اولین شکاف در بررسی ابهامات و اختلافات موجود در فضاهای نقشه گردشگری را ارائه می کند. با خواندن یک نقشه به عنوان بخشی از فضای گردشگری که مرزهای آن کاملاً مشخص نشده یا کاملاً تعریف نشده،

می توانیم به کارگیری بازnamها، سرمایه و سایر اشکال قدرت اجتماعی مورد استفاده برای تعیین فضاهای گردشگری و نیز شکاف ها، حاشیه ها، مرزهای نفوذپذیر و سایر ابهاماتی که ما را مطمئن می سازند مخالفت، رقابت و تفسیر مجدد، ممکن باقی مانده است را کشف نماییم. با این حال نقشه های گردشگری به ما کمک می کند تا فضاهای گردشگری را درک کنیم. آنها هویت گردشگری را نیز مجدداً تولید کرده و به نمایش می گذارند. بنابراین، ما به نظریه های اخیر هویت در ادبیات فمینیسم، پسا ساختارگرایی و پستا استعماری می پردازیم که ثبات فضاها، بازnamها و دسته های هویت را به چالش می کشد. با ترسیم کارهای انتخاب شده در این مجموعه‌ی وسیع ادبیات، امیدواریم بفهمیم که هویت های اجتماعی چگونه ساخته شده و چگونه در فضاهای نقشه گردشگری به طور بالقوه ناپایدار می شوند.

در طول چالش های دو دهه گذشته، برای سیاست های هویت ماهیت گرایی در مطالعات فرهنگی، نظریه ادبی پسااستعماری و پسا ساختارگرایی و سپس در جغرافیا، فرض شده که هویت ها بر مبنای نژاد، نوع، جنسیت و/یا طبقه، ذاتی یا طبیعی نیستند، بلکه از طریق مباحثه‌ی مسلط، به صورت دسته ها ساخته شده می شوند (موریسون، 1992؛ جکسون و پنروز، 1993؛ باهها 1994) ¹². به عبارت دیگر، دسته های هویت به خودی خود بازnam هستند (ناتر و جونز، 1997) ¹³. آنها اختلاف در دسته ها که ظاهرا در رابطه با یکی از استثنایات ساخته شده را پنهان می کنند و اثر ساختاری دیگر یا خارج که برای ایجاد دسته ها ضروری است تکذیب می کنند (دریدا، 1972؛ موف، 1993؛ گالائر، 1997؛ ناتر و جونز، 1997) ¹⁴. همانطور که در تشکیل هویت های گردشگری دیده می شود، به عنوان مثال، کار غیرگردشگ، در تضاد با گردشگران اوقات فراغت ساخته شده است. از آنجا که مکان های اوقات فراغت برای گردشگران به طور مستقیم به کار غیر گردشگرها بستگی دارد، با این حال، فضاهای گردشگری همواره در برگیرنده‌ی دو هویت غالب است، گردشگری و کارگر گردشگری. چنین سازه هایی با الوبت بیان می شوند: به کارگیری نیروی اجتماعی برای ایجاد دسته هایی که به صورت طبیعی و ثابت در فضا ظاهر می شوند (لاکلاو و موفه، 1985؛ ناتر و جونز، 1997). به طور مثال یک نقشه گردشگری، تلاش برای تعیین یا شناسایی

¹²Morrison; Jackson and Penrose; Bhabha

¹³Natter and Jones

¹⁴Derrida; Mouffe; Gallaher; Natter and Jones

¹⁵Laclau and Mouffe

فضا به صورت "گردشگری" یا "غیر گردشگری" از طریق گسترش نشانه گذاری مسیرها، مرزها و نقاط دیدنی یا سایت های گردشگری است. افراد در این فضا از طریق بازدیدها و تعاملاتشان به صورت گردشگران، مردم محلی و کارگران گردشگری شناسایی می شوند و یا کسانی هستند که از نقشه و فضا حذف می شوند.

با این حال، دسته های هویتی که از طریق این بازدیدها ساخته شده اند همیشه جزئی هستند. آنها هرگز تفاوت های پیچیده ای که یک فعال اجتماعی خاص را تشکیل می دهند را نشان نمی دهند. این توسط افرادی ایجاد می شود که هویت خود را در داخل و خارج از این دسته ها نشان می دهند (بوتлер^{۱۶}، ۱۹۸۸، ۱۹۹۰). در فضاهای گردشگری کارگران گردشگری به عنوان بخشی از سایت عمل می کنند و در نتیجه از طریق اقداماتشان فضای گردشگری و هویتشان را به عنوان میزبان بازتولید می کنند. بنابراین زمانی که افراد به مکان ها "می آیند"، آنچه که برایش کار می کنند را پنهان می نمایند. در عین حال، عملکرد آنها می تواند جزئی از اقدامات بازدیدها را، به عنوان مثال از طریق مقاومت در برابر اعمالشان نشان دهد. بدون مقدمه سخن گفتن آنها اسناد و قوانین کار تنظیم شده را بازنویسی می کنند. بنابراین، دسته بندی های هویتی تنها هویت فعالان اجتماعی را به طور ناقص نشان می دهند که این افراد در داخل و خارج از این دسته ها کار می کنند و رابطه ای بین دسته و ابهامات هر یک از فعالان را تشکیل می دهند و بحث را آغاز می کنند.

بازگشت به نظرات شیلدز(1991) به ما کمک می کند که نقش این مفهوم از هویت را در فضاهای نقشه ای گردشگری درک کنیم. این فضاهای پر تنی هستند، زیرا در مجموعه ای از مرزهای ساخته شده بین بیگانه و روزمره و بین مقاومت و مقررات وجود دارد. علاوه بر این، کارآفرینان گردشگری و مقامات دولتی به حفظ این دوگانه ها مربوطند تا بازار هایی را به صورت "منحصر به فرد" به گردشگران عرضه کنند. اما در حالیکه به نظر میرسد بازدیدها خاص، از جمله نقشه ها، این دوگانگی ها را اصلاح می کنند، روابط مبهم آنها با فعالان اجتماعی که هویت خود را در فضاهای گردشگری نمایش می دهند، اطمینان می دهد که ممکن است نقشه ها و سایر بازدیدها دسته های هویت را قانونی و بی ثبات سازند. این بی ثباتی امکان پذیر است زیرا هیچ کس به طور محض "گردشگر" یا "کارگر گردشگری" نیست، بلکه یک موضوع چندگانه است که از بسیاری از گفتمان ها و هویت ها تشکیل

¹⁶Butler

شده است. هر یک از فعالان به طور همزمان در فضاهای مختلف اجتماعی حضور دارند -در "مرکز" یکی از دسته ها و در "حاشیه" دیگری (رَ^{۱۷}، ۱۹۹۳).

فضاهای نقشه‌ی گردشگری، یکی از مکانهایی هستند که ما می‌توانیم تعیین نقش دسته‌ها و تنش‌های ایجاد شده توسط روابط مبهم آنها برای فعالان اجتماعی را بررسی کنیم که این فعالان برای "تعیین" و "اجرا" هویت‌های خاص تلاش می‌کنند. در اینجا ما می‌خواهیم دو چیز را پیشنهاد کنیم. اول، تلاقی دسته‌های هویت و محو کردن مرزهایشان، از طریق فضاهای نقشه گردشگری ساختاری فراهم می‌شود. دوگانگی‌های عادی/ خارق العاده، مدرن/ سنتی و انضباطی/ مقاومتی، نشانه‌های قطعی گردشگری نیستند، بلکه نشانه‌های قطعی گردشگری کسانی هستند که در این فضاهای دسته‌ها کار می‌کنند و این فضاهای بازتولید و بی‌ثبات می‌نمایند. دوم، نقشه گردشگری تنش در میان این دوگانگی‌های احتمالی را از طریق ترسیم یا ایجاد هویت‌های خاص به صورت بخشی از سایت‌های گردشگری، پنهان سازی نامناسب سایر فعالان اجتماعی (به خصوص کارگران گردشگری) و تصاویر از گردشگران نشان می‌دهد. ما از این نظریه‌های فضا، بازنما و هویت برای ساخت یک چارچوبی نظری استفاده می‌کنیم که مطالعه‌ی نوشته‌ای به نام «نقشه شهر بانکوک برای مردم تفریحات شبانه را فراهم می‌کند»^{۱۸} را نشان می‌دهد.

ج خواندن هویت در فضاهای نقشه گردشگری

همانطور که هارلی می‌گوید، در ساده‌ترین حالت می‌توانیم نقشه گردشگری را به صورت محصولی از گفتمان برتر بررسی کنیم. ما می‌توانیم آن را به روشنی تجزیه و تحلیل کنیم که متون، نقاشی‌ها یا عکس‌ها برای تعیین هویت فضاهای گردشگری و فعالان اجتماعی در آن فضاهای ترکیب می‌کند. با این حال، این تلاشها هرگز نقشه را به طور کامل با معنا نشان نمی‌دهند، زیرا نقشه به وسیله‌ی مرز تعیین شده بر روی آن محدود نمی‌شود. نقشه‌ها معنا را فقط در زمان تولید معنا نمی‌کنند، بلکه ابهامات و تعصب بر دسته‌های هویت و فضا را نشان می‌دهند. بنابراین به پیروی از اسپارک، ما یک نقشه را به سادگی تفسیر نمی‌کنیم. در عوض، مجموعه‌های پیچیده، روابط

¹⁷Rose

¹⁸Bangkok, Stadtplan für Männer presents the nightlife

اجتماعی که نقشه را تولید می کنند و فضایی که بخشی از یک سایت مبهم برای ساخت هویت است را بررسی می کنیم. خواندن نقشه ها فقط برای "استثنایی" که هارلی به دنبال افشاری آن بود نیست، بلکه درون متن سازی نقشه، فضای گردشگری و هویت فعالان اجتماعی، معانی متعددی را نشان می دهند که بخشی از هر دسته‌ی هویت است.

بنابراین، ما نقشه ها را نه فقط به عنوان متن بلکه به عنوان فضا می خوانیم. به همین ترتیب، فضای نقشه با حاشیه‌ای کاغذی که در آن چاپ شده، محدود نمی شود، بلکه از طریق ارتباطات متنی آن با سایر متون و فضاهای ثبت شدند. علاوه بر این، فضاهای نقشه مکان‌هایی هستند که از طریق آن ممکن است توانیم فرآیندهای ساخت هویت و روابط اجتماعی تاریخی و فضایی که دسته‌های هویت را تشکیل می دهند را بررسی کنیم. با استناد به این که همه فعالان اجتماعی در داخل و خارج از دسته‌های هویت قرار دارند، برای انجام این کار از سایر نظریه‌های پردازان هویت پیروی نمودیم. فضاهای نقشه که این هویت‌ها را نشان می دهند، به طور مشابه اثر ابهاماتی که بخشی از همه‌ی نقش‌های قطعی است را تکثیر می کنند. بحث‌های برتر که به دنبال تعیین نشانگرهای متناسب (به طور مثال اوقات فراغت و کار یا عادی و خارق العاده) رابطه‌ی میان متنی بین مجموعه‌ای از تعارضات را نشان می دهند. بنابراین، مهم است که بررسی کنیم چگونه هویت‌ها در فضاهای نقشه منظم می شوند. در عین حال به دلیل اینکه اثرات دیگر غالباً در هر دسته پنهان می شوند، باید بررسی کنیم که این بازنماهای انصباطی چگونه حضور استثنائات، حاشیه‌ها و سایر ابهامات را افشا می کنند. استدلال ما این است که این فرآیند در هر فضای نقشه قابل خواندن است.

این تعریف فضای نقشه برخی از چالش‌های روش‌شناسی را معرفی می کند. این کافی نیست قبل از اینکه ادعا کنیم نقشه (در مورد بانکوک نقشه) شامل همان استعاره‌هایی است که ما در تاریخ شناسایی می کنیم، برای ارائه زمینه یا پس زمینه، تاریخی از نمایش تایلند بنویسیم. فضای نقشه به همان اندازه که تصاویر، حافظه‌ها، فضاهای سایر بازنماهایی که خوانندگان برای تفسیر نقشه استفاده می کنند را ارائه می کند، دربرگیرنده‌ی معنا نیست (وود، 1992). بنابراین برای دنبال کردن برخی از ارتباطات متنی که از طریق آن نقشه بانکوک به بازتولید فضاهای و هویت‌ها کمک می کند، روش غیرخطی را استفاده نمودیم. با شروع از نمادها یا تصاویری که نقشه را تشکیل

می دهند، دسته های متضاد را شناسایی می کنیم که این نقشه تلاش می کند با خواندن نقشه تا سایر بازنماهای شناخته شده در گذشته و حال، که در اطراف دوگانگی های مشابه ساخته شده اند این دسته های متضاد نشان داده شوند. در همان زمان توجه می کنیم که چگونه فضای نقشه (شامل نقشه بانکوک و سایر متون و فضاهایی که نشان می دهد) تنש و ابهامات بین و داخل این تضادها را بازتولید می کند. علاوه بر این نشان می دهیم که چگونه این کارها، دسته های فضا و هویتی که فضای نقشه برای تعیین و بازتولید در نظر دارد را تضعیف می کند.

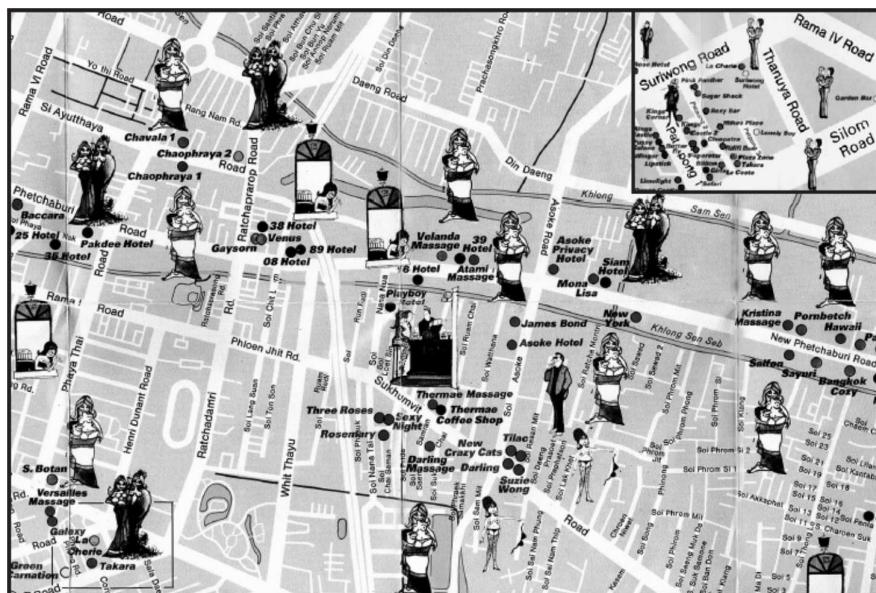
3 هویت مبهم در فضاهای نقشه گردشگری تایلند

هم اکنون با استفاده از چارچوب نظری و روش های فوق، بازتولید هویت و فضای گردشگری در «نقشه شهر بانکوک، برای مردم تفریحات شبانه را فراهم می کند» (نام یک نقشه) را کشف کردیم که نقشه تولید شده در سال 1991 برای هدایت گردشگران جنسی آلمانی به یک شهر کاملا جنسی بانکوک است. این نقشه ی فضاهای گردشگری جنسی، هویت ها و کارایی ها، کارتونی، زننده و به طور بالقوه توهین آمیز است که آن را نمونه ی کاملی از نقشه حذف شده یا نادیده گرفته شده توسط اکثر نقشه برداران و جغرافیادانان گردشگری ساخته است. با این وجود ما اعتقاد داریم که خواندن این نقشه به صورت فضای نامحدود، از طریق به کارگیری دسته های متضاد، در مورد تلاش های جزئی برای تعیین فضاهای و هویت های گردشگری بینش انتقادی ارائه می دهد. البته این فقط یکی از فضاهای مختلف نقشه است که تایلند و بانکوک را به عنوان مقصد گردشگری ترسیم می کند، ما نشان می دهیم که چگونه این بازنماهای بانکوک با برخی از این نشانگرهای هویت های گردشگری تایلند در گذشته و حال، مرتبط است. برای تعریف بانکوک و برای محدوده ی تایلند، به عنوان یک فضای گردشگری و شناسایی افراد تایلندی به عنوان میزبان بیگانه ی گردشگری غربی، این تصاویر ایجاد شده توسط سرمایه گردشگری و دولت تایلند، در راهنمای نقشه نشان داده است. ما ادعا نمی کنیم که کلیه تاریخ بازنمایی تایلند را نشان می دهیم. در عوض ما برخی از استعاره های رایج را کشف نمودیم که در طول تاریخ نوشتاری تایلند به عنوان یک مکان گسترش یافتند و به عنوان یک سایت گردشگری مشخص شدند. این ها با خواندن نقشه "از طریق" تصاویر نقشه و در سراسر مرازهای نقشه برای این بازنماها آشکار می شوند. در همین زمان، یادآوری می کنیم که چگونه فضای

نقشه در تعیین دسته بندی هایی که نشان می دهد و باز تولید می کند و در ایجاد ابهام و پتانسیل برای تفسیرها، رقابت‌ها و سایر عملکرد مقاومت جایگزین، شکست می خورد.

مجموعه‌ای از تصاویر ارائه شده در این نقشه تنها قطعه‌ای از یک مجموعه بزرگ از کتابهای راهنمای، فیلم‌ها و نقشه‌های طراحی شده برای هدایت گردشگران از طریق فضاهای گردشگری جنسی در منطقه آسیای جنوب شرقی است. نقشه شامل یک شبکه‌ی جاده‌ای سفید-خاکستری است که با یک سیستم تصویری رنگی پوشانده شده، که این سیستم شکل‌های مختلف سرگرمی‌های جنسی را مشخص می کند (شکل ۱). پشت نقشه نیز دارای یک مقدمه برای بانکوک، تبلیغ برای ویدیوهای مختلف در سایت‌های سرگرمی جنسی جنوب شرقی آسیا، و نام و شرح انواع مختلف سرگرمی است. جلد نقشه سه زن با پوشش رکابی و مایو است که در یک میکده کار می کنند. در اصل این نقشه برای قانونی کردن عملکرد بانکوک برای روابط جنسی بیگانه و نشان دادن امنیت فضای گردشگری جنسی است. در همان زمان تصاویر نقشه گردشگر را تعیین می کنند (قانونی کردن شیوه‌های گردشگری به صورت "آزاد از محدودیت‌های روزمره") و حرکت فرد از یک نوع سرگرمی به نوع دیگر را آسان می کند.

شکل ۱. بخش‌هایی از «نقشه شهر بانکوک، برای مردم تفریحات شبانه را فراهم می کند»



اثریخشی نقشه شهر بانکوک در تثبیت تضادهای های عادی/خارج العاده و نظم/ آزادی در فضاها و هویت های تایلند، به مراجعات صریح و ضمنی آن برای سایر بازنماهای شناخته شده‌ی مشهور، وابسته است که این دوگانگی و سایر دوگانگی‌ها را برای بازتولید تصویر تایلند برای گردشگران به کار می‌برد. به عنوان مثال، راهنمای تفریحات شبانه در تایلند (دینگ وال^{۱۹} و همکاران، ۱۹۸۸) یک استعاره مشترک از مناطق شهری را به صورت فضایی از دسترس جنسی گسترش می‌دهد. هدف از این کار برجسته کردن چیزی است که برای گردشگرانی که به دنبال لذت‌های شبانه هستند "آزاد" است و چیزی که برایشان آزاد نیست. شکل ۲ این استعاره را به شکل نقشه نشان می‌دهد. همانند نقشه بانکوک در نظر دارد که حرکت‌های گردشگری به محله‌های خاصی در شهر پایتخت تایلند را تسهیل کند و این بازنمای جغرافیایی کتاب راهنمای، در پنج منطقه‌ی مهم شهر تایلند قرار گرفته که نشان می‌دهد در تایلند، "تفریحات شبانه" به طور فعالی در دسترس است. علاوه بر این هر دو نقشه، این مکان‌ها را متمایز از آنچه که در زندگی روزمره گردشگران یافت می‌شود، قانونی می‌سازد. تفریحات شبانه در تایلند مخاطبان گستره‌ای را تحت تاثیر قرار می‌دهد، از افراد علاقه‌مند به رستوران‌های پنج ستاره تا میکده‌های گوگو^{۲۰} (محلی برای موزیک و رقص)، دیسکو‌های شبانه و سالن‌های ماساژ، اما به دنبال ایجاد تجربیات مشترک برای همه کسانی است که به واسطه‌ی مکان‌های تفریحات شبانه‌ی تایلند سفر می‌کنند. به عنوان مثال، نویسنده‌گان "تفریحات شبانه" استدلال می‌کنند که:

... این میکده‌ها (رقص و موزیک) است که اکثر بازدیدکنندگان شهر [بانکوک] واقعاً می‌خواهند آن را ببینند. به عنوان مثال نام پات پونگ^{۲۱} (ناحیه‌ای در منطقه مرکز شهر)، در سراسر جهان شناخته شده است، به طوری که آمدن به بانکوک و ندیدن پات پونگ مانند رفتن به رم و نادیده گرفتن کولوسئوم^{۲۲} (تماشاخانه‌ای در شهر رم) است (دینگ وال و همکاران، ۱۹۸۸: صفحه ۲۴).

بنابراین همان طور که در نقشه شهر بانکوک و تفریحات شبانه در تایلند با جزئیات توضیح داده شده است، گردشگری جنسی به یک عملکرد عادی روزمره در بانکوک و سایر شهرها تبدیل شده است. در عین حال، هویت

¹⁹Dingwall

²⁰go-go bar

²¹Patpong

²²Coliseum

این مناطق مهم گردشگری شهری در تضاد با سایر روستاهای ساخته شده است. روستاهای فضاهایی هستند که بین این شهرهای بزرگ در تفریحات شبانه و نقشه‌ی شهری بانکوک "نادیده گرفته شده اند". به این ترتیب نقشه‌ها تنש‌های یک کشور در حال توسعه را بازتولید می‌کنند که به طور فعال در آزاد شدن مناطق شهری برای توسعه شهر به کار گرفته می‌شوند، در حالیکه این امر عدم توجه به روستاهای را نشان می‌دهد (سیری پراچایی^{۲۳}، ۱۹۹۷). تنها در فضاهای نقشه‌ی شهری تفریحات شبانه، مانند نقشه شهر بانکوک است، که یک گردشگر می‌تواند رفاه بین‌المللی را در مکان‌های بیگانه‌ی دیگر پیدا کند.

نقشه شهر بانکوک و سایر فضاهای نقشه گردشگری معاصر تایلند فقط به یکدیگر اشاره نمی‌کنند. در نهایت، با وجود سابقه‌ای طولانی در پنهان کردن تنش‌ها در دوگانگی‌های عادی/ خارق العاده، روستایی/شهری و سایر دوگانگی‌ها، این نقشه‌ها با تثبیت این دوگانگی‌ها به صورت متضاد، قابل فهم می‌شوند. جی ویلیام اسکینر (1957: صفحه ۳) اشاره می‌کند که در اوایل قرن پانزدهم، جنوب آسیا به صورت فضای جنسی برای بازدید کنندگان خارجی ساخته شده است:

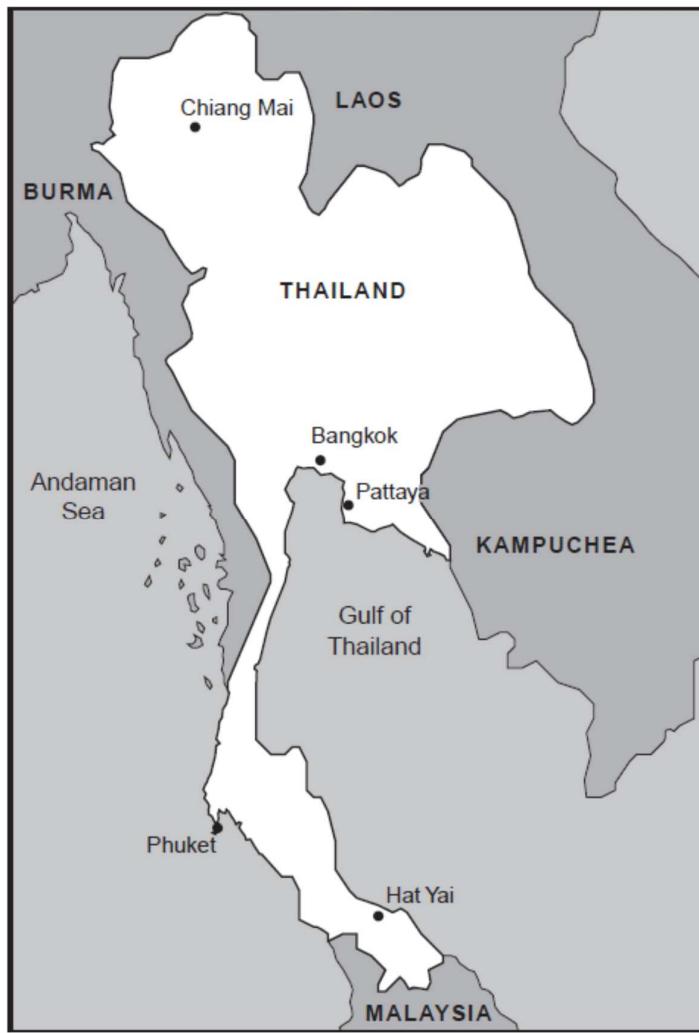
مهوئن و فئی هسین^{۲۴} (بخشی از ماموریت چینی چونگ هو) به شدت تحت تأثیر وضعیت مستقل زنان سیامی (تایلندی) قرار گرفتند و بیشتر از همه برای مردان چینی دلسوزی کردند. به عقیده فئی، "هر زمان (یک زن سیامی) با یک مرد چینی ملاقات می‌کند، با او بسیار خوشنود است و برای سرگرمی و نشان دادن احترام به او همیشه مشروب را آماده می‌کند، به آرامی آواز می‌خواند و در طول شب به او توجه می‌کند. به عقیده مهوئن، مرد در چنین موردی آشفته نیست، اما مشتاق است و زن باید به اندازه کافی زیبا باشد تا چینی‌ها را خشنود سازد. از این حساب شاعرانه، به نظر می‌رسد که چینی‌ها برای رفت و آمد به سیام (تایلند امروز) دلیلی به جز تجارت دارند. در هر صورت، داستان‌های افسانه‌ای که توسط هیئت‌ها پس از بازگشت به چین گفته شد، تجارت و مهاجرت به نان یانگ^{۲۵} (جنوب شرقی آسیا) را به شدت بر می‌انگیزد.

شکل 2. جاذبه‌های شبانه

²³Siriprachai

²⁴Ma Huen and Fei Hsin

²⁵Nan-yang



دسترسی جنسی زنان تایلندی برای چینی‌ها، این فضا را در تخیل جغرافیایی نشان می‌دهد. این فقط تایلند نیست، بلکه همه آسیای جنوب شرقی جایگاهی است که مردان چینی به آن "رفت و آمد مکرر" دارند. فرد می‌تواند استدلال کند که این افسانه، تعداد زیادی از چینی‌های مالزیایی و سنگاپوری را تحریک می‌کند تا به جنوب تایلند بروند تا تعطیلات آخر هفته به کافه‌ها و سالن‌های کاباره‌ی «هت یای»²⁶، بزرگترین مرکز شهری در جنوب کشور سفر کنند (دینگ وال، 1988). همچنین ممکن است افسانه‌های اولیه در مورد دسترسی جنسی به زن تایلندی در مسیرهای تجاری بین اروپا، آفریقا، هند و چین گسترش یابد و هویت جنسیتی تایلندی را برای مردان چینی و غیر چینی به نمایش بگذارد.

²⁶Hat Yai

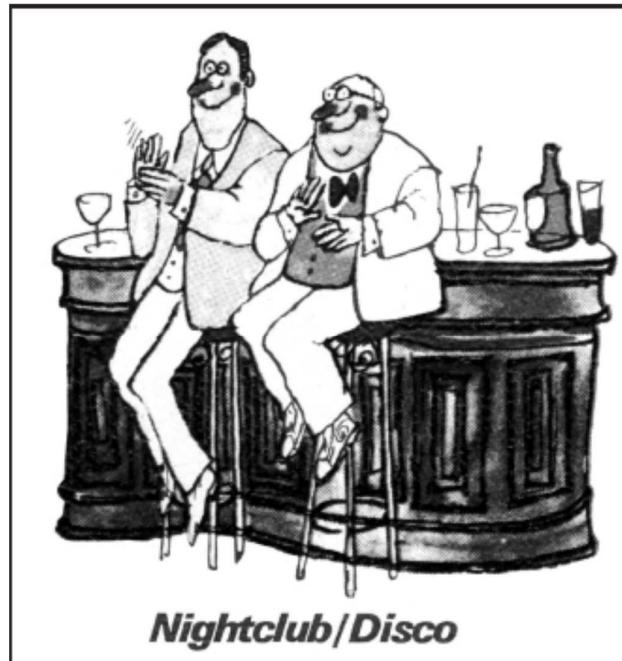
به این ترتیب، تعجب آور نیست که بازنماهای غربی قرن نوزدهم و بیستم نیز بسیاری از دوگانگی‌های مشابه را ایجاد کنند؛ زیرا آنها تایلند را به عنوان یک بهشت عجیب برای اوقات فراغت به تصویر می‌کشند و مردم تایلندی را به صورت احساساتی، زیبا، وابسته به عشق شهوانی و با دسترسی جنسی نشان می‌دهند. به عنوان مثال راهنمای جی آنتونیو^{۲۷} برای بانکوک و سیام (1904)، تصویری از یک سرزمین و مردمی را ترسیم می‌کند که در حاشیه تمدن نشسته‌اند. او ماهیت منحصر به فرد تایلند را بین مدرن و سنتی و غرب و شرق قرار می‌دهد. "امروزه فرد در سیام کشوری می‌بیند که از تیرگی یک وحشیگری باستانی می‌آید و به سرعت در حال تلفیق روش‌های غربی است که تنها می‌تواند آن را به عنوان یک موجودیت سیاسی تضمین کند" (آنتونیو، 1904: صفحه ۱). ظهور تایلند به عنوان یک موجودیت سیاسی "مدرن" با نگاره شناسی این جامعه "وحشیانه" ترکیب شده است. این تنش در بازنماهای مستقر در تعیین هویت تایلند بازتوالید شده است. به عنوان مثال، عکس‌های لباس‌های تایلندی، هویت‌های چندگانه و ساختار طبقات شهری و روستایی مردم تایلندی را در متن آنتونیو برجسته می‌کند. استفاده از زنان به عنوان مدل‌های این فشن‌های مختلف، تایلند را به مفهوم‌های غربی فمنیستی و جنسیتی پیوند می‌زند. علاوه بر این شرح تصویری، سبک‌ها را به صورت "سنتی"، "مدرن" و "قبیله‌ای" طبقه‌بندی می‌کند. سنتی، لباس غالب مردم مرکز تایلند را نشان می‌دهد، در حالی که مدرن، شامل لباس‌هایی به سبک اروپایی است که ثروتمندان سلطنتی و سرمایه داران در بانکوک می‌پوشند. این شرح مد آخر نشان می‌دهد که این کشور و یا حداقل بخشی از آن در دسترس است و برای مسافران غربی "امن" است، در حالی که لباس‌های سنتی یادآور ماهیت عجیب سیام است و "لباس" قبیله‌ای نشان دهنده‌ی سمت وحشیگری آن است (برای بحث مفصل تر درمورد بازنماهای قرن نوزدهم و بیستم تایلند، به مقاله‌ی دل کازینو، 1996، رجوع کنید).

در حالی که تنش بین مدرن و سنتی در نقشه‌ی شهر بانکوک واضح نیست، برخی از تصاویر تفریحی نقشه به طور مستقیم به دوگانگی شرق/غرب متصل می‌شوند تا گردشگران مطمئن شوند که می‌توانند از امنیت و آسایش غربی در آداب و رسوم شرقی بهره ببرند. به عنوان مثال، تصویر "کاباره و دیسکو" (شکل ۳)، محیط راحت و ایمن از شیوه‌های سرگرم کننده ساده را به گردشگران نشان می‌دهد؛ شیوه‌هایی که به طرز طعنه آمیزی می‌تواند در

²⁷J. Antonio

هر جا باشد. از آنجا که در حال حاضر این شیوه ها در فضای گردشگری نقشه بانکوک است، با این حال، به یک فضای عجیب و منحصر به فردی از اوقات فراغت تبدیل شده که ظاهرا مغایر با فضای فراغتی غرب است.

شكل 3. تصویر دیسکو و کلوپ شبانه در «نقشه شهر بانکوک، برای مردم تفریحات شبانه را فراهم می کند»



شكل 4. تصویر کافی شاپ در نقشه شهر بانکوک، برای مردم تفریحات شبانه را فراهم می کند»



تصویر "کافی شاپ" در نقشه شهر بانکوک نیز تنش های بین شرق و غرب و تنش ها بین عادی و خارق العاده را نشان می دهد (شکل 4). به نظر می رسد که از یک فروشگاه مشروب غربی در سال 1950 میلادی تقلید کرده و از این رو یک فضای امن و راحت در بانکوک شرقی است. دو مرد قفقازی در حال گفتگو هستند و یک زن تایلندی به عنوان شخص سوم با ویژگی ها و لباس غربی، اما "چشم بادامی"، در سمت چپ دو مرد دیده می شود. این زمانِ واکنشی، نشان دهنده دلیل سفر برخی از مردان غربی به تایلند است: برای تثبیت جایگاه تسلط در رابطه با یک زن، برای داشتن همدمی که دیده و نشنیده است. در نتیجه این نقشه دارای اثرات فمینیستی غربی برای توریست های مرد است که در فضای نقشه شناسایی شده اند و زنان غربی را "دور از در دسترس" و در نتیجه غیر خارق العاده می دانند. چنین آثاری که به طور ناقص حذف شدند، اطمینان می دهد که این فضای نقشه شامل فعالیت های فراغتی یک بنیادگرایی مردانه غربی است.

این گفت و گوی تصویری بین عادی و خارق العاده و بین غرب و شرق، تصاویری "ارائه کرده" که در تبلیغات معاصر تایلند، توسط صنعت گردشگری استفاده شده است. در تبلیغات برای هتل بین المللی سیام با عنوان "رودیارد کیپلینگ^{۲۸} (نویسنده ای انگلیسی) هرگز در اینجا نمی ماند"، بیان شده:

«آقای کیپلینگ هرگز در بانکوک بین المللی سیام با ما نمی ماند، زیرا هتل ما در دوره‌ی او ساخته نشده است. و تا آنجا که ما می دانیم، او به منطقه‌ی شرقی مانند تایلند سفر نمی کند. اما اگر سفر کند، مطمئنیم که او در مورد مسیر جاویدان خود خاطرات درجه‌ی دو خواهد داشت: "شرق شرق است و غرب غرب است و هرگز آن دو با هم تلاقی نخواهند کرد".

زیرا در سیام بین المللی، بهترین مناطق شرق را با بهترین غرب ترکیب می کنیم. عمارت ما با طراحی تایلندی تماشایی است. و خدمات ما کاملاً تایلندی است. بنابراین ما هر کاری که ممکن است انجام می دهیم تا راحت باشیم و همه‌ی این کارها را با لبخند انجام می دهیم. با این حال بهترین آسایش، غذاها و سرگرمی‌های غربی را پیشنهاد می کنیم. در بانکوک به خودتان بدھکار باشید تا در سیام بین المللی بمانید.»

²⁸Rudyard Kipling

بنابراین، به وسیلهٔ تصاویر نقشه است که فضای نقشه بانکوک بخشی از سایر بازنمایها و فضاهای مکان‌های گردشگری تایلند است. در واقع، این تصویرها نشان دهندهٔ نظم اوقات فراغت از طریق محدود کردن فراغت به مکان‌های خاص و تشریفات گردشگری خاص است. بنابراین تصویر "کلوپ شبانه و دیسکو"، هویت گردشگر را به صورت یک "فرد مست" و در عین حال ناظر غیرفعال تعیین می‌کند که عملیات خاصی برای جلب توجه او طراحی شده است (تصویر ۳). او در فضاهای نقشه‌ی تنظیم شده ی گردشگری مشارکت می‌کند و در محدودهٔ هویت ساخته شده در تضاد با "زندگی عادی" خود عمل می‌کند.

استفاده از دوگانگی‌های خارق العاده/عادی و شرق/غرب برای تعیین فضاهای گردشگری در تایلند، نه تنها توسط شرکت‌های مسافرتی غربی و سرمایه‌داران تایلندی بلکه توسط سازمان‌های دولتی و مقامات تایلند نیز انجام می‌شود. بر اساس پیشنهاد بانک جهانی، دولت تایلند در دهه ۱۹۶۰ کمپینی را آغاز کرد تا به طور فعال گردشگری را به صورت شکلی از توسعه پایدار ترویج دهد (تانچ-دام^{۲۹}، ۱۹۹۰). دولت تایلند ابتدا از طریق سازمان گردشگری تایلند (TOT) و سپس از طریق اداره گردشگری تایلند (TAT)، متون و تصاویری ارائه داد که تایلند را به صورت یک مکان خارق العاده از نظر طبیعی، انسانی و سنت‌های باستانی به تصویر کشیده که به راحتی در یک اقتصاد بسیار مدرن، یک جامعه دموکراتیک و یک پناهگاه ضد کمونیست قرار گرفته است (دل کازینو، ۱۹۹۵). این بازنمایی‌های رسمی فضاهای و هویت‌های تایلندی برای اهداف گردشگری، معنای نقشه‌ی شهر بانکوک را نشان می‌دهند.

تایلند نشان داد مجله‌ای که توسط اداره روابط عمومی تایلند در دهه ۱۹۶۰ تا انتهای دهه ۱۹۷۰ منتشر شد، نمونه‌ای از تلاش‌های رسمی برای ثبت تایلند به عنوان یک فضای گردشگری است. بررسی مجله در دوره ۱۹۶۷ تا ۱۳۷۴ نشان دهندهٔ ثبات نمایشی جالب است و نشان می‌دهد که چندین انگیزه ایدئولوژیک، طرح پشت مجله را تنظیم می‌کند. با استفاده از بازنمایی‌های خانواده سلطنتی، مکان‌های باستان‌شناسی، آداب و رسوم سنتی و برندهای مسابقه زیبایی، مجله از رشد گردشگری حمایت می‌کند و ملی گرایی را ترویج می‌دهد در حالی که نشان می‌دهد این دو پژوهه چگونه در هم تنیده شده‌اند. افراد عالی مقام، از قبیل خانواده سلطنتی انگلیس

²⁹Thanh-Dam

و حاکمان کالیفرنیا، از طریق صفحات این متن راهنمایی می شوند و تایلند را در مرکز منطقه‌ی در حال توسعه‌ی جنوب شرق آسیا قرار می دهند. ارتباط بین گردشگری و ملت گرایی (ناسیونالیسم) به طور استدلالی، از طریق بازنمایان توسعه یافته است، که در جشنواره‌های دولتی، بازارها، مناطق سرگرمی و اقدامات فرهنگی خاص نشان دهنده‌ی شرایط ایمن و قابل دسترس برای سفر گردشگری است (برای بحث درباره‌ی "مراسم مجلل دوشیزه‌ی جهانی" در بانکوک، که در سال 1992 با کشتار دانش آموزان معارض، در فاصله چند مایل از محل برگزاری مراسم مصادف شد، به نوشته‌ی ون استریک^{۳۰}، ۱۹۹۴، رجوع کنید). اعتراضات و سایر اقدامات غلط علیه دولت، از طریق این جشن ملی گرایی، توسط گردشگری پنهان می شود. نقشه شهر بانکوک دارای خدشه‌های مشابه است. پشت تصاویر کارتونی، محله‌های کثیف و سازمان‌هایی است که به صنعت گردشگری جنسی مربوط نیست و به این ترتیب، محیط بدون دردسر را به گردشگران وعده می دهد.

از سال 1967 تا سال 1974، برندهای مسابقه زیبایی و دیگر زنان تایلندی در ۴۴٪ از جلد مجله‌های نشان داده شدند. با توجه به اهمیت اقتصادی توسعه‌ی صنعت گردشگری جنسی در این زمان (تانچدام، ۱۹۹۰) و نقشی که هویت‌های زنانه در توسعه هویت‌های ملی ایفا می کند، این مسئله تعجب آور نیست (کاتراک، ۱۹۹۲؛ پارکر و هندریکز، ۱۹۹۴)^{۳۱}. علاوه بر این، در حالی که دولت هرگز به طور رسمی گردشگری جنسی را تایید نکرده است، نادیده گرفتن این صنعت در طول زمان، همراه با بازنمایی دولت از تایلند، به خصوص زنان تایلندی، به بازتولید کشور به عنوان یک مکان منحصر به فرد برای فعالیت‌های فراغتی کمک می کند و تایلند را به عنوان یک فضای آزاد جنسی، دور از آداب انصباطی جامعه غرب تعریف می کند. شکل ۵الف و ۵ب تحت عنوان "یک خانه روستایی در منطقه مرکزی تایلند" و "دختر زیبای شمالی در آبشار مایی کلانگ در چیانگ مای"^{۳۲}، نقش اصلی زنان تایلندی در توصیف تایلند برای گردشگران را نشان می دهد. معمولاً جلد‌ها، تبلیغات و عکس‌های داخل مجله، زنان را در نقش‌های سنتی و مناطق روستایی نشان می دهند، اما با جابجاگی لباس‌های مزروعه با بهترین سارونگ‌ها، درستی را فدای زیبایی کردن (شکل ۵الف). دیدگاه خیالی زمین و خصوصاً کشاورزی نیز به طور مستقیم به شکل زن منتقل می شود. از سوی دیگر شکل ۵ب، هر گونه ادعا درمورد تنظیم زیبایی تایلندی در

³⁰Van Esterick

³¹Katrak; Parker and Hendricks

³²Mae Klang Waterfalls, Chiang Mai

یک زمینه فرهنگی را دفع می کند. در عوض، یک زن در چشم انداز فیزیکی قرار می گیرد: زیبایی های گرمسیری و زیبایی های انسانی با هم ترکیب شده اند. بر خلاف تصویر اول، زنان از هر نوع فعالیت اقتصادی یا تشریفاتی، مانند کشاورزی، حذف می شوند و با چشم انداز هماهنگ می شوند. پوشش او (یک پارچه حمام تایلندی) تا جایی که در این مورد ممکن است، برهنه است: هیچ وقت در روستا بزرگسالان هنگام حمام کردن بدون پوشش دیده نمی شوند.

ادبیات توسعه گردشگری که توسط دولت تایلند ایجاد شده، تصاویری از گذشته جنسیتی و مجموعه ای از ویژگی های زودگذر (زیبایی، وقار، آرامش و شگفت انگیزی) را ترسیم می کند که تایلند را به عنوان یک مکان خارق العاده و شهوانی نشان می دهد. روند بازنمایی تایلند با تصویر زنان در تبلیغات هواپیماهای بین المللی تایلند از سال 1971 نیز قابل ذکر است که متن زیر را بالای چهره خندان زن جوان تایلندی قرار می دادند:

«چه چیزی می تواند در سوئد یاد بگیرد؟ هر یک از میزبانان بین المللی تایلند، تجارت در سوئد را آموزش دیدند. این به معنای ادراک جزئیات فنی مربوط به خدمت رسانی بیش از 100 نفر، در محدوده جت های بزرگ امروزی است. این یک کسب و کار پیچیده است و آنها برای یادگیری، به بهترین مرکز آموزش میزبانان هوایی در جهان می روند. بخشی از کسب و کار که شما می بینید، موضوع دیگری است. برای دختر تایلندی، رفاقت، خوشبوی و تمایل به سرگرمی، ماهیت دوم است. این چیزی است که آنها متولد شده اند تا داشته باشند. سایر شرکتهای هواپیمایی درباره دخترانی صحبت می کنند که آموزش دیدند مهربان و مفید باشند. برای دختران ما هر راه دیگری برای انجام این کارها، غیر قابل تصور است (پاپینو^{۳۳}، ۱۹۷۷: پشت جلد، تاکید مضاعف).

مهمندار پرواز تایلندی با سنت اروپایی آموزش دیده است، اما جنبه جنسیتی تایلندی را به تصویر می کشد که "رفاقت، خوشبوی و تمایل به سرگرمی" را با نمونه نشان می دهد. این تلاشی برای به رسمیت شناختن این هویت و تثبیت آن برای گردشگران است.

شكل 5 الف. یک مزرعه در منطقه مرکزی تایلند (تصویر تایلند، شماره 185، 1971)

³³Papineau



شکل 5 ب. یک آبشار شمالی در آبشار مایی کلانگ در چیانگ مای (تصویر تایلند، شماره 163، 1971)



با بازگشت به تصویر "کافی شاپ"، می‌توانیم ببینیم که نقشه شهر بانکوک چگونه این دسترسی جنسی مفروض زنان تایلندی را نشان می‌دهد (شکل 4). در بانکوک، کافی شاپ یک مکان پذیرفته شده برای دیدار با کارگران جنسی تجاری پرکار است. بنابراین زن مطیع که در این چشم انداز "بی گناه" نشان داده شده است، فقط یک رجعت در دهه 1950 نیست، بلکه برای رابطه‌ی جنسی نیز مفید است. چشمان بادامی، هویت تایلندی او را تأیید می‌کند و رفاقت، خوشبویی و تمایل به سرگرمی او را به خوانندگان مرد غربی اطمینان می‌دهد. با این وجود، ممکن است زنان این لحظه واکنشی را به یک اثر خالص مثبت برای خودشان تبدیل کنند. برای مثال ایفای "نقش" برای گردشگران، به آنها اجازه‌ی کسب درآمد از مردانی را می‌دهد که ممکن است احساس کنند "عاشق شده اند". بنابراین، آنها صرفاً قربانی نیستند، بلکه عاملان شناسایی هویت هستند. (برای دیدن نمونه‌هایی از دیدارها و

نامه هایی که مشتریان پس از بازگشت، به کارگران جنسی تجاری در بانکوک می دهند به نوشته‌ی والکر و ارلیک^{۳۴}، ۱۹۹۲ و نیز نوشته‌ی ون استریک، ۱۹۹۲ و لیزا^{۳۵}، ۱۹۹۸ رجوع کنید).

به این ترتیب در مجموعه‌ی دسته‌های متضاد گردشگری، کار و اوقات فراغت، تنش ایجاد می شود. کافی شاپ، یک فضای سرگرمی ظاهراً امن برای گردشگران و فضای کار برای زنان، صاحبان میخانه و سایر افرادی است که هویت آن را تعیین می کنند. به این ترتیب اوقات فراغت به متضادش، یعنی کار بستگی دارد تا معنای آن را برای گردشگران و غیر گردشگران حفظ کند. فضای نقشه به دنبال محو نمودن کار از تصویرش است، اما تولید هر فضای فراغتی به دلیل هویت آن، به کار بستگی دارد. فضای نقشه و فضاهای کلی که به آن وابسته هستند، به طور همزمان فضاهای کار و سرگرمی هستند. به این ترتیب، تلاش برای تعیین مرز بین عادی و خارق العاده، اوقات فراغت و کار، گفتمان‌های تسلطی را نشان می دهد که به دنبال تعریف و حفظ این تفاوت‌ها هستند و ماهیت مبهم و تاریخی دهنده‌ی این دسته‌های هویت متقابل را آشکار می سازند. این امر بیشتر در تصویر رقصان گو گو به ارمغان می آید (شکل ۱ را نگاه کنید). چهره اش یک تظاهر آشکار را حفظ می کند. این امر نشان دهنده‌ی واقعیت ظاهری این صنعت است و مشکلات این کار برای فردی که باید بدن و احساساتش را به صورت روزانه بفروشد را شرح می دهد. این کار یکنواخت و گاهی با افسردگی پیش می رود.

همچنین آنچه در نقشه شهر بانکوک یاد آوری شده، بعضی از پیشروهای بازنمایی است. مجموعه‌ی غیر رسمی از نوشته‌هایی که در دهه ۱۹۶۰ صنعت گردشگری جنسی تایلندی را معروف نمود، تنش‌های موجود در دوگانگی ها را برجسته می نماید (عادی/خارج العاده و کار/اوقات فراغت) که این دوگانگی‌ها زمان به کارگیری تضادها برای تعیین هویت گردشگری تایلند ایجاد شده است. به عنوان مثال، تشکیلات زیرزمینی اندرو هریس^{۳۶} (۱۹۶۸) پس از تاریکی بانکوک، یک راهنمای فانتزی برای ورود گردشگران جنسی اروپایی و آمریکای شمالی در دهه ۱۹۷۰ بود و برای معرفی تایلند به عنوان یک فضای منحصر به فرد و در عین حال امن و جنسی به کار می رفت. هریس (۱۹۶۸: صفحه ۹) تمایل به تبلیغات بین المللی تایلند در فصل افتتاحیه را منعکس می کند:

³⁴Walker and Ehrlich

³⁵Lysa

³⁶Andrew Harris

اما حتی در حالی که هواپیما هنوز در هوا بود، نشانه هایی از آنچه در پیش رو بود، وجود داشت ... دو مهماندار مدام نوشیدنی ها و مواد غذایی را می آورند ... آنها موجوداتی به رنگ قهوه ای با چشم های بادامی شکل بودند که با لذتی که پیش از این هرگز ندیده بودم حرکت می کردند ... دخترها مداماً لبخند می زدند - نه مانند لبخند معمولی مهماندارهای هواپیمایی ، بلکه لبخند گرمی که به نظر می رسید سرمای کابین هواپیما را تغییر می داد.

مانند راحتی سفر هوایی مدرن و "صفوف نوشیدنی ها و غذا" همراه با "موجوداتی به رنگ قهوه ای با چشم های بادامی شکل" که توسط سرپرست پرواز تایلند فراهم شده، فضای نقشه در اینجا تنש های مشابه را بررسی کرده و ارتباط درون متنی بین این فضا و سایر فضاهای را نشان می دهد. خدمه های پرواز تایلند، هم عادی و هم خارق العاده هستند. زنان تایلندی با تصویر قفقازی بر روی نقشه نمایش داده می شوند که اندام آنها را محلی برای تنش بین روابط جنسی "شرقی" و "غربی" قرار می دهند. ژست، لباس و مدل مو، آسایش را نشان می دهند (ایمنی روزمره در یک محیط غربی)، اما چشم های بادامی شکل یک خیال خارق العاده را نشان داده و حفظ می کنند. عملکرد میکده و استقرار تصویر قفقازی نشان می دهد که این ها اقدامات است که برای تعیین مجموعه خاصی از مفاهیم تعیین شده ای جنسیتی طراحی شده است. بنابراین تصاویر، نه اقدامات صحیح را نشان می دهد و نه اقدامات غیر صحیح را، بلکه نشان دهنده ای شیوه های فعالان اجتماعی در (و شاید فراتر از) تعیین گروه خاص است. فرآیندهای مشابه تشکیل هویت، در هواپیما و در فضای نقشه رخ می دهد. به نظر می رسد عملکرد این فعالان اجتماعی نیز تمایلات جنسی زنان تایلندی را به صورت خارق العاده نشان داده که نشان دهنده ای تعیین هویت فضای سرگرمی به عنوان فضایی برای کار است.

تایلند امن است، نه تنها به خاطر آثار غربی خودمانی، بلکه به خاطر فضایی به دور از روال عادی گردشگران. بنابراین، اقداماتی که ممکن است نامناسب تلقی شوند، در این مکان منحصر به فرد و اجتماعی، بسیار باز هستند. بنابراین تعجب آور نیست که این فضای نقشه که ادعا می شود دوردست و خارق العاده است، راه های متعددی را نشان دهد که از طریق آن ها گردشگران می توانند درگیر فعالیت هایی شوند که با زندگی روزمره ای آن ها سازگار است. تصویر مبدل پوش (کسی که جامه ای افراد جنس مخالف را می پوشد) (شکل 6) نشان می دهد که فضای نقشه چگونه تنش های موجود در ساخت هویت را نشان می دهند.

شکل 6. تصویر مبدل پوش در «نقشه شهر بانکوک، برای مردم تفریحات شبانه را فراهم می کند»



در چشم انداز گردشگری جنسی بانکوک، امکان فعالیت در خارج از فضاهای جنسی و در فضاهای طراحی شده برای جنس های سوم وجود دارد. این تصویر به گزینه هایی تجارب همجنسگرایانه برای گردشگران اشاره می کند. این یک مرد تایلندی در جامه (جامه‌ی زنانه که مرد همجنس باز می پوشد) نیست، بلکه یک مرد آلمانی با ریش بزی است که در تصویر مبدل پوشان ایستاده است. در همان زمان، این لحظه‌ی آزادی بخش نشان می دهد که نه تنها تمایلات جنسی به پایان نمی رسد، بلکه از طریق محدودیت اقدامات خاص برای مکان های خاص در چشم انداز شهری تنظیم می شود. این لحظه‌ی آزادی بخش نمی تواند خارج از سایر مقررات موجود باشد. آنها متقابلاً تشکیل می شوند.

تلaci دوگانگی ها (خارق العاده/ عادی، معتبر/ غیرقابل اعتماد، رهایی/ قانون، همجنس باز/ راست) در فضاهای نقشه گردشگری، ساختار متقابل این جفت های متضاد را نشان می دهد. تصاویر خارق العاده به تصاویر روزانه از اوقات فراغت بستگی دارد. این امر لازم است، به طوری که گردشگر می تواند در مجموعه ای از نشانگرهای هویتی موقتاً ثابت، فعالیت کند. به همین ترتیب، اعمال نمایشی کارگران گردشگری، ماهیت کنشی هویت را بر جسته می کند و نشان می دهد که این اعمال نه معتبرند و نه غیرمعتبر. در عوض آنها نتیجه به هم دوختن موقت کارایی های خاص برای دسته های هویت خاص در یک فضای نقشه می باشند. بنابراین، بازنماهایی که تعیین شده اند در

جای خود قرار گیرند نیز تشکیل دهنده‌ی هویت‌های موقتی و هویت‌های ایفا شده‌ی گردشگران و غیر گردشگران در تایلند هستند و ابهام این فضاهای نشان می‌دهند.

هویت‌های مبهم موجود در فضای نقشه نیز به این معنا هستند که نقشه به خودی خود تفسیرهای متعدد را آشکار کرده و از آن استفاده می‌کند که به بازنمایی جایگزین تایلند که همیشه هم وجود داشته، باز می‌گردد. با وجود قدرت دولت و سرمایه داران تایلند (هم بین المللی و هم ملی) برای ترویج تایلند به عنوان مکانی شاد برای گردشگری، این تصاویر برای جذب خشم مخاطبان بین المللی از فعالان و نیز محققان استفاده شده است. بنابراین نقشه‌هایی مانند نقشه شهر بانکوک، همانند این مقاله، این فضا را برای نقد محلی و جهانی و استفاده‌های جایگزین، آشکار و مستند نمود. تولید و وجود فضای نقشه، مخالفت‌ها و تضادهای خود را دارد. گروه‌های زنانه بر علیه گردشگری جنسی اعتراض نمودند و راهبان بودایی نیز به آنچه که به صورت کالایی شدن جامعه‌ی تایلندی و از دست دادن اخلاقات روحی می‌بینند اعتراض کردند. به عنوان مثال، پژوهه‌ی حقوق زنان آسیایی (1993) افشاری تلخ قاچاق زنان برمه‌ای^{۳۷} را چاپ نمود که این زنان در برمه به موسسات تایلندی فروخته شدند و پلیس های مرزی تایلند این زنان را به صاحبان مجرم در بخش‌های جنوبی و غربی کشور فروختند. علاوه بر گروه‌هایی در تایلند مانند EMPOWER و گروه "دوستان زنان"^{۳۸}، به خاطر تلاش‌های خود برای بهبود موقعیت زنان در تایلند و به چالش کشیدن قدرت صنعت گردشگری جنسی، در سطح بین المللی به رسمیت شناخته شده‌اند. این چالش‌ها نشان می‌دهد که تلاش برای ثبت نقشه همراه با معنی، به طور کامل به خواننده و نحوه انتخاب تصاویر جاسازی شده توسط او بستگی دارد.

توجه بین المللی که از طریق چنین پاسخ‌های بحرانی برای فضاهای گردشگری جنسیتی و کالای گردشگری در نقشه‌ی شهر بانکوک و سایر بازنمایها کسب شده به فعالان در تایلند کمک می‌کند تا همچنان به مبارزه با روابط نامناسب میان مردان و زنان، غنی و فقیر ادامه دهند. این توجهات همراه با توجه بین المللی جذب شده به اپیدمی ایدز تایلند، موجب شده تا دولت تایلند به کار جنسی تجاری و برخی از نابرابری‌های اقتصادی که چنین صنعتی را ترویج می‌دهد، توجه کند. دولت تایلند گردشگری را مجدداً ارزیابی نموده و اقتصاد گردشگری خود را متنوع

³⁷Burmese

³⁸Friends of Women

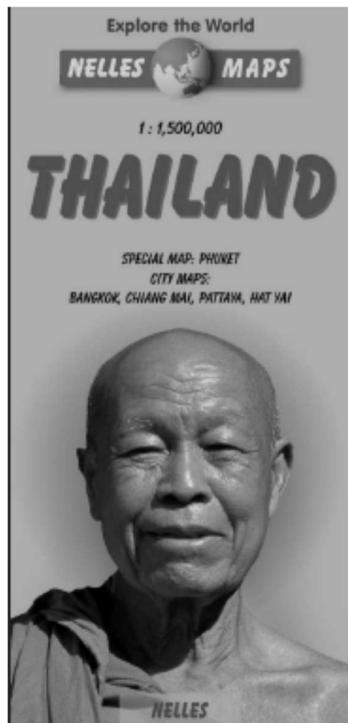
کرده است، روندی که در فضاهای نقشه گردشگری تایلند مشهود است. به عنوان مثال، تغییر در جلد نقشه‌ی نلس "ورلگ"^{۳۹} تایلند از تصویر یک زن در چاپ 1994 به یک راهب بودایی در نسخه فعلی، نشان می‌دهد که تایلند چگونه کمتر به عنوان یک مکان زنانه خارق العاده نشان داده شده و بیشتر بر جاذبه‌های فرهنگی "ستنی" که تصویرهای بودایی را نشان می‌دهد متمرکز است (شکل 7 الف و 7 ب).

شکل 7 الف. تایلند، نلس ورلگ از سال 1994



شکل 7 ب. تایلند، نلس ورلگ از سال 1998

³⁹Nelles Verlag



با این حال، باید مراقب باشیم که بحث های ضد هژمونیک^{۴۰} به صورت بحث هایی خوانده نشوند که کاملاً "خارج" از سیستم هایی است که گفتمان مسلط را بیان می کند. از طریق وابستگی به مدل های استعمارگرایی، نشانگرهای ثروت و فقر و یا کاهش بیولوژیکی تفاوت جنسی، مانند ثبت گفتمان ضد هژمونیک در حد معین، گفتمان مسلط و دسته های هویتی که غالباً صدای مردمان را پنهان می کنند، مردمانی که امید به روشن شدن آن دارند. به عنوان مثال، گروه هایی که به عنوان شناسه هویت فردی معرفی شده اند، مانند گروه "فاحشگی زنان تایلندی"، می توانند به پایه ای برای یک تجربه بسیار پیچیده، پویا و فردی از کارهای جنسی تجاری تبدیل شوند که در فضاء، طبقه و قومیت متفاوت هستند. (برای نمونه‌ی این نوع واگشت گرایی^{۴۱} (تمایل زیاد به تجزیه کردن و ساده سازی) به نوشته‌ی کوهن^{۴۲} در سال 1982 رجوع کنید). بنابراین می توانیم ابهاماتی را شناسایی کنیم که در هر مجموعه ای از بازنماها وجود دارد و چنین بازنماها را برای فقدان تولید مفاهیمی که شاید بیشترین حضور را دارند، بخوانیم.

علاوه بر این، در حالیکه بازنماها گسترش می یابند و بخش هایی از صنعت گردشگری جهانی برای سهم بازار می جنگند، این بازنماها و فضایی که ادعای نمایش آن را دارند، مجدداً با معانی جدید ثبت می شوند و با فضاهای و

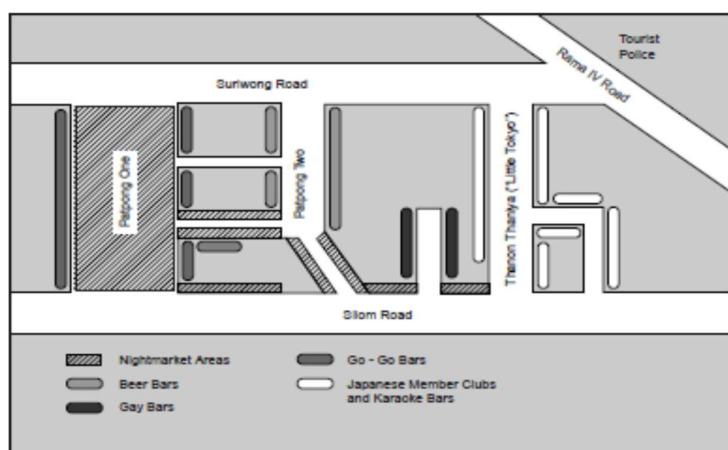
⁴⁰hegemonic

⁴¹reductionism

⁴²Cohen

تصاویر جدید کنار هم قرار می گیرند تا خود را به عنوان مکان های گردشگری حفظ کنند. نگاهی سریع به پات پونگ، یکی از مشهورترین مکان گردشگری جنسی در تایلند و یافتن آن به عنوان مقدمه ای از نقشه‌ی شهر بانکوک، این تغییرات را نشان می دهد (شکل ۱). در اوخر دهه ۱۹۸۰، دولت تایلند تلاش برای تغییر تصویر خود به صورت یک فضای جنسی و تنوع اقتصاد گردشگری خود را آغاز کرد. سرمایه گذاری در طول دهه ۱۹۸۰ در مناطق ساحلی، اکوتوریسم، مناطق پیاه روی و خرید، نظم صنعت را تغییر داده است. پات پونگ نیز تغییر کرده است و شخصیت جنسیتی خود را پشت بازار شبانه‌ی حراست شده توسط دولت، پنهان کرده است. امروزه سراسر سایت با این بازار پوشانده شدند و به عنوان یکی از جاذبه‌های اصلی مردان، زنان و زوج‌ها در تایلند به کار می روند. همانطور که در شکل ۸ نشان داده شده است، در حال حاضر یک فضای منحصر به روابط جنسی در بانکوک، محل خرید گردشگری با صدھا غرفه با نشانه‌های نئون از میکده‌ها و مغازه‌های نمایش جنسی است. تانون تانیا^{۴۳}، منطقه‌ای که در کنار پات پونگ قرار دارد و با حسن تعبیر به عنوان "توکیوی کوچک" شناخته شده، از این تغییر قیافه فرار می کند. باشگاه‌هایی با عضوهایی که کمتر قابل مشاهده هستند و بسیاری از آنها در مغازه‌های بالای طبقه هم کف واقع شده‌اند، نمایشی از تاریخ گردشگری جنسی تایلند نیستند. ممکن است «نقشه شهر بانکوک، برای مردم تفریحات شبانه را فراهم می کند» چالش‌هایی ایجاد کند که منجر به پوشش این فضا می شود، اما وجود آن و ارتباطات پیچیده با سایر بازنمایان، فضاهای و هویت‌ها، این تغییر را ممکن ساخته است.

شکل ۸. طرح بندی منطقه پات پونگ و مناطق اطراف آن



⁴³Thanon Thaniya

4 نتیجه گیری

در بحث ما نقشه های گردشگری، مکان های مولد برای تجزیه و تحلیل جغرافیایی هستند، ما ادبیات مطالعات نقشه کشی و گردشگری را بررسی نمودیم، این ادبیات راه هایی را نشان می دهند که در آن، این دو زیرشاخه (نقشه کشی و گردشگری) از روش های مشابهی برای بررسی رابطه بین فضا و بازنمایها استفاده می کنند. ما دریافتیم در حالی که هر دو زیرشاخه بینش های انتقادی درمورد این رابطه ارائه می کنند و به درک ما از نقشه های گردشگری کمک می کنند، این کار بسیار ایستاد است و عمدتاً بر قدرت در لحظات تولید متمرکز است. برای رسیدگی به این شکاف، روابط بازنما و فضا را در زمینه نظریه هویتی بررسی می کنیم تا کار این دو زیرشاخه را به ماقبل از زمینه تولید و به سوی درک نقشه ها به عنوان فضاهای هدایت کنیم. فضاهای و نقشه های به سایر فضاهای، بازنمایها و زمینه های گره خورده اند. به همین ترتیب، فضای نقشه بخش و قسمتی از این فضاهای و نمایش قدرت است که هویتها را در داخل و خارج از این فضای نقشه بازسازی می کند. این یک فرایند متنی است که در آن، معنا به طور مداوم بازتولید می شوند.

در این فضای نامحدود و تغییر یافته، فعالان اجتماعی تلاش می کنند تا مشروطیت هویت های مختلف را تعیین کرده و به چالش بکشند. به همین ترتیب، فضاهای نقشه گردشگری، مکان هایی هستند که از طریق آن ما می توانیم فرایندهایی که در ساختن دسته های هویتی شرکت دارند را مورد بررسی قرار دهیم، از جمله تعیین موقعت هویت ها به عنوان متضادها و طبیعی سازی فضاهای خاص به صورت مکان هایی برای نگاه دقیق به گردشگری. با این حال، نظریه پردازان هویتی استدلال می کنند که از طریق تشکیل هر دسته‌ی هویتی، تنی هایی بین دسته ها به وجود می آید (دریدا، 1972؛ موفه، 1992؛ گالاهر، 1993؛ 1997؛ ناتر و جونز، 1997). در این مورد، بازنمایها این تنی ها را نیز شامل می شوند و ابهاماتی ایجاد می کنند که دسته های هویت را به طور مثال به صورت عادی و خارق العاده بازتولید می کنند. به همین ترتیب، فضای نقشه های گردشگری نیز در شناسایی تفاوت های این ابهامات را ایجاد می کنند. این ابهام در هر فضای نقشه قابل خواندن است.

ما با مطالعه‌ی «نقشه شهر بانکوک، برای مردم تفریحات شبانه را فراهم می کند»، یک نقشه گردشگری که در سال 1991 به منظور هدایت گردشگران جنسیتی آلمان از طریق چشم انداز جنسیتی بانکوک تولید شده، درمورد

این استدلال تحقیق کرده و روابط متقابل آن با سایر بازنمایان گردشگری و فضاهای تایلند را بررسی نمودیم. این امر ما را ملزم به استفاده از یک روش خواندن پیچیده و غیر خطی برای پیگیری برخی از ارتباطات متنی می نماید که فضای نقشه را نه تنها قابل فهم، بلکه خودمانی می سازد. به این ترتیب، ما راه هایی را نشان می دهیم که در آن ها، هویت هایی که به طور مفصل در نقشه مشخص شده اند، هرگز گردشگر، غیر گردشگر یا فضای گردشگری را با معنی ثبت نمی کنند، بلکه در عوض ابهاماتی ایجاد می کنند که در دسته های هویت وجود دارد. این فضای نقشه خاص به عنوان یک مکان ساخت هویت، تناقضاتی را نشان می دهد که در ساخت هر هویت وجود دارد و روش هایی را برجسته می کند که در آن، هویت ها بر مبنای کاهش زیستی یا فرهنگی اولیه نیستند، بلکه بر مبنای عملکرد فعالان اجتماعی که در این فضاهای از طریق این فضاهای عمل می کنند می باشد.

این مقاله به عنوان یک محصول نهایی طراحی نشده است، بلکه جغرافیدان ها را دعوت می کند تا راه های بیشتری را بررسی کنند که در آن، نقشه ها و سایر فضاهای از نظر متنی با یکدیگر مرتبط هستند. ممکن است تحقیقات بیشتر این ابهامات را با استفاده از مطالعات موردی قوم نگاری آشکار کند که نشان می دهد شیوه های تکراری و متناقض، هویت های گردشگری را تشکیل می دهند. چنین مطالعاتی می تواند یک قوم نگاری از یک فضای نقشه بسازد و روابط پیچیده ای که بین آن و فضا وجود دارد را نشان دهد. این کار باید کار نقشه کشان و سایر جغرافی دانان انسانی، به خصوص جغرافیدانان گردشگری را ترسیم کند و حتی تقسیم عملی بین این دو زیرشاخه را از بین ببرد. علاوه بر این، جغرافیدانان از طریق یکپارچگی تحقیقات میان رشته ای در مورد تئوری هویت، می توانند روش هایی را بررسی کنند که در آن بازنمایان و هویت ها در فضای از طور کامل مرتبط هستند و به طور متقابل برای ایجاد و اعتراض به معانی فضاهای و هویت های گردشگری، کار می کنند.



این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

✓ لیست مقالات ترجمه شده

✓ لیست مقالات ترجمه شده رایگان

✓ لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI

سایت ترجمه فا؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معترض خارجی