

الجغرافيا الثقافية لشارع المتنبي – بغداد



أولاً: المحاور الجغرافية التي تركز عليها

الهوية المكانية والرمزية — شارع المتنبي ليس مجرد فضاء تجاري، بل هو رمز ثقافي لبغداد. ادرس كيف يحمل المكان معنىً في وعي السكان والزوار، وما الذاكرة الجمعية المرتبطة به.

الاستخدام الثقافي للفضاء — أنماط التفاعل اليومي: من يأتي؟ متى؟ لماذا؟ وكيف يستخدم الناس الفضاء (قراءة، جلوس، بيع، تبادل فكري).

المشهد الثقافي — العناصر المرئية: العمارة التاريخية، الديكور، اللافتات، الكتب المعروضة، العروض الثقافية — كلها تُشكّل ما يسميه الجغرافيون "المشهد الثقافي".

الجغرافيا الاجتماعية — التنوع البشري داخل الشارع: طبقات اجتماعية، أعمار، جنسيات، انتماءات ثقافية مختلفة تتشارك فضاءً واحداً.

التغير المكاني عبر الزمن — كيف أثّرت الأحداث (2003، فترة داعش، إعادة الإعمار) على طبيعة الشارع وهويته؟

ثانياً: مجتمع العينة

يُنصح بعينة غرضية متعددة الفئات تضم:

- الباعة والكتيبون — أصحاب المحلات والعارضون على الأرصفة
- المثقفون والمبدعون — الكُتّاب والشعراء والرسامون الذين يرتادون الشارع
- الزوار العاديون — من داخل بغداد ومن المحافظات

- السكان القدامى — من يحملون ذاكرة المكان لعقود
 - الطلاب والباحثون — من الجامعات القريبة كجامعة بغداد والمستنصرية
- حجم العينة المقترح 150 :إلى 200 مستجيب لضمان التنوع الكافي.

ثالثاً: خصائص العينة في الاستبيان

ديموغرافية: الجنس، الفئة العمرية (18-25 / 26-40 / 41-60 / أكبر)، مكان الإقامة.
 تعليمية ومهنية: المستوى التعليمي، المهنة، هل النشاط في الشارع تجاري أم ثقافي أم اجتماعي؟
 وظيفية مكانية: تكرار الزيارة، مدة الارتباط بالشارع، الهدف الأساسي من الزيارة.
 ثقافية: الانتماء الثقافي والقومي، مدى الاهتمام بالكتاب والثقافة.

رابعاً: طبيعة الأسئلة الموجهة للعينة

أسئلة الهوية والارتباط: "ما الذي يمثله شارع المتنبى بالنسبة لك؟ هل تشعر بانتماء خاص لهذا المكان؟"
 أسئلة الاستخدام: "كم مرة تزور الشارع شهرياً؟ ما الوقت المفضل للزيارة؟ ما هدفك الرئيسي منها؟"
 أسئلة الإدراك الحسي: "كيف تصف جو الشارع؟ هل تشعر بالأمان والراحة؟ ما العناصر البصرية التي تجذبك؟"
 أسئلة التغير: "هل لاحظت تغيرات في طابع الشارع خلال السنوات الأخيرة؟ هل هي إيجابية أم سلبية؟"
 أسئلة القيمة الثقافية: "برأيك، هل يحافظ الشارع على دوره الثقافي؟ وما التهديدات التي تراها؟"
 أسئلة مفتوحة: "ما الذكرى الأبرز التي ترتبط بهذا المكان؟"

يُفضّل استخدام مقياس ليكرت الخماسي في الأسئلة الكمية، والجمع بين الاستبيان والمقابلة المعمقة مع عدد مختار من كل فئة لإثراء البيانات النوعية. وفقاً لك في بحثك.

فائدة سؤال العينة عن مدة الارتباط بالشارع

هذا سؤال محوري في الجغرافيا الثقافية، وتتعدد فوائده على عدة مستويات:

أولاً: بناء طبقات زمنية للمعرفة المكانية

كلما طالت مدة ارتباط الفرد بالمكان، كلما امتلك معرفة أعمق وأكثر تفصيلاً بتحولاته. فمن يرتاد الشارع منذ عقود يستطيع أن يصف ما كان عليه قبل عام 2003، وما آلت إليه بعد تفجير 2007، وكيف عاد للحياة لاحقاً. هذه الطبقات الزمنية لا يمكن الحصول عليها إلا من خلال هذا المتغير.

ثانياً: قياس عمق الارتباط العاطفي بالمكان

في الجغرافيا الثقافية يُميّز بين مفهومين مهمين:

- **Sense of Place** — الإحساس بخصوصية المكان، وهو يتراكم مع الزمن
 - **Place Attachment** — الارتباط العاطفي، وهو يقوى كلما زادت مدة التواجد
- فالسؤال عن المدة يتيح لك قياس هذين المفهومين بشكل غير مباشر ودقيق.

ثالثاً: تصنيف العينة إلى فئات تحليلية

ما تمثله	المدة	الفئة
انطباع أولي، صورة خارجية	أشهر	الزوار العابرون
تجربة ما بعد إعادة الإعمار	1-5 سنوات	المرتادون الجدد
شهود مرحلة التحول	5-15 سنة	المرتادون المتوسطون
حاملو الذاكرة الجمعية	أكثر من 15 سنة	أبناء المكان

هذا التصنيف يُمكنك من مقارنة التصورات بين الفئات ومعرفة إن كانت تختلف أم تتقاطع.

رابعاً: ربط المتغير بمتغيرات أخرى في الاستبيان

مدة الارتباط تصبح أداة تحليلية قوية حين تُقارن بها بـ:

- **درجة الانتماء** — هل يزيد الشعور بالانتماء كلما طالت المدة؟
- **تقييم التغيرات** — هل من يعرف الشارع قديماً أكثر تشاؤماً ممن عرفه حديثاً؟
- **نمط الاستخدام** — هل القدامى يستخدمونه بطريقة مختلفة عن الجدد؟
- **مقاومة التغير** — هل أصحاب الارتباط الطويل أكثر رفضاً للتحويلات الجديدة؟

خامساً: كشف ظاهرة "الحنين المكاني" Topophilia

مصطلح أسسه الجغرافي **ي-فو توان**، ويعني الحب العميق للمكان المرتبط بالزمن. من ارتبط بالشارع طويلاً يُعبّر عن هذا الحنين بأشكال مختلفة: الأسى على ما تغيّر، الدفاع عن المكان، أو الشعور بأن جزءاً من هويته مرتبط به. هذه الظاهرة لا تظهر إلا حين تُصنّف العينة زمنياً.

خلاصة

سؤال المدة لا يبدو للوهلة الأولى أكثر من سؤال إداري بسيط، لكنه في الحقيقة **مفتاح تفسيري** يُعيد ترتيب كل إجابات الاستبيان الأخرى ويمنحها عمقاً زمنياً لا غنى عنه في الجغرافيا الثقافية.

تصنيف دوافع الزيارة في الاستبيان

دوافع الزيارة من أكثر المتغيرات ثراءً في الجغرافيا الثقافية، لأنها تكشف لماذا يُقبل الناس على المكان، وهذا يُفسّر طبيعة الارتباط الثقافي به.

أولاً: التصنيف الرئيسي للدوافع

يمكنك بناء تصنيف ثلاثي المستويات:

المستوى الأول — الدوافع الأولية (اختر واحداً)

الدافع	التعريف الإجرائي في الاستبيان
ثقافي وفكري	شراء الكتب، حضور فعاليات، البحث والاطلاع
اجتماعي	لقاء الأصدقاء، التواجد في الفضاء العام، التسلية
اقتصادي	البيع والشراء، العمل والرزق
سياحي واستكشافي	زيارة أول مرة، مرافقة ضيوف، التصوير
روحي ووجداني	الحنين، الشعور بالانتماء، استعادة ذكريات

ثانياً: أسلوب صياغة السؤال في الاستبيان

لا تكتفِ بسؤال واحد مغلق، بل استخدم ثلاثة أسئلة متتالية:

السؤال الأول — الدافع الرئيسي (اختيار واحد):

"ما السبب الرئيسي الذي يدفعك لزيارة شارع المتنبي؟" ☐ "شراء الكتب والمطبوعات" ☐ حضور فعاليات ثقافية أو فنية ☐ اللقاء بأصدقاء ومعارف ☐ العمل والنشاط التجاري ☐ الاستمتاع بأجواء المكان ☐ الحنين والذكريات ☐ أخرى..... :

السؤال الثاني — الدوافع المصاحبة (اختيار متعدد):

"ما الأسباب الأخرى التي تُرافق زيارتك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)"

السؤال الثالث — الدافع الوجداني (مقياس ليكرت):

"أزور الشارع لأنه يمنحني شعوراً لا أجده في أماكن أخرى" ☐ "أوافق بشدة" ☐ أوافق ☐ محايد ☐ لا أوافق ☐ لا أوافق بشدة

ثالثاً: أهمية التمييز بين نوعين من الدوافع

في الجغرافيا الثقافية يُفرّق بين:

الدوافع الوظيفية — وهي الغرض العملي الظاهر كشراء كتاب أو حضور معرض. هذه يُصرّح بها الزائر بسهولة.

الدوافع الوجدانية — وهي الحاجة النفسية الخفية كالشعور بالانتماء أو الهروب من ضغوط المدينة أو تأكيد الهوية الثقافية. هذه لا يُعبّر عنها الزائر مباشرة، لذا تحتاج أسئلة غير مباشرة أو مقابلة معمقة. الخطأ الشائع في الاستبيانات هو الاكتفاء بالدوافع الوظيفية وإغفال الوجدانية، فتحصل على صورة ناقصة عن علاقة الإنسان بالمكان.

رابعاً: ربط الدافع بمتغيرات أخرى

حين تُحلّل النتائج، قارن الدوافع بـ:

- **المهنة** — هل المثقف يزور الشارع بدوافع مختلفة عن التاجر؟
- **العمر** — هل الشباب يأتون للتسلية بينما يأتي الكبار للحنين؟
- **مدة الارتباط** — هل القدامى تحوّل دافعهم من وظيفي إلى وجداني مع الزمن؟
- **تكرار الزيارة** — هل من يزور يومياً دافعه مختلف عن من يزور شهرياً؟

خامساً: مثال على نتيجة تحليلية متوقعة

إذا وجدت أن **70% من الزوار** يذكرون دافعاً وظيفياً (شراء كتب) لكن عند السؤال الوجداني **85% منهم** يوافقون على أن الشارع يمنحهم شعوراً فريداً، فهذا يعني أن الدافع الحقيقي أعمق مما يُصرّح به، وهذه بحد ذاتها نتيجة جغرافية ثقافية مهمة تكشف أن شارع المتنبي يؤدي وظيفة نفسية ورمزية تتجاوز وظيفته التجارية.

خلاصة

صمّم أسئلة الدوافع على **طبقتين**: الظاهرة والخفية، وستحصل على فهم حقيقي لطبيعة العلاقة بين الإنسان البغدادي وهذا الفضاء الثقافي الفريد.

تأثير مكان الإقامة على الارتباط بشارع المتنبي

هذا المتغير من أكثر المتغيرات كشفاً في الجغرافيا الثقافية، لأنه يربط **البُعد المكاني** بعمق الارتباط **العاطفي والثقافي** بطريقة مباشرة وقابلة للقياس.

أولاً: التصنيف المكاني للعينة

لا يكفي السؤال عن "داخل بغداد أو خارجها"، بل ينبغي تفصيل التصنيف على النحو الآتي:

التوقع المبدئي	التعريف	الفئة
ارتباط يومي وظيفي عميق	يقطن على بُعد أقل من 3 كم	ساكن الكرخ والرصافة القريبة
ارتباط دوري واحتفالي	يقطن داخل بغداد لكن بعيداً	ساكن أحياء بغداد البعيدة
ارتباط رمزي واستكشافي	ديالى، بابل، الأنبار	القادم من محافظات قريبة
ارتباط سياحي وطني	البصرة، الموصل، كركوك	القادم من محافظات بعيدة
ارتباط حنيني وهويتي حاد	يقيم خارج العراق	المغترب العائد

ثانياً: أوجه التأثير المكاني على الارتباط

1. تكرار الزيارة وعفويتها

من يقطن قريباً يزور الشارع بشكل **عفوي وغير مخطط له**، فيمر به في طريقه أو يقصده لساعة دون مناسبة. أما البعيد فزيارته **مقصودة ومحسوبة**، وهذا يعني أن الشارع يحتل مكانة مختلفة في وعي كل منهما.

2. طبيعة الاستخدام

- **القريب** يستخدم الشارع لأغراض يومية: شراء كتاب مدرسي، لقاء صديق، شرب شاي
- **البعيد** يستخدمه لأغراض احتفالية: تجربة ثقافية كاملة، توثيق بالصور، شراء هدايا

3. عمق المعرفة بالمكان

ساكن الكرخ القريب يعرف **الزوايا الخفية** للشارع: البائع الذي يخبيئ الكتب النادرة، الوقت الأهدأ للتجول، التاريخ الشفهي لكل محل. هذه المعرفة التراكمية هي ما يُسميه الجغرافيون **المعرفة المكانية الضمنية**، ولا تتشكل إلا بالقرب والتكرار.

4. درجة الانتماء مقابل الإعجاب

البعيد غالباً ما يُعجَب بالشارع، أما القريب فينتمي إليه. الإعجاب انفعال زائر، والانتماء شعور ساكن. وهذا الفرق الجوهرى هو أحد أبرز ما تكشفه الجغرافيا الثقافية.

5. الإحساس بالتغيير والفقدان

القريب هو الأكثر حساسية لأي تغيير في الشارع لأنه يُلاحظه بالتراكم اليومي. أما البعيد فيلاحظ التغيير فجأة حين يعود بعد غياب طويل، فيكون الأثر صادماً أو مفاجئاً.

ثالثاً: حالة خاصة — المغترب العائد

هذه الفئة تستحق اهتماماً بحثياً خاصاً لأنها تُجسّد أعلى درجات الارتباط الوجداني. المغترب حين يعود يقصد شارع المتنبي كفعل رمزي للعودة إلى الهوية، لا لشراء كتاب بعينه. الشارع بالنسبة له صار يمثل بغداد كلها مُكثَّفة في مكان واحد. وهذا ما يُسميه الجغرافي غاستون باشلار بـ "المكان الحاضن للذاكرة".

رابعاً: كيف تُدرج هذا المتغير في الاستبيان

السؤال الأول — تحديد الموقع:

"أين تقطن حالياً بالنسبة لشارع المتنبي؟" ○ "على بُعد أقل من 3 كم ○ داخل بغداد لكن أبعد من 3 كم ○ خارج بغداد داخل العراق ○ خارج العراق ○

السؤال الثاني — وسيلة الوصول:

"كيف تصل عادةً إلى الشارع؟" ○ "مشياً" ○ سيارة خاصة ○ وسيلة نقل عامة ○ تاكسي ○ وسيلة الوصول مهمة لأن الجهد المبذول للوصول يعكس قيمة المكان في نظر الزائر، فمن يقطع ساعة بالباص ليصل إليه يُعطيه قيمة أعلى ممن يمشي إليه خمس دقائق.

السؤال الثالث — الأثر النفسي للمسافة:

"هل تشعر أن بُعد إقامتك عن الشارع يُقلّل من ارتباطك به؟" ○ "نعم، أتمنى لو كنت أقرب ○ لا، المسافة لا تضعف ارتباطي ○ البُعد يجعل زيارتي أكثر خصوصية وقيمة

خامساً: نتيجة تحليلية متوقعة ذات قيمة بحثية

إذا أثبتت بياناتك أن الارتباط الوجداني بالشارع لدى القادمين من المحافظات البعيدة يساوي أو يفوق ارتباط سكان بغداد القريبين، فهذه نتيجة جغرافية ثقافية بالغة الأهمية. تعني أن شارع المتنبي تجاوز حدوده المحلية وصار رمزاً وطنياً تتجاوز قيمته الثقافية حدود المدينة التي يقع فيها، وهذا بحد ذاته إسهام أصيل يستحق أن يكون في صلب استنتاجات رسالتك أو بحثك.

اختيار الباعة والحرفيين في عينة الدراسة

هذه الفئة من أتمن فئات العينة في الجغرافيا الثقافية، لأنها تسكن المكان لا تزوره، وتحمل معرفة تراكمية لا تتوفر لأي فئة أخرى.

أولاً: لماذا هذه الفئة مهمة بحثياً؟

الباعة والحرفيون يمثلون ما يُسميه الجغرافيون "حراس المكان" — "فهم الذين صانوا الطابع الثقافي للشارع عبر عقود، وشهدوا تحولاته من الداخل. علاقتهم بالمكان ليست علاقة زائر بفضاء، بل علاقة جزء بكل، فهويتهم المهنية والاجتماعية مُدمجة بهوية الشارع نفسه.

ثانياً: تصنيف الباعة والحرفيين في شارع المتنبي

قبل الاختيار، عليك رسم خريطة للفئات الموجودة فعلياً:

القيمة البحثية	طبيعة النشاط	الفئة
ذاكرة ثقافية عميقة وشبكة علاقات واسعة	بيع الكتب القديمة والجديدة	الكتيبون أصحاب المحلات
يمثلون الطابع الشعبي الأصيل للشارع	عرض الكتب والمجلات على البسطات	باعة الأرصفة
حرفة تقليدية مرتبطة بهوية الشارع	إنتاج وبيع الأعمال اليدوية	الخطاطون والرسامون
يحملون قصصاً تاريخية نادرة	بيع المقتنيات القديمة	باعة التحف والأثريات
مركز التجمع الفكري وصلة الوصل بين الفئات	المقهى العراقي التقليدي	أصحاب المقاهي الثقافية
يمثلون الهامش المهم في الدراسات	يعملون موسمياً أو أسبوعياً	الحرفيون المتنقلون

ثالثاً: أسلوب الاختيار — أيهما تتبع؟

الأسلوب الأول: العينة القصدية المتنوعة

تختار ممثلاً أو أكثر من كل فئة في الجدول أعلاه بشكل متعمد. هذا الأسلوب مناسب إذا كان هدفك تغطية التنوع الموجود في الشارع وإعطاء كل فئة صوتاً في الدراسة.

الأسلوب الثاني: العينة الطبقية النسبية

تحصي أولاً عدد كل فئة في الشارع، ثم تختار من كل فئة بنسبة تعكس حجمها الفعلي. مثلاً إذا كان 60% من الباعة كتيبين فتخصص لهم 60% من حصة هذه الفئة في عينتك. هذا الأسلوب أكثر دقة إحصائياً لكنه يتطلب جرداً مبدئياً للشارع.

الأسلوب الثالث: كرة الثلج

تبدأ بكتبي أو حرفي تعرفه أو يُرشدك إليه، ثم تطلب منه أن يُعرفك على زملائه. هذا الأسلوب مثالي حين يكون الوصول إلى الفئة صعباً أو حين يكون الباعة متحفظين مع الغرباء، وهو شائع في الدراسات الميدانية العراقية.

رابعاً: معايير اختيار الفرد داخل الفئة

لا يكفي أن يكون الشخص بائعاً في الشارع، بل ينبغي مراعاة:

مقياس المدة — يُفضّل من يعمل في الشارع أكثر من خمس سنوات، لأن من جاء حديثاً لا يحمل ذاكرة مكانية كافية.

مقياس الاستقرار — صاحب المحل الثابت يختلف عن بائع الرصيف المتنقل، وكلاهما ضروري لكن لأسباب مختلفة.

مقياس الموقع داخل الشارع — من يعمل في منتصف الشارع تختلف تجربته عن من يعمل في أطرافه، لأن حركة الزوار وكثافتهم تتفاوت.

مقياس الوراثة المهنية — من ورث المحل عن أبيه أو جده يحمل طبقات من الذاكرة تتجاوز تجربته الشخصية وهذه كنز بحثي نادر.

خامساً: كيف تتعامل مع هذه الفئة ميدانياً؟

الباعة والحرفيون لديهم خصوصية تميزهم عن بقية العينة وتستوجب مراعاتها:

توقيت الاستبيان — لا تقترب منهم في أوقات الذروة كصباح الجمعة حين يكون الشارع مكتظاً. أفضل وقت هو أول الصباح قبل ازدحام الزوار أو آخر النهار حين يهدأ النشاط.

أسلوب التقديم — عرّف عن نفسك كباحث أكاديمي لا صحفي ولا موظف حكومي، لأن ثقة الباعة بالباحثين الأكاديميين أعلى حين يفهمون الغرض.

المرونة في الصياغة — بعض الباعة لا يُجيدون القراءة أو يجدون الاستبيان الورقي مُربكاً، فكن مستعداً لقراءة الأسئلة عليهم وتدوين إجاباتهم شفهيّاً.

الجمع بين الاستبيان والملاحظة — حين تكون في محل الكتبي أو أمام بسطة الحرفي، لاحظ كيف يتفاعل مع الزوار وكيف يتحدث عن بضاعته، فهذه ملاحظات ميدانية تُثري بياناتك الكمية.

سادساً: أسئلة خاصة بهذه الفئة في الاستبيان

إلى جانب الأسئلة العامة، أضف أسئلة موجهة لهم تحديداً:

"منذ متى تعمل في هذا الشارع؟ وهل ورثت المهنة أم اخترتها؟"

"كيف تصف شخصية الشارع اليوم مقارنةً بحين بدأت العمل فيه؟"

"من هو الزائر النموذجي للشارع برأيك؟ وهل تغير هذا الزائر عبر السنين؟"

"هل تشعر أن عملك هنا جزء من هويتك الثقافية أم مجرد مصدر رزق؟"

خلاصة

اختر الباعة والحرفيين بوعي وتنوع، واجعل معيار المدة والاستقرار والموروث المهني حاضراً في قرار الاختيار. فهؤلاء ليسوا مجرد مستجيبين لاستبيان، بل هم رواة المكان الذين يحملون في ذاكرتهم تاريخاً ثقافياً حياً لا تجده في أي وثيقة مكتوبة.

إدراج المثقفين والمبدعين في عينة البحث

هذه الفئة هي الأصعب في التحديد والأغنى في المحتوى على الإطلاق، لأن المثقف والمبدع لا يحمل بطاقة هوية تُعرّفه، وتجربته مع المكان تتجاوز الاستخدام العادي إلى مستوى الإنتاج الثقافي والتأويل الرمزي.

أولاً: من هو المثقف والمبدع في سياق هذه الدراسة؟

قبل الإدراج لا بد من تعريف إجرائي واضح تلتزم به في بحثك، لأن المفهوم فضفاض. يمكنك اعتماد معيارين معاً:

المعيار الأول — الإنتاج: من أنتج عملاً ثقافياً أو إبداعياً موثقاً، كتاباً أو قصيدة أو لوحة أو مقالة أو عملاً موسيقياً.

المعيار الثاني — الانتماء: من ينتمي إلى مؤسسة ثقافية أو يُعرّف اجتماعياً بانتمائه الإبداعي حتى لو لم ينشر بعد، كطالب دراسات عليا في الأدب أو فنان ناشئ.

ثانياً: تصنيف الفئات داخل هذا المجتمع

الفئة	طبيعة الارتباط بالشارع	ما تكشفه بحثياً
الشعراء والكتّاب	الشارع موضوع ومصدر إلهام	العلاقة بين المكان والإنتاج الأدبي
الفنانون التشكيليون	يبيعون أعمالهم ويستهلمون منه	المشهد البصري وتأثيره في الإبداع
الصحفيون والنقاد	يوثقون ويحللون الحياة الثقافية	رؤية تحليلية للمكان من الخارج والداخل
الأكاديميون والباحثون	يدرسون المكان أو يرتادونه للبحث	معرفة نظرية مُضافة إلى تجربة شخصية
الموسيقيون والمسرحيون	يشاركون في فعاليات الشارع	البُعد الأدائي والحي للثقافة
المبدعون الناشئون	طلاب الفنون والآداب	الجيل الجديد وعلاقته بإرث المكان

ثالثاً: أين تجدهم؟ مسارات الوصول الميداني

هذه الفئة لا تنتظر في مكان واحد، وتحتاج إلى استراتيجيات وصول متعددة المسارات:

المسار الأول — الفعاليات الثقافية في الشارع نفسه

معرض بغداد الدولي للكتاب، أمسيات الجمعة الثقافية في الشارع، معارض الرسم المفتوحة. هذه تجمع المثقفين في بيئتهم الطبيعية وتجعل الوصول إليهم سهلاً ومبرراً.

المسار الثاني — المقاهي الثقافية المجاورة

مقهى الشابندر التاريخي هو قلب الحياة الثقافية في الشارع، وجلسة واحدة فيه قد تُعرفك على عشرة مثقفين. هؤلاء لديهم وقت للحديث وميل للتعبير عن آرائهم.

المسار الثالث — الاتحادات والنقابات الثقافية

اتحاد الأدباء والكتّاب في العراق، نقابة الفنانين التشكيليين، رابطة الصحفيين. هذه المؤسسات تملك قوائم بأعضائها وقد تُسهّل وصولك إليهم بشكل رسمي.

المسار الرابع — الأكاديميون في الجامعات القريبة

أقسام اللغة العربية والفنون الجميلة والإعلام في جامعة بغداد والمستنصرية. هؤلاء مثقفون ومبدعون وفي الوقت ذاته باحثون يفهمون طبيعة العمل الأكاديمي ويتعاونون معه بسهولة.

المسار الخامس — الشبكات الرقمية

مجموعات الفيسبوك والتيليجرام المخصصة للمثقفين البغداديين نشطة جداً، وقد تُتيح لك الوصول إلى مبدعين لا يرتادون الشارع بانتظام لكن لديهم رأي فيه.

رابعاً: خصوصية التعامل مع هذه الفئة

المثقف والمبدع يختلف عن بقية أفراد العينة في طريقة تفاعله مع الاستبيان:

يرفض الأسئلة المغلقة — المثقف يجد في خيارات "نعم / لا" أو مقياس ليكرت تبسيطاً مُخلاً لتجربته، لذا لا بد من إضافة مساحات للتعبير الحر في كل محور.

يُنتج معرفة لا يُستهلكها — سؤاله عن علاقته بالشارع قد يتحول إلى محاضرة نقدية، وهذا ليس عيباً بل ثروة بحثية ينبغي توثيقها بالتسجيل لا بالتدوين السريع.

لديه وعي نقدي بالبحث نفسه — قد يسألك عن منهجيتك وإطارك النظري، فكن مستعداً للإجابة بثقة لأن ذلك يبني مصداقيتك أمامه ويجعله أكثر تعاوناً.

يميل إلى المقابلة على الاستبيان — لذا يُنصح بأن تجمع مع هذه الفئة بين استبيان قصير موحد لضمان قابلية المقارنة، ومقابلة شبه منظمة لاستخلاص العمق النوعي.

خامساً: أسئلة خاصة بهذه الفئة

إلى جانب الأسئلة العامة للاستبيان أضف محوراً خاصاً بهم:
"هل أثر شارع المتنبي في عملك الإبداعي أو الفكري بشكل مباشر؟ وكيف؟"
"هل سبق أن كتبت عن هذا الشارع أو استلهمت منه موضوعاً لعمل إبداعي؟"
"برأيك، هل لا يزال الشارع يؤدي دوره كحاضنة للإبداع الثقافي أم تراجع هذا الدور؟"
"من هو المثقف أو المبدع الذي يرمز لهذا الشارع في ذاكرتك؟"
"ما الفرق بين زيارتك لشارع المتنبي وزيارتك لأي مكان ثقافي آخر في بغداد؟"

سادساً: تحدّ بحثي خاص بهذه الفئة

مشكلة التمثيل الزائد — المثقفون المعروفون والمُصرّح بأسمائهم قد يُهيمنون على صورة الشارع في بحثك على حساب المبدعين الهامشيين والناشئين الذين يمثلون طبقة ثقافية مختلفة ومهمة. لذا احرص على التوازن بين المعروفين والناشئين في عينتك.
مشكلة الأداء الثقافي — بعض المثقفين يُقدّمون صورة مثالية عن علاقتهم بالشارع لأسباب رمزية أو هوياتية، فتكون إجاباتهم أقرب إلى **الخطاب الثقافي** منها إلى التجربة الحقيقية. الأسئلة التفصيلية والمحددة كـ "متى آخر مرة زرت الشارع؟ وماذا فعلت فيها تحديداً؟" تكشف هذا الفارق.

خلاصة

أدرج المثقفين والمبدعين بوصفهم **مفسّرين للمكان لا مجرد مستخدمين له**، وصمّم أدوات بحثك معهم بمرونة تجمع بين الكمي والنوعي. فهم لن يُخبروك فقط بما يشعرون تجاه الشارع، بل سيُعيدون تأويله أمامك بطريقة تمنح بحثك عمقاً لا تستطيع أي فئة أخرى تقديمه.

دور الزوار والسياح في دراسة الجغرافيا الثقافية لشارع المتنبي

هذه الفئة تمثل **العين الخارجية** في بحثك، وقيمتها البحثية لا تكمن فيما تعرفه عن المكان، بل فيما تراه فيه لأول مرة — وهو ما يعجز عنه من ألفه وتعود عليه.

أولاً: لماذا الزائر والسائح ضروريان بحثياً؟

في الجغرافيا الثقافية يُستخدم مفهوم "**المسافة الإدراكية**" — وهو أن البُعد عن المكان يمنح رؤية لا يستطيعها المقرّب منه. الساكن القريب يرى الشارع بعيون اعتادت عليه فلا تُفاجأ بشيء، أما الزائر فيرى ما لا يراه أحد لأن كل شيء أمامه جديد. هذا التباين بين الرويتين هو أحد أثمن ما تنتجه **الجغرافيا الثقافية**.

ثانياً: تصنيف الزوار والسياح

لا يمكن معاملتهم كفئة واحدة، بل ينبغي التمييز بينهم:

الفئة	خصائصها	ما تضيفه بحثياً
الزائر البغدادي من حي بعيد	يعرف المدينة لكن لا يألّف الشارع	مقارنة داخل المدينة الواحدة
الزائر من محافظات أخرى	يحمل صورة ذهنية مسبقة عن الشارع	الفجوة بين التوقع والواقع
السائح العربي	يرى الشارع بوصفه رمزاً للثقافة العراقية	البُعد القومي والحضاري
السائح الأجنبي	ينظر إليه من ثقافة مغايرة كلياً	المقارنة الحضارية والنظرة الاستشرافية أو التحررية
المغترب العراقي العائد	يحمل ذاكرة قديمة ويختبر الحاضر	أكثر الفئات حساسية للتغيير

ثالثاً: الأدوار البحثية للزوار والسياح

الدور الأول — مرآة المكان

الزائر يعكس لك صورة الشارع من الخارج، أي كيف يبدو للآخرين لا كيف يبدو لأهله. هذه الصورة الخارجية مهمة لأنها تكشف ما تشعّه المكان من دلالات ثقافية تصل إلى من لم يعيش فيه. حين يصف السائح العربي الشارع بأنه "يُذكره ببغداد العباسية"، فهو يُخبرك أن المكان لا يزال يحمل في مخيلة الآخرين إرثاً تاريخياً أعمق من وظيفته الراهنة. وهذه معلومة جغرافية ثقافية لا يستطيع أن يُخبرك بها البغدادي الذي نشأ في الشارع.

الدور الثاني — كاشف التناقضات

الزائر يُلاحظ التناقضات التي اعتاد عليها السكان ولم يعودوا يرونها. مثلاً قد يُلاحظ السائح الأجنبي التناقض بين عراقة الكتب المعروضة وحداثة الهواتف التي يتصفح بها الشباب البضاعة، أو بين الطابع الثقافي الرفيع للشارع وضيق أرصفته وفوضى حركته. هذه التناقضات تُمثّل في الجغرافيا الثقافية ما يُسمى "التوترات المكانية"، وهي من أغنى مواد التحليل.

الدور الثالث — قياس الجاذبية الثقافية

كثافة الزيارة وتنوع مصادر الزوار تُخبرك بمدى إشعاع الشارع الثقافي خارج حدوده المحلية. إذا قدم زوار من الموصل والبصرة وعمّان وبيروت، فهذا يعني أن الشارع تجاوز وظيفته المحلية وصار معلماً ثقافياً إقليمياً. وهذا بحد ذاته استنتاج جغرافي ثقافي مهم.

الدور الرابع — الكشف عن الصورة الذهنية المسبقة

كل زائر يحمل صورة ذهنية عن الشارع قبل أن يصله، تشكّلت من الكتب أو الأفلام أو حديث الآخرين. حين تسأله عن الفرق بين ما توقعه وما وجد، فأنت في الحقيقة تقيس الفجوة بين الهوية المتخيّلة والهوية الفعلية للمكان. وهذه الفجوة إذا كانت كبيرة فمعناها أن الشارع يحمل رمزية أكبر من واقعه، أو العكس.

الدور الخامس — مؤشر التحول والاستمرارية

المغترب العائد بعد سنوات هو الأكثر قدرة على رصد التحولات لأنه يقارن بين نسختين زمنيتين من المكان محفورتين في ذاكرته. جملة من قبيل "كان الشارع أكثر هدوءاً وروحانية" أو "كانت الكتب أرخص والناس أكثر وقتاً للحديث" هي بيانات جغرافية ثقافية نوعية لا تجدها في أي إحصاء.

رابعاً: أسئلة خاصة بهذه الفئة في الاستبيان
أسئلة الصورة الذهنية:

"ماذا كنت تتوقع أن تجد في شارع المتنبي قبل زيارتك؟ وما الذي فاجأك فعلاً؟"
"من أين جاءت معرفتك بهذا الشارع قبل زيارتك؟ (كتب / أفلام / حديث آخرين / مواقع التواصل)"
أسئلة المقارنة:

"هل زرت شوارع ثقافية مماثلة في مدن أخرى؟ كيف تقارن شارع المتنبي بها؟"
"ما العنصر الذي يميز هذا الشارع عن أي مكان ثقافي آخر زرته؟"
أسئلة التأثير والأثر:

"ماذا ستحمل معك من هذا الشارع حين تغادر — شيئاً مادياً أو شعوراً أو فكرة؟"
"هل ستنصح الآخرين بزيارة هذا الشارع؟ وبأي وصف ستعرفه لهم؟"
للمغترب العائد تحديداً:

"ما الذي تغير في الشارع منذ آخر زيارة لك؟ وما الذي بقي كما كان؟"
"هل لا يزال الشارع يمثل بغداد التي تحملها في ذاكرتك؟"

خامساً: تحديات خاصة بهذه الفئة

تحدي الوصول الزمني — الزوار لا يمكنون طويلاً، فنافذة الاستبيان معهم ضيقة. لذا يجب أن يكون استبيانهم أقصر وأكثر تركيزاً من استبيان الفئات المقيمة، مع التركيز على الانطباعات الأولى والمقارنة والصورة الذهنية.

تحدي التنوع اللغوي — السائح الأجنبي قد لا يجيد العربية، وهذا يستوجب إعداد نسخة مبسطة من الاستبيان بالإنجليزية أو الفارسية حسب الجنسيات الأكثر حضوراً.

تحدي السطحية — إجابات الزائر قد تبقى في مستوى الانطباع العام ولا تصل إلى العمق الذي تصله إجابات المقيم. لذا تُعامل بياناته كطبقة تكميلية لا كمصدر رئيسي، ونقرأ جنباً إلى جنب مع بيانات الفئات الأعمق ارتباطاً.

سادساً: نتيجة تحليلية متوقعة ذات قيمة بحثية

إذا أظهرت بياناتك أن الزوار من المحافظات والسياح العرب يُقيّمون الشارع بدرجة رمزية وعاطفية أعلى مما يُقيّمه بغداديون يزورونه يومياً، فهذه نتيجة بالغة الأهمية. تعني أن الشارع أصبح يحمل قيمة رمزية تتجاوز تجربته المعاشة، وأن الارتباط به بات ظاهرة ثقافية وطنية وإقليمية تتخطى حدود المدينة — وهذا مستوى من التحليل يرفع بحثك من الدراسة المحلية إلى الدراسة ذات الأبعاد الجغرافية الأوسع.

خلاصة

الزوار والسياح في بحثك ليسوا هامشاً يُضاف للإثراء، بل هم بُعد منهجي أصيل يمنحك ما لا تستطيع أي فئة أخرى تقديمه: الصورة الخارجية للمكان، ومقياس إشعاعه الثقافي، والكشف عن تناقضاته الخفية التي اعتاد عليها أهله فلم يعودوا يرونها.

الاستفادة من شهادات السكان القدامى في البحث

هذه الفئة هي الذاكرة الحية للمكان، وما تحمله من شهادات لا يوجد في أي أرشيف أو وثيقة مكتوبة. التعامل معها يختلف جوهرياً عن التعامل مع بقية فئات العينة، لأنك لا تستجوب مستجيباً بل تستنطق تاريخاً.

أولاً: لماذا هذه الفئة استثنائية بحثياً؟

في الجغرافيا الثقافية يُميز بين نوعين من المعرفة المكانية:
المعرفة التزامنية — وهي معرفة المكان كما هو الآن، في لحظة واحدة، وتستطيع الحصول عليها من أي فئة من فئات عينتك.
المعرفة التعاقبية — وهي معرفة المكان عبر الزمن، كيف كان وكيف تحوّل وما الذي فُقد وما الذي بقي. وهذه لا يملكها إلا السكان القدامى الذين عاشوا مع الشارع عقوداً متتالية. هذا الفارق هو ما يجعل شهاداتهم لا يمكن تعويضها بأي مصدر آخر.

ثانياً: من هو "السكان القديم" في سياق بحثك؟

لا يكفي أن يكون الشخص مسناً، بل ينبغي أن تتوفر فيه شروط محددة:
شرط المدة — ارتبط بالشارع خمسة عشر عاماً على الأقل، وكلما زادت المدة كانت الشهادة أثمن.
شرط الاستمرارية — لم تنقطع علاقته بالشارع انقطاعاً طويلاً، بل رافقه في مراحلته المختلفة. من غادر بغداد عشر سنوات ثم عاد شاهد نسختين لكنه فقد المرحلة الوسطى.
شرط التنوع الزمني — يُفضّل من عاش مع الشارع في مرحلتين متباينتين على الأقل، كمن عرفه قبل 2003 وبعده، أو من عرفه في ذروته الثقافية وفي سنوات تراجعته.
شرط الارتباط الوظيفي أو العاطفي — ليس كل من مرّ بالشارع طويلاً يحمل شهادة ذات قيمة، بل من كان له دور فيه أو ارتباط حقيقي به سواء كان بائعاً أو مثقفاً أو مجرد مرتاد أسبوعي منتظم.

ثالثاً: الاستفادة البحثية المحددة من شهاداتهم

الاستفادة الأولى — بناء الخط الزمني للمكان

السكان القديم يستطيع أن يُعيد لك رسم خريطة زمنية للشارع: أين كان محل فلان، وكيف كانت تبدو البسطات في السبعينيات، وأي الأزقة كانت مكتظة وأيها هادئة. هذا الخط الزمني الشفهي يُكمّل ما تعجز عنه الخرائط والصور.

الاستفادة الثانية — قياس التحولات الثقافية بدقة

حين يقول ساكن قديم "كان الشارع مكاناً للنقاش الفكري الحقيقي، أما الآن فصار سوقاً للكتب فقط"، فهو يُخبرك بتحوّل نوعي عميق في وظيفة المكان الثقافية. هذا النوع من البيانات لا تستطيع أي أداة كمية رصده.

الاستفادة الثالثة — فهم طبقات الهوية المكانية

المكان لا يحمل هوية واحدة بل طبقات متراكمة من الهويات المتعاقبة. السكان القديم هو من يستطيع كشف هذه الطبقات: "هذا المكان كان مقهى سياسياً في الستينيات، ثم صار منتدى أدبياً في السبعينيات، ثم خمد في الثمانينيات زمن الحرب، ثم عاد بصورة مختلفة بعد 2003". هذا التحليل الطبقي هو جوهر الجغرافيا الثقافية التاريخية.

الاستفادة الرابعة — استعادة الأشخاص المؤسسين للمكان

كل مكان ثقافي يرتبط بشخصيات محورية صنعت هويته. السكان القديم يتذكر من هم هؤلاء ويروي قصصهم: الكتبي الذي كان يُقرض الكتب لمن لا يملك ثمنها، والشاعر الذي كان يجلس كل جمعة في الزاوية ذاتها، والصحفي الذي حوّل المقهى إلى منبر. هذه الشخصيات هي **العمود الفقري الثقافي** للمكان وقد لا تجد لها ذكراً في أي وثيقة.

الاستفادة الخامسة — فهم أثر الأحداث الكبرى على المكان

تفجير شارع المتنبي عام 2007 حدث مفصلي في تاريخه. الساكن القديم الذي عاشه يُخبرك لا عن الحدث نفسه بل عن ما قبله وما بعده: كيف كانت أجواء الشارع قبل التفجير، وكيف تغيرت العلاقات الإنسانية فيه بعده، ومن رحل ومن بقي ومن عاد. هذه الرواية الحية لا تجدها في أي تقرير.

رابعاً: أدوات البحث المناسبة لهذه الفئة

الاستبيان الكمي وحده غير كافٍ مع هذه الفئة، بل قد يكون مُجحفاً في حقها. الأدوات الأنسب: **المقابلة المتعمقة غير الموجهة** — تبدأ بسؤال مفتوح واحد وتترك الساكن القديم يُحدّثك دون مقاطعة. السؤال الأمثل لبدء المقابلة:

"حدثني عن أول ذكرى تربطك بهذا الشارع"

من هذه الجملة الواحدة ستسحب رواية كاملة تحتاج فقط إلى الاستماع والتوجيه اللطيف.

التاريخ الشفهي — Oral History منهجية بحثية متكاملة تقوم على تسجيل الروايات الشخصية وتحليلها كمصدر تاريخي موثوق. تعتمد على التسجيل الصوتي أو المرئي مع الحصول على إذن مسبق. **جلسة الاستذكار الجماعي** — إذا أمكنك جمع اثنين أو ثلاثة من السكان القدامى معاً، فإن الذاكرة الجماعية تُنشّط ذاكرة كل فرد منهم. أحدهم يتذكر ما نسيه الآخر، وينتج عن ذلك رواية أغنى وأكثر تفصيلاً مما تنتجه المقابلات الفردية المنفصلة.

الاستبيان المختصر المرفق بالمقابلة — لضمان قابلية المقارنة مع بقية العينة، يمكن إعطاؤهم استبياناً مختصراً من عشرة أسئلة فقط ثم إجراء مقابلة موسّعة بعده. هكذا تحصل على بيانات كمية للمقارنة وبيانات نوعية للعمق.

خامساً: أسئلة مقترحة للمقابلة المعمقة

أسئلة استعادة الصورة:

"صِف لي الشارع كما كان حين عرفته أول مرة — الروائح والأصوات والناس"

"من كان يرتاد الشارع في تلك الفترة؟ وهل كان مختلفاً عما يرتاده اليوم؟"

أسئلة التحول:

"ما الحدث الذي شعرت بعده أن الشارع تغير بشكل حقيقي؟"

"ما الذي فُقد من هذا الشارع ولا يمكن استعادته برأيك؟"

أسئلة الهوية والانتماء:

"هل تشعر أن الشارع اليوم لا يزال يمثل ما كان يمثل في ذاكرتك؟"

"لو أردت أن تُعرّف شارع المتنبي لحفيديك بجملة واحدة، ماذا ستقول؟"

أسئلة الأشخاص والقصص:

"من هو الشخص الذي يرمز لهذا الشارع في ذاكرتك أكثر من أي شيء آخر؟"

"هل تتذكر حادثة بعينها جرت في هذا الشارع لا تنساها؟"

سادساً: تحديات التعامل مع هذه الفئة

تحدي الذاكرة الانتقائية — الذاكرة لا تُسجّل الواقع بحيادية بل تُلوّنه بالمشاعر. الساكن القديم يميل إلى تجميل الماضي وإسباغ هالة ذهبية على ما مضى وهو ما يُسمى في علم النفس بـ **"تحيز النوستالجيا"****. لا ترفض هذه الرواية بل اعترف بها كبيان جغرافي ثقافي قائم بذاته، يُخبرك أن المكان يحمل قيمة عاطفية تتجاوز وقائع الموضوعية.

تحدي التحقق — بعض الروايات لا يمكن التحقق منها بمصادر أخرى. الحل أن تُقاطع الروايات بين أكثر من ساكن قديم، فما تتطابق عليه الروايات المستقلة يكتسب موثوقية عالية.

تحدي الوصول — كبار السن أحياناً يترددون في المشاركة أو يجدون صعوبة في الجلوس لوقت طويل. الزيارة في بيئتهم المريحة كمنازلهم أو في مقهى مألوف لهم تُحسن التجارب كثيراً.

خلاصة

شهادات السكان القدامى في بحثك ليست مجرد بيانات إضافية، بل هي **الطبقة التأسيسية** التي تمنح كل بيانات الاستبيان الأخرى عمقها وسياقها التاريخي. الشارع الذي يصفه الزائر اليوم هو نتاج تحولات طويلة لا يستطيع أحد روايتها غير هؤلاء. بحثك بدونهم يصف لحظة، وبهم يصف تاريخاً.

أهمية الطلاب والباحثين كعينة في دراسة الجغرافيا الثقافية لشارع المتنبي
هذه الفئة تمثل الجسر بين المعرفة النظرية والتجربة الميدانية، وهي الفئة الوحيدة في عينتك التي تستطيع أن تُحلل المكان وتعيشه في الوقت ذاته.

أولاً: ما الذي يجعل هذه الفئة فريدة؟

في الجغرافيا الثقافية ثمة فرق جوهري بين مستخدم المكان ومفسر المكان. معظم فئات عينتك مستخدمون — يعيشون تجربة المكان ويُعبّرون عنها. أما الطالب والباحث فهو في موقع نادر: يعيش التجربة ويمتلك في الوقت ذاته أدوات نقدية لتفسيرها وتأطيرها. هذا الجمع بين الداخل والخارج هو ما يجعل إجاباتهم في الاستبيان أكثر ثراءً وتركيباً من إجابات غيرهم.

ثانياً: تصنيف الطلاب والباحثين في سياق الدراسة

الفئة	طبيعة ارتباطهم بالشارع	ما يضيفونه بحثياً
طلاب الأدب والعلوم الإنسانية	يقصدونه للمطالعة والبحث	ربط المكان بالمرجعية الأدبية والتاريخية
طلاب الفنون الجميلة والعمارة	يدرسون مشهده البصري وعمارته	قراءة المكان كنص بصري وجمالي
طلاب الإعلام والتوثيق	يوثقون الشارع ويتابعون فعالياته	دور الشارع في الذاكرة الرقمية والإعلامية
باحثو الدراسات العليا	يدرسون الشارع أو مواضيع مرتبطة به	معرفة منهجية تعمق التحليل
طلاب الجامعات القريبة	يرتادونه بشكل منتظم كفضاء مجاور	علاقة يومية وظيفية واجتماعية
الباحثون الأكاديميون الزائرون	يقصدونه لأغراض بحثية محددة	رؤية مقارنة بين الشارع ومواقع ثقافية أخرى

ثالثاً: الأدوار البحثية لهذه الفئة
الدور الأول — إنتاج المعرفة النقدية عن المكان

الطالب والباحث لا يصف المكان فحسب بل يُحلّله ويُقيّمه. حين تسأله عن طابع الشارع الثقافي لن يقول لك "جميل وفيه كتب كثيرة" بل سيقول "يحمل إرثاً رمزياً لكنه يعاني من تراجع وظيفته كفضاء للنقاش الفكري الحقيقي". هذا المستوى من التحليل يُغني بحثك بطبقة نوعية لا توفرها الفئات الأخرى.

الدور الثاني — قياس الوظيفة الأكاديمية للمكان

شارع المتنبي ليس مجرد سوق ثقافي بل هو فضاء تعليمي غير رسمي. الطلاب يُخبرونك عمّا يجدونه فيه مما لا يجدونه في الجامعة: كتب نادرة خارج المناهج، نقاشات حرة بلا قيود مؤسسية، تواصل مع مثقفين وأكاديميين في بيئة مفتوحة. هذه الوظيفة التعليمية غير الرسمية للمكان من أهم ما تكشفه هذه الفئة.

الدور الثالث — رصد تحولات الاهتمام الجيلي

الطلاب هم جيل المستقبل الثقافي لبغداد، وعلاقتهم بالشارع تُخبرك عمّا إذا كان الشارع يُجدّد نفسه ويستقطب الأجيال الجديدة أم يتحول تدريجياً إلى متحف حي يزوره الكبار دون أن يُلهم الشباب. إذا وجدت أن الطلاب يزورونه لشراء الكتب فحسب دون أن يشعروا بانتماء حقيقي له، فهذه إشارة تحذيرية لمستقبل الشارع الثقافي تستحق أن تكون من أبرز استنتاجات بحثك.

الدور الرابع — المقارنة بين الفضاء الرسمي وغير الرسمي

الطالب يعيش بين فضاءين: الجامعة بقيودها ومناهجها الرسمية، والشارع بحريته وعفويته. سؤاله عن الفرق بين الفضاءين يكشف دور المكان غير الرسمي في التكوين الثقافي والفكري، وهذا موضوع بحثي قائم بذاته في جغرافيا التعليم والثقافة.

الدور الخامس — توثيق الشارع رقمياً

جيل الطلاب الحالي هو أكثر الفئات توثيقاً للشارع عبر وسائل التواصل الاجتماعي. صورهم ومنشوراتهم وتعليقاتهم تُشكّل أرشيفاً رقمياً موازياً للأرشيف التقليدي. سؤالهم عن كيفية تمثيلهم للشارع رقمياً يفتح باباً بحثياً مهماً حول الهوية الرقمية للمكان وكيف يُعاد بناؤها في الفضاء الافتراضي.

رابعاً: ما الذي يُميّز إجاباتهم عن بقية العينة؟

الوعي المنهجي — الباحث وطالب الدراسات العليا يفهم ما تفعله وقد يُقدّم ملاحظات على أسئلتك نفسها. لا تتجاهل هذه الملاحظات بل وثّقها لأنها قد تكشف ثغرات في استبيانك أو تفتح أسئلة لم تفكر فيها. القدرة على التجريد — يستطيعون الانتقال من التجربة الشخصية إلى التعميم بسهولة أكبر من غيرهم. حين تسأل بائع الكتب عن التغيير في الشارع يروي لك قصة، وحين تسأل الباحث يُقدّم لك تحليلاً. كلاهما ثمين لكن لأسباب مختلفة.

الإشارة إلى المراجع — كثير منهم سيُحيلونك إلى كتب أو دراسات أو مقالات تناولت الشارع من قبل. هذه الإحالات قد تُثري إطارك النظري وتُعرفك على مصادر لم تكن تعلم بوجودها.

خامساً: أسئلة خاصة بهذه الفئة في الاستبيان

أسئلة الوظيفة الأكاديمية:

"هل تجد في شارع المتنبي ما لا تجده في مكتبة جامعتك؟ وما هو تحديداً؟"

"هل أثر ارتيادك للشارع في موضوع بحثك أو في توجهك الفكري؟ كيف؟"

أسئلة الفضاء والحرية:

"كيف تقارن بين مناخ النقاش الفكري في الشارع ومناخه داخل الجامعة؟"

"هل تشعر أن الشارع يمنحك حرية فكرية لا تجدها في السياق الأكاديمي الرسمي؟"

أسئلة الجيل والمستقبل:

"هل يرتاد زملاؤك الشارع بانتظام؟ وما سبب إقبالهم عليه أو عزوفهم عنه؟"

"هل ترى أن الشارع يُلهم الأجيال الشابة اليوم كما كان يُلهم الأجيال السابقة؟"

أسئلة التوثيق الرقمي:

"هل تُوثّق زيارتك للشارع عبر وسائل التواصل؟ وكيف تُقدّمه لمتابعيك؟"
"برأيك، هل الصورة التي يُقدّم بها الشارع على الإنترنت تعكس حقيقته؟"

سادساً: الطلاب والباحثون كمساعدين محتملين في البحث

هذه الفئة لها ميزة استثنائية لا تملكها أي فئة أخرى: إمكانية أن يتحوّل بعضهم من مستجيبين إلى مساعدين ميدانيين. طالب الدراسات العليا في الجغرافيا أو الأنثروبولوجيا الذي يرتاد الشارع بانتظام يستطيع مساعدتك في توزيع الاستبيانات على فئات يصعب الوصول إليها، أو في إجراء ملاحظات ميدانية إضافية. هذا التحوّل من مستجيب إلى باحث مشارك يُسمى في المنهجية النوعية "البحث التشاركي"، وهو أسلوب يُعطي الدراسة مصداقية ميدانية أعلى.

سابعاً: تحدّ خاص بهذه الفئة

تحدي التحيز الأكاديمي — الطالب والباحث قد يُحبيان بما يتوقعان أن "الإجابة الصحيحة" ينبغي أن تكون عليه وفق ما درساه، لا بما يشعران به فعلاً. فطالب الجغرافيا الثقافية قد يُؤكّد على "الهوية المكانية" و"الذاكرة الجمعية" لأنه يعرف أن هذا ما يبحث عنه الباحث، لا لأن هذا ما يعيشه حقاً. الحل هو الأسئلة التفصيلية المحددة التي لا تقبل الإجابة النظرية المجردة، كـ"متى آخر مرة جلست في الشارع؟ وماذا فعلت تحديداً؟ وكيف شعرت؟"

خلاصة

الطلاب والباحثون في بحثك يؤدون ثلاثة أدوار متزامنة لا تستطيع فئة أخرى الجمع بينها: هم مستخدمون للمكان فيعيشون تجربته، ومحللون له فيفسّرون ما يعيشونه، ومؤشر لمستقبله فعلاقتهم به تكشف إن كان الشارع يتجدد أم يتحجر. بحثك بدون هذه الفئة يفقد الطبقة النقدية التي تُحوّل الوصف إلى تحليل والتّحليل إلى استنتاج.

محور الهوية المكانية في الجغرافيا الثقافية

هذا المحور هو قلب الجغرافيا الثقافية وأكثر مفاهيمها عمقاً وتأثيراً، لأنه يتجاوز السؤال عن ما هو المكان إلى السؤال الأعمق: ماذا يعني هذا المكان للناس الذين يعيشون فيه أو يرتبطون به؟

أولاً: تعريف الهوية المكانية

الهوية المكانية مفهوم مركّب يقوم على فكرة أن الأماكن ليست مجرد إحداثيات جغرافية أو مبانٍ وشوارع، بل هي كيانات ذات معنى تتشكّل من خلال تفاعل الإنسان معها عبر الزمن.

يُعرّفها الجغرافي بي-فو تـوان بأنها مجموع الدلالات والمشاعر والذكريات والقيم التي يُسبغها الناس على مكان بعينه حتى يصبح جزءاً من هويتهم الشخصية والجماعية. بعبارة أبسط: المكان لا يحمل هوية فحسب بل يمنح هوية لمن ينتمي إليه.

في سياق شارع المتنبي هذا يعني أن الشارع ليس مجرد رصيف وكتب ومحلات، بل هو رمز ثقافي يحمل في طياته هوية بغداد الفكرية والأدبية عبر قرون.

ثانياً: المفاهيم الأساسية المكوّنة للهوية المكانية

المفهوم الأول — الطوبوفيليا Topophilia

صاغه بي-فو تون عام 1974، ويعني الحب العميق للمكان والارتباط الوجداني به. ليس مجرد تفضيل أو إعجاب بل رابط هوياتي يجعل المكان جزءاً من تعريف الفرد لنفسه.

في شارع المتنبي تظهر الطوبوفيليا حين يقول الكتبي القديم "هذا الشارع هو أنا"، أو حين يشعر المثقف البغدادي المغترب أن زيارة الشارع هي عودة إلى جزء من روحه لا إلى مجرد مكان.

المفهوم الثاني — الإحساس بالمكان Sense of Place

وهو الشعور الخاص الذي يمنحه المكان لمن يرتاده، ذلك الإحساس بأن هذا المكان يختلف عن كل الأماكن الأخرى وله روح خاصة لا تُوصف بسهولة. يتشكّل من مزيج العناصر الحسية — رائحة الكتب القديمة، ضجيج الباعة، ظل الأروقة — والعناصر الرمزية — تاريخ المكان، شخصياته، قصصه.

المفهوم الثالث — اللامكان Non-Place

صاغه الأنثروبولوجي مارك أوجيه، ويُشير إلى الأماكن التي لا تحمل هوية ولا تاريخاً ولا علاقات إنسانية حقيقية كالمطارات والمراكز التجارية الحديثة. قيمته البحثية تكمن في المقارنة: شارع المتنبي في النقيض التام من اللامكان، وهذا التناقض يُعمّق فهمنا لهويته الفريدة.

المفهوم الرابع — الجذور المكانية Rootedness

وهو درجة انتماء الفرد للمكان حتى يشعر أنه متجذّر فيه كالشجرة في التربة. من يشعر بالجذور المكانية في شارع المتنبي لا يستطيع تصوّر هويته الثقافية بمعزل عنه، وغيابه عنه يُشعره بنوع من الاقتلاع الوجودي.

ثالثاً: مستويات الهوية المكانية في شارع المتنبي

الهوية المكانية ليست طبقة واحدة بل نظام متداخل من المستويات:

المستوى الأول — الهوية التاريخية

شارع المتنبي يحمل هوية تمتد لقرون، مرتبطة بنسب المكان إلى أبي الطيب المتنبي شاعر العرب الأكبر. هذه التسمية ليست مجرد علامة دلالية بل هي إعلان هوية يُخبر كل من يمر بالشارع أنه يقف على أرض ذات ثقل أدبي وحضاري استثنائي.

المستوى الثاني — الهوية الوظيفية

الشارع عُرف تاريخياً كمركز لتجارة الكتب والمطبوعات، وهذه الوظيفة شكّلت هويته الظاهرة. لكن الهوية الوظيفية أعمق من مجرد البيع والشراء — إنها هوية المعرفة والفكر في مدينة كانت يوماً عاصمة للعالم الإسلامي.

المستوى الثالث — الهوية الاجتماعية

الشارع كان ويظل مساحة للتلاقي بين طبقات اجتماعية مختلفة نادراً ما تلتقي في أماكن أخرى. الأستاذ الجامعي والطالب والبائع المتجول والزائر من المحافظات يتشاركون الفضاء ذاته. هذا التنوع الاجتماعي جزء من هوية المكان لا مجرد خاصية عرضية فيه.

المستوى الرابع — الهوية الصادمة

أحداث 2007 التفجير المروّع لم تُدمّر الشارع بل أضافت إلى هويته طبقة الجرح والمقاومة. المكان الذي تعرّض للهدم ثم أعاد بناء نفسه يحمل هوية مضاعفة: هوية الأصل وهوية الصمود، وكلتاها تُشكّلان وعي أهله به.

المستوى الخامس — الهوية الرمزية الوطنية

تجاوز الشارع حدوده المحلية ليصبح رمزاً وطنياً للثقافة العراقية في وعي العراقيين داخل البلاد وخارجها. ذكره في الشعر والرواية والأغنية العراقية حوّله من شارع في بغداد إلى أيقونة ثقافية تمثل العراق كله في مخيلة أبنائه.

رابعاً: كيف تقيس الهوية المكانية في استبيانك؟

الهوية المكانية مفهوم نوعي لكن يمكن قياسه بأدوات كمية ونوعية مدمجة:

قياس الارتباط العاطفي — مقياس ليكرت:

"أشعر أن شارع المتنبي جزء من هويتي الثقافية ○ "بشدة ○ أوافق ○ محايد ○ لا أوافق ○ لا أوافق بشدة

"غياب هذا الشارع سيُشعرني بفقدان شيء من نفسي ○ "بشدة ○ أوافق ○ محايد ○ لا أوافق ○ لا أوافق بشدة

قياس الهوية الجمعية — أسئلة مفتوحة:

"بجملة واحدة، ماذا يعني شارع المتنبي لبغداد؟"

"ما الكلمة أو الصورة الأولى التي تتبادر إلى ذهنك حين تسمع اسم الشارع؟"

قياس التجذر المكاني:

"هل تشعر أنك ستفقد شيئاً من انتمائك الثقافي لو أُغلق هذا الشارع؟"

"هل تُعرّف نفسك أحياناً بارتباطك بهذا الشارع أمام الآخرين؟"

قياس الهوية عبر الزمن — للسكان القدامى:

"هل هوية الشارع اليوم هي نفسها التي عرفتها قبل عشرين عاماً؟ وما الذي تغيّر؟"

خامساً: العلاقة بين الهوية المكانية والهوية الشخصية

هذه العلاقة هي أعمق ما تكشفه الجغرافيا الثقافية في هذا المحور. حين يقول شاعر بغدادي "أنا ابن شارع المتنبي"، فهو لا يصف موقعاً جغرافياً بل يُعلن انتماءً هوياتياً يُعرّفه أمام الآخرين ويمنحه موقعاً في الخريطة الثقافية لمدينته.

هذا الاندماج بين هوية الفرد وهوية المكان يعني أن أي تهديد للمكان — هدم أو إهمال أو تغيير وظيفي — يُشعر المنتمين إليه بتهديد لهويتهم هم. وهذا يُفسّر لماذا يُدافع الناس عن أماكنهم المحبوبة بحرارة تفوق ما يُدافعون به عن مصالح مادية أخرى.

سادساً: الهوية المكانية في مواجهة التغيير

من أخصب ما يمكن بحثه في هذا المحور هو كيف تتكيف الهوية المكانية مع التغيير. ثمة ثلاثة سيناريوهات:

سيناريو الاستمرارية — المكان يتغيّر شكلاً لكن هويته الجوهرية تبقى. الشارع بعد إعادة الإعمار لا يزال يُشعر رواده بالروح ذاتها رغم تجديد واجهاته.

سيناريو التحول — الهوية تتغيّر تدريجياً حتى يشعر القدامى أنهم يزورون مكاناً مختلفاً يحمل الاسم القديم. "الشارع لم يعد هو" عبارة تُختصر فيها هذه الظاهرة.

سيناريو المقاومة — أبناء المكان يرفضون التغيير ويحاولون صون الهوية القديمة بوعي وإرادة، كمن يُصرّ على الجلوس في المقهى القديم ذاته ورفض البدائل الحديثة.

معرفة أي السيناريوهات يسود في شارع المتنبي اليوم من خلال استبيانك هي إسهام بحثي حقيقي يُضيف إلى فهمنا لمستقبل هذا الفضاء الثقافي.

خلاصة

محور الهوية المكانية في بحثك ليس مجرد سؤال عن مشاعر الناس تجاه شارع، بل هو سؤال عن كيف يُعرّف الإنسان نفسه من خلال المكان الذي يحبه. شارع المتنبي في هذا السياق ليس موضوع الدراسة فحسب بل هو مرآة تعكس هوية بغداد الثقافية بكل تعقيداتها وتناقضاتها وجمالها وجراحها.

محور الاستخدام الثقافي للمكان في الجغرافيا الثقافية

إذا كان محور الهوية المكانية يجيب عن سؤال "ماذا يعني المكان؟"، فإن محور الاستخدام الثقافي يجيب عن سؤال مختلف تماماً وهو "ماذا يفعل الناس بالمكان؟" — وهذا الفارق الجوهرى هو ما يجعل هذا المحور مستقلاً وضرورياً في بنية بحثك.

أولاً: تعريف الاستخدام الثقافي للمكان

الاستخدام الثقافي للمكان هو مجموع الممارسات والسلوكيات والطقوس التي يُمارسها الناس في فضاء بعينه، والتي تمنح هذا الفضاء معناه الثقافي الحي. فالمكان لا يكتسب هويته من عمارته أو تاريخه فحسب، بل من ما يجري فيه يومياً من أفعال بشرية متكررة تتراكم عبر الزمن حتى تُصبح طقوساً راسخة. الجغرافي هنري لوفيفر في كتابه الشهير "إنتاج الفضاء" يُقدّم الفكرة الأساسية لهذا المحور: الفضاء ليس وعاءً فارغاً تجري فيه الحياة، بل هو نتاج اجتماعي تُنتجه الممارسات البشرية وتُعيد إنتاجه باستمرار. بمعنى آخر: شارع المتنبي لا يوجد بمعزل عن الناس الذين يستخدمونه، بل هو ما هو عليه بسبب ما يفعله هؤلاء الناس فيه.

ثانياً: مستويات الاستخدام الثقافي

لوفيفر نفسه يُميّز بين ثلاثة مستويات في إنتاج الفضاء، وهي مفيدة جداً لتأطير هذا المحور في بحثك:

المستوى الأول — الفضاء المُدرَك Perceived Space

وهو الاستخدام الفعلي الملموس الذي يمكن ملاحظته وقياسه: من يأتي إلى الشارع؟ متى؟ وماذا يفعل تحديداً؟ هذا المستوى هو الجانب الكمي للاستخدام ويُرصد بالملاحظة الميدانية والاستبيان.

المستوى الثاني — الفضاء المُتصوّر Conceived Space

وهو كيف يُخطّط أصحاب القرار والمثقفون والمؤسسات لاستخدام المكان، أي الصورة الرسمية أو النخبوية لما "ينبغي" أن يكون عليه الشارع. هل هو سوق للكتب؟ منتدى ثقافي؟ موقع سياحي؟ التوتر بين هذا المستوى والمستوى الأول ينتج أسئلة بحثية ثرية.

المستوى الثالث — الفضاء المُعاش Lived Space

وهو الأعمق والأصعب قياساً: كيف يُعيش الناس المكان بما يتجاوز الاستخدام الظاهر؟ ما الطقوس غير المُعلنة؟ ما القواعد غير المكتوبة؟ ما المعاني الضمنية التي يفهمها أبناء المكان دون أن ينطقوا بها؟ هذا المستوى لا تصل إليه إلا بالمقابلة المعمقة والملاحظة بالمشاركة.

ثالثاً: أنماط الاستخدام الثقافي في شارع المتنبي

النمط الأول — الاستخدام الاستهلاكي الثقافي

وهو الأكثر وضوحاً: شراء الكتب والمجلات والمطبوعات والتحف. لكن حتى هذا الاستخدام الظاهر البسيط يحمل أبعاداً ثقافية عميقة. الكتاب الذي يشتريه الزائر ليس سلعة عادية بل فعل هوية: اختيار ماذا تقرأ هو اختيار من تكون. والبائع الذي يُوصي الزبون بكتاب بعينه يُمارس دوراً ثقافياً يتجاوز البيع إلى الإرشاد الفكري.

النمط الثاني — الاستخدام التفاعلي الاجتماعي

الشارع فضاء للتلاقي والحوار والنقاش. الجلوس في مقهى الشابندر ليس مجرد شرب قهوة بل طقس ثقافي متوارث. النقاشات السياسية والأدبية والفلسفية التي تدور في أروقة الشارع هي جزء أصيل من استخدامه الثقافي، وكثيراً ما تكون أهم مما يُباع ويُشتري فيه.

النمط الثالث — الاستخدام الإبداعي والإنتاجي

الرسام الذي ينصب لوحته في الشارع، والخطاط الذي يُمارس فنه أمام الزوار، والشاعر الذي يقرأ قصيدته في أمسية الجمعة — هؤلاء لا يستهلكون الفضاء بل يُنتجونهُ ثقافياً. هذا الاستخدام الإنتاجي هو ما يُحوّل الشارع من سوق إلى منصة إبداعية.

النمط الرابع — الاستخدام الاحتفالي والطقوسي

يوم الجمعة في شارع المتنبي ليس يوماً عادياً بل هو يوم الذروة الثقافية بامتياز. هذا التوقيت المتكرر أسبوعياً حوّل الزيارة الجمعة إلى طقس ثقافي جمعي له رمزيته الخاصة. من يأتي الجمعة يعرف أنه يُشارك في فعل جماعي أكبر من زيارته الفردية.

النمط الخامس — الاستخدام التوثيقي والتذكاري

زيارة الشارع للتصوير وتوثيق جلساته ونشر صورهِ على وسائل التواصل الاجتماعي هو نمط استخدام جديد نسبياً لكنه بات جزءاً راسخاً من المشهد. هذا الاستخدام يمتد تأثيره خارج حدود المكان الجغرافي إلى فضاء رقمي مواز يُعيد إنتاج صورة الشارع ويُوسّع دائرة ارتباطه الثقافي.

النمط السادس — الاستخدام المقاوم

في أوقات الأزمات والقمع والحروب، استمر الشارع كفضاء للتعبير الحر والحضور الثقافي الصامد. هذا الاستخدام المقاوم للمكان — أي استخدامه فعل تحدٍ وإصرار على الحياة الثقافية — هو من أعمق ما يُميّزه ويمنحه معنىً استثنائياً في وعي البغداديين.

رابعاً: الطقوس غير المكتوبة — الكنز المخفي في هذا المحور

من أثنى ما يكشفه بحث الاستخدام الثقافي هو الطقوس الضمنية التي يمارسها أبناء المكان دون وعي منهم، والتي تُشكّل عمود هويته غير المرئي:

طقس المساومة — التفاوض على سعر الكتاب في شارع المتنبي ليس فعلاً اقتصادياً فحسب بل هو تفاعل اجتماعي له قواعده غير المكتوبة. البائع الذي يرفض المساومة يُخلّ بتوقع ثقافي راسخ، والزبون الذي يدفع السعر الأول دون تفاوض يُشعر البائع بغربة.

طقس الجلوس والتصفح — من المقبول ثقافياً في الشارع أن تجلس وتتصفح كتاباً ساعة دون أن تشتريه، وهذا السلوك غير مقبول في سياقات تجارية أخرى. هذا يعني أن الشارع يُعرّف نفسه ضمناً كفضاء معرفي لا مجرد سوق.

طقس التوصية — الكتبي الذي يعرف زبائنه ويوصيهم بكتاب يناسب اهتمامهم يُمارس دوراً وساطياً ثقافياً نادراً ما تجده في المكتبات الحديثة. هذا الدور يجعله أقرب إلى الناصح الثقافي منه إلى البائع.

طقس اللقاء العابر — من يرتاد الشارع بانتظام يُدرك أن لقاء صديق أو معرفة فيه هو أمر متوقع ومرغوب، وهذا التوقع يجعل الزيارة تحمل بُعداً اجتماعياً حتى حين يكون الهدف المُعلن شراء كتاب.

خامساً: التوتر بين الاستخدامات المتنافسة

من أغنى ما تكشفه دراسة الاستخدام الثقافي هو التوترات بين أنماط الاستخدام المتنافسة على الفضاء ذاته: التوتر بين الثقافي والتجاري — حين يتحوّل الشارع من منتدى فكري إلى سوق كتب، يشعر بعض رواده أن الاستخدام التجاري يُهيمن على حساب الاستخدام الثقافي العميق. هذا التوتر يُعبّر عنه القدامى بعبارة من قبيل "الشارع صار بضاعة لا ثقافة".

التوتر بين العام والخاص — الشارع فضاء عام لكن بعض مستخدميهِ يؤثرون زوايا بعينها يشعرون بملكية رمزية لها. الشاعر الذي يجلس في الزاوية ذاتها كل جمعة منذ عشرين عاماً يعتبرها "مكانه"، وحضور غريب فيها يُشعره بتعدّي غير مُعلن.

التوتر بين التقليدي والرقمي — الجيل الجديد يستخدم الشارع استخداماً توثيقياً رقمياً يختلف عن الاستخدام التأملّي الهادئ الذي اعتاده الجيل القديم. هذا التوتر يُعبّر عنه البعض بالقول "الناس صاروا يصوّرون الشارع بدل أن يعيشوه."

سادساً: كيف تقيس الاستخدام الثقافي في استبيانك؟

قياس الأنماط الكمية:

"ما الأنشطة التي تُمارسها عادةً في الشارع؟ (اختر كل ما ينطبق) □ شراء الكتب والمطبوعات □ التصفّح والاطلاع دون شراء □ الجلوس في المقهى والحوار □ حضور فعاليات ثقافية □ لقاء أصدقاء ومعارف □ التصوير والتوثيق □ مجرد التجوّل والاستمتاع بالأجواء

قياس عمق الاستخدام:

"كم ساعة تمضي في الشارع في الزيارة الواحدة عادةً؟ ○ "أقل من ساعة ○ ساعة إلى ساعتين ○ أكثر من ساعتين

"هل تغيّر نمط استخدامك للشارع عبر السنين؟ وكيف؟"

قياس الطقوس الضمنية:

"هل لديك عادة أو طقس خاص ترتبط بزيارتك للشارع؟ كالجلوس في مكان بعينه أو البدء بمحل محدد؟"
"هل تشعر بأن ثمة قواعد غير مكتوبة في الشارع يعرفها رواده دون أن تُكتب؟ ما هي؟"

قياس التوترات:

"هل تشعر أن الاستخدام التجاري للشارع يطغى اليوم على طابعه الثقافي؟"
"ما الاستخدام الذي تتمنى أن يتوسّع في الشارع وما الذي تتمنى أن يتراجع؟"

سابعاً: الاستخدام الثقافي والزمن — متى يُستخدم المكان؟

البُعد الزمني للاستخدام لا يقل أهمية عن البُعد المكاني، وهو ما يُسميه الجغرافيون **الجغرافيا الزمنية**: يوم الجمعة — ذروة الاستخدام الثقافي الجمعي حين يتحوّل الشارع إلى احتفال أسبوعي بالكتاب والفكر. الصباح الباكر — وقت الكتبيين القدامى وروّاد الشارع المخضرمين الذين يُفضّلون هدوءه قبل أن يكتظ. المساء — وقت الشباب والمتقنين الذين يُفضّلون أجواء النقاش في برودة الهواء. معرض بغداد الدولي للكتاب — موسم استثنائي يتضاعف فيه الاستخدام ويتنوع ليشمل فئات لا تزور الشارع في الأوقات العادية. معرفة متى يُستخدم المكان تُخبرك بمن يملكه رمزياً في كل وقت، وهذه معلومة جغرافية ثقافية دقيقة وثنينة.

خلاصة

محور الاستخدام الثقافي في بحثك هو **المحور الحيّ والمتحرك** الذي يُظهر الشارع لا كموضوع ساكن بل كفضاء تُنتجه الممارسات البشرية يومياً وتُعيد تشكيله باستمرار. ما يجري في شارع المتنبي من أفعال وطقوس وتفاعلات هو بحد ذاته **نصّ ثقافي** يمكن قراءته وتحليله كما نقرأ الشعر والرواية — والجغرافيا الثقافية هي الأداة التي تمنحك مفاتيح هذه القراءة.