The page features a decorative design with several overlapping blue circles of varying sizes and shades, and thin blue lines that intersect to form a triangular shape on the right side. The circles are positioned in the upper right and lower right areas, while the lines are on the left and right sides.

مقدمه‌ای بر همبستگی ملی با تاکید بر مؤلفه‌های فرهنگ و گردشگری

ابتهاال زندی

Ebtehal_zandi@yahoo.com

نا گفته پیداست که پدیده هایی نظیر گردشگری داخلی نقش بسیار زیادی در ایجاد این وضعیت و تقویت ویژگی های مشترک بین افراد یک جامعه دارد و در واقع فرآیند همگن سازی به کمک این پدیده ها محقق می گردد. در اینجا منظور از همگن سازی، همانند گردی^۳ نیست، بلکه تقویت نقاط مشترک وحدت بخش و ایجاد تفاهم، علقه و رفع حساسیت در تفاوت هاست تا به تفاهم بین دارندگان فرهنگ های مختلف و در نهایت انسجام ملی منجر شود.

مقدمه‌ای بر همبستگی ملی با تاکید بر مؤلفه‌های فرهنگ و گردشگری

ابتهاال زندگی^۱

ارتباط بین فرهنگی و انتقال پیام در بین فرهنگ‌ها، تاثیر بسزایی بر توانایی شناختی و رفتاری فرد دارد و موجب تسهیل تعاملات بین فرهنگی آتی می‌شود. این رویارویی‌ها اضطراب کمتری تولید می‌کند، نیاز به تطابق کمتری دارد و دستیابی به تطابق با آن‌ها آسان‌تر است و در نهایت، فرآیند ارتباطات بین فرهنگی به تعاملات گسترده‌تر با حساسیت کمتر منجر می‌شود. بنابراین، بر اثر این تعاملات، سلیقه‌ها، خواست‌ها، مطالبات و انتظارات تمام افراد در فرهنگ‌های مختلف به یکدیگر نزدیک شده و روابط خرده فرهنگ‌ها و فرهنگ‌های عام با هم تقویت می‌شود. ناگفته پیداست که پدیده‌هایی نظیر گردشگری داخلی نقش بسیار زیادی در ایجاد این وضعیت و تقویت ویژگی‌های مشترک بین افراد یک جامعه دارد و در واقع فرآیند همگن‌سازی^۲ به کمک این پدیده‌ها محقق می‌گردد. در اینجا منظور از همگن‌سازی، همانند گردی^۳ نیست، بلکه تقویت نقاط مشترک وحدت بخش و ایجاد تفاهم، علقه و رفع حساسیت در تفاوت‌هاست تا به تفاهم بین دارندگان فرهنگ‌های مختلف و در نهایت انسجام ملی منجر شود. بنابراین، فرهنگ‌ها می‌توانند از گفت و گو به عنوان نماد استفاده نمایند. گفت و گوی بین فرهنگی، ساز و کار جدی و موثر برای آگاهی یافتن از تنوع فرهنگی، انتقال و تبادل مفاهیم و نزدیک شدن خرده فرهنگ‌ها به یکدیگر است. از طریق گفت و گوی بین خرده فرهنگ‌ها، شهروندان در می‌یابند که تنوع فرهنگی یک حقیقت اجتناب‌ناپذیر است و آگاهی از این تنوع، آن‌ها را از سردرگمی، سوءتفاهم‌ها و پیامدهای احتمالی آن، نظیر خشم و ناامیدی، رهایی می‌بخشد.

انسان از طریق گفت و گو، البته در صورت تمهید امکانات و ملزومات آن، با فرهنگ اقوام مختلف آشنا می‌شود، آگاهی‌های خود را در این زمینه افزایش می‌دهد و در نهایت، ضمن همدلی، دشواری پذیرش نگرش‌ها و باورهای دیگران را بر خود هموار می‌سازد. پدیده گردشگری به مثابه یک کنش اجتماعی است که یک سوی آن گردشگر به عنوان میهمان، و سوی دیگر آن جامعه محلی یا میزبان قرار دارد. هرکدام از این دو دارای فرهنگ، آداب، رسوم و تعلقات متفاوتی هستند که فصل مشترک آن میراث فرهنگی، وابستگی متقابل و سرنوشت مشترک است. شاید بتوان میراث فرهنگی مشترک، گسترده و فراگیر را در بین شهروندان یک کشور از مهمترین اجزای هویت ملی دانست که سبب افزایش ضریب همبستگی ملی می‌شود. در تعریفی گسترده، میراث فرهنگی کلیه ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را در بر می‌گیرد که به نحوی خودآگاه، یا ناخودآگاه ما را تحت تاثیر قرار می‌دهد و نشانه‌های تاریخ یک فرهنگ و یک ملت به شمار می‌رود. در این مفهوم، میراث فرهنگی یک ملت، کلیت زنده و پویای خلاقیت انسانی است. این تعریف از حیث نظری درست اما بسیار عام و غیر تحلیلی به نظر می‌رسد؛ باید گفت میراث فرهنگی هر ملت که در هویت ملی آن موثر است، شامل مجموعه مناسک عام، شیوه‌های معماری، سنت‌ها، اعیاد، اسطوره‌ها، عرف‌ها و فرهنگ مردم و زبان است (ارسیا و مقصودی، ۱۳۸۸).

به طور کلی موضوعات فرهنگ مردم در سه مقوله مشخص محدود می‌شوند که عبارتند از باورها، عرف و عادات مربوط به زمین و آسمان و دنیای جانداران، آداب و رسوم مربوط به نهادهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مانند اوقات فراغت، مشاغل، بازی‌ها، داستان‌ها، ترانه‌ها و ضرب‌المثل‌های هر ملت. هر قدر این مناسک فراگیرتر و شایع‌تر و حاوی کارکردهای هم‌گرایانه در بین شهروندان باشد، همبستگی فرهنگی که بعدی از همبستگی ملی است بیشتر تقویت خواهد شد (حاجیان، ۱۳۷۹).

^۱ کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش بازاریابی - دانشگاه علامه طباطبایی

^۲ Homogenization

^۳ Assimilation

عنصر میراث فرهنگی در زبان فارسی متجلی شده است؛ لذا زبان فارسی یکی از عناصر مهم هویت ملی به حساب می آید. از آنجایی که اسطوره ها، تاریخ و فرهنگ ایران و به طور کلی تمام میراث مکتوب آن در این زبان تجلی پیدا کرده است و این زبان در میان تمامی اقوام ایرانی وجود دارد، طبیعی است که گسترش گردشگری (ایرانگردی) نقش بسزایی در گسترش و تقویت زبان فارسی خواهد داشت (احمدی، ۱۳۸۶) و تقویت کننده ضریب همبستگی ملی در ایران است. در همین راستا از دهه ۱۹۸۰ به بعد، نوعی از گردشگری تحت عنوان «گردشگری فرهنگی» اهمیتی دو چندان پیدا کرده است. آنچه مسلم است فولکلور یا فرهنگ قومی در چنین نوع از گردشگری جایگاهی ویژه دارد. همان گونه که از عنوان «گردشگری فرهنگی» برمی آید. فرهنگ در جامع ترین تعریف آن که فرهنگ مادی و معنوی یا غیر مادی را در بر می گیرد، بنیاد برنامه ریزی گردشگری تلقی می شود؛ بدین معنا که از یک سو برای جذب گردشگران فرهنگی اهتمامی ویژه مبذول می گردد و از سوی دیگر فرهنگ مادی و غیر مادی جامعه بر پایه نگاهی مقایسه ای - تاریخی، محور بنیادین گردشگری تلقی می گردد. به دیگر سخن، سه سطح کلان، میانه و خرد در بحث گردشگری حول فرهنگ به هم پیوند می خورند (کروبی، ۱۳۸۷).

در منابع مختلف موجود از حداقل ده نوع گردشگر یاد کرده اند که عبارت اند از:

- ۱- گردشگر به عنوان باستان شناس علاقمند به فضاهای تاریخی گردشگری
- ۲- گردشگر به عنوان انسان شناس علاقمند به فرهنگ، خصایص فرهنگی، فرهنگ قومی و از جمله فولکلور
- ۳- گردشگر به عنوان ماجراجو و علاقمند به تجربه های جدید
- ۴- گردشگر به عنوان گریزنده از شرایط موجود خود و علاقمند به فضاهای استراحتی و اوقات فراغت
- ۵- گردشگر به عنوان عضوی از طبقه مرفه علاقمند به استانداردهای بالای خدمات اقامتی
- ۶- گردشگر به عنوان جستجوگر علاقمند به کشف فضاهای تازه و سرزمین های ناآشنا و آداب و رسوم متفاوت
- ۷- گردشگر به عنوان شکمباره علاقمند به غذاهای متنوع سایر ملل
- ۸- گردشگر به عنوان محقق علاقمند به بررسی فرهنگ ها و آداب و رسوم
- ۹- گردشگر به عنوان انتقال دهنده فرهنگ، علاقمند به تاثیر بر فرهنگ بومی
- ۱۰- گردشگر به عنوان خوشگذران و علاقمند به انجام اعمال خلاف و... (پیروز، ۱۳۷۰).

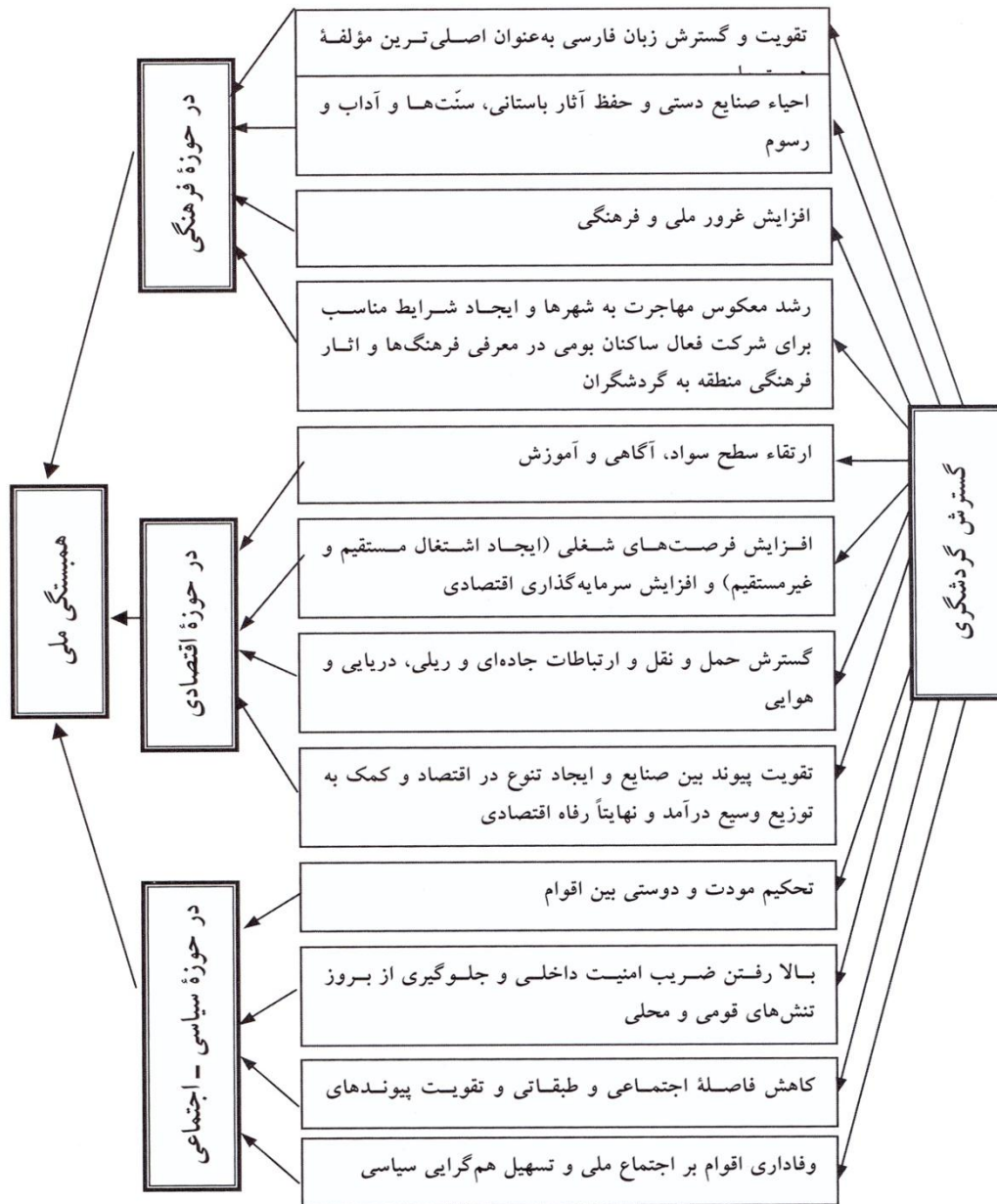
نگاهی گذرا به ده نوع گردشگر به خوبی مشخص می سازد که موارد ۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ مستقیماً به فرهنگ قومی، آداب و رسوم محلی، ارزش های فرهنگی مربوط اند که در تعریف عام سرمایه فرهنگی، عناصر چنین سرمایه ای محسوب می شوند. توجه باید کرد که از ده نوع جهانگرد، ۵ نوع آن یعنی درست نیمی از اجتماع گردشگران، به فرهنگ قومی علاقمند و خواستار آشنایی با آن می باشند (کروبی، ۱۳۸۷). مردم مناطق و ساکنان محلی به دو گونه از منافع فرهنگی توسعه گردشگری بهره مند می شود: اول اینکه گردشگری، فرهنگ جامعه میزبان را به سایر جوامع و فرهنگ ها معرفی می کند. این اثر مانند تبلیغات برای گوهری است که هر جامعه آن را چون صدف در درون خود محفوظ می دارد و هرچه این گوهر اصیل تر و غنی تر باشد، معرفی آن به دیگران عزت و احترام بیشتری برای صاحبانش به همراه خواهد داشت؛ دوم اینکه صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می کند تا فرهنگ خود را مستقیماً و بدون واسطه و به شکل واقعی به علاقمندان عرضه کنند (ریچارد، ۲۰۰۰). این عمل، به ویژه باعث تقویت غرور و همبستگی جامعه میزبان و افزایش آستانه تحمل آنان در برابر فرهنگ های دیگر می شود (ارسیا و مقصودی، ۱۳۸۸).

^۴ Richards

با توجه به اینکه ایران کشوری چند قومی و چند فرهنگی است در نتیجه:

- ۱- سفره متنوع قومی و فرهنگی، ایران را از نظر الگوها و تنوع غذایی در رتبه بالایی قرار می دهد
- ۲- موسیقی اقوام متنوع، ایران را از نظر فولکلور بسیار غنی ساخته است
- ۳- دست ساخته های اقوام مختلف به فرهنگ مادی ایران غنایی چشم گیر بخشیده است.
- ۴- فرهنگ شفاهی اقوام، ایران را از این نظر در بین چند کشور مهم جهان قرار می دهد.
- ۵- داستان های روایتی اقوام، قابلیت بیان تصویری فوق العاده قوی دارند. فقط کافی است توجه شود که چینی ها، برزیلی ها و هندیان چگونه از چنین قدرتی بهره می گیرند
- ۶- هنرهای نمایشی قوی در ایران قادر به تبدیل شدن به انواع برنامه های جلب گردشگری است (کروبی، ۱۳۸۷).

بنابراین از طریق گردشگری داخلی و گفت و گوی فرهنگ های اقوام مختلف کشور می توان عوامل تضعیف همبستگی ملی را تا حدود بسیار زیادی کم رنگ و یا از بین برد و عوامل تقویت و زمینه ساز همبستگی ملی را بیش از پیش برجسته نمود. در واقع توسعه گردشگری از طریق تاثیر در حوزه های مختلف اقتصادی، سیاسی- اجتماعی و فرهنگی منجر به تقویت همبستگی ملی می گردد به طوری که توسعه گردشگری در یک منطقه خود منجر به آشنایی هر چه بیشتر ساکنان منطقه با فرهنگ خویش می گردد و از این طریق غرور ملی و فرهنگی آنان افزایش می یابد و در نتیجه مودت و دوستی بین اقوام تحکیم و وفاداری آنان به اجتماع ملی افزایش خواهد یافت و از آنجایی که توسعه گردشگری خود موجب اثرات اقتصادی مثبت در منطقه می گردد لذا ساکنان منطقه به ارزش صنایع دستی و آثار باستانی، آداب، رسوم و سنین خود بیش از پیش پی برده و سعی در حفظ و احیا آن خواهند نمود، این امر موجب بهبود وضعیت ساکنین خواهد شد و رشد معکوس مهاجرت به شهرها و ایجاد شرایط مناسب به منظور مشارکت فعال در معرفی فرهنگ ها و آثار فرهنگی منطقه به گردشگران را در پی خواهد داشت. به علاوه در نتیجه بهبود شرایط ساکنین به ویژه شرایط اقتصادی زیرساخت های منطقه به ویژه زیر ساخت های گردشگری از جمله حمل و نقل، ارتباطات، راه های جاده ای، ریلی، دریایی، هوایی و... بهبود خواهد یافت. شکل زیر تاثیر گردشگری بر همبستگی ملی را به طور خلاصه نشان می دهد:



شکل ۱: تاثیر گردشگری بر همبستگی ملی (ارسیا و مقصودی، ۱۳۸۸).

منابع:

- احمدی، حمید «هویت و قومیت در ایران» مجموعه مقالات هویت در ایران به اهتمام علی اکبر علیخانی، پژوهشگاه علوم انسانی و جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۶ صص ۱۶۵-۱۸۷.
- پیروز، پوریا «مقدمه ای بر برنامه ریزی جهانگردی» ماهنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره های ۴۵ و ۴۶، ۱۳۷۰.
- حاجیانی، ابراهیم «تحلیل جامعه شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه» فصلنامه مطالعات سیاسی، سال دوم، شماره ۱۳۷۹، ۵، صص ۱۹۱-۲۱۲.
- کروی، مهدی «فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری» فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۸، ۱۳۸۷.
- مقصودی، مجتبی و ارسیا، بابک «جایگاه گردشگری در تعمیق همبستگی ملی در ایران» فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۳۷، سال دهم، ۱۳۸۸.
- Richards ,G (۲۰۰۰)" *tourism and the world of culture and heritage*" *Tourism Recreation research* ,Vol ۲۵,No ۹,pp ۱۹۱-۲۱۸.