

گردشگری فرهنگ،

با تکیه بر تفاوت مفهومی «فرهنگ» و «فرهنگی»

سیدامیر منصوری*

دانشکده هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، پژوهشکده نظریه، تهران، ایران.

تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۳۹۹/۰۵/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۰۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۲/۰۱

چکیده | گردشگری که از جابه‌جایی در جغرافیا حاصل شده، مولد نظامی از معنا و معرفت است که در بستر فرهنگ رخ می‌دهد و بخشی از آن است. فرهنگ به‌عنوان یک مفهوم کلیدی در گردشگری، هم به آن رونق و معنا می‌دهد و هم از آن امکان فهمیده‌شدن می‌گیرد. زاویه نگاه و نوع پرسش از فرهنگ، مفهوم «گردشگری فرهنگ» و «گردشگری فرهنگی» را متمایز می‌کند. مفاهیمی که گاه به جای یکدیگر به‌کار می‌روند. انتخاب عنوان گردشگری فرهنگ به جای گردشگری فرهنگی ناظر بر این تفاوت بوده است. زمانی که چستی محصول فرهنگی با سؤال «چگونه چنین است؟» مد نظر باشد، گردشگری فرهنگی مورد اشاره قرار می‌گیرد، در حالی که وقتی پرسش از چرایی به‌وجود آمدن یا هستی‌شناسی فرهنگ است، گردشگری فرهنگ مد نظر است. این مقاله با تفکیک دو مفهوم فرهنگ و فرهنگی، به تأثیر آن در برنامه‌ها و اقدامات گردشگری فرهنگ می‌پردازد تا آن را به‌عنوان عرصه مغفول‌مانده مورد توجه قرار دهد.

واژگان کلیدی | گردشگری فرهنگ، گردشگری فرهنگی، نظام معرفت، محصول فرهنگی.

فرهنگ و محصول فرهنگی

فرهنگ و فرهنگی چه تفاوتی دارند؟ تفاوت «گردشگری فرهنگ» و «گردشگری فرهنگی» در چیست؟ «ی» در واژه فرهنگی «ی» نسبت است که بنابر آن «فرهنگی» موجودی مستقل است که به فرهنگ منسوب شده است. در نتیجه باید فرهنگ به‌عنوان یک مفهوم اولیه و پیشینی شناخته شده باشد تا بتوان با ایجاد نسبت میان شیء با فرهنگ به آن ماهیت جدیدی تحت عنوان شیء فرهنگی داد. پس فرهنگ، مفهوم مبنا و فرهنگی مفهوم تابع است. گردشگری، به‌مثابه پدیده نوینی که در عصر حاضر در حال شدن و تبیین است، با استفاده از ترکیب گردشگری فرهنگی، نقش ارزنده‌ای در جلب توجه جامعه به محصولات فرهنگی داشته است. این توجه اما، اغلب به تمرکز بر چستی محصولات فرهنگی جوامع با طبقه‌بندی جغرافیایی و تاریخی

آنها هدایت شده و کمتر به توضیح هستی‌شناسانه محصول فرهنگی معطوف بوده است. به عبارت دیگر، کاوش‌های گردشگری فرهنگی عمدتاً با رویکرد معرفت‌شناسانه انجام می‌شود تا هستی‌شناسانه.

نتیجه رویکرد گردشگری فرهنگی نیز معرفی تعداد کثیری از جلوه‌های تمدن انسان‌هاست که «ممکن است» موجب تأمل در چرایی پیدایش آنها شود. در عین حال این امکان هم وجود دارد که در سطح شناخت صورت محصولات فرهنگی متوقف شود و به فهرست بزرگی از دستاوردهای زیست انسان در تاریخ و جغرافیای متحول کره زمین بدل شود. «گردشگری فرهنگ» با تأکید بر مفهوم فرهنگ تلاش می‌کند از طریق آثار فرهنگی ملل، به تبیین سازمان اندیشه و فرهنگ آنها دست یابد و گردشگری را فرصتی برای سیاحت آثار پیشینیان به منظور کشف چرایی پدید آمدن آنها و تشخیص نسبت انتخاب ملت‌ها با سرنوشت آنها قرار دهد.

فرهنگ را معمولاً مجموعه آداب و رسوم، هنرها، قوانین،

* amansoor@ut.ac.ir، ۰۹۱۲۳۳۴۲۹۸۶

است. در مقابل، تکیه اصلی بر کشف و شرح مشخصه‌های مشترک مقوله‌های فرهنگی نهاده شده است. در نتیجه چیزی که به نام فرهنگ تبیین می‌شود فایده و خاصیتی است که از شیء فرهنگی حاصل می‌شود نه جوهری که آن را پدید آورده است.

از این رو آنگاه که برای بیان تفاوت اصلی ملل به تفاوت فرهنگ آنها اشاره می‌شود، در حقیقت صفات پسینی مظاهر زندگی آنها شرح داده می‌شود که تحت اثر «فرهنگ»های جداگانه، صورت‌های گوناگون یافته است. از این رو است که شناخت، تبیین و شرح صفات فرهنگی ملت‌ها، برآمده از بررسی جلوه‌ها و مظاهر زندگی اجتماعی و فردی آنها، رکن مطالعات فرهنگی را تشکیل می‌دهد که در جای خود ضروری و نافع است. اما بررسی «نتایج فرهنگ» با «فرهنگ» یکی نیست و هر کدام شیوه خود را می‌طلبند.

بررسی‌های فرهنگی مجموعه مطالعات و تأملاتی است که درصدد شناخت و تشریح ماهیت «عنصر فرهنگی» است. اگرچه در این مسیر ممکن است یکی از پرسش‌ها چرایی و غایت ظهور «عنصر فرهنگی» باشد، اما به گواهی تجربه، تأکید اصلی در بررسی‌های فرهنگی، شناسایی صفات و چگونگی‌های آن در تبیین چیرستی عنصر فرهنگی است. مجموعه مطالعاتی که محققان تحت عنوان تاریخ هنر، مردم‌شناسی، تاریخ تمدن، باستان‌شناسی و امثال آنها تولید کرده‌اند در حقیقت پاسخ‌هایی به پرسش چیرستی هنر، زندگی مردمان، تمدن و زندگی عهد باستان بوده‌اند و اغلب به‌طور حاشیه‌ای و بدون رعایت قاعده پرسش‌های فلسفی و علمی و به‌کارگیری روش تحقیق مناسب، به موضوع پرداخته‌اند. برای اینها که در حاشیه بحث‌های دیگر به شناخت دگرگونی‌های هنر و تمدن پرداخته‌اند، پرسش از فرهنگ به‌مثابه جوهر مولد عنصر فرهنگی اصل نبوده است. زیرا پرسش آنان به «چرایی» شکل‌گیری عنصر فرهنگی و تبیین مراتب «هستی» تمدنی که صورت‌های فرهنگی خاص پدیدآورده نمی‌پردازد.

تحولات مفهومی گردشگری

گردشگری حوزه معرفتی جدید بشر است که همچنان در میان تعبیر مختلف از آن سرگردان است. گاهی به‌عنوان یک فعالیت و نه علم خوانده می‌شود و به برنامه‌هایی مبتنی بر حرکت در مکان وابسته می‌شود گاهی به‌عنوان علمی میان‌دانشی تعریف می‌شود و با اقتصاد، فرهنگ، جامعه و خدمات پیوند وثیق دارد.

در تعریف «محمدتقی رهنمایی»، گردشگری اسم مصدر گشتن و گردیدن است که اشاره به سفرهایی دارد که از نقطه‌ای آغاز می‌شود و نهایتاً به همان نقطه ختم می‌شود، با این شرط که

اعتقادات و توانایی‌هایی تعریف می‌کنند که فرد انسان از جامعه به‌دست می‌آورد. مظاهر فرهنگ نیز متنازراً رویدادهای سنتی و آیینی، آثار هنری و الگوهای رفتاری جامعه معرفی می‌شود. هر اثر هنری عنصر فرهنگی است. مثلاً معماری ملل مظهر فرهنگ آنان است. فعالیت‌های انسانی، چه فردی و چه اجتماعی، در گروه فعالیت‌های فرهنگی جا می‌گیرند. آشپزی، لباس، خلق و خو، علایق، زیبایی‌شناسی، شعر و ادب، دین و ... مقوله‌های فرهنگی شناخته می‌شوند.

هنر باغسازی، ادبیات و الگوی شهرها و روستاها نمونه‌های بارز فرهنگ جامعه است. باورها و آیین‌های جامعه در مناسبت‌های دینی، ملی یا اجتماعی نمونه‌های مشهور فرهنگی ملل است. به‌عبارتی نمی‌توان هیچ فعل انسانی را سراغ گرفت که ردپای فرهنگی نداشته باشد. اما عرف جامعه، برحسب فشرده‌گی دخالت ذهن انسان در تولید محصول فرهنگی، گروه خاصی از جمله مثال‌های بالا را به‌عنوان فعالیت‌ها و آثار فرهنگی معرفی می‌کند.

فرهنگ عامل اصلی تفاوت‌های اجتماعی است که در غیاب آن همه جا شبیه هم خواهد بود. (پاپلی یزیدی و سقایی، ۱۳۸۵). در این تعبیر، فرهنگ عنصر الحاقی یا فرعی افزوده شده بر جامعه نیست؛ بلکه وجه‌میزه جامعه و عنصر هویت‌بخش آن است که «چیرستی» جامعه در طول تاریخ را توضیح می‌دهد و مجموعه پیچیده و گسترده‌ای است که انسان در روند تکامل اجتماعی و تاریخی خود در محیط به‌دست آورده است.

فرهنگ هر جامعه دارای خصوصیات و ویژگی‌های اختصاصی آن سرزمین است که تحت تأثیر تاریخ، جغرافیا، دین و سایر خصوصیات است که به آن ملت تشخیصی متفاوت از دیگران می‌دهد، شکل می‌گیرد. نسبت فرهنگ با جامعه شبیه روح برای جسم است. همین است که برخی نتایج یا خصوصیات مثل دانش، هنر، مجسمه‌سازی، فیلم، رفتار، آداب و رسوم، عقاید و زبان یک ملت را فرهنگ آن ملت می‌دانند. حتی نحوه و روش زندگی کردن (مثل غذا، آموزش و پرورش، سطح زندگی و ...) یک گروه انسانی در جغرافیای متفاوت، فرهنگ آن جامعه در نظر گرفته می‌شود (مهدوی و احمدی، ۱۳۹۰؛ پوراحمد، ۱۳۸۶؛ Williams, 1976). مرور تعاریف موجود درمورد فرهنگ نشان می‌دهد که اغلب به اشیای فرهنگی به جای خود فرهنگ اشاره شده است. هرچند در این اشیا ماهیت فرهنگ نیز وجود دارد و می‌توان آنها را بخشی از فرهنگ دانست (Berger & Smith, 1971) اما اساساً خود فرهنگ به حساب نمی‌آیند.

جوهر عنصر فرهنگی

چنانکه در تعریف‌های مختلف فرهنگ دیده می‌شود، جوهر و ماده اصلی «عنصر فرهنگی» در تعریف فرهنگ مفعول مانده

از فرهنگ الهام یافته باشد محصول فرهنگی تولید می‌کند. علی‌القاعده، هیچ صفت انسانی‌ای نیست که فارغ از پیوندی با فرهنگ او باشد اما دو نکته وجود دارد: اول، شناخت و تمیز صناعی که بهره بیشتری از «فرهنگ» مولد و الهام‌بخش سرزمین برده باشند؛ و دوم، شناخت نوع الهام‌بخشی فرهنگ در روند تولید محصولات فرهنگی است. به زبان دیگر، گردشگری فرهنگ درصدد آن نیست تا بدانند محصولات فرهنگی چه خصوصیات و صفاتی دارند، بلکه به دنبال آن است تا کشف کند که صفتهای مختلف محصول فرهنگی ناشی از چه دیدگاهی است و نسبت آن با منبع الهام، که فرهنگ آن جامعه است، چگونه است.

در این رویکرد، فرهنگ تعبیر دیگر نظام ارزش و کمالات است که گردشگر فرهنگ، از مسیر مواجهه با عناصر فرهنگی و گذر از آنها به کشف آن نایل می‌شود. در گردشگری فرهنگ، مشاهده و تجربه محصولات فرهنگی ملل از جمله شهرها، هنرها، رویدادها و زندگی آنها به منزله ابزار و وسیله دستیابی و نزدیک شدن به هدف است. عناصر فرهنگی شأن واسطه‌ای دارند و شناخت آنها هدف گردشگری فرهنگ نیست.

هدف غایی در گردشگری فرهنگ خوانش جدید از تجربه ملت‌ها در سرزمین‌های مختلف و علی‌الخصوص شناخت تداوم تاریخی جهان‌بینی و نظام ارزشی ملل است که تحت تأثیر عوامل جغرافیایی، تاریخی، اجتماعی، اقتصادی، دینی و ... شکل گرفته است.

تأکید قرآن به حرکت در مکان (سیروا فی الارض) و کشف پویش و قانونمندی حاکم بر تحول جوامع (عاقبة الذین من قبلکم) اشاره بر گردشگری فرهنگ دارد. در این رویکرد «نظر کردن» (فانظروا) به مثابه روشی کل‌نگر، که هم‌زمان هم به چیستی‌شناسی جزءنگر و شناخت علمی تأکید دارد و هم به هستی‌شناسی کل‌نگر و شناخت حسی، توصیه می‌شود. در صورت تأمین شرایط این نگاه، انسان به مقصود خود، که «چه باید کرد؟» است، دست می‌یابد. شرایطی که می‌توان در فهم این آیه قرآن به آن نسبت داد، در گام اول گردشگری فرهنگی به مثابه حرکت در مکان و درک جزئیات و محصولات فرهنگی است و در گام بعد، به گردشگری فرهنگ به معنای توقف‌نکردن و عبور از صورت‌های فرهنگی از طریق ادراک دوگانه علمی-حسی «نظر کردن» با هدف دستیابی و شناخت جوهر هستی‌بخش آنهاست. در نتیجه فرایند مورد نظر آیه را می‌توان روندی شامل دو بخش که از گردشگری فرهنگی آغاز و به گردشگری فرهنگ منتهی می‌شود، تعبیر کرد. در این مسیر شناخت آثار فرهنگی جوامع مقدمه و زمینه‌ساز روشننگری نسبت به مسیر ارزش‌ها و کمال‌یابی آنهاست که نتیجه آن در عاقبت و سرگذشت مردمان پیشین به ظهور رسیده است.

فرد گردشگر در مقصد شاغل نشود و کسب درآمد نکند، یک شب اقامت در مقصد داشته باشد و کمتر از یک سال در مقصد بماند. «انجمن گردشگری بریتانیا» گردشگری را حرکتی موقتی و کوتاه‌مدت به خارج از محل معمول زندگی و فعالیت می‌داند که به منظور برآورده‌سازی اهداف از پیش تعریف‌شده رخ می‌دهد (رهنمایی، ۱۳۹۶؛ Goeldner & Brent Ritchie, 2003).

در عین حال، در تعریف متأخرتر، گردشگری به فعالیت آن منوط نشده، بلکه به غایت فعالیت مربوط شده: گردشگری نظامی از معنا و معرفت است که فرصت یادگیری را برای گردشگران فراهم می‌کند. هرچند ماهیت گردشگری براساس جابه‌جایی فیزیکی شکل می‌گیرد، اما آنچه آن را متمایز می‌کند تحولی مفهومی و حسی است که می‌تواند ایجاد کند. این تحول می‌تواند از تعامل با جامعه، محیط زیست، آثار انسان‌ساز یا فکر کردن و مشغول شدن به موضوعات جاری در سفر رخ دهد و براساس میزان آمادگی فردی سطوح متفاوتی دارد. بنابراین می‌توان از آن به‌عنوان فرصتی برای تجربه دنیای بیرون و ژرف‌نگری یاد کرد (منصوری و شفیع، ۱۳۹۸؛ ایمانی خوشخو، پورجم علویچه و نادعلی‌پور، ۱۳۹۴). ماهیت گردشگری به مثابه علم نوین همچنان سیال است و پیوسته ابعاد جدیدی برای آن تبیین می‌شود. در تعریف مورد نظر این مقاله، گردشگری دانش میان‌رشته‌ای و نوعی «نظام معرفت» است که براساس حرکت در مکان و تجربه فضا و رویدادهای آن استوار می‌شود. در نتیجه برای تحقق هدف سیستم گردشگری به مثابه «نظام معرفت» لازم می‌آید به موازت بررسی بُعد «صورت فرهنگ» که شامل عناصر فرهنگی می‌شود، به بُعد «جوهر عنصر فرهنگی» که «فرهنگ» است، نیز مستقلاً پرداخته شود.

سؤال گردشگری فرهنگ

در گردشگری فرهنگ، پرسش اصلی از نقطه‌ای آغاز می‌شود که گردشگر به مکان‌های اختصاصی صورت‌های فرهنگی مختلف سفر می‌کند و با تجربه فضا و رویداد آنها، از چرایی پدیدآمدن صورت‌ها و عناصر گوناگون فرهنگی پرسش می‌کند. رویکرد گردشگر فرهنگ کشف روند پیدایش صورت‌های فرهنگی و مظاهر تمدن در سرزمین‌های مختلف است و شناخت چگونگی اختلافات فرهنگی ملل پرسش اصلی او نیست. چنانچه بررسی و تحلیل آثار هنری، به مثابه عنصر فرهنگی یک ملت یا مکان‌ها، رویدادها و سایر محصولات فرهنگی آنها همچون غذا، شهرها و روستاها را نیز مورد توجه قرار دهد، هدف او آن است که بتواند به‌عنوان نمونه و مظهری از «فرهنگ» نقبی به هزارتوی فهم «فرهنگ سرزمین هدف» بگشاید.

فرهنگ گوهر و نفس ارزشی است که الهام‌بخش صورت‌پذیری و شکل‌یابی محصولات و صنایع انسان‌ها می‌شود. صفتی که

نتیجه گیری

پس از شناخت «چیستی» محصول فرهنگی و صورت مظاهر تمدن انسانی، پرسش از «چرایی» به وجود آمدن و هستی‌شناسی آن مطرح می‌شود: چرا این پدیده به وجود آمده؟ هستی او چه ابعاد و مراتبی دارد؟ از کی آغاز شده، به کدام سو می‌رود و در کجا پایان می‌گیرد؟ گردشگری فرهنگ از هستی‌شناسی موضوع گردشگری پرسش می‌کند و از این طریق درصد هستی‌شناسی ملت‌ها برمی‌آید. این روند برای گردشگر امکان درک نسبت میان جهان‌بینی ملت‌ها با عاقبت آنها را فراهم می‌کند.

گردشگری فرهنگی مرحله مقدماتی گردشگری فرهنگ است. در گردشگری فرهنگی اساس توجه بر شناخت تاریخی و علمی محصولات فرهنگی انسان و تجزیه و تحلیل آنها حول سؤال اساسی «چگونه چنین شد؟» است. در این مسیر به تشریح ویژگی‌های صورت آثار فرهنگی جوامع و سؤالاتی از این جنس پرداخته می‌شود: این محصول چه معنا می‌دهد؟ چه خصوصیتی دارد و تحت اثر کدام مؤلفه‌ها به این شکل درآمده است؟

فهرست منابع

- ایمانی خوشخو، محمدحسین؛ پورجم علویچه، افسانه و نادعلی‌پور، زهرا. (۱۳۹۴). مطالعات گردشگری. (براساس کتاب *SAGE Handbook of Tourism Studies*). تهران: سازمان جهاد دانشگاهی.
- پاپلی یزدی، محمدحسن و سقایی، مهدی. (۱۳۸۵). گردشگری: ماهیت و مفاهیم. تهران: سمت.
- پوراحمد، احمد. (۱۳۸۶). قلمرو و فلسفه جغرافیا. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- رهنمایی، محمدتقی. (۱۳۹۶). اوقات فراغت و گردشگری، تهران: مهکامه.
- منصوری، سیدامیر و شفیعا، سعید. (۱۳۹۸). آشنایی با منظر: گردشگری منظر. پژوهشکده هنر معماری و شهرسازی نظر. تهران: مهکامه.
- مهدوی، مسعود و احمدی، علی. (۱۳۹۰). جغرافیای فرهنگی؛ تبیین نظری و روش‌شناختی کاربرد در مطالعات نواحی فرهنگی. مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۱۲(۱۳)، ۱۵۵-۱۸۳.
- Berger & Smith (1971). *International Tourism: Cultures and Behavior*. UK: Elsevier
- Goeldner, C. R. & Brent Ritchie, J. R. (2003). *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Williams, R. (1976). *A Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

منصوری، سیدامیر. (۱۳۹۹). گردشگری فرهنگ، با تکیه بر تفاوت مفهومی فرهنگ و فرهنگی. گردشگری فرهنگ، ۱(۱)، ۵-۸.

DOI: 10.22034/JCT.2020.110018

URL: http://www.jct-sj.com/article_110018-en.html

