

## نقطه نظر / نقد نظر

## گردشگری و هویت فرهنگی، نگاهی چندسویه

مهدیه شهرابی فراهانی\*

دکترای تخصصی مدیریت گردشگری، مدیر اداره تحقیق و توسعه پارک ملی علوم و فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۱۷

تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۴۰۱/۰۸/۰۱

**چکیده** صحبت از گردشگری به‌عنوان یک صنعت در قالب محورهای توسعه، همواره با گمانه‌زنی‌های بسیاری روبرو بوده است. مخالفت با این رویکرد به مخدوش شدن فرهنگ و هویت فرهنگی جامعه تأکید می‌کند. از این رو دیدگاه‌های مختلف نشان می‌دهند ماهیت سفر و گردشگری و از سوی دیگر هویت فرهنگی نیاز به تحلیل عمیق‌تری دارد. مسیری که تا به امروز طی شده است نمی‌تواند معیار اصلی صحت و درستی فعالیت‌ها باشد. لذا با بررسی عمیق ماهیت گردشگری و از سوی دیگر هویت فرهنگی، مطالعه اهداف هر دو و همچنین چشم‌انداز آن‌ها، این دیدگاه حاصل می‌شود که گردشگری و فرهنگ، پدیده‌های فطری انسانی هستند که هر دو ماهیت هویت انسانی را جستجو می‌کنند. گردشگری و فرهنگ ریشه در ارزش‌ها و وجود معنوی انسانی دارند که نیازمند بازاندیشی هستند تا در جایگاه صحیح خویش محقق شوند. بنابراین در میان سویه‌های گوناگون ارتباط میان گردشگری و هویت فرهنگی، می‌توان با بسترسازی و ایجاد نگاهی متفاوت به هویت فرهنگی و از سوی دیگر گردشگری، همسویی میان آن‌ها برقرار کرد.

واژگان کلیدی | گردشگری، فرهنگ، هویت فرهنگی.

قرار داد. در این میان در پاسخ به کاهش اثرات منفی گردشگری در حوزه فرهنگی، ارتباطات میان فرهنگی را موجب شکل‌گیری تعامل فرهنگی میان جوامع نامیدند تا در این بستر بتوانند آثار منفی گردشگری را بهبود بخشند. از سوی دیگر، با مطرح نمودن اصطلاح «پایداری» سعی در ترمیم گردشگری از آثار منفی نمودند. بدین مفهوم که اگر گردشگری در ظرف پایداری ننگند، قابل قبول نخواهد بود. تحلیل این مطالعات در گردشگری بیش از آن که امیدبخش باشد، بیشتر پاک‌کننده صورت مسئله است تا غبار از اثرات منفی آن بزداید. در این میان سؤال بدین گونه مطرح می‌شود، در مقابل ارتباط چندسویه گردشگری و هویت فرهنگی آیا به‌طور قطع گردشگری آسیب‌زننده است؟ یا می‌توان اقدامی مؤثر با هدف بهبود ارتباط میان هویت فرهنگی و گردشگری انجام داد؟

## بدنه نقد

با وجود نگاه سطحی به گردشگری و محدود شدن اثرات توسعه اقتصاد گردشگری، همچنان شاهد آثار مخرب حضور گردشگران بر هویت فرهنگی جامعه میزبان خواهیم بود. در چنین بستری این نگرانی وجود دارد و قابل تأمل نیز هست. زیرا حضور بدون برنامه گردشگران در یک منطقه از یک‌سو و عدم آگاهی جامعه میزبان از فضای گردشگری و بازدید گردشگران از سوی دیگر، به‌طور قطع موجبات تخریب و آسیب گردشگری را به همراه خواهد داشت. اما باید به این نکته توجه کرد که در دنیای صنعتی امروز سفر صرفاً جابه‌جایی نیست و

**مقدمه و بیان مسئله** | سفر به‌عنوان یک رفتار فرهنگی و اجتماعی در قالب صنعت گردشگری فعالیتی خدماتی قلمداد می‌شود که آن را یکی از عوامل توسعه کشورهای به‌ویژه حوزه اقتصادی می‌دانند. کسب درآمدهای بالا از گردشگری، قوه توسعه این صنعت را قدرت بخشید. از این رو اکثر مطالعات حوزه گردشگری به بررسی ابعاد اقتصادی و آثار ناشی از توسعه این صنعت محدود می‌گردد. این امر اگرچه مفید است اما جوانب اصلی گردشگری را لحاظ نمی‌نماید و سبب مغفول ماندن ماهیت اصلی گردشگری شده است. در وهله اول، گردشگری یک پدیده فرهنگی است. پیشتر از این به‌جای اینکه گردشگری را به‌عنوان اهرم توسعه فرهنگ تحلیل نمایند، صرفاً جوانب اقتصادی آن را بررسی کرده‌اند. به همین دلیل است که اکثریت گردشگری را عامل آسیب‌زای فرهنگ می‌دانند. در این میان محدود دیدگاه‌هایی نیز وجود دارد که گردشگری را عامل رونق و رشد جوامع می‌دانند. مطالعه فرهنگ این نکته را بیش از پیش روشن می‌کند که جوامع با فرهنگ‌های مختلف دارای هویت فرهنگی منحصر به فرد هستند. میراث فرهنگی ملموس و ناملموس به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری مطرح می‌شوند که ممکن است با حضور گردشگران تخریب شوند و هویت فرهنگی جامعه مخدوش گردد. از این رو بسیاری از آن‌ها در مقابل گردشگری مقاومت کرده و آن را مخل هویت فرهنگی می‌دانند. زیرا آسیب و آثار منفی آن بیش از اثرات مثبت به‌ویژه اقتصادی است. از این رو مطالعات گردشگری از فضای اقتصادی فراتر رفته و فرهنگ را مورد بررسی

\*نویسنده مسئول: mahdieh.shahrabi@yahoo.com، ۰۹۱۲۸۱۳۳۶۸۶

و ارزش‌های سنتی دارای مقبولیت بوده و طرفدارانی از نقاط مختلف دارد، خود عامل مطلوبی برای هویت فرهنگی محسوب می‌شود و این امر زمانی رخ می‌دهد که تفاوت‌ها نقطه‌ی منحصربه‌فرد تمایز محسوب شوند نه نقطه‌ی ضعف! در این راستا و هدف تقویت هویت فرهنگی و گردشگری، می‌توان اقدامات بسیاری را مبنای فعالیت قرار داد. یکی از مهمترین این دیدگاه‌ها نتایج تحقیقات پژوهشگران حوزه‌ی برنامه‌ریزی است که رویکرد مشارکتی را در برنامه‌ریزی جامعه‌ی محلی همراه با انتقال ثروت و توزیع درآمدهای اقتصادی به درون جامعه‌ی محلی بیان می‌دارد. این ابتدایی‌ترین و شاید به ظاهر از آثار مشهود توسعه‌ی گردشگری در یک جامعه لقب گیرد که فرهنگ را عامل مهم توسعه می‌داند. در این صورت فرهنگ منحصربه‌فرد جامعه‌ی محلی، نماد و سمبلی همراه با افتخار و غرور برای ارتقای هویت فرهنگی محسوب می‌شود. هویت فرهنگی، به‌عنوان کیستی فرهنگی یک فرد و جامعه، در راستای آموزش، آگاهی و فرهنگ‌سازی صورت می‌پذیرد. امروز انواع رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی می‌توانند در این امر کمک‌کننده باشند. بهره‌گیری از تاریخ شفاهی، انجام پژوهش‌های میدانی به شیوه‌ی مصاحبه، گفت‌وگو، ساخت مستند، تبلیغات در راستای ترویج و تقویت هویت فرهنگی، آشنایی بیشتر با تاریخ و تمدن یک منطقه، برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، جوایز و نشان ملی هویت فرهنگی مناطق مختلف ایران، از جمله اقداماتی است که می‌تواند در ارتقای هویت فرهنگی، و غنای هرچه بیشتر تمدن و فرهنگ ایرانی از سوی جامعه‌ی میزبان، سازمان‌ها، مسئولین و ذینفعان مؤثر واقع شود. بنابراین در میان سوبه‌های گوناگون ارتباط میان گردشگری و هویت فرهنگی، می‌توان با بسترسازی و ایجاد نگاهی متفاوت به هویت فرهنگی و از سوی دیگر گردشگری، همسویی میان آن‌ها برقرار کرد. هویت انسانی ریشه در فطرت انسانی دارد که مهد شکل‌گیری فرهنگ و گردشگری است. جامعه‌ی امروز، در مسیر جستجو و یافتن و معرفی خویش گام برمی‌دارد، لذا گردشگری با نگاهی عمیق به فلسفه‌ی سفر، و از سوی دیگر هویت فرهنگی که منحصربه‌فرد است و جذاب برای دیگرانی که می‌خواهند آن را نظاره کنند، نیازمند همسویی ماهیت گردشگری و فرهنگ است، که هویت در بطن هر دو شکل گرفته است، هر دو هم پدیده‌ای هستند برای معرفی و نشان دادن و آشکار ساختن این هویت‌ها.

نمی‌توان با معیارهای سطحی پیشین گردشگری را سنجد. چرا که با وجود رویکردی عمیق تر و نه سطحی، این موضوع جای تحلیل و بررسی بیشتری می‌یابد و در بسیاری اوقات نیاز به بازاندیشی و بررسی عمیق مفاهیم نام‌آشنا احساس می‌شود. هویت فرهنگی یک جامعه، مؤید معرفی فرهنگ در پوست و خون آن جامعه است و در این میان بهره‌مندی از مؤلفه‌های ظاهری برای بیان هرچه ملموس‌تر آن به کار می‌رود. پس در این رویکرد با جامعه‌ای سروکار داریم که خودش را معرفی می‌کند، حال کدام دریچه‌ی فرهنگی مدخل معرفی است؟ این مدخل همان هویت فرهنگی منحصربه‌فرد است. از سوی دیگر گردشگری در بطن ماهیت فطری انسانی نهفته است. جستجو، کشف، معناجویی، معنای زندگی، معنویت و رهایی. این مفاهیم اصول درونی انسانی است که در بستر سفر رخ می‌دهند. حال اگر سفر و در معنای صنعتی آن، گردشگری، بر مدار ماهیت اصلی خویش قرار گیرد، یعنی جستجوگر ارزش‌هاست، بر مسیر یادگیری و معناجویی استوار است، سفر حرکتی مقدس است که رهایی و بازیابی انرژی را برای انسان به همراه خواهد داشت. از این رو در این سوی بازار متقاضیان سفر، شاهد جستجوگر هویت‌ها هستیم که به دنبال آگاهی است. اقدامی که در بطن آن ارزش‌ها قرار دارند. لذا در این فضای تحلیل با دو مقوله سروکار داریم که ریشه‌ی هر دو فرهنگ، ارزش، یادگیری، معنویت، یافتن و معناجویی و هویتی است که بر پایه‌ی فطرت انسانی است. در این رویکرد گردشگری ظرف معرفی هویت‌هاست و اقدامی است که کمک‌کننده فرهنگ‌هاست. ارزش‌ها را ارج می‌نهد، آن‌ها را بیان می‌کند و درصدد معرفی آن برمی‌آید. لذا جامعه با هویت فرهنگی منحصربه‌فرد خویش به این فرهنگ می‌بالد و آن را محترم می‌انگارد، چرا که علقه‌ی فرهنگی بدان دارد، از سوی دیگر متقاضیانی هستند که از سفر برای یادگیری این فرهنگ‌ها بهره می‌جویند. آنچه در این جا مورد توجه است، گردشگری است که می‌تواند یک نیرو و عنصر کمک‌کننده، یاری‌دهنده و افزایش‌دهنده هویت فرهنگی منطقه لقب گیرد. اگر مردمان یک منطقه دارای تعلق فرهنگی ویژه باشند، به هویت فرهنگی خویش عشق بورزند و افتخار کنند، می‌توان گردشگری را اقدامی مؤثر در ارتقای فرهنگی منطقه دانست. هنگامی که ورود گردشگر به یک منطقه این احساس را ایجاد می‌کند که فرهنگ

#### 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

شهرابی فراهانی، مهدیه. (۱۴۰۱). گردشگری و هویت فرهنگی، نگاهی چندسویه. گردشگری فرهنگ، ۳(۱۰)، ۵۴-۵۳.

DOI: 10.22034/toc.2022.366084.1094

URL: [http://www.toc-sj.com/article\\_159414.html](http://www.toc-sj.com/article_159414.html)

