

گردشگری و همبستگی ملی؛ اثرات و روابط متقابل

دکتر مهدی کروی^۱، ابتهال زندی

چکیده:

مفهوم همبستگی در تاریخ اندیشه علوم اجتماعی، سیاسی و انسانی سابقه‌ای طولانی دارد و منظور از آن هماهنگی میان اجزای تشکیل‌دهنده کل نظام اجتماعی است. همبستگی ملی مفهومی دو سویه داشته که هم بر تمایزات و هم بر اشتراکات دلالت می‌کند. این مفهوم از یک سو با تأکید بر مشترکات، ما را پیرامون محوری واحد همبسته و متعهد می‌سازد و از دیگر سو ما را از دیگران باز می‌شناساند. ایران ما کشوری متنوع، متکثر و مرکب از اقوام و خرده فرهنگ‌های گوناگون است که در میان آنها عناصر هویتی، دینی، ذهنی، تاریخ مشترک و جغرافیای واحد از اهمیتی بسیار برخوردار است. پیش زمینه تقویت همبستگی ملی در یک جامعه، وجود شناخت مشترک خرده فرهنگ‌ها از یکدیگر است و زبان فارسی به عنوان میراث فرهنگی مشترک در این میان نقش تسهیل‌کننده این شناخت را دارد و بدیهی است که گسترش ایرانگردی در قالب گردشگری، زیربنای برقراری شناخت مشترک و درک متقابل میان خرده فرهنگ‌ها می‌باشد. در این مقاله سعی شده است مفهوم همبستگی ملی و عوامل مؤثر بر آن در قالب یک چارچوب مفهومی بیان و در ادامه نقش و تأثیر گردشگری بر هر یک از عوامل موثر جستجو و مورد بررسی قرار گیرد.

واژگان کلیدی: همبستگی ملی، گردشگری، اختلاف فرهنگی، عوامل مؤثر بر

همبستگی ملی

۱- عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

مقدمه:

انسان موجودیست اجتماعی و تمامی رفتارهای انسانی به نوعی در ارتباط با جمع است. در کنار یکدیگر قرار گرفتن آدمیان، زمانی می‌تواند نیروی مؤثری ایجاد نماید که در میان آنها رابطه‌ای همبسته، به هم پیوسته و اندام‌وار حاکم باشد. در این زمینه ابن‌خلدون مسأله همبستگی را در قالب مفهوم عصبیت طرح نموده که براساس خون، نژاد، دین و یا ترکیبی از این عناصر در بین گروهی از مردم به وجود می‌آید. از نظر وی این عصبیت که عمدتاً در جوامع بدوی وجود دارد آنچنان نیرویی را ایجاد می‌کند که معطوف به قدرت بوده و موجب بروز تحولات سیاسی و اجتماعی می‌گردد (میرمحمدی و رضایی، ۱۳۷۷: ۵۹). امروزه وجود تنوعات قومی و قبیله‌ای از جمله ویژگی جمعیتی غالب کشورهای جهان به شمار می‌رود و تنها تعداد معدودی از کشورهای جهان وجود دارند که از وحدت قومی و قبیله‌ای برخوردار هستند. چنانچه در تعریف اقوام و قبایل، وحدت نژادی را لحاظ نماییم، باید گفت از آن جایی که نژاد خالص در جهان وجود ندارد، هر گونه تلاش برای خالص سازی نژادی، عقیم و محکوم به شکست است؛ لذا، صحبت از قوم و قبیله کاملاً متمایز و خالص بسیار غیرواقع‌بینانه و بیشتر رمانتیک بوده و دارای جنبه‌های سیاسی می‌باشد که از سوی نخبگان قومی و غیرقومی دامن زده می‌شود. در عین حال، وجود تفاوت‌هایی در رنگ پوست، ترکیب صورت، لباس، زبان، لهجه، آداب و رسوم، سنت و مذهب موجب تمایزات و مرز بندی‌هایی در ترکیب جمعیتی کشورها می‌گردد که این تمایزات در اندیشه اجتماعی اسلام، نه تنها آسیب و یا تهدید محسوب نمی‌گردد، بلکه محصول اراده آگاهانه خداوند جهت فراهم نمودن امکان شناخت بهتر افراد نسبت به یکدیگر عنوان شده است آن جا که می‌فرماید: «وجعلنا شعوبا و قبایل ستعارقوا».

در آغاز قرن ۲۱، شاهد دو نوع تلاش متقابل هستیم که هر کدام نتایج خاص خود را دارا هستند. از یک سو، اقلیت‌های قومی و مذهبی متمایز که هویت و منافع خود را در تهدید اکثریت حاکم دولت مرکزی می‌بینند، در صدد تأکید بر هویت متمایز خویش‌اند و از این طریق تهدیدی برای همبستگی ملی محسوب می‌شوند و از سوی دیگر، دولت-کشور، در قالب همکاری منطقه‌ای و بین‌المللی که در صدد تقویت همبستگی‌های منطقه‌ای و بین‌المللی‌اند، تا از طریق آن منافع بیشتری به دست آورند. به هر تقدیر، مسأله هویت، در هر دو ره‌یافت یاد شده مسأله‌ایست در خور توجه که موضوع بحث این مقاله می‌باشد (رجب‌نسب، ۱۳۸۰: ۳۱).

طرح مسأله:

مفهوم همبستگی در تاریخ اندیشه علوم اجتماعی، سیاسی و انسانی سابقه‌ای طولانی دارد به طوری که در گذشته و در جوامع سنتی، پیوندهای گوناگونی از قبیله تا مذاهب و حکومت موجب همبستگی جامعه می‌شد (بشیریه، ۱۳۸۷). منظور از همبستگی هماهنگی

میان اجزای تشکیل‌دهنده کل نظام اجتماعی است. بر اساس مکتب کارکردگرایی^۱ اجزای نظام اجتماعی از جمله فرهنگ به عنوان جزئی از نظام کلی‌تر اجتماعی دارای کارکردی مثبت در جهت حفظ و بقای کل هستند (ملک‌پور، ۱۳۸۱: ۳۴) و همبستگی اجزا با یکدیگر و همبستگی و همگرایی کل با اجزا مستلزم بقای کل، مفید بودن و مشارکت هر یک از عناصر در بقای ساخت نظام است. بر این اساس ناهمگرایی فرهنگی مغایر با کلیت نظام اجتماعی^۲ و انسجام درونی^۳ است. آنچه در نظریه کارکردگرایی اهمیت دارد وحدت کارکردی فرهنگ و در حاشیه آن فولکلور است که کارکردهای خاص خود را در جوامع در حال توسعه جهت پیشبرد اهداف دارد (کروبی، ۱۳۸۸: ۵۸). تفاوت میان فرهنگ‌ها به مؤلفه‌هایی همچون تاریخ، زبان، اعتقادات، آداب و رسوم، نهادهای اجتماعی و نژاد بر می‌گردد. مؤلفه‌هایی که به دلیل پیوند نزدیکی با یکدیگر، بر اثر گذر ایام برآیند خاصی را به وجود می‌آورند که همانا هویت و روح کلی کشورهاست. هویت ملی همان حالتی است که میان مردم در سراسر کشور همبستگی ایجاد می‌کند که برابر آن، از سایر هویت‌ها جدا می‌گردد. به منظور تقویت هویت ملی باید اراده با هم زیستن بین اقوام گوناگون یک سرزمین تقویت شود (جلایی‌پور، ۱۳۷۲: ۲۰۲). حس همبستگی ملی، احساسی است که مفهوم تعیین هویت و وفاداری را در بر دارد؛ بدین ترتیب، در حس همبستگی ملی احساس مشترکی میان سرزمین و مردمان مختلف آن به وجود می‌آید بدون آنکه آنها از لحاظ فرهنگی و فضایی به هم نزدیک باشند (بهفروز، ۱۳۷۴: ۱۱۲؛ حافظ‌نیا و کاویانی‌راد، ۱۳۸۵: ۲۱). پیش زمینه تقویت همبستگی ملی در یک جامعه، وجود شناخت مشترک خرده فرهنگ‌ها از یکدیگر است. در این میان زبان فارسی به عنوان میراث فرهنگی مشترک نقش تسهیل‌کننده این شناخت را دارد و بدیهی است که گسترش ایرانگردی در قالب گردشگری، زیربنای برقراری شناخت مشترک و درک متقابل میان خرده فرهنگ‌ها می‌باشد (ریچاردز^۴، ۲۰۰۰: ۱۸).

روش مطالعه:

در این نوشتار سعی شده است ضمن جمع‌آوری اطلاعات از طریق کتابخانه‌ای و بررسی مبانی نظری به روش تحلیل محتوا، با نگاهی موشکافانه و عمیق به این دو پرسش که «عوامل مؤثر بر همبستگی ملی کدامند؟» و «نقش گردشگری به ویژه گردشگری داخلی در ایجاد همبستگی ملی چیست؟» پاسخ داده شود. در واقع با نگاهی به مفهوم همبستگی ملی و عوامل مؤثر بر آن در قالب یک چارچوب مفهومی سعی خواهد شد تا نقش و تأثیر گردشگری بر هر یک از عوامل مؤثر جستجو و مورد بررسی قرار گیرد.

۱- Functionalism
 ۲- Social System
 ۳- Internal Integration
 ۴- Richards

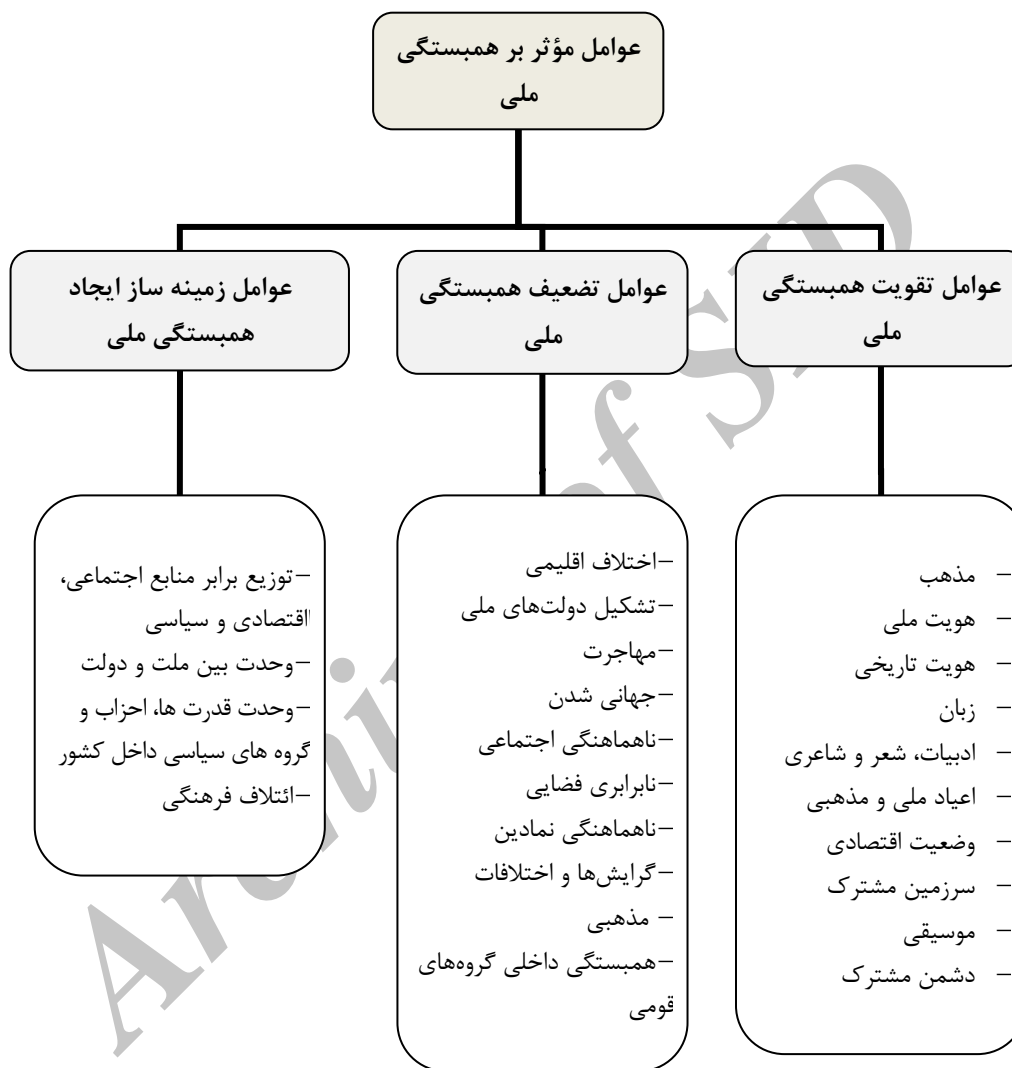
همبستگی ملی و عوامل مؤثر بر آن:

همبستگی ملی در ظرف دولت ملی، در جهان متغیر امروزی که همواره در کشاکش دو سویه از ناحیه تمایلات و تعلقات فراملی و فروملی قرار دارد، از اهمیت پژوهشی و کاربردی فوق‌العاده‌ای برخوردار است (رجب‌نسب، ۱۳۸۰: ۳۲). همبستگی ملی مفهومی دو سویه داشته که هم بر تمایزات و هم بر اشتراکات دلالت می‌نماید. این مفهوم از یک سو با تأکید بر مشترکات، ما را پیرامون محوری واحد همبسته و متعهد می‌سازد و از دیگر سو ما را از دیگران باز می‌شناساند. ایران ما کشوری متنوع، متکثر و مرکب از اقوام و خرده فرهنگ‌های گوناگون است که در میان آنها عناصر هویتی، دینی، ذهنی، تاریخ مشترک و جغرافیای واحد از اهمیتی بسیار برخوردار است. بنابراین، هنگام بررسی همبستگی و هویت ایرانی باید با ظرایف خاصی از گذشته پیش از اسلام تا تماس با تمدن غرب در دوره‌های اخیر را مد نظر قرار داد و از افراط و تفریط و یک سو نگری جلوگیری نمود (تاجیک، ۱۳۷۹: ۱۸). در ادامه با عنایت به چارچوب مفهومی زیر، عوامل تقویت، تضعیف و زمینه ساز همبستگی ملی در ایران مورد بحث قرار گرفته است.

Archive of SID

الف- عوامل تقویت همبستگی ملی

عوامل تقویت همبستگی ملی در تاریخ ایران نقش بسزایی داشته‌اند و در دوره‌های گوناگون هر یک نقش و اهمیتی خاص داشته‌اند. از جمله مهم‌ترین این عوامل می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:



مدل ۱: عوامل مؤثر بر همبستگی ملی (قرخلو، ۱۳۸۲: ۸۲-۷۶).

۱- **مذهب:** مؤلفه مذهب به تنهایی در ایجاد فرهنگ، آداب رسوم بسیاری از کشورها تأثیر شگرف دارد و حتی در بسیاری از کشورها اهمیت آن رو به افزایش است. در واقع دین یکی از عناصر عمده و تاریخی هویت ملی است که ارزش‌های زنده یک جامعه را در بر می‌گیرد و این موضوع در کشورهای اسلامی کاملاً صادق است. خداوند سبحان با نصب کعبه توسط ابراهیم و زنده نمودن آن توسط پیامبر اسلام (ص) مکانی را مقرر نمود تا تمامی مسلمانان بر گرد آن

حلقه زده و با طواف در اطراف کعبه، اعلام نمایند که همت و هدف تمامی مسلمانان در راستای کلمه توحید است و همه در یک مسیر گام بر می‌دارند (توسلی، ۱۳۷۲: ۴۲).

۲- **دین اسلام:** دین رسمی کشور ایران است که ۹۹/۵٪ مردم ایران مسلمان‌اند و از آن میان حدود ۹۰٪ مسلمانان ایران شیعه مذهب هستند (حافظ‌نیا و کاویانی‌راد، ۱۳۸۵: ۲۲). تشیع عنصر تاریخی و جزء جدایی‌ناپذیر روح هویت ملی ایرانیان است. بسیاری از سنت‌ها، آداب، رسوم و ارزش‌های فرهنگی در شیوه زندگی ایرانیان کم و بیش در قالب تشیع شکل گرفته است و کمتر تحولی در تاریخ چند ساله اخیر ایران اتفاق افتاده که متأثر از حوزه مذهب تشیع نباشد (همان: ۲۳).

۳- **هویت ملی:** مشارکت در شیوه تفکر و احساس مشترک مردم یک کشور، هویت ملی را تشکیل می‌دهد. به عبارت دیگر، هویت ملی نوعی احساس تعهد و تعلق خاطر به اجتماع ملی است که موجب وحدت و انسجام می‌شود و دارای ابعاد مختلفی می‌باشد (قرخلو، ۱۳۸۲: ۸۰). هویت ملی شامل ارزش‌های ملی، اجتماعی، انسانی و مذهبی است. در کشور ما ایران، این ارزش‌ها از جایگاه خاصی در میان اقوام برخوردار است. تعاریف متعددی از هویت ملی شده است که هر یک به ابعاد خاصی از این مسأله تأکید کرده‌اند در اینجا به طور خلاصه به چند مورد اشاره می‌شود (رجب‌نسب، ۱۳۸۰: ۴۰):

- هویت ملی، مجموعه‌ای از عناصری است که زندگی روزمره، زندگی تاریخی، زندگی اجتماعی و سیاسی مردم را تشکیل می‌دهد؛
- هویت ملی، تاریخ و گذشته مردمی است که برای بقای سرزمین و حفظ آداب و رسوم دیرین خود تلاش کرده‌اند؛
- هویت ملی هر قوم و ملتی یعنی زبان و فرهنگ آن قوم و ملت؛
- هویت ملی مجموعه‌ای از میراث‌های فرهنگی و مشترکی است که ما را با هم پیوند می‌دهد؛
- هویت ملی ما یعنی آنچه که ملت ما طی سال‌های متممادی سعی در زنده نگه داشتن آنها داشته و دارند.

با توجه به تعاریف فوق، تمامی مشترکات فرهنگی ما اعم از سرزمین، زبان، نمادهای ملی مانند سنت‌ها و ادبیات، موسیقی ملی به عنوان ارزش‌های ملی از دیگر عوامل مهم در انسجام مردم یک کشور است که در محدوده هویت ملی جایگاه و ارزش ویژه‌ای دارد.

۴- **هویت تاریخی:** هویت تاریخی یکی دیگر از عوامل پیونددهنده‌ی ملت است؛ چرا که فلات ایران از دیر باز کوره ذوب اقوام، نژادها و فرهنگ‌های گوناگون بوده است (ثلاثی، ۱۳۷۹: ۲۰۳) و سرزمین پهناور ایران از گذشته‌های دور مهد علم، فرهنگ و تمدن بوده و در ردیف کهن‌ترین تمدن‌های جهان قرار دارد. این

سرزمین بی‌همتا خاستگاه نخستین انسان‌های دانا با قدمتی چندین هزارساله است. آریایی‌ها، اولین شعبه متمدن جهان بودند که در این سرزمین کم نظیر سکنا گزیدند و به خدای یگانه ایمان آوردند و اولین دولت جهان نیز در فلات مرکزی ایران تشکیل شد و تنها امپراتوری منسجم جهان ۲۵۰۰ سال پیش به عنوان مقبول‌ترین امپراتوری در این سرزمین برپا شده است. منشور حقوق بشری که سر سلسله امپراتوری هخامنشی (کوروش کبیر) در آن زمان تدوین کرد، از منشور امروزی حقوق بشر سازمان ملل پیشرفته‌تر و انسانی‌تر است.^۱ این کشور بزرگ در قرن هفتم میلادی به وسیله فاتحان عرب تسخیر و مذهب اسلام را به عنوان دین رسمی پذیرفت و تاریخ جدید آن با افتتاح مجلس و قانون اساسی از زمان محمد علی شاه قاجار شروع شده است (قرخلو، ۱۳۸۲: ۸۰).

۵- **زبان:** زبان وسیله‌ای است که افراد جامعه از طریق آن، با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و افکار، عقاید و اندیشه‌هایشان را به هم متصل می‌نمایند. زبان به عنوان یکی از عوامل پیونددهنده ملت است که بشریت را به بیشترین تعداد گروه‌های متمایز تقسیم می‌کند. وجود یک زبان ملی مشترک در درون مرزهای یک کشور برای انجام کارکردهای اقتصادی، اداری، سیاسی، نظامی و آموزشی دولت مدرن، به‌ویژه در کشورهایی که دولت وظایف بسیار پیچیده‌ای بر عهده دارد از جمله ضرورت‌های ناگزیر است. در ایران زبان رسمی دولت و ملت، زبان فارسی است که بیش از دو سوم جمعیت به این زبان تکلم می‌کنند و آموزش کودکان و بزرگسالان نیز در کشور به این زبان صورت می‌گیرد. علاوه بر زبان فارسی، زبان‌های آذری، کردی، لری، عربی و بلوچی نیز در ایران متداول می‌باشد. زبان به مثابه ابزار تبادل اندیشه در یک جامعه، بخش جدایی‌ناپذیری از زنجیره تکامل آن جامعه، در هر برهه‌ی مشخص از تاریخ آن می‌باشد (ارژنگ، ۱۳۷۸: ۹۷).

۶- **ادبیات، شعر و شاعری:** ادبیات قوی و شعر و شاعری از جمله عواملی است که وفاق ملی را در کشور تقویت می‌کند؛ زیرا ادبیات مشترک، احساس مشترک برای مردم ایجاد می‌نماید. اشعار حافظ، سعدی و مولوی از جمله اشعاری است که نه تنها در زبان فارسی بلکه در هر زبانی و در میان هر قومی و ملتی احساس مشترک انسانی به وجود می‌آورد (ثلاثی، ۱۳۷۹: ۲۲).

۷- **اعیاد ملی و مذهبی:** در تاریخ فرهنگ و تمدن ایرانی، جشن‌ها و روزهای عید، ریشه در تاریخ افسانه‌ای ایران باستان یعنی دوره سلسله پیشدادی دارند. در ایران جشن‌ها و اعیاد به دو دسته دینی و ملی تقسیم می‌شوند. نخستین جشن ایرانی به نام نوروز از زمان پادشاهی جمشید مرسوم شد و در زمان‌های بعد، جشن‌ها و آیین‌های دیگری چون تیرگان، مهرگان، سده و غیره در فرهنگ ایران

پدید آمدند. مهم‌ترین جشن‌های دینی در ایران عید قربان، عید فطر، عید غدیر خم، مبعث پیامبر اسلام (ص)، عید میلاد حضرت مهدی (عج) و عید میلاد دیگر ائمه اطهار است. اعیاد ملی و مذهبی در ایران نزد تمامی افراد و قومیت‌ها پاس داشته می‌شوند. اقلیت‌های مذهبی نیز در ایران آزادانه می‌توانند جشن‌های مذهبی خود را به جای آورند، برخی از این جشن‌ها همچون تولد حضرت عیسی مسیح برای تمامی مردم ایران اهمیت دارد. مراسم‌های خاص جشن‌ها، آداب و رسوم حاکم بر جشن‌های ایرانی در تمام کشور دارای یک کلیت است؛ اما، شیوه‌های مختلف متأثر از آداب و رسوم افراد در طول سال‌های متمادی بر جذابیت این جشن‌ها می‌افزاید. این جشن‌ها احساس مشترک بین ایرانیان ایجاد نموده و همبستگی ملی را تقویت می‌کند.^۱

۸- **وضعیت اقتصادی:** با توجه به ابعاد و جنبه‌های مختلف توسعه، از جمله اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می‌توان بر همبستگی و اتحاد ملی به عنوان پشتوانه مهم در جهت رسیدن به توسعه تأکید کرد. در واقع، رسیدن به توسعه بدون همبستگی و مشارکت فعال در فعالیت‌های مختلف غیرممکن است. به عبارتی یکی از لوازم برنامه‌ریزی در دنیای جدید، توجه به مشارکت فعال و اثر بخش همه جانبه افراد جامعه در تمام ابعاد مختلف توسعه می‌باشد.^۲ در واقع ارتباطات اقتصادی در یک کشور نقش هماهنگی را بین جوامع آن ایجاد می‌کند. این فاکتور نیز در محافل علمی به عنوان یک عامل هماهنگ‌کننده نقش دارد. به عنوان مثال، اکتشاف نفت از سال ۱۹۰۸ میلادی به وسیله شرکت‌های انگلیسی در ایران سبب تقویت وفاق ملی بین ملت ایران شد. مبارزه برای ملی شدن نفت ایران به رهبری دکتر مصدق نمونه بارزی از هماهنگی و یکپارچگی ملت در برابر غارتگران اقتصادی در کشور به شمار می‌آید (قرخلو، ۱۳۸۲: ۸۱).

۹- **سرزمین مشترک:** سرزمین مشترک که با مرزهای جغرافیایی مشخص می‌شود نیز عاملی برای تشریک مساعی مردم و احساس تعلق ملت به آب و خاک خود می‌باشد. به دلیل همین احساس تعلق به آب و خاک یک کشور است که مهاجران بین‌المللی همواره مشکل وابستگی به سرزمین جدید را دارند (همان: ۸۱) و یا به عبارت دیگر دچار ضربه فرهنگی می‌شوند در واقع انتقال از کشوری به کشور دیگر، موجب به وجود آمدن سردرگمی، گیجی و هیجانات شدید می‌شود، که آن را «ضربه فرهنگی» می‌نامند و کسی که تازه به سرزمین بیگانه می‌رود باید در انتظار ضربه فرهنگی باشد (رابینز، ۱۳۸۰: ۹۳۷).

۱۰- **موسیقی:** موسیقی ارتباط تنگاتنگ با جغرافیای یک کشور دارد. موسیقی همچنین ارتباط بین حرکت و فضا را برای مردم یک سرزمین بیان می‌کند (باتز

۱- www.istta.ir

۲- www.ISCA.ac.ir

وپلاگ^۱، ۱۹۹۱: ۱۱۵). در واقع رقص و موسیقی و آوای خوش از روزگاران کهن از پدیده‌های انسانی و هنرهای ملی مردم ایران بوده است. ایرانیان به سازهای تار و کمانچه و نی دلبستگی خاص دارند و دوتار، قوشمه، قیچک، رموز، دایره، نی‌انبان، دهل، طبل، سنج، چگور، آکوردئون از مهم‌ترین آلات موسیقی سنتی محلی ایرانی است^۲. موسیقی به مردم یک کشور شادابی و روحیه بخشیده و در مردم وحدت ایجاد می‌کند.

۱۱- **دشمن مشترک:** یکی از عواملی که بین مردم یک کشور همبستگی ایجاد می‌کند، وجود یک دشمن خارجی مشترک است؛ زیرا ترس مشترک، وحدت جمعی می‌طلبد (قرخلو، ۱۳۸۲: ۸۱).

ب- عوامل تضعیف همبستگی ملی:

علاوه بر موارد فوق که موجب تقویت همبستگی ملی می‌گردد عواملی نیز هستند که ماهیتاً و یا عدم توجه به آنها موجبات تضعیف همبستگی را فراهم می‌سازد از جمله این عوامل می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- **اختلاف اقلیمی:** اختلافات اقلیمی سبب به وجود آمدن ناهماهنگی محیطی و جغرافیایی می‌گردد و ناهمگونی جغرافیایی ناهماهنگی اجتماعی با فرهنگ‌های ویژه را به دنبال دارد. از این رو، اختلاف اقلیمی در تضعیف وحدت ملی نقش دارد (ثلاثی، ۱۳۷۹: ۱۲).

۲- **تشکیل دولت‌های ملی:** تشکیل این نوع حکومت‌ها از سال ۱۷۸۹ میلادی از فرانسه آغاز شد که غالباً بر رای مردم متکی است. پس از جنگ جهانی اول و دوم، با مشخص نمودن مرز بین دولت‌های ملی و گروه‌های نژادی منجر به ناهماهنگی‌های بین دولت‌های ملی شد (کرانز^۳، ۱۹۹۸: ۶۳). زیرا زمانی که یک گروه نژادی در داخل کشور حکومت را در دست می‌گیرد، گروه‌های دیگر احساس می‌کنند که این حق به آنها نیز تعلق داشته و در مورد آنها کوتاهی شده است و بنابراین این طرز تفکر منجر به جدایی اقوام و نژادهای داخل کشور می‌گردد و از این طریق - در صورت عدم توجه به آن - می‌تواند موجبات تضعیف همبستگی ملی را فراهم آورد.

۳- **مهاجرت:** در مهاجرت‌های بین‌المللی تنها انسان‌ها جا به جا نمی‌شوند، بلکه سنت‌ها و فرهنگ‌های آنها نیز از نقطه مبدأ به مقصد حمل می‌گردند. در نتیجه مشکل ناهماهنگی فرهنگ‌های مختلف در منطقه مقصد به جدایی قومی و فرهنگی منجر شده و همبستگی همگانی در یک کشور را تضعیف می‌کند (قرخلو، ۱۳۸۲: ۸۲).

۱- Bates & Plug

۲- www.istta.ir

۳- Crang

- ۴- **جهانی شدن:** پدیده جهانی شدن روند فزاینده ادغام افراد و مکان‌ها به دلیل پیشرفت حمل و نقل، ارتباطات و تکنولوژی اطلاعات می‌باشد که منجر به یکپارچگی اقتصادی، فرهنگی و سیاسی شده است. اکثر صاحب‌نظران و اندیشمندان بر این باورند که جهانی شدن ناشی از پیشرفت‌های بنیادین در زمینه ارتباطات، تکنولوژی، حمل و نقل و سایر مواردی است که دسترسی بیشتر انسان‌ها به افکار و محصولات یکدیگر را فراهم ساخته است. جهانی شدن یک پدیده تازه نیست؛ این پدیده پس از انقلاب صنعتی در اروپا منجر به انتقال فرهنگ آنها به قاره جدید آمریکا و سایر نقاط جهان شد. در حقیقت انتقال فرهنگ برتر به دیگر نقاط جهان سبب تسلط فرهنگ برتر در سایر نقاط می‌شود و غلبه این فرهنگ برتر در سرزمین‌های جدید به تضعیف دیگر فرهنگ‌ها منجر می‌شود (کلارک^۱، ۱۹۸۶: ۷۴).
- ۵- **ناهماهنگی اجتماعی:** در بین جوامع قومی همواره بحث‌های اختلاف برانگیز وجود دارد که شایسته جوامع مترقی نمی‌باشد. به عنوان مثال کلمات سیاه پوست و سفیدپوست، فارس و ترک، سنی و شیعه، چپ و راست از جمله مباحثی است که به اختلافات در جامعه می‌انجامد.
- ۶- **نابرابری فضایی:** نابرابری‌های میان مناطق، نواحی، استان‌ها، شهرهای کوچک و بزرگ و به طور کلی نابرابری‌های جغرافیایی و اقتصادی به ناهماهنگی‌های اجتماعی لطمه زده و سبب تشنج در کشور می‌شود. نابرابری‌های تقسیم ثروت بین گروه اقلیت در یک کشور و رانت خواری نیز از این مقوله است.
- ۷- **ناهماهنگی نمادین:** تضعیف احساسات و تفکر مشترک مردم یک قوم در یک کشور منجر به نارضایتی خواهد شد. به عنوان مثال، در چارچوب اداره یک مملکت باید نرّم‌ها، ارزش‌ها، و زبان گروه‌های مختلف قومی گنجانده شوند تا آنها احساس فاصله با بقیه مردم را ننمایند.
- ۸- **گرایش‌ها و اختلافات مذهبی:** رهبران مذهبی ممکن است که سلیقه‌ها و اختلاف نظرهای متعددی را در داخل هر کشوری اعمال کنند که این ناهماهنگی‌ها و اختلافات فکری می‌تواند سبب تقسیم‌بندی مردم به گروه‌های مختلف شده و به همبستگی ملی لطمه وارد می‌کند. البته تا زمانی که رهبران مذهبی به عنوان رهبران سیاسی معرفی نشده‌اند، این اختلافات کمتر است.
- ۹- **همبستگی داخلی گروه‌های قومی:** گروه‌های عشایری نظیر کرد، لر، بختیاری، قشقایی، بلوچ، عرب، ترکمن و ... خود را به دولت مرکزی نزدیک نمی‌دانند. آنها مطابق آداب و رسوم خود به گذشته خود افتخار کرده و به سازمان‌های اجتماعی، سیاسی و سنتی خود بیش از همبستگی ملی اعتقاد

دارند. بنابراین، اگر طوری عمل شود که این مردم احساس جدایی نسبت به حاکمان خود کنند، این رویه قطعاً در تضعیف همبستگی ملی مؤثر خواهد بود (قرخلو، ۱۳۸۲: ۸۳).

ج- عوامل زمینه ساز ایجاد همبستگی ملی:

از جمله مهم‌ترین این موارد می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- توزیع برابر منابع اجتماعی، اقتصادی و سیاسی: توزیع مساوی منابع اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در میان مردم یک کشور باعث تقویت وحدت ملی و در نتیجه ترمیم و اصلاح همبستگی ملی خواهد شد.
- ۲- وحدت قدرت‌ها، احزاب و گروه‌های سیاسی داخل کشور: مطابق قانون اساسی در ایران قدرت سیاسی بین گروه‌هایی که در چارچوب قوانین جمهوری اسلامی اجازه فعالیت دارند، تقسیم شده است. اگرچه این گونه تقسیم‌بندی از دیکتاتوری محض جلوگیری می‌کند؛ اما در اغلب موارد اختلاف نظر بین این گروه‌ها، قدرت و توان آنها را به تحلیل برده و به تضعیف وفاق ملی می‌انجامد. در نتیجه، وحدت بین ارگان‌ها، سازمان‌ها و قدرت‌های سیاسی در جهت اصلاح همبستگی ملی مؤثر می‌باشد.
- ۳- وحدت بین ملت و دولت: به منظور اصلاح و تحکیم همبستگی در داخل کشور بهتر است تا مسئولین و برنامه‌ریزان کشور همه نواحی و بخش‌های آن را با هم مورد ملاحظه قرار دهند (همان: ۸۴).
- ۴- ائتلاف فرهنگی: سیاست ائتلاف فرهنگی می‌تواند در همبستگی فرهنگ‌های مختلف داخل یک کشور، نقش مثبت ایفا نماید. به علاوه این امکان برای مردم کشور که از اقوام و خرده فرهنگ‌های گوناگون به وجود آمده، فراهم است تا بتوانند آزادانه به توسعه فرهنگی خود بپردازند. سیاست موزاییک فرهنگی به خرده فرهنگ‌ها امکان می‌دهد تا فرهنگ جامعه خود را به موازات سایر فرهنگ‌ها توسعه دهند (مویر^۱، ۱۹۸۱: ۲۷۵). این نوع توسعه فرهنگی خرده فرهنگ‌ها، می‌تواند به هماهنگی فرهنگی با دیگر قومیت‌ها بیانجامد.

گردشگری و همبستگی ملی:

ارتباط بین فرهنگی و انتقال پیام در بین فرهنگ‌ها، تأثیر 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^۱ به کمک این پدیده‌ها محقق می‌گردد. در اینجا منظور از همگن‌سازی، همانندگردی^۲ 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. پارسونز، فرهنگ را نیروی عمده‌ای می‌داند که عناصر گوناگون نظام اجتماعی را به هم پیوند می‌دهد و این خاصیت را دارد که کم و بیش می‌تواند بخشی از نظام‌های دیگر شود. بدین سان فرهنگ در نظام اجتماعی به صورت هنجارها و ارزش‌ها تجسم می‌یابد و در نظام شخصیتی ملکه ذهن افراد می‌شود (ریترز، ۱۳۷۴: ۱۰۵). 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. هر کدام 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 تأثیر 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 مؤثر است، شامل مجموعه مناسب عام، شیوه‌های معماری، سنت‌ها، اعیاد، اسطوره‌ها، عرف‌ها و فرهنگ مردم و زبان است (مقصودی و ارسیا، ۱۳۸۸: ۱۰۹).

۱- Homogenization

۲- Assimilation

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، ۱۳۸۳: ۲۰۵).

میراث فرهنگی یک ملت بیانگر هویت و سرمایه فرهنگی آن ملت است. انسان بدون هویت و حس آن نمی‌تواند به حیات مطلوب ادامه دهد. فرهنگ و میراث فرهنگی به عنوان یک سرمایه، از جمله عوامل مؤثر در جهت شناختن مردم و شناساندن به دیگران به شمار می‌رود و نشانه‌هایی از تاریخ و فرهنگ یک ملت است که روح آن ملت را در آن می‌توان جست و جو کرد (بونی فیس، ۱۳۸۱: ۱۵).

عنصر میراث فرهنگی در زبان فارسی متجلی شده است؛ لذا زبان فارسی یکی از عناصر مهم هویت ملی به حساب می‌آید. از آنجایی که اسطوره‌ها، 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: ۱۷۲-۱۷۱) و تقویت‌کننده 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» بر می‌آید، فرهنگ در جامع‌ترین تعریف آن که فرهنگ مادی و معنوی یا غیر مادی را در بر می‌گیرد، بنیاد برنامه‌ریزی گردشگری تلقی می‌شود؛ بدین معنا که از یک سو برای جذب گردشگران فرهنگی اهتمامی ویژه مبذول می‌گردد و از سوی دیگر فرهنگ مادی و غیرمادی جامعه بر پایه نگاهی مقایسه‌ای-تاریخی، محور بنیادین گردشگری تلقی می‌گردد. به دیگر سخن، سه سطح کلان، میانه و خرد در بحث گردشگری حول فرهنگ به هم پیوند می‌خورند (کروبی، ۱۳۸۷: ۳۱۹).

در منابع مختلف موجود از حداقل ده نوع گردشگر یاد کرده‌اند که عبارت‌اند از:

- ۱- گردشگر به عنوان باستان شناس علاقه‌مند به فضاهای تاریخی گردشگری؛
- ۲- گردشگر به عنوان انسان‌شناس علاقه‌مند به فرهنگ، خصایص فرهنگی، فرهنگ قومی و از جمله فولکلور؛
- ۳- گردشگر به عنوان ماجراجو و علاقه‌مند به تجربه‌های جدید؛
- ۴- گردشگر به عنوان گریزنده از شرایط موجود خود و علاقه‌مند به فضاهای استراحتی و اوقات فراغت؛

- ۵- گردشگر به عنوان عضوی از طبقه مرفه علاقه‌مند به استانداردهای بالای خدمات اقامتی؛
- ۶- گردشگر به عنوان جست‌وجوگر علاقه‌مند به کشف فضاهای تازه و سرزمین‌های ناآشنا و آداب و رسوم متفاوت؛
- ۷- گردشگر به عنوان شکمبارۀ علاقه‌مند به غذاهای متنوع سایر ملل؛
- ۸- گردشگر به عنوان محقق علاقه‌مند به بررسی فرهنگ‌ها و آداب و رسوم؛
- ۹- گردشگر به عنوان انتقال‌دهنده فرهنگ، علاقه‌مند به تأثیر بر فرهنگ بومی؛
- ۱۰- گردشگر به عنوان خوشگذران و علاقه‌مند به انجام اعمال خلاف و ... (پیروز، ۱۳۷۰: ۶۹).

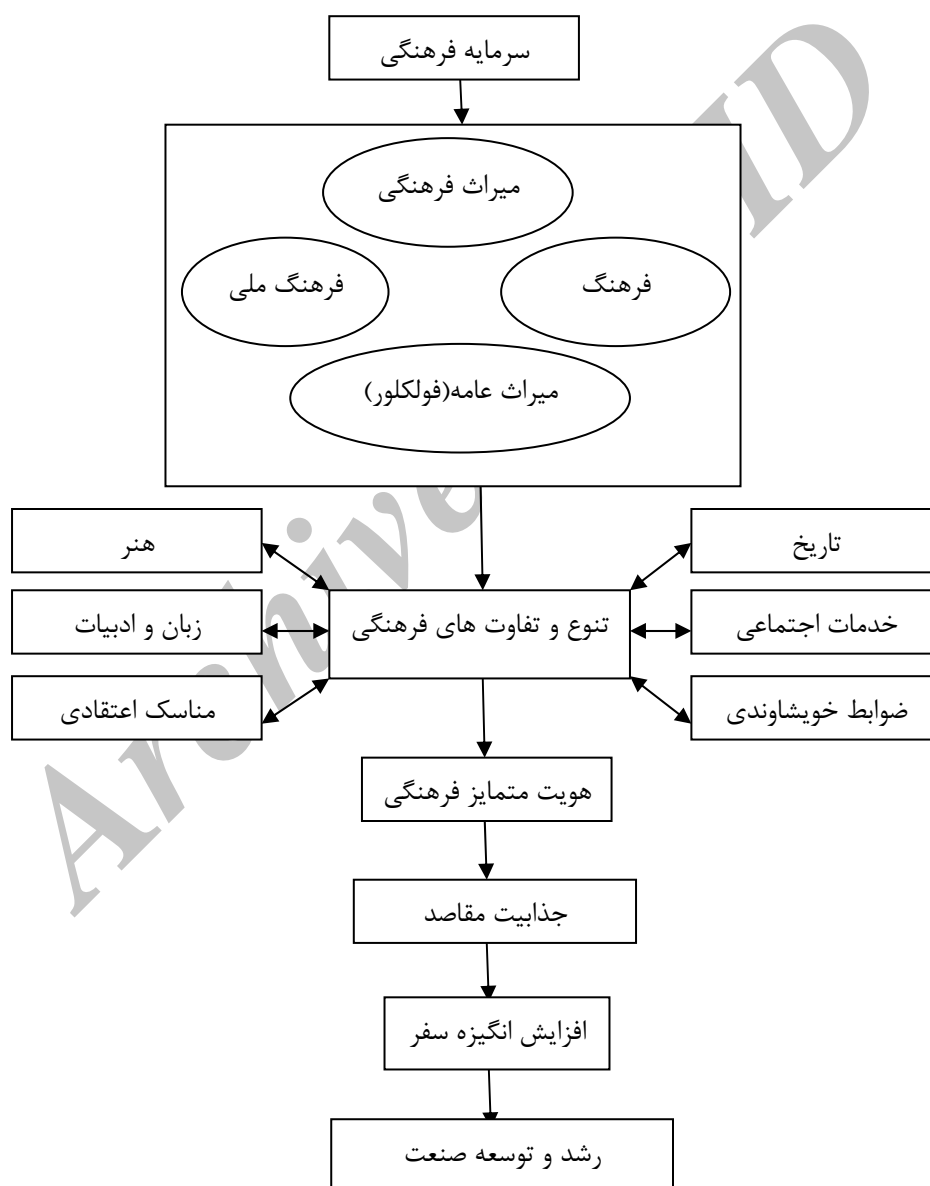
نگاهی گذرا به ده نوع گردشگر به خوبی مشخص می‌سازد که موارد ۱، ۲، ۶، ۸ و ۹ مستقیماً به فرهنگ قومی، آداب و رسوم محلی، ارزش‌های فرهنگی مربوطاند که در تعریف عام سرمایه فرهنگی، عناصر چنین سرمایه‌ای محسوب می‌شوند. توجه باید کرد که از ده نوع گردشگر، پنج نوع آن یعنی درست نیمی از اجتماع گردشگران، به فرهنگ قومی علاقه‌مند و خواستار آشنایی با آن می‌باشند (کروبی، ۱۳۸۷: ۳۲۰). مردم مناطق و ساکنان محلی به دو گونه از منافع فرهنگی توسعه گردشگری بهره‌مند می‌شود: اول اینکه گردشگری، فرهنگ جامعه میزبان را به سایر جوامع و فرهنگ‌ها معرفی می‌کند. این اثر مانند تبلیغات برای گوهری است که هر جامعه آن را چون صدف در درون خود محفوظ می‌دارد و هر چه این گوهر اصیل‌تر و غنی‌تر باشد، معرفی آن به دیگران عزت و احترام بیشتری برای صاحبانش به همراه خواهد داشت؛ دوم اینکه صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می‌کند تا فرهنگ خود را مستقیم و بدون واسطه و به شکل واقعی به علاقمندان عرضه کنند (ریچاردز، ۲۰۰۰: ۱۷). این عمل، به ویژه باعث تقویت غرور و همبستگی جامعه میزبان و افزایش آستانه تحمل آنان در برابر فرهنگ‌های دیگر می‌شود (مقصودی و ارسیا، ۱۳۸۸: ۱۰۷).

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 می‌دهد؛
- ۲- موسیقی اقوام متنوع ایران را از نظر فولکلور بسیار غنی ساخته است؛
- ۳- دست ساخته‌های اقوام مختلف به فرهنگ مادی ایران غنایی چشم‌گیر بخشیده است؛
- ۴- فرهنگ شفاهی اقوام، ایران را از این نظر در بین چند کشور مهم جهان قرار می‌دهد؛
- ۵- داستان‌های روایتی اقوام، قابلیت بیان تصویری فوق‌العاده قوی دارند. تنها کافی است توجه شود که چینی‌ها، برزیلی‌ها و هندیان چگونه از چنین قدرتی بهره می‌گیرند؛

۶- هنرهای نمایشی قوی در ایران قادر به تبدیل شدن به انواع برنامه‌های جلب گردشگری است (کروبی، ۱۳۸۷: ۳۲۲).

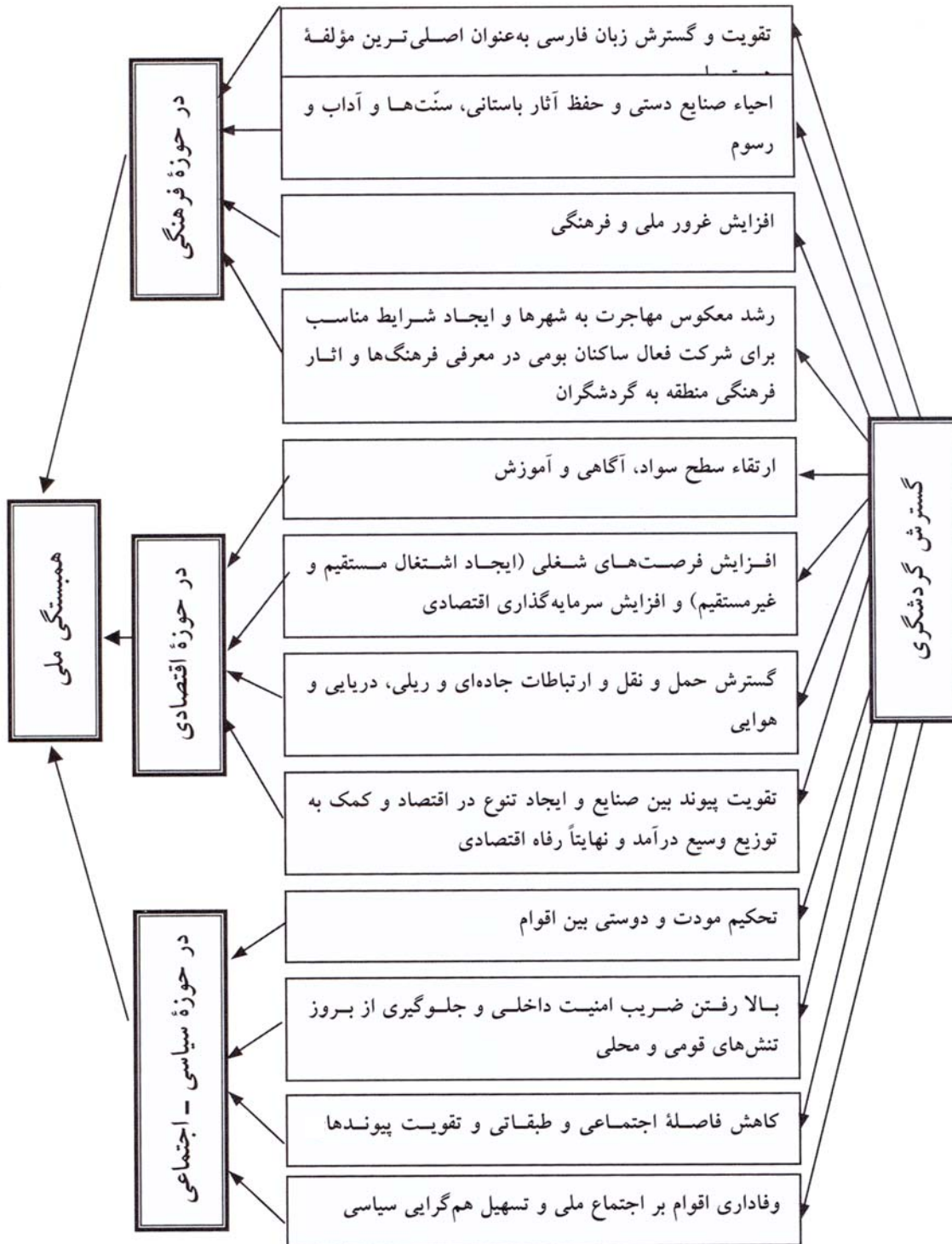
هنگامی که فرهنگ هدف توسعه باشد، بحث توجه به سرمایه فرهنگی و عناصر آن مطرح می‌شود و گردشگری به عنوان یکی از منابع مهم توسعه اقتصادی-اجتماعی مورد توجه قرار می‌گیرد. از سوی دیگر، قابلیت‌های صنعت گردشگری در هر کشوری خود سرمایه فرهنگی به شمار می‌آید. از این رو، رابطه بین سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری رابطه مستقیم و متقابلی است که می‌توان آن را در قالب مدل زیر نمایش داد:



مدل ۲: سرمایه فرهنگی و توسعه صنعت گردشگری (کروبی، ۱۳۸۸: ۵۹)

همان طور که ملاحظه می‌شود در تمامی موارد مؤثر بر همبستگی ملی که در بالا به آن اشاره گردید (مدل ۱) گردشگری و به ویژه گردشگری داخلی می‌تواند نقش بسزایی در تقویت همبستگی ملی ایفاء نماید. از طریق گردشگری داخلی و گفت و گوی فرهنگ‌های اقوام مختلف کشور می‌توان عوامل تضعیف همبستگی ملی را تا حدود بسیار زیادی کم‌رنگ 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 تأثیر در حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی- اجتماعی و فرهنگی منجر به تقویت همبستگی ملی می‌گردد به طوری که توسعه گردشگری در یک منطقه خود منجر به آشنایی هر چه بیشتر ساکنان منطقه با فرهنگ خویش می‌گردد و از این طریق غرور ملی و فرهنگی آنان افزایش می‌یابد 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 می‌گردد، لذا ساکنان منطقه به ارزش صنایع دستی و آثار باستانی، آداب، رسوم و سنن 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 فرهنگ‌ها و آثار فرهنگی منطقه به گردشگران را در پی خواهد داشت. به علاوه در نتیجه بهبود شرایط ساکنین به ویژه شرایط اقتصادی زیرساخت‌های منطقه بخصوص زیر ساخت‌های گردشگری از جمله حمل و نقل، ارتباطات، راه‌های جاده‌ای، ریلی، دریایی، هوایی و ... بهبود خواهد یافت. مدل ۳ تأثیر گردشگری بر همبستگی ملی را به طور خلاصه نشان می‌دهد:

مدل ۳: تأثیر گردشگری بر همبستگی ملی (مقصودی و ارسیا، ۱۳۸۸: ۱۱۱)



نتیجه‌گیری و پیشنهاد:

در این مقاله مفهوم همبستگی ملی و عوامل مؤثر بر آن در قالب یک چارچوب مفهومی به تفصیل بیان و در ادامه تأثیر گردشگری از طریق گفت و گوی بین اقوام، فرهنگ‌ها و ... و روابط متقابل بین این دو مفهوم شرح داده شد. از آنجایی که امروزه نهادهای اجتماعی براساس ضرورت‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و با ویژگی‌هایی از قبیل هدفمندی، دارا بودن چارچوب، یکپارچگی و ... منجر به همبستگی ملی می‌شوند. این نهادها می‌توانند به صورت زبان، آموزش، رسانه، دین و مذهب، سیاست، اجتماع و اقتصاد ظهور یابند و هر کدام بر مبنای نیازهایی که بر اساس تفکر و جایگاه خود تشخیص می‌دهند، در نهایت همبستگی ملی را ترویج و شکاف‌های اجتماعی و آنچه که شکاف در مسیر توسعه و وحدت ملی قرار دارد را تا حدودی ترمیم نمایند.^۱ با توجه به عوامل مؤثر بر همبستگی ملی و تأثیری که توسعه گردشگری به ویژه گردشگری داخلی می‌تواند بر تقویت آن داشته باشد- که در بالا به تفصیل به آن اشاره شد- ضروری است عوامل تقویت همبستگی ملی بیش از پیش تقویت یافته و عوامل تضعیف آن با تمهیداتی از جمله توسعه مناسب گردشگری از بین رفته و یا به حداقل برسد. در این راستا توجه به موارد زیر ضروری به نظر می‌رسد:

- ۱- بها دادن به زبان بومی، محلی و قومی در عین اصالت دادن و رسمیت بخشیدن به زبان رسمی و ملی با استعانت از الگوی وحدت در عین کثرت و پراکندگی در انتظام، مطابق راهبرد و اساس فرهنگستان زبان فارسی و قانون اساسی کشور؛
- ۲- کشف وجوه اشتراک میان زبان فارسی، محلی و ملی با یکدیگر، با هدف ایجاد همگرایی زبانی؛
- ۳- احترام به زبان‌های محلی، با در نظر داشتن این چشم‌انداز از آینده که جهان به سمت وحدت هر چه بیشتر پیش می‌رود و خرده زبان‌ها به نفع زبان‌های اصلی، محو می‌گردند؛
- ۴- یکی از مهم‌ترین ابزارهای سامان یافتن وفاق و همبستگی ملی، رسانه‌های جمعی هستند. از جمله تأثیرات مثبت ارتباطات در همبستگی ملی عبارتست از:
 - نزدیکی سلیقه‌ها، خواست‌ها و انتظارات تمامی ساکنین یک جامعه (کروبی، ۱۳۸۸: ۷۱)؛
 - تسهیل همگرایی سیاسی در داخل جوامع؛
 - ایجاد واحدهای سیاسی، نهادها و سازمان‌های محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی؛
 - توسعه شهرنشینی، ارتقاء سواد، افزایش درآمد سرانه و تقویت پیوندهای اجتماعی بین جوامع، که در نهایت، روند دستیابی به رفاه اقتصادی را هموار خواهد کرد (رجب‌نسب، ۱۳۸۰: ۴۲).

- لذا توجه به امر ارتباطات و رسانه‌های جمعی در راستای تقویت همبستگی ملی ضروری است؛ در این میان، صنعت گردشگری نیز به مثابه یک قدرت رسانه‌ای است که روی فرهنگ‌ها و روابط میان آنها تأثیر بسزایی دارد (موالانا، ۱۹۹۷: ۱۳۳).
- ۵- افزایش مناسبات و مبادلات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و علمی، میان ملل و اقوام مختلف و فواصل جغرافیایی، کمک به برقراری تفاهم، همبستگی، همگونی و همکاری بین‌المللی؛
 - ۶- افزایش سطح مشارکت اجتماعی؛
 - ۷- آموزش و دادن اطلاعات به ملت‌ها و آگاه ساختن ملل نسبت به سنت‌های ریشه دار ملی و تاریخی؛
 - ۸- اعمال سیاست‌های خصوصی‌سازی و کوچک کردن حجم دولت در راستای افزایش مشارکت فعال و اثر بخش افراد جامعه در ابعاد مختلف توسعه؛
 - ۹- اهتمام و توجه هر چه بیشتر به زبان، هویت ملی و تاریخی، موسیقی، اعیاد ملی و مذهبی، ادبیات، شعر و شاعری به ویژه از طریق توسعه گردشگری در مناطق مختلف کشور و تلاش در جهت شناساندن فرهنگ، آداب و رسوم اقوام و مناطق مختلف به گردشگران در جهت تعمیق همبستگی ملی؛
 - ۱۰- هر چند اختلاف اقلیمی سبب به وجود آمدن ناهماهنگی‌هایی در فرهنگ مناطق مختلف می‌گردد؛ اما، توسعه گردشگری و ارتباط میان اقوام و فرهنگ‌های مختلف خود می‌تواند منجر به آشنایی اقوام و فرهنگ‌ها با یکدیگر و در نتیجه تقویت همبستگی ملی گردد؛
 - ۱۱- جلوگیری از ایجاد گرایش‌ها و اختلافات مذهبی؛
 - ۱۲- از آنجایی که یکی از کارکردهای توسعه گردشگری در بعد اقتصادی، ایجاد فرصت‌های شغلی (اشتغال مستقیم و غیرمستقیم) و افزایش سرمایه‌گذاری اقتصادی و رفاه اقتصادی در منطقه است؛ لذا، می‌تواند منجر به رشد معکوس مهاجرت و ایجاد شرایط مناسب برای شرکت فعال ساکنان بومی در معرفی فرهنگ‌ها و آثار فرهنگی منطقه به گردشگران گردد.
 - ۱۳- برداشت عده‌ای از جهانی شدن فرهنگ، به وجود آمدن یک فرهنگ فراگیر برای تمامی ملت‌های جهان، متفاوت با همه فرهنگ‌های محلی، ملی و قاره‌ای موجود است. فرهنگی که در آن زبان، سنن، تمایلات، ارزش‌ها و شیوه‌های پر کردن اوقات فراغت برای تمامی مردم جهان (صرف‌نظر از هویت ملی، قاره‌ای و حتی اقتصادی آنان) یکسان شده است و به موازات گسترش و تعمیق آن، فرهنگ‌های بومی تضعیف شده و به تدریج رو به زوال می‌گذارند؛ اما، عده‌ای دیگر عقیده دارند در شرایط جهانی شدن فرهنگ، بسیاری از شاخص‌های فرهنگی و بومی و محلی برجسته شده و به فراسوی سرزمین ملی و بومگاه‌های

محلی سرازیر می‌شوند^۱. لذا با اجرای تمهیداتی باید توسعه گردشگری در منطقه در راستای تقویت شاخص‌های فرهنگی، بومی و محلی منطقه باشد تا منجر به افزایش غرور ملی و فرهنگی و در نتیجه احیای صنایع دستی و حفظ آثار باستانی، سنت‌ها و آداب و رسوم باشد و موجب تقویت همبستگی ملی گردد.

منابع

- احمدی، حمید (۱۳۸۶)، هویت و قومیت در ایران، مجموعه مقالات هویت در ایران به اهتمام علی‌اکبر علیخانی، پژوهشگاه علوم انسانی و جهاد دانشگاهی، صص ۱۶۵-۱۸۷.
- ارژنگ، کیان (۱۳۷۸)، توانمندی‌های زبان فارسی و مسئولیت‌های ما، فصلنامه میراث ایران، سال چهارم، شماره ۱۵.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۷)، "دیبچه‌ای بر مفهوم همبستگی ملی"، قابل دسترس در "www.Sociologyofiran.com".
- بهروز، فاطمه (۱۳۷۴)، زمینه‌های غالب در جغرافیای انسانی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
- بونی فیس، پرسیلا (۱۳۸۱)، مدیریت گردشگری فرهنگی، ترجمه محمود عبدالله‌زاده، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- پیروز، پوریا (۱۳۷۰)، مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی جهانگردی، ماهنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره‌های ۴۵ و ۴۶.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۷۹)، روشنفکر ایرانی و معمای هویت ملی، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۵.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۷۲)، ملیت، مذهب و آینده تمدن ایرانی، ماهنامه ایران فردا، شماره ۶.
- ثلاثی، محسن (۱۳۷۹)، جهان ایرانی و ایران جهانی، تهران، نشر مرکز.
- جلایی‌پور، حمیدرضا (۱۳۷۲)، کردستان و علل بحران پس از انقلاب اسلامی، انتشارات وزارت امور خارجه، چاپ اول.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۳)، تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه، فصلنامه مطالعات سیاسی، سال دوم، شماره ۵، صص ۱۹۱-۲۱۲.

- حافظ‌نیا، محمدرضا- کاویانی‌راد، مراد(۱۳۸۵)، نقش هویت قومی در همبستگی ملی (مطالعه موردی قوم بلوچ)، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان (علوم انسانی)، جلد بیستم، شماره ۱.
- رابینز، استیفن پی (۱۳۸۰)، رفتار سازمانی؛ مفاهیم، نظریه‌ها، کاربردها، ترجمه علی پارساییان- محمد اعرابی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، جلد اول.
- رجب‌نسب، حمید (۱۳۸۰)، "توسعه و همبستگی در ایران"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۴)، نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات اطلاعات.
- قرخلو، مهدی (۱۳۸۲)، تحکیم همبستگی ملی با تأکید بر عناصر جغرافیای فرهنگی در ایران، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۴۶.
- کروی، مهدی (۱۳۸۸)، نقش ارتباطات انسانی در توسعه صنعت جهانگردی، فصلنامه علوم مدیریت ایران. سال چهارم، شماره ۱۳.
- کروی، مهدی (۱۳۸۸)، بررسی نقش فولکلور (فرهنگ عامه در توسعه گردشگری ایران)، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۱۰.
- کروی، مهدی (۱۳۸۷)، فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۸.
- مقصودی، مجتبی- ارسیا، بابک (۱۳۸۸)، جایگاه گردشگری در تعمیق همبستگی ملی در ایران، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۳۷، سال دهم.
- ملک‌پور، علی (۱۳۸۱)، تعارض فرهنگی دولت و مردم در ایران، تهران: انتشارات آزاد اندیشان.
- میرمحمدی، داوود- رضایی، محمد (۱۳۷۷)، نظریه‌های روابط قومی، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.

- Bates, D, G & Plug, F. (۱۹۹۱), "Human Adaptive Strategie", MC Graw- Hill, INC.
- Clark, G. L. (۱۹۸۶), "Restructuring the U.S. economy: the NLRB, the Saturn Project, and economic justice", *Economic Geography*, Vol ۶۲, No:۴;

-
- Crang, M, (۱۹۹۸), “Cultural Geography”, London & New York:Rutledge;
 - Mowalana, H. (۱۹۹۷), “Global Information and World Communication”, Sage Publications: London.
 - Muir, R, (۱۹۸۱), “Modern Political Geography”, Macmillan Education.
 - Richards, G (۲۰۰۰), “Tourism and the world of culture and heritage”, *Tourism Recreation research*, Vol ۲۰, No ۹, pp۱۹۱-۲۱۸.
 - www.Globalization.ir
 - www.ISCA.ac.ir
 - www.istta.ir

Archive of SID