



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری  
سال سوم، شماره‌ی ۹، تابستان ۱۳۹۳  
صفحات ۷۴-۸۷

## ارزیابی آثار گردشگری در تقویت هویت ملی

رضا شجری قاسم‌خیلی\*

احمد فضلی نژاد\*\*

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۵/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۲/۱۵

### چکیده

گردشگری آثار مختلفی در حوزه‌های گوناگون دارد؛ اما تا به امروز بیش از همه به پیامدهای اقتصادی گردشگری توجه شده و کمتر به آثار و نتایج اجتماعی و سیاسی این پدیده پرداخته شده است. با توجه به این موضوع و نظر به اهمیت هویت ملی جهت نوسازی و توسعه اقتصادی و سیاسی مستقل کشور در آینده و تقویت موقعیت ایران در نظام بین‌المللی، در عصر «جهانی شدن»، ارزیابی آثار گردشگری در تقویت هویت ملی به عنوان موضوع این تحقیق انتخاب گردید. سؤال اصلی این مقاله این است که: نقش گردشگری داخلی (ایرانگردی) در تعمیق و تقویت هویت ملی تا چه اندازه است؟ روش تحقیق این پژوهش، کیفی و از نوع تحلیل تاریخی است. برای پاسخ به این سؤال تلاش شده است تا با به کارگیری از منابع موجود، ابتدا عناصر و مؤلفه‌های هویت ملی با تأکید بر آگاهی تاریخی مورد بررسی قرار گیرد. در این مقاله استدلال کرده‌ایم که گردشگری با تقویت یکی از مهم‌ترین عناصر هویت ایرانی (آگاهی تاریخی) در طول تاریخ، نقش به‌سزایی در توسعه و تعمیق هویت ملی در میان ایرانیان دارد. بنابراین گردشگری داخلی (ایرانگردی) از طریق تقویت آگاهی تاریخی بر هویت ملی تأثیرگذار است.

واژگان کلیدی: گردشگری، هویت ملی، هویت ایرانی، آثار تاریخی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

\* نویسنده‌ی مسئول: استادیار گروه تاریخ، دانشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران (r.shajari@umz.ac.ir)

\*\* استادیار گروه تاریخ، دانشگاه شیراز

## مقدمه

روایت «ایرانی بودن» و خودآگاهی مربوط به آن، عامل پایداری هویت ملی، و یکی از منابع عمده بقای این ملت محسوب می‌شود. کشورهای کوچک و نوظهور با همه توان خود می‌کوشند به‌طور مصنوعی و از طریق تبلیغات چنین روایت و خودآگاهی را در میان اتباع خود ایجاد کنند. ولی جای‌گیر شدن چنین تصوراتی و رسوب آن در فرهنگ و افکار عمومی آسان نیست و نیاز به زمان دارد، با توجه به این نکته، یکی از مهم‌ترین وظایف کارگزاران سیاسی و فرهنگی می‌تواند تقویت این خودآگاهی از طریق برنامه‌ریزی‌های سیاسی، فرهنگی و آموزشی باشد. این امر نه تنها برای حفظ هویت ملی حیاتی است، بلکه برای نوسازی و توسعه اقتصادی و سیاسی مستقل کشور در آینده و تقویت موقعیت ایران در نظام بین‌المللی نیز اهمیت فراوانی دارد (معینی علمداری، ۱۳۸۳: ۴۹).

از جمله چالش‌های موجود برای جوامع بحث «جهانی شدن»<sup>۱</sup> است. با روند جهانی شدن و ادغامی که در حاشیه فرهنگ‌های جهانی صورت می‌گیرد، اهمیت مشخص کردن جایگاه هویت ملی بسیار زیاد است. در خارج از مرزهای ملی ما، تحولاتی در حال شکل گرفتن است که روند دگرگونی‌های داخلی در کشور ما را به طور گسترده تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. کشورهای مختلف جهان متناسب با این تحولات از هویت، منافع و موجودیت خود دفاع می‌کنند. کشورهایی که این روند را به درستی درک کرده و ساز و کار آن را بشناسند، می‌توانند جایگاه مناسبی را برای خود در شرایط شکل‌گیری نظام جهانی پیدا کنند، زیرا عاملی که باعث استواری هر ملت و کشوری می‌شود، شناختی است که مردم آن کشور از خود، هویت، موجودیت و جایگاه شان در جهان دارند و بر اساس این شناخت، وجوه تمایز و مشترک خود را با دیگران تعریف می‌کنند (کولایی، ۱۳۸۳: ۵۲). هویت یعنی: «خود»<sup>۲</sup> در ارتباط با «دیگران»<sup>۳</sup>. به عبارت دیگر درک چیستی و کیستی خود در پرتو نگاه به دیگران (بروان<sup>۴</sup>، ۱۹۸۵: ۷۷۱). ملتی که توانایی‌های خود را به درستی درک کند و بداند چه شرایطی را پشت سر گذاشته است، بدون تردید بهتر می‌تواند از موقعیت و امکانات بالقوه و بالفعل خود استفاده کند (کولایی، ۱۳۸۳: ۵۲).

از دیگر چالش‌هایی که می‌توان به آن اشاره کرد رشد خودآگاهی‌های قومی یا بومی گرایی است که در نبود یک هویت فرا قومی چنین مجاللی یافته است. در بررسی یونسکو سهم درگیری‌های قومی در چند دهه‌ی اخیر بسیار بالا است، به طوری که ۷۲ درصد از ۱۲۰ درگیری بزرگ جهان با گرایش‌های قومی روی داده است (خانیک، ۱۳۸۳: ۶).

<sup>1</sup> Globalization

<sup>2</sup> Self

<sup>3</sup> Others

<sup>4</sup> Brown

با توجه به مسائل فوق‌الذکر و اهمیت تقویت و توسعه‌ی هویت ملی در جهان کنونی و با در نظر گرفتن این مهم که یکی از اهداف چشم‌انداز بیست ساله حفظ هویت ایرانی- اسلامی است<sup>۱</sup> و در عین حال کسب درآمدهای غیرنفتی و ارتقاء سطح تفاهم بین ملت‌ها و تحکیم مبانی وحدت ملی در کشور است، در این مقاله در صدد هستیم به نقش گردشگری (صنعت توریسم) در شناساندن هویت ایرانی به «خود» و «دگر» بپردازیم. همانطوری که می‌دانیم مهم‌ترین عناصر تشکیل دهنده‌ی هویت ایرانی عبارتند از: «سرزمین/ جغرافیا»، «دولت» و «دین»، «آگاهی تاریخی»، «زبان فارسی» و «فرهنگ ایرانی». در این میان، برخی عناصر نقش پر رنگ‌تری در تداوم هویت ایرانی داشته‌اند از جمله‌ی آنان می‌توان به عنصر «آگاهی تاریخی» اشاره نمود.

آگاهی تاریخی به‌عنوان عنصر کلیدی در تقویت هویت ملی خود می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلف از جمله گردشگری داخلی قرار گیرد. هویت ملی در واقع مجموعه‌ای از گرایش‌های مثبت نسبت به عوامل و الگوهای هویت‌بخش و یکپارچه‌کننده در سطح یک کشور است؛ آن‌گونه که اعضای جامعه نسبت به این تعلقات و پیوندهای جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، سیاسی و قومی احساس افتخار و بالندگی می‌کنند (روح الامینی، ۱۳۸۳: ۲۲). صنعت گردشگری داخلی علاقمندان را با آثار و ابنیه‌ی تاریخی، به‌عنوان نموده‌های عینی باقی‌مانده از دوران گذشته، آشنا می‌کند و همچنین یادآور روایات، اساطیر، خاطرات جمعی و افتخارات قومی ایرانیان است بدین ترتیب به‌طور مستقیم در ایجاد آگاهی تاریخی میان گردشگران موثر است، از آنجا که آگاهی تاریخی نیز به نوبه‌ی خود با ایجاد گرایش‌های مثبت نسبت به تعلقات و پیوندهای جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، سیاسی و قومی، تأثیر مستقیم و عمیقی در توسعه و تعمیق هویت ملی در میان اعضای جامعه دارد، می‌توان نتیجه گرفت که گردشگری داخلی با واسطه و به گونه‌ای غیر مستقیم، با برانگیختن آگاهی تاریخی، نقش به‌سزا و بی‌بدیلی در تقویت هویت ملی دارا است. بر این اساس این مقاله در پاسخ به این دو سؤال نوشته شده است: نقش گردشگری داخلی (ایرانگردی) در تعمیق و تقویت هویت ملی چگونه می‌باشد؟ و گردشگری از چه طریق موجب تقویت هویت ملی می‌گردد؟

## مبانی نظری

### گردشگری

گردشگری ترک موقت محل دایمی است به قصد دیدار از مکانی دیگر بدون اشتغال یا هر

<sup>۱</sup> بر اساس چشم‌انداز بیست ساله (۱۳۸۴-۱۹۰۴) ایران در بیست سال آتی، ضمن حفظ هویت ایرانی- اسلامی خود، باید جایگاه اول را در زمینه‌ی اقتصاد، علم و فناوری در منطقه پیدا کند. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی قابل دسترسی در [http:// www.mporg.ir/barnameh4/ebلاغ.htm](http://www.mporg.ir/barnameh4/ebلاغ.htm)

نوع کسب درآمدی، به هر طریق و وسیله‌ای، مشروط بر اینکه اقامت در مکان جدید از حداقل یک شب بگذرد (پیران، ۱۳۷۰: ۵۳). در منابع مختلف موجود از حداقل ده نوع گردشگر یاد شده است با توجه به تعریف فوق بازدید کنندگان از آثار باستانی و یادمان‌های تاریخی، محققین رشته‌های مختلف علمی، شرکت‌کنندگان در نمایشگاه‌ها، زائرین اماکن مقدس، استفاده کنندگان از مواهب طبیعی و خدادادی (کروبی، ۱۳۸۷: ۳۱۷) افراد ماجراجو و علاقمند به تجربه‌های جدید، انسان‌های علاقمند به آشنایی با فرهنگ‌های جدید، افراد خوشگذران و علاقمند به برخورداری از استانداردهای بالای خدمات رفاهی و... جملگی در زمره‌ی گردشگران جای می‌گیرند (جهانیان و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱۰).

### هویت

هویت از واژه لاتین Idem به معنای «همان» و «مشابه» مشتق گردیده است (اسکیولا<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵: ۳۳۵) و در مفهوم کلی «به ظرفیت یک فرد یا یک گروه برای به رسمیت شناختن خود و نیز به رسمیت شناخته شدن توسط دیگران» (همانجا) تعریف شده است. فعل شناسایی به ضرورت لازمه هویت است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵). آنچه مردم درباره‌ی ما می‌اندیشند از آنچه ما در مورد خودمان می‌اندیشیم اهمیت کمتری ندارد. اینکه افراد بر هویت خودشان تاکید کنند کافی نیست، اشخاصی که با آنان سر و کار داریم نیز باید آن هویت را معتبر بدانند (یا ندانند)، هویت اجتماعی هرگز امری یک جانبه نیست (جنکینز، ۱۳۸۱: ۳۹) هویت بنا به تعریف ماریسا، سازمان پویای خودساخته، درونی و خودبنیانی از انگیزه‌ها، توانایی‌ها، اعتقادات و تاریخ است. چنین سازمانی که از لحاظ احساس، اعتقاد و رفتار منحصر به فرد است، اگر در فرد مصداق یابد، به آن هویت فردی و اگر در جمع تحقق یابد، به آن هویت جمعی گویند و هویت قومی و ملی از نمونه‌های هویت جمعی است (ماریسا<sup>۲</sup>، ۱۹۸۰: ۱۵۹).

### سطوح هویت

در تقسیم بندی و سطح بندی هویت، نظرات مختلفی وجود دارد. یکی از عام‌ترین و کلی‌ترین آن‌ها، عبارتند از: الف- هویت فردی ب- هویت گروهی (اجتماعی) ج- هویت ملی د- هویت‌های فراملی.

### هویت ملی

هویت ملی به تعبیری فراگیرترین، بالاترین و مشروع‌ترین سطح هویت است (قاسمی، ۱۳۸۳: ۱۵۵). این نوع هویت از اهمیت زیادی برخوردار است زیرا حلقه ارتباطی بین

<sup>1</sup> Sciolla

<sup>2</sup> Marcia

هویت‌های خاص و محلی و هویت‌های عام فراملی محسوب می‌شود. در دانشگاه‌های قرون وسطی «ملت» به گروهی از دانشجویان اطلاق می‌شد که از یک ناحیه‌ی مشترک می‌آمدند. ایده و فکر تعلق به یک گروه خاص بر پایه‌ی تبار که آن‌ها را از یکدیگر متمایز می‌کرد، قبل از سده‌ی نوزدهم یعنی قبل از ظهور ناسیونالیسم مدرن، موجود بوده است (سالزر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸: ۱۱۵). از هویت ملی همچون سایر اصطلاحات علوم انسانی تعاریف متعددی به عمل آمده است. آنتونی اسمیت هویت ملی را این‌گونه تعریف کرده است: «بازتولید و بازتفسیر دائمی الگوی ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، اسطوره‌ها و سنت‌هایی که میراث متمایز ملت‌ها را تشکیل می‌دهند و تشخیص هویت افراد با آن الگو و میراث و با عناصر فرهنگی‌اش.» (اسمیت، ۱۳۸۳: ۳۰).

هویت ملی در واقع مجموعه‌ای از گرایش‌های مثبت نسبت به عوامل و الگوهای هویت‌بخش و یکپارچه‌کننده در سطح یک کشور است؛ آن‌گونه که اعضای جامعه نسبت به این تعلقات و پیوندهای جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، سیاسی و قومی احساس افتخار و بالندگی می‌کنند (روح‌الامینی، ۱۳۸۳: ۲۲).

محققان، عناصر تشکیل‌دهنده‌ی متفاوتی را برای هویت ملی برشمرده‌اند. مهم‌ترین این عناصر را می‌توان در موارد زیر بیان کرد:

- الف- وجود سازمان سیاسی واحد (دولت) ب- پیشینه‌ی مشترک تاریخی و آگاهی از آن
  - ج- فرهنگ مشترک د- زبان ه- دین و- سرزمین /جغرافیا (همانجا)
- دیوید میلر هویت ملی را شامل ابعاد پنج‌گانه‌ی زیر می‌داند:
- ۱- باور مشترک و تعهد فعال ۲- قدمت تاریخی (تداوم تاریخی)، ۳- منش فعال (هویت فعال)
  - ۴- وابستگی به یک قلمرو خاص (پیوند جغرافیایی)، ۵- فرهنگ عمومی مشترک (میلر، ۱۳۸۳: ۲۸-۳۲).

### آگاهی تاریخی و هویت ملی

تداوم اجتماعی مستلزم یک گذشته‌ی معنادار است. گذشته منبع مهمی است که در تفسیر اینجا- اکنون و پیش‌بینی آینده، باید به آن رجوع کرد. گذشته به‌طور فردی، خاطره؛ و به‌طور جمعی تاریخ است. این دو، دو وجه مهم از هویت هستند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۴۷). بی‌گمان تحولات تاریخی در شکل دادن به احساس تعلق و دلبستگی به یک مجموعه هویتی کاملاً تأثیرگذار است. شکست‌ها، پیروزی‌ها، شیرینی‌ها و تلخی‌های تاریخ یک ملت همواره از سوی افراد با احساس دلبستگی فرین است و در شکل دادن به انگاره‌های جمعی مؤثر است. بُعد تاریخی هویت ملی عبارت است از آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته‌ی تاریخی و احساس دلبستگی به آن. این احساس، نسل‌های مختلف یک ملت را به هم پیوند می‌دهد. این

<sup>۱</sup> Salazer

بعد از هویت ملی را دیوید میلر به عنوان تداوم تاریخی تعریف می‌کند که نگاه به گذشته، حال و آینده دارد. اجتماع ملی تاریخی، مجموعه‌ای از تعهدها و وظیفه‌هاست. زیرا نیاکان ما سختی‌های بسیار کشیده‌اند و خودشان را برای ایجاد و دفاع از آن ملت فدا کرده‌اند. ما که در آن ملت به دنیا آمده‌ایم وارث تعهد برای ادامه راهشان هستیم؛ بخشی از تعهد را در مقابل معاصران و بخشی را نیز در قبال آیندگان داریم (میلر، ۱۳۸۳: ۳۰).

بعد تاریخی هویت ملی که عبارت است از آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته‌ی تاریخی و احساس دل‌بستگی به آن، تا حدود زیادی از طریق گردشگری داخلی تامین می‌گردد، بدین ترتیب گردشگری با تامین یکی از ابعاد و عناصر هویت ملی در توسعه و تقویت آن تاثیر گذار است.

### ادبیات تحقیق

هر چند در باب گردشگری در حوزه‌های مختلفی از جمله جغرافیا، علوم اقتصادی، مدیریت، برنامه‌ریزی و علوم اجتماعی و غیره تحقیقات گسترده‌ای صورت گرفته است، اما در عرصه‌ی رابطه‌ی بین هویت ملی و گردشگری مطالعات جدی و همه‌جانبه‌ای صورت نگرفته است. در این بین می‌توان به آثاری از جمله: مقصودی و ارسیا (۱۳۸۸) «جایگاه گردشگری در تعمیق همبستگی ملی در ایران»، جهانیان و همکاران (۱۳۸۹) «مقدمه‌ای بر همبستگی ملی با تاکید بر مؤلفه‌های فرهنگ و گردشگری» و شیبانی و هاشمی (۱۳۹۲) «تجربه‌ی گردشگری و هویت ملی مورد مطالعه: شهروندان شهر شیراز» اشاره نمود. پژوهش حاضر علاوه بر اینکه به مانند تحقیقات فوق‌الذکر حوزه‌ی بدیع و تازه‌ای را درباره‌ی گردشگری هدف قرار داده است و از دایره‌ی مطالعات موردی پرافراتر نهاده است همچنین سعی نموده از منظر تاریخی و با رویکردی تبارشناسانه، تأثیر گردشگری را بر توسعه و تعمیق هویت ایرانی (ملی) مورد ارزیابی قرار دهد، که در این راه از آثار تاریخی و جغرافیایی دست اول بهره گرفته شد.

### روش شناسی تحقیق

برای پاسخ به سؤال اصلی تحقیق از روش تحقیق کیفی استفاده شده است و برای جمع‌آوری اطلاعات تحقیق از روش اسنادی استفاده شده است. مروری بر اسناد، یکی از روش‌های شناخته شده است که پژوهشگر می‌تواند بدان وسیله ارزش‌ها و باورهای جامعه یا افراد مورد مشارکت را به تصویر بکشد. داده‌های موجود در بایگانی به‌عنوان اسناد و مدارک متعلق به جامعه، گروه یا سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد (مارشال و راس من، ۱۳۸۱: ۱۱۹-۱۱۸).

در این نوشتار سعی شده است ضمن جمع‌آوری اطلاعات از طریق کتابخانه‌ای، با روش

تحلیل تاریخی و تحلیل محتوا به سؤالات زیر پاسخی درخور دهیم:

- ۱- مهم‌ترین عنصر هویت ایرانی در طول تاریخ کدام عنصر بوده است؟
- ۲- نقش گردشگری داخلی (ایرانگردی) در توسعه و تعمیق این عنصر و در نتیجه در تقویت هویت ملی تا چه اندازه می‌باشد؟

سؤال اخیر پرسش اصلی ما در این پژوهش می‌باشد ولی لازمه‌ی پاسخگویی به این پرسش پرداختن به سؤال اول است. به عبارت دیگر ابتدا بایست نشان داد که اصلی‌ترین عنصر هویت ایرانی آگاهی تاریخی است به‌دنبال آن این مهم را به اثبات رساند که گردشگری با تقویت این عنصر سبب تعمیق و توسعه‌ی هویت ملی در ایران می‌شود. فرضیات ما اینک:

- ۱- تاریخ و آگاهی تاریخی مهم‌ترین عنصر در هویت ایرانی در طول تاریخ، بوده و هست.
  - ۲- گردشگری یکی از مهم‌ترین عوامل تقویت و توسعه‌ی آگاهی تاریخی می‌باشد، در نتیجه گردشگری داخلی تأثیر فراوانی در تقویت و تعمیق هویت ملی در ایران دارد.
- در این مقاله در پی آنیم طی یک حرکت تبار شناسانه و با بهره‌گیری از اسناد و مدارک دست اول تاریخی، در درجه اول نشان دهیم آگاهی تاریخی مهم‌ترین عنصر هویت ایرانی در ادوار گذشته بوده است و امروزه نیز می‌تواند نقش پیشرو و ممتاز خود را در تقویت همبستگی ملی ایفا نماید و از آنجائی که یکی از منابع اصلی ایجاد آگاهی تاریخی آثار و ابنیه‌ی برجای مانده از گذشته است، بنابراین گردشگری و مشاهده‌ی آثار و ابنیه‌ی تاریخی در اقصی نقاط ایران با تقویت آگاهی تاریخی در میان مردم ایران، سبب تقویت و تعمیق هویت ملی می‌گردد.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

#### آگاهی تاریخی مهم‌ترین عنصر هویت ایرانی

با استفاده از تعاریفی که از هویت و هویت ملی ارائه شده است می‌توان به تعریفی از هویت ایرانی نائل شد. هویت ایرانی عبارت است از: آن دسته از علائم مادی و یا غیر مادی که باعث شناسایی «ایرانیان» از «انیرانان»<sup>۱</sup> می‌گردد و به عبارت دیگر مجموعه عناصری که ایرانیان با اتکاء به آن به تعریف خود پرداخته و خودشان را از سایرین متمایز می‌کردند، هویت ایرانی را شکل می‌بخشد.

این عناصر و مؤلفه‌ها باید دارای ویژگی‌های مهم زیر باشند تا بتوانند کارکرد هویت بخشی شان را بروز دهند این ویژگی‌ها عبارتند از:

الف- عنصر هویتی باید باعث تشابه در داخل و با خودی (self) گردد؛ یعنی باید شاخصه و وجه مشترک خودی‌ها بوده و باعث همبستگی میان آن‌ها گردد.

<sup>۱</sup> غیر ایرانیان

ب- عناصر سازنده‌ی هویت باید موجبات تمایز و تفکیک در خارج و با غیر خودی‌ها (others) را فراهم آورد، به گونه‌ای که مانع از ورود اغیار گردد.

ج- جایگاه مردم (ملت) ایران را در جامعه‌ی جهانی تعریف کند.

د- ما را به گذشتگان این سرزمین و آیندگان را به ما پیوند دهد.

مهم‌ترین عناصر و مؤلفه‌های هویت ایرانی در طول تاریخ ایران عبارتند از: سرزمین/ جغرافیا، دولت، دین، اسطوره و تاریخ (آگاهی تاریخی)، زبان فارسی و فرهنگ. در میان عناصر فوق آنچه که بیش از همه واجد ویژگی‌های مذکور است همان «پیشینه مشترک تاریخی و آگاهی از آن» می‌باشد.

باید گفت عنصر تاریخ در استمرار هویت ایرانی در دوره‌ی جدید نقش بیشتری ایفاء نموده و بیشترین سهم را به خود اختصاص داد. بعد از آن به ترتیب زبان فارسی، موارث فرهنگی ایرانی قرار می‌گیرند؛ توضیح اینکه سرزمین ایران به دفعات مسخر فاتحین شده و به تبع آن دولت ایرانی نیز بارها از بین رفت، دین ایرانیان نیز بارها تغییر یافته، آداب و سنن و رسومات فرهنگی هرچند نقش عمده‌ای در تداوم هویت ایرانی داشته‌اند اما به‌دلایلی که ذکر می‌گردد در درجه دوم اهمیت قرار دارند. تاریخ- به معنی اعم کلمه؛ خاطره‌ی قومی- در مواقع بروز بحران هویت، زودتر از سایر عناصر وارد عرصه گردید و از این حیث بر سایر مؤلفه‌ها فضل تقدم دارد. از لحاظ گستردگی همان‌طوری که ذکر خواهد شد در میان عوام و خواص جریان داشت و ابنیه‌ی تاریخی نیز پیوسته عظمت گذشته را به یاد می‌آورد، این در حالی است بعد از حمله‌ی اعراب مسلمان به ایران، در عرصه‌ی ادبیات، زبان عربی به‌عنوان زبان بین‌الملل حاکم شده بود و بسیاری از ایرانیان فرهیخته بدان زبان می‌نوشتند و سخن می‌گفتند، طُرفه اینکه در جریان شعوبیگری برخی از ایرانیان مفاخر قومی خود را نیز به زبان عربی می‌سرودند. از طرف دیگر، زبان فارسی در دوره‌ی مورد بحث تنها عنصر تمایز بخش به حساب می‌آمد و نشان دهنده برتری بر «دگر» نبوده است.<sup>۱</sup> حال آنکه عنصر تاریخ هم تمایز ایجاد می‌کرد و بدین وسیله باعث تقویت احساسات «همبستگی» می‌شد و هم در یک مقایسه نشان می‌داد که ما چقدر از دیگران برتریم. زیرا نقش «دگر» تقویت احساسات «همبستگی» بوده و هم نشان «تفاوت» و هم «برتری» نسبت به «بیگانگان/ دگر» است. تاریخ این نقش‌ها را به بهترین نحو ایفاء نمود. شعوبیه نیز با اتکاء به تاریخ به مجادله با حریف پرداختند و نخستین آثار ادبی فارسی نیز دارای محتوای تاریخی است.

<sup>۱</sup> حتی تازیان در عرصه‌ی زبان داعیه برتری نیز داشته‌اند، چه قبل از اسلام و چه بعد از اسلام که زبان عربی به‌عنوان زبان قرآن و دین درآمد. بنا به نقل جاحظ: از آنجا که نزد عرب صنعت و حساب و فلاحت و غیره جاری نبود آنها تمام نیروی خود را صرف شعر سرودن و بلاغت نمودند و در این عرصه به اوج رسیدند (جاحظ، ۱۴۱۱ق: ۶۹ و ۷۰).



### گردشگری و تعمیق هویت ملی

یکی از راه‌های ایجاد حس هویت ملی است- به‌ویژه در زمان شکست‌ها و بحران- پناه بردن به تاریخ و ذکر افتخارات تاریخی است.<sup>۱</sup> منظور از تاریخ در اینجا عبارتند از: حوادث و وقایع تاریخی، افسانه‌ها، اسطوره‌ها، حماسه‌ها و به‌طور کلی «خاطرات قومی» است. منابع ایجاد آگاهی تاریخی در میان ایرانیان عبارتند از:

الف- آثار و ابنیه و نمودهای عینی باقیمانده از دوران گذشته

ب- روایات و اساطیر و خاطرات ایرانیان (حافظه‌ی جمعی)

ج- منابع مکتوب تاریخی

صنعت گردشگری علاقمندان (اعم از ایرانی و خارجی) را با آثار و ابنیه تاریخی به عنوان نمودهای عینی باقیمانده از دوران گذشته آشنا نموده و همچنین یاد آور روایات و اساطیر و خاطرات جمعی ایرانیان است بدین ترتیب به‌طور مستقیم در ایجاد آگاهی تاریخی موثر است به‌گونه‌ای غیر مستقیم با تحریک و تهییج مخاطبان خود به مطالعه‌ی آثار مکتوب تاریخی برای به‌دست آوردن اطلاعات بیشتر در مورد گذشته‌ی تاریخی نقش انکار ناپذیری در تکوین آگاهی تاریخی و در نتیجه تقویت و تحکیم هویت ملی ما ایرانیان دارد.

اینکه آگاهی تاریخی در تکوین و بازسازی هویت ایرانی عنصری بی‌بدیل بوده است، مسبوق به سابقه بوده است و بارها به‌دنبال بحران هویتی ناشی از تهاجمات نظامی و فرهنگی بیگانگان زودتر و موثر تر از سایر مؤلفه‌های هویت ایرانی وارد میدان شده و به بازسازی هویت ایرانی کمک نمود. از نمونه‌های بارز آن می‌توان به بحران هویتی ناشی از حمله‌ی اعراب به ایران اشاره نمود. فتح ایران توسط اعراب تحولی عمیق در ایران پدید آورد و شاید بتوان آن را به‌عنوان مهم‌ترین و تأثیر گذارترین حادثه در سراسر تاریخ ایران نامید. از عرصه‌هایی که در پی حمله‌ی اعراب دچار تغییر و دگرگونی شد عرصه‌ی «هویت ایرانی» بود. تغییرات عمیق، ساختاری و ابعادی که به دنبال فتح ایران رخ نمود، برخی از مهم‌ترین عناصر تشکیل دهنده‌ی هویت ایرانی در عهد باستان را، عرصه‌ی دگرگونی و حتی نابودی و انحلال نمود؛ با از بین رفتن برخی از عناصر و مؤلفه‌های تشکیل دهنده هویت ایرانی مانند: «سرزمین / جغرافیا»، به معنی سیاسی کلمه، و «دولت ایرانی»، و به‌دنبال آن تغییر یکی از مهم‌ترین ارکان هویت ایرانیان در عهد باستان یعنی «دین»، هویت ایرانی بحرانی شد. به عبارتی دیگر، ایرانیان دچار بحران هویت شدند. زیرا این سه مؤلفه از مهم‌ترین عناصری بودند که از یک طرف باعث «همبستگی» و «تشابه» در داخل و با «خودی» گشته و از طرف دیگر سبب تمایز و تفکیک آن‌ها در خارج و با

<sup>۱</sup> کاری که در قرون نخستین اسلامی انجام شد، در ادوار بعدی و به صورت بارز در عصر قاجاریه، بعد از شکست‌های مکرر از روسیه، و با اوجگیری جنبش ناسیونالیسم در دوره پهلوی با رویکرد به تاریخ ایران باستان، تکرار گردید.

«دیگری» می‌شد. بنابراین، بعد از فتح ایران ما دیگر نمی‌توانیم با اتکا به این سه مؤلفه، ایرانی را از «دگر» آن‌ها تمیز دهیم.

در این میان عناصری همچون آگاهی تاریخی، زبان فارسی و فرهنگ ایرانی در تداوم هویت ایرانی و باز تولید آن نقش به‌سزایی ایفا نمودند و در بین مؤلفه‌های فوق‌الذکر آگاهی تاریخی هم از جهت گستره و هم از جهت عمق و هم از این جهت که زودتر از سایر عناصر وارد میدان شد، فضل تقدم و برتری دارد.

توضیح اینکه آثار و بناهای به جا مانده از ادوار کهن اعم از پل‌ها، کاخ‌ها، قلاع، حجاری‌ها، تندیس‌ها و کتیبه‌ها در سراسر ایران پیش چشم مردم بوده و تذکارتی برای شکوه و عظمت ایران ماقبل اسلام بوده است. آنچه از منابع تاریخی و به خصوص منابع جغرافیایی بر می‌آید اینکه ایرانیان این آثار را با افتخار و اعراب با شگفتی می‌نگریستند. نوع نگاه و انعکاس مشاهده‌ی این نمودهای عینی در اذهان ایرانی و انیرانی در این تحقیق مورد توجه است؛ به روایت ابن فقیه همدانی در سه فرسنگی همدان کوشک بهرام گور جای دارد و «در سراسر آن کتیبه‌ای است به فارسی، که فارسی دانان آن را بخوانند همه‌ی آن، گزارش و تاریخ است و همه امری شگفت است» (ابن فقیه همدانی، ۱۳۴۹: ۸۹) و در جای دیگر می‌گوید «هیچ بنای از گچ و آجر شکوهمندتر از ایوان کسری نیست در مداین، هیچ بنای سنگی زیباتر از قصر شیرین نیست» و به ترتیب به ذکر طاق بستان، تصویر شب‌دیز، قصر دزدان و ... می‌پردازد (ابن فقیه همدانی، ۱۳۴۹: ۱۰۲). ابن رسته در ذیل عنوان «راه بغداد تا ری» در کمتر از هفت صفحه به یازده اثر از آثار خسروان توجه می‌کند و از همه با افتخار یاد می‌کند (ابن رسته، ۱۳۸۰: ۱۹۲-۱۹۸). مسعودی، مورخ عرب، در مورد حجاری شب‌دیز می‌گوید: «با تصویرهای کم نظیر در سنگ کنده شده و از شگفتی‌های جهان است» (مسعودی، ۱۳۷۰: ۲۶۷). معماری با هیبت و با شکوه بر جای مانده از دوران ساسانی به شدت اعراب را تحت تأثیر خود قرار داده بود. این امر در آثار جغرافیا نویسندگان عرب که آثار ساسانی را با واژگان مطمئن و با حرارت فراوان توصیف می‌کند، مشاهده می‌شود (داوران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰: ۵۹). اینوسترانتسلف در این باره می‌گوید نه تنها آنچه بعد از فتح عرب باقی مانده بود، بلکه آنچه نیز بر اثر جنگ خراب شده بود اثری عمیق بر خاطره‌ی فاتحین بر جای می‌گذارد. سال‌ها بعد از فتح عرب خرابه‌هایی که سراسر کشور را پوشانده بود سبب حیرت عرب‌ها می‌شود و جغرافی دانان قرن‌های نهم و دهم خود را ملزم می‌دانند از بناهای مهم ساسانی نام ببرند و یادآور شوند که خسرو در فلان نقطه دهی و در فلان جا قصری و در فلان محل پلی ساخت است. بناهای باشکوه هنری که از دوران ساسانیان و قبل از آن باقی مانده بوده توجه اعراب را جلب می‌نماید و آنان در شرح و وصف آن قلم فرسایی می‌نمایند (اینوسترانتسلف، ۱۳۴۸: ۱۲). نتیجه اینکه این آثار و ابنیه‌ی تاریخی در

<sup>۱</sup> Davaran

شناساندن تاریخ و فرهنگ و تمدن ایرانی، به «خود» و «دگر»شان (اعراب) نقش بارزی داشته‌اند.

در عصر کنونی نیز گردشگران با مشاهده‌ی آثار و ابنیه‌ی تاریخی از جمله تخت جمشید، طاق بستان، کتیبه‌ی بیستون، گنج نامه، آثار باستانی بر جای مانده در سیستان و بلوچستان و جیرفت، بناهای مثل عالی قاپو، مسجد شیخ لطف الله، پل الله وردی خان (سی و سه پل)، سلطانیه، کلات نادری و آثار باقیمانده از جنگ تحمیلی... از یک طرف متوجه‌ی شکوه و عظمت ایران و ایرانی شده و غرق در شادی و شمع گردیده و از طرف دیگر با یادآوری شکست‌ها و ناکامی‌ها، احساس همدردی با سایر ایرانیان در گذشته و حال می‌نماید.

آثار و ابنیه تاریخی برای جملگی بینندگان یادآور تاریخ مشترک، خاطرات قومی مشترک، اساطیر مشترک، قهرمانان و شهدای مشترک، علماء و دانشمندان و ادبای مشترک، و شکست‌ها و پیروزی‌های مشترک است. به یاد آوردن این اشتراکات پوششی بر نقاط افتراق و بهترین وسیله برای تقویت هویت ملی است. یکی از مهم‌ترین وظایف دانش باستان‌شناسی حفاری و کشف داده‌های مادی و از طریق آن نشان دادن رفتارهای مشترکات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در طول هزاره‌های تاریخ است تا از قبل آن همدلی و همبستگی جای تفرقه و دشمنی را بگیرد. در عوض گردشگری قادر است توجه عموم مردم را به جاذبه‌های تاریخی و باستانی جلب کند و برای حفظ و مرمت آن بسیج ملی و بین‌المللی را طلب کند (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۶۳).

کدام ایرانی است که با مشاهده‌ی منشور حقوق بشر کوروش و تخت جمشید و... بر خود نبالد و به ایرانی بودنش افتخار نکند و یا از مشاهده‌ی خرابه‌های قصر شیرین و طاق کسری متأثر نگردد. همگی ایرانیان - اعم از ترک، لر، فارس و بلوچ و غیره - رستم، کاوه، فریدون، ایرج، سیاوش را از آن خود دانسته و به این اسطوره‌های شجاعت و شهامت و از خود گذشتگی برای وطن می‌بالند و با ملاحظه‌ی بناهای یادبود و مقابر مشاهیر علم و ادب ایران مانند فردوسی، سعدی، حافظ، بوعلی سینا، عطار، شهریار، نیما و... بدان‌ها افتخار می‌نمایند. علاقه‌ی وافر گردشگران به خرید عکس‌ها، پوسترها، ماکت و نمادهایی از آثار تاریخی، نشان از توجه و ارادت آنان به گذشته‌ی مشترکان است.

علاوه بر این، پدیده گردشگری با شناساندن خرده‌فرهنگ‌ها به یکدیگر زمینه‌ی تقویت همبستگی ملی در یک جامعه را فراهم می‌آورد. زیرا از طریق گفت و گوی بین خرده‌فرهنگ‌ها، شهروندان در می‌یابند که تنوع فرهنگی یک حقیقت اجتناب‌ناپذیر است و آگاهی از این تنوع، آن‌ها را از سردرگمی، سوء تفاهم‌ها و پیامدهای احتمالی آن، رهایی می‌بخشد. بدیهی است که گسترش ایرانگردی در قالب گردشگری، زیربنای برقراری شناخت مشترک و درک متقابل میان خرده‌فرهنگ‌هاست (مقصودی و ارسیا، ۱۳۸۸: ۱۰۵).

معمولاً مردمان جامعه‌ی میزبان از منافع فرهنگی توسعه‌ی گردشگری بهره‌مند می‌شوند یکی از آن‌ها اینکه صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می‌کند تا تاریخ و فرهنگ خود را مستقیم و بدون واسطه و به شکل واقعی به علاقمندان عرضه کنند. این عمل به‌ویژه باعث تقویت غرور و هبستگی جامعه‌ی میزبان و افزایش آستانه‌ی تحمل آنان در برابر فرهنگ‌های دیگر می‌شود. بنابراین، اگر ساکنان محلی بدانند که گردشگران به منظور بازدید از آثار فرهنگی و جاذبه‌های ارزشمند تاریخی آن منطقه هزینه و رنج سفر را متحمل شده‌اند، احساس غرور خواهند کرد و به آنچه دارند افتخار می‌کنند و می‌کوشند تا زبان، آداب و سنن و اصولاً پیشینه‌ی تاریخی و فرهنگی خود را حفظ نمایند (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۰۷).

با توجه به آنچه گذشت گردشگری از راه‌های گوناگون از جمله: الف- شناساندن خرده‌فرهنگ‌ها به یکدیگر و نشان دادن این معنی که تنوع فرهنگی یک حقیقت اجتناب‌ناپذیر است ب- نشان دادن تاریخ و فرهنگ خودی به دیگران و از قیل آن افزایش غرور و همبستگی جامعه‌ی میزبان ج- بر انگیختن آگاهی تاریخی و یادآوری تاریخ مشترک، خاطرات قومی مشترک، اساطیر مشترک، قهرمانان و شهدای مشترک، علما و دانشمندان و ادبای مشترک، شکست‌ها و پیروزی‌های مشترک و پوشاندن نقاط افتراق در جهت تقویت هویت ملی، می‌تواند نقش برجسته و بی‌بدیلی در تقویت هویت ملی ایفا نماید.

#### نتیجه‌گیری

بر اساس آنچه گفته شد می‌توان گفت که در عصر کنونی حفظ و تقویت هویت ملی - در برابر هویت‌های فروملی (هویت‌های قومی) و فراملی - از اهمیت به‌سزایی برخوردار است و برای امنیت ملی و پیشرفت جامعه و بقای یک ملت لازم و ضروری است. برخی از پژوهشگران بر این باورند که وجه تمایز کشورهای توسعه‌یافته‌ی صنعتی و کشورهای در حال توسعه در آن است که اکثر آن‌ها در گذشته به نحو موفقیت‌آمیزی بحران‌های هویت و مشروعیت را پشت سر گذاشته‌اند. لذا برای پشت سر نهادن بحران هویت و یا ممانعت از بروز بحران هویت ملی باید طی یک حرکت تبار شناسانه عناصر و مؤلفه‌های تداوم هویت ملی در ایران (هویت ایرانی) را شناسایی کرده، به تقویت آن اهتمام ورزید. نتیجه‌ی حاصله از بررسی به عمل آمده از کتب معتبر تاریخی اینکه آگاهی تاریخی ایرانیان بیشترین سهم را در تداوم هویت ایرانی در ادوار گذشته تا به حال داشته است و امروزه نیز ما می‌توانیم با بهره‌گیری از صنعت گردشگری و با توجه به انعکاس آثار و ابنیه تاریخی و فرهنگی در اذهان بینندگان، به تعمیق و توسعه‌ی آگاهی تاریخی و در نتیجه تقویت هویت ملی، در عصری که به سرعت به سمت «جهانی شدن» پیش می‌رویم، پردازیم. تقویت هویت ملی به‌ویژه برای کشور کثیر المللی چون ایران اهمیت مضاعفی دارد و برای اینکه رشد خودآگاهی‌های قومی یا بومی‌گرایی، در نبود یک هویت فراقومی (هویت

ملی) مجال ظهور و بروز می‌یابد و موانع بلندی در عرصه‌ی پیشرفت، توسعه و امنیت کشور ایجاد می‌کند. کوتاه سخن اینکه گردشگری در کنار کارکردهایی چون کاهش فقر، اشتغال‌زایی، برقراری عدالت اجتماعی، ارزآوری، تحرک اقتصادی، ارتقای سطح زندگی مردم، کاهش میزان مهاجرت، رونق صنایع دستی، رونق خدمات و کالاهای مصرفی، حفظ و اشاعه‌ی آداب و رسوم سنتی... موجب گسترش یکپارچگی، انسجام و همگرایی اجتماعی - فرهنگی و تقویت وحدت و وفاق و هویت ملی، از طرق مختلف که ذکر آن گذشت، می‌گردد. چه بسا عدم اهتمام و غفلت در این حوزه، علاوه بر ضرر و زیان‌های اقتصادی و اجتماعی که به بار می‌آورد خساراتی در عرصه‌ی سیاست و امنیت ملی کشور نیز به وجود آورد. این امر توجه به گردشگری به معنی اعم کلمه، به‌ویژه گردشگری تاریخی را دو چندان می‌کند.

#### منابع

۱. ابن‌رسته، احمدبن عمر (۱۳۸۰). *الاعلاق النفیسه*، چاپ دوم، ترجمه و تعلیق حسین قره‌چانلو، تهران: امیر کبیر.
۲. همدانی، ابن‌فقیه (۱۳۴۹). *اخبارالبلدان*، ترجمه: مسعود، تهران: بنیاد فرهنگ ایران.
۳. اسمیت، آنتونی دی (۱۳۸۳). *ناسیونالیسم؛ نظریه، ایدئولوژی، تاریخ*، ترجمه: منصور انصاری، تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۴. اینوسترانستف، کنستانتین (۱۳۴۸). *مطالعاتی درباره‌ی ساسانیان*، ترجمه: کاظم کاظم‌زاده، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
۵. پیران، پوریا (۱۳۷۰). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و جهانگردی، *ماهنامه‌ی اطلاعات سیاسی و اقتصادی*، شماره‌ی ۴۵ و ۴۶: ۴۵-۵۱.
۶. جاحظ، ابوعثمان عمروبن‌بجر (۱۴۱۱ق). *رسائل جاحظ*، به تحقیق و شرح عبد اسلام محمدهارون، بیروت: دارالجلیل.
۷. جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*، ترجمه: تورج بار احمدی، تهران: شیرازه.
۸. جهانیان، منوچهر؛ قرخلو، مهدی و زندی، ابتهاج (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر همبستگی ملی با تأکید بر مؤلفه‌های فرهنگ و گردشگری، *فصلنامه‌ی علمی پژوهشی جغرافیای انسانی*، سال دوم، شماره‌ی سوم: ۱۱۴-۱۰۲.
۹. خانیکی، هادی (۱۳۸۳). *هویت و گفتمان‌های هویتی در ایران*، در *هویت در ایران*، چاپ اول، تهیه و تنظیم علی اکبر علیخانی، تهران: پژوهشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۱۰. روح‌الامینی، محمود (۱۳۸۳). *گفتارهایی درباره‌ی هویت ملی در ایران*، تدوین داود میرمحمدی، تهران: تمدن ایرانی.
۱۱. شیپانی، ملیحه و هاشمی، سمیه (۱۳۹۲). تجربه‌ی گردشگری و هویت ملی مورد مطالعه: شهروندان شهر شیراز، *مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران*، دوره‌ی چهارم، شماره‌ی ۲: ۷۸-۵۷.
۱۲. قاسمی، محمدعلی (۱۳۸۳). *هویت در فضای پست‌مدرن، فصلنامه‌ی مطالعات راهبردی*، سال هفتم، شماره‌ی دوم: ۱۶۹-۱۵۱.
۱۳. کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). *مدیریت گردشگری*، تهران: انتشارات سمت.

۱۴. کمالی اردکانی، علی اکبر (۱۳۸۳). بحران هویت و عوامل تشدید آن در ایران، چاپ اول، در **هویت در ایران**، تهیه و تنظیم علی اکبر علیخانی، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۱۵. کروی، مهدی (۱۳۸۷). فرهنگ قومی، سرمایه‌ی فرهنگی و صنعت گردشگری، **رفاه اجتماعی**، سال هفتم، شماره ۲۸: ۳۰۹-۳۲۴.
۱۶. کولایی، الهه (۱۳۸۳). سیر هویت ملی در ایران، در **هویت در ایران**، چاپ اول، تهیه و تنظیم علی اکبر علیخانی، تهران: پژوهشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۱۷. مارشال، کاترین و راس من، گرچن (۱۳۷۷). **روش تحقیق کیفی**، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی.
۱۸. محسنی، رضا علی (۱۳۸۸). گردشگری پایدار در ایران؛ کارکردها، چالش‌ها و راهکارها، **فضای جغرافیایی**، سال ۹، شماره ۲۸: ۱۷۱-۱۴۹.
۱۹. مسعودی، ابو الحسن علی بن حسین (۱۳۷۰). **مروج الذهب**، ترجمه‌ی ابوالقاسم پاینده، تهران: علمی و فرهنگی.
۲۰. معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۸۳). هویت، تاریخ و روایت در ایران، در **ایران؛ هویت، ملیت، قومیت**، به کوشش حمید احمدی، تهران: موسسه تحقیقات و توسعه‌ی علوم انسانی.
۲۱. مقصودی، مجتبی و ارسیا، بابک (۱۳۸۸). جایگاه گردشگری در تعمیق همبستگی ملی در ایران، **فصلنامه‌ی مطالعات ملی**، سال ۱۰، شماره ۳۷: ۱۱۸-۹۹.
۲۲. میلر، دیوید (۱۳۸۳). ملیت، ترجمه: داود غرایاق زندی، تهران: تمدن ایرانی.
۲۳. همدانی، ابوبکر احمد محمد بن اسحاق ابن فقیه (۱۳۴۹). **البلدان**، ترجمه: حسین مسعود، تهران: بنیاد فرهنگ ایران.
24. Brown, R. (1985). **Social Identity**, The social science encyclopedia, Ed A.kuper and J.kuper, London, Routledge .
25. Claude, J. (1998). Regarding the relationship between social identity and personal identity, **Social Identity international Perspectives**, Ed Stephan Worche, L,J & Francisco Marales, SAGE publication Ltd.
26. Davaran, F. (2010). **Continuity in Iranian Identity**, London: Rutledge.
27. Salazer, J. M. (1998). Social identity and national identity, **Social Identity international Perspectives**, Ed Stephan Worche, L,J & Francisco Marales, SAGE publication Ltd.
28. Sciolla, L. (2005). **Identite, Dictionnaire de la pensee sociologie**, PUF.
29. Marcia, J. (1980). Identity in Adolescence, In J. Adelson" (Ed.), **Handbook of Adolescent Adolescent Psychology**, New York: Wiley Interscience.