

# آثار میان فرهنگی و نقش گردشگری در ایجاد وفاق بین ادیان اسلام و مسیحیت

طاهره شالچیان\*

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

چکیده:

واکنش جامعه بین‌المللی در برابر چگونگی ارتباطات جهانی، تحلیل‌گران را بر آن داشت تا راهی به سوی تفاهم و همدلی ملتها بگشایند و با تلاش اندیشمندان و فرهیختگان، فضای صلح و دوستی را برای استقرار صلح جهانی پایه‌گذاری کنند. این در حالی است که راهبردهای صلح و دوستی هنوز در قالب واژه‌ها و اصطلاحات فرهنگی دچار ابهام است. در راستای این حقیقت، صنعت گردشگری که به عنوان عامل موثر و نخستین گام برای ایجاد همدلی و درک مشترک از مفاهیم فرهنگی بین‌المللی به‌شمار می‌رود، و جهان هزاره

---

\* - معاون دفتر برنامه‌ریزی آمار و اطلاعات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

سوم سخت به آن نیازمند است ، توجه ملل مختلف را به خود معطوف داشته است .  
مهمترین عناصر این صنعت ، جامعه مهمان و میزبان است .

بسیاری از جوامع اصطلاحات فرهنگی را با منافعی که گردشگری در بردارد ، تفسیر می‌کنند و تعامل فرهنگی و ارتباطات اکولوژیکی را که منجر به تغییر اجتماعی و تاثیرپذیری از فرهنگهای متعامل میزبان و مهمان می‌شود نادیده می‌گیرند.

با توجه به اهمیت موضوع ، در این مقاله ، ضمن تبیین آثار و نتایج جانبی صنعت گردشگری بر فرایند توسعه ، اثرات مثبت تعامل فرهنگی ، و راههای آشنایی و معرفی هویت دینی ، در صحنه گردشگری بین پرطرفدارترین ادیان الهی یعنی اسلام و مسیحیت بررسی و با هدف چگونگی نیل به راههای تفاهم و ایجاد همدلی میان این ادیان الهی ، آن را مورد مطالعه قرار داده است . همچنین با تکیه بر آخرین آمارهای علمی و پژوهشی موجود ، راهکارها و پیشنهادات مناسب ، در تبیین مشترکات و تعامل فرهنگی و نیز شیوه‌های پیشگیری از آثار سوء این صنعت براساس ارتباطات غیرفرهنگی تشریح گردیده است تا در جهت تقویت و تحکیم مبانی صلح و دوستی میان این دیان الهی به لحاظ شفاف‌سازی مشترکات با تعمیق بر نکات ویژه صنعت گردشگری گامی مؤثر برداشته شود.

#### مقدمه

با مرور اجمالی تاریخ ادیان به جرأت می‌توان ادعان نمود که همه ادیان الهی و توحیدی علاوه بر این که در طول تاریخ با یکدیگر مماشات و تعامل داشته‌اند ، پیروان خود را نیز در یک راستا هدایت و به رستگاری ترغیب نموده‌اند .

به زعم ما ادیان بزرگ و الهی اسلام و مسیحیت ، علاوه بر این که از ریشه‌ای واحد سرچشمه می‌گیرند ، در طول تاریخ حیات خود ، همواره به یکدیگر کمک کرده و حتی زمینه‌های مساعد و فراوانی را ، علیرغم کشمکش‌ها و درگیریهای طولانی ، جهت پیشرفت و گسترش خود ، ایجاد کرده‌اند.

اگر با یک نگرش بی‌طرفانه ، به کنه و ماهیت روابط مسلمانان و مسیحیان بنگریم ، مسیحیان همان قدر پیشرفت‌های علمی و صنعتی خود را مرهون مسلمانان هستند ، که مسلمانان وام‌دار اندیشه‌ها ، عقاید و پیشرفت‌های مسیحیان می‌باشند . به بیان صریح‌تر

ارتباط و تعامل اقتصادی، اجتماعی، علمی و فرهنگی مسلمانان و مسیحیان در طول تاریخ به اشکال گوناگون و در قالب انواع گفتگوهای فرهنگی صورت می‌گرفت. به نحوی که جنگ‌های طولانی صلیبی، امروزه به منزله نوعی ارتباطات فرهنگی، تلقی می‌شود. زیرا در خلال این جنگها مسلمانان و مسیحیان با مسافرت‌ها و آمد و شدهای فراوان، علوم، فنون، اخلاق و بسیاری از ابعاد فرهنگی یکدیگر را بررسی کرده و امتیازات یکدیگر را مورد بهره‌برداری قرار داده‌اند.

در گذشته، مناسب‌ترین روش شناخت آداب و رسوم ادیان و مناسک و عقاید آنان، گفتگو و تعامل چهره به چهره بود، و این مهم میسر نمی‌شد، مگر آنکه روحانیان و پیروان این ادیان به سرزمین‌های یکدیگر سفر، و از نزدیک با هم ملاقات می‌کردند. همان پدیده‌ای که امروزه از آن تحت عنوان گردشگری فرهنگی یاد می‌شود.

آنچه در این مقاله مطرح نظر است، بررسی آثار میان فرهنگی و نقش گردشگری در ایجاد وفاق بین ادیان اسلام و مسیحیت است. و هدف اصلی پاسخ به این سؤال است که، چه زمینه‌های اولیه و مشترکی بین این ادیان وجود داشته که تحت‌تأثیر مراودات و مسافرت‌های پیروان خود تعدیل، تقویت و حتی گسترش یافته است؟ و این عوامل و عناصر، در شرایط گوناگون چگونه به رشد و توسعه صنعتی جهان و سرانجام به عصر نظام واحد جهانی کمک نموده است؟ به نحوی که صنعت گردشگری در گذشته تا این حد توانسته منشأ تحولات بزرگ و عمیق در جهان شود، بنابراین در جهان کنونی نیز این صنعت می‌تواند همچنان داعیه تحولات و پیشرفت‌های فرهنگی و حل معضلات بزرگ جهانی، نظیر: پیشگیری از جنگ و خونریزی، تخریب محیط زیست، فقر و گرسنگی و مانند آنرا به همراه داشته باشد.

### تعامل میان فرهنگی :

برای شناخت مفهوم میان فرهنگی قبل از هر چیز باید به تبیین واژه فرهنگ پرداخت. تعریف مشهور و نسبتاً جامع را معمولاً از زبان مردم‌شناس انگلیسی، تیلور<sup>۱</sup> چنین بیان می‌کنند که " فرهنگ عبارت است از مجموعه پیچیده‌ای از علوم، دانش، هنر، افکار،

اعتقادات، قوانین و مقررات، آداب و رسوم، سنتها و به طور خلاصه کلیه آموخته‌ها و عاداتی است که انسان به عنوان عضو جامعه اخذ می‌کند.

از نظر سمندر<sup>۱</sup> جامعه‌شناس آمریکایی، «فرهنگ مجموعه آداب و رسوم، سنتها و نهادهای اجتماعی است» (محسنی، ۱۳۷۵، ص ۸۱).

فرهنگ از طریق دیگران آموخته می‌شود و آموزش آن در زندگی روزمره، بر اثر روابط متقابل انسانها صورت می‌گیرد. فرهنگ محصول میراث اجتماعی و از نسلی به نسل دیگر قابل انتقال است. در شکل‌گیری و تغییرات فرهنگی عوامل بیشماری از جمله اطلاعات و دانش موجود در جامعه، نوآوری اجتماعی، وسایل ارتباط جمعی و ارتباط با سایر جوامع و فرهنگها دخالت دارند.

با توجه به تعریف فوق، تعامل میان فرهنگی، تأثیر و تأثرات و فعل و انفعالاتی است که دو بخش از یک فرهنگ، متقابلاً بر یکدیگر دارند. این تعاملات از طرق گوناگون تأثیر گذارند، و بازخورد آن به صورت یک عامل مستقل مجدداً به همان جامعه اولیه باز می‌گردد.

بنابراین می‌توان گفت منظور از تعامل میان فرهنگی ارتباطات دوسویه‌ای است که در یک جزء یا بخش خاص بین دو فرهنگ، در یک یا چند زمان روی می‌دهد و هر دو فرهنگ را متأثر می‌سازد.

ناگفته پیداست، هر قدر ارتباط بین دو فرهنگ از طریق مسافرت و ملاقات رو در رو بیشتر باشد، به همان میزان، کنش و واکنش رفتاری و پذیرش نمادها و سمبلها و به عبارت دیگر تعامل میان فرهنگی عمیق‌تر و بادوام‌تر خواهد شد.

اساساً هر گردشگر نماینده‌ای از یک فرهنگ است و با خود نه تنها یک یا چند رفتار و اعتقاد یا سنت را جابه‌جا می‌کند، بلکه تصویر زنده‌ای از یک جامعه را در جامعه دیگر به نمایش می‌گذارد.

گردشگران با خود دنیایی از ارزشها و گاه خواسته‌هایی نه چندان مأنوس با فرهنگ جامعه میزبان را به همراه دارند، و معمولاً با عکس‌العمل‌های ملایم و گاه ناملایم جامعه میزبان مواجه می‌شوند. بسیاری از گردشگران نه تنها خود شاهد این حوادث و

عکس‌العمل‌ها هستند، بلکه از این‌گونه واکنش‌ها و فعل و انفعالات، متأثر و متغیر می‌شوند.

استمرار مراودات گردشگری، بین یک جامعه با جوامع دیگر در مدت زمان طولانی، موجب بروز تغییر و تحولات فرهنگی و شکل‌گیری فرایند اجتماعی نسبتاً مشخصی می‌شود که به آن تعامل میان فرهنگی گردشگر و افراد جامعه میزبان می‌گویند.

صنعت گردشگری، بالقوه دارای چنین توانایی در تأثیرگذاری بر فرهنگ‌ها و یا به‌طور کلی مهم‌ترین وسیله تعامل میان فرهنگی جوامع مختلف است.

دیدگاه‌ها درباره تعامل میان فرهنگی گردشگری:

منتقدان و مخالفین تعامل میان فرهنگی گردشگری معتقدند که با ورود گردشگران، چالش‌های فرهنگی افزایش می‌یابد. آنان بر این باورند که گردشگر در زمان مسافرت و سپری کردن تعطیلات خود، انتظار آسایش بیشتری از جامعه میزبان دارد و متقابلاً جامعه میزبان نیز نسبت به گردشگر رفتار منفی ابراز داشته، یا کاملاً نسبت به گردشگران تغییر رویه می‌دهند.

در این مورد راتز تامارا<sup>۱</sup> (۲۰۰۲)، معتقد است تعامل میان فرهنگی جهانگردان و جامعه میزبان، مهمترین اثری که ایجاد می‌کند، تقلید ساکنین محلی از رفتار گردشگران است. این تقلید رفتاری، باعث پیامدهایی مثل تغییر در کاربرد زبان، لباس، فرهنگ شده و یا کمک به فزونی جنایت، فحشا، قمار و تغییر اشکال مادی و غیرمادی فرهنگ محلی می‌نماید.<sup>۲</sup>

اما طرفداران تعامل میان فرهنگی گردشگری، معتقدند: تعامل با جهانگردان به کاهش تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی می‌انجامد و چنین تبادلاتی برای بقای جامعه میزبان و میهمان لازم است، زیرا جهانگردی منجر به درک بیشتر فرهنگ بین‌المللی می‌شود.

در نتیجه می‌توان گفت گردشگری و سفر راهی است به سوی تبادل و تعامل فرهنگی و ارتباط بین اقوام و ملل گوناگون که از طریق آن آداب و رسوم و باورداشتهای ملی و سنتی به تدریج تعدیل شده و رنگ می‌پذیرد.

1 - Ratz . Tamara

2 - Ratz Tamara

## آثار جانبی تعامل میان فرهنگی گردشگری :

گردشگری می‌تواند بر ارکان فرهنگی و اجتماعی جامعه اثرات مثبت و به صورت همزمان ، تأثیر منفی بگذارد . البته برخی از اثرات فرهنگی - اجتماعی چیزی جز پنداشت و یا برداشت افراد نیست . برای مثال ، نقشی که گردشگری در افزایش جمعیت و بروز ترافیک یا راه‌بندان در یک شهر دارد ، برای برخی از کشورهای آسیایی که با این پدیده آشنا هستند ، امری عادی و قابل تحمل است . بهبود کیفیت زندگی و تغییر در فرهنگ ، در گرو قضاوت‌های ارزشی افراد است و این قضاوت تا حد زیادی به نوع پنداشت و برداشتهای فرد بستگی دارد.<sup>۱</sup>

اگر جامعه میزبان ، بر روند توسعه و گسترش این صنعت و افزایش جهانگرد نوعی کنترل داشته باشد ، احساس آرامش و امنیت نموده و از آن حمایت خواهد کرد .

سطح دانش ، توزیع عادلانه درآمدهای حاصل از گردشگری و کنترل اصولی بر این صنعت ، از جمله عواملی هستند که می‌تواند در امر برنامه‌ریزی ، توسعه و گسترش صنعت پایدار جهانگردی نقشی بسیار مهم ایفا کنند.<sup>۲</sup>

راتز<sup>۳</sup> ، معتقد است تعامل میان فرهنگی جهانگردان و افراد جامعه میزبان ، باعث تغییراتی در کیفیت زندگی ، روابط خانوادگی ، نگرش‌ها ، الگوهای رفتاری ، جشن‌ها و مراسم ساکنین محلی می‌شود . به زعم وی هر چه اختلاف اقتصادی و فرهنگی بین جهانگردان و ساکنین محلی بیشتر باشد ، این تغییرات دارای وضوح بیشتر و با اهمیت‌تر خواهد بود . دو عامل مهم وابستگی جهانگرد به میزبان ، در توسعه صنعت گردشگری ، باعث به وجود آمدن تغییرات فرهنگی و تغییرات کیفیت زندگی کشور میزبان می‌شود . از نظر وی تماس و برخوردهای جهانگرد و میزبان به سه طریق ایجاد می‌شود :

۱. جایی که جهانگرد کالایی را می‌خرد یا خدماتی را دریافت می‌کند.
۲. هنگامیکه جهانگرد و ساکنین محلی ، همزمان در یک مکان قرار می‌گیرند.
۳. زمانی که آنان یکدیگر را ملاقات ، و تبادل اطلاعات و عقاید می‌نمایند.

۱- اثرات جهانگردی ، ص ۲۲۲

۲- اثرات جهانگردی ، صص : ۲۳۲ - ۲۳۴

معمولاً ارتباط نوع سوم کمتر از دو مورد فوق اتفاق می‌افتد، زیرا صنعت جهانگردی، اغلب در بالا بردن مراحل درک متقابل بین ملت‌های مختلف ضعیف است. جهانگردان معمولاً در یک مکان برای مدت کوتاهی می‌مانند، بنابراین فرصت برقراری ارتباط و وابستگی معنادار و یا حتی ارتباط و وابستگی سطحی را نخواهند داشت، در نتیجه مهمان‌نوازی سنتی تبدیل به یک فعالیت تجاری خواهد شد (راتز، ۲۰۰۲).

### موانع تعامل میان فرهنگی :

دامنه موانع فرهنگی، عموماً به دو جایگاه روابط میان فرهنگی میزبان و میهمان محدود می‌گردد. به علاوه موانع تعامل فرهنگی میزبان غالباً نشأت گرفته از سنت‌های فرهنگی است. در واقع منظور از موانع تعامل فرهنگی گردشگری، همه عناصری است که از نظر فرهنگی - اجتماعی، مانع از درک مشترک رفتارها، ارزش‌ها و عقاید جهانگرد با میزبان است.

چنانچه تعامل میان فرهنگی گردشگران، از هر جهت کامل و متناسب با جامعه و فرهنگ کشور میزبان باشد، می‌توان به رشد و شکوفایی و در نهایت به گردشگری پایدار در جامعه امیدوار شد.

برای درک موانعی که، از نظر فرهنگی - اجتماعی، بر سر راه گردشگری پایدار قرار گرفته‌اند، باید مفاهیم و اصطلاحات دیگری را نیز مورد بررسی و شناخت قرار داد. برخی از صاحب‌نظران از دو اصطلاح: ضربه و گستاخی فرهنگی به عنوان دو مانع مهم تعامل فرهنگی میزبان و میهمان سخن می‌گویند، که به تبیین هر یک پرداخته می‌شود.

۱- ضربه فرهنگی: ضربه فرهنگی را می‌توان ناشی از مجموعه واکنش‌های افراد یک جامعه نسبت به گردشگران ورودی دانست، که ممکن است به رفتارهای ناگوار منتهی گردد. اگر چه جامعه میزبان و میهمان ضربه فرهنگی را مورد تجربه قرار می‌دهند، و امکان دارد جهانگردان و کسانی که به یک مکان وارد می‌شوند نتوانند، گویش‌ها، علامت‌ها، نمادها و نشان‌های فرهنگی جامعه میزبان را درک کنند، و در نتیجه از ایجاد ارتباط با آن جامعه ناتوان شوند. اما در نهایت بازتاب این حرکت، کسب تجربه‌ای در جهت درک دلایل استیصال و سردرگمی خواهد بود.

نوع دیگری از ضربه‌های فرهنگی، عدم احترام و بی‌توجهی گردشگران نسبت به مقررات و اصول فرهنگی جامعه میزبان است، که در اینصورت برخوردی نامناسب از سوی این جوامع خواهند دید.

۲- گستاخی فرهنگی: در شرایطی که جهانگردان، ناآگاهانه قوانین را نقض نمایند، معمولاً جامعه میزبان از آن چشم‌پوشی می‌کند، اما اگر جامعه میزبان پیوسته شاهد تخلف باشد و خود را تحقیر شده پندارد، آن عمل را «جسارت فرهنگی» تلقی خواهد کرد. می‌توان جسارت فرهنگی را به این صورت تعریف نمود: رفتارهای مغایر با اصول و قوانین فرهنگی میزبان که توسط گردشگران نادیده انگاشته می‌شود و برای احساسات جامعه میزبان اهمیتی قابل نمی‌گردند.

عدم توجه به ضربه و گستاخی فرهنگی، دیدگاه مردم محلی را نسبت به این صنعت تغییر خواهد داد، و توسعه پایدار را تهدید و خدشه‌دار خواهد نمود.

#### نقش تعامل میان فرهنگی گردشگری در عصر جهانی شدن (هزاره سوم)

در آغاز هزاره سوم میلادی علی‌رغم پیدایش تحولات عظیم و چشمگیر در عرصه ارتباطات و چرخه آزاد اطلاعات در جهان، و نیز در نور دیده شدن مرزهای جغرافیایی؛ برای هر انسانی این امکان مهیا گردیده است، تا بتواند در تعاملات خود با دیگران نزدیک و نزدیکتر شود، و توانایی خود را برای درک بهتر از مظاهر زندگی تقویت نماید.

نخستین گام، در ایجاد درک مشترک از مفاهیم، رسیدن به تعریف واحدی از واژه‌ها و کلماتی مانند، فرهنگ، تعامل فرهنگی، وفاق و همدلی و تفاهم بین ادیان و .. است، به نحوی که در تعبیر و تفسیر آن هیچ یک از مخاطبان دچار تردید نشوند.

گاه واژه‌ها تخصصی بوده و درک مشترک از آنها بسیار دشوار و بعید است، مانند: دین، مذهب، فرهنگ و ...؛ زمانی هم به سبب سطحی‌نگری و بدیهی دانستن واژه‌ها، کاربرد بنیادین آن به فراموشی سپرده می‌شود، مانند مفهوم گردشگری؛ در این راستا و در عصر جهانی شدن مفاهیم و نیازها، تبیین اهمیت گردشگری در ابعاد گوناگون این صنعت، باید در اولویت بررسیها قرار گیرد، تا درک مشترکی از مفاهیم و واژگان حاصل شود.



## الزامات جهانی‌شدن

برای شناخت مفهوم جهانی‌شدن، قبل از هر چیز باید واژه جهان و مشتقات دیگر این کلمه را تعریف کنیم.

واژه globalization از globe گرفته شده است. در فرهنگ جامع بریتانیا در تعریف globe چنین آمده است: فضا یا کره‌ای که مشتمل بر قرارگرفتن نقشه زمین بر روی آن باشد. از مشتقات دیگر این کلمه، اصطلاح‌های globalizing و globalize است که از حدود سال ۱۹۶۰ رواج یافته است. برای آشنایی بیشتر، به توضیح این مفاهیم پرداخته می‌شود.

### ۱) مفهوم جهانی‌سازی:

جهانی‌سازی هم به معنی یکپارچگی جهان است و هم به تراکم آگاهی نسبت به جهان به عنوان یک اصل دلالت می‌کند. و آن فرآیند و تمایل توصیف‌کننده این مفهوم است، که با وجود برخی از گسستگیها، در طول تاریخ بشر وجود داشته و اکنون به عنوان یک موضوع مهم، کانون توجه سیاستمداران و پژوهشگران، و یکی از رایج‌ترین مفاهیم علوم انسانی است. این مفهوم وقتی با شکل و ماهیت تجدید ارتباط می‌یابد، به تحولات تازه‌ای در زندگی بشر اشاره می‌کند، که به نظر تازگی داشته و بر سده بیستم به بعد تمرکز می‌یابد که به یکپارچگی جهانی و آگاهی نسبت به جهان به عنوان یک کل و مجموعه به هم پیوسته، با شتاب فزاینده‌ای اطلاق می‌شود. واژه جهانی‌سازی به عنوان یک واژه علمی تا اوایل یا حتی اواسط دهه ۱۹۸۰ در محافل دانشگاهی چندان به رسمیت شناخته نمی‌شد و تنها در نیمه دوم دهه ۱۹۸۰ بود که اعتبار علمی پیدا کرد.

### ۲) نظریه‌های جهانی‌شدن:

در طول دهه‌های گذشته چندین نظریه کلان در تبیین عمده‌ترین مسایل جهان معاصر عرضه شده است که مهم‌ترین آنها عبارت است از:

نظریه امپریالیسم‌هابسون و لنین،  
نظریه وابستگی فرانک.

نظریه نظام جهانی والرشتاین ،

نظریه‌های نوسازی پارسونز ، الموند و وربا

و نظریه تجددگرایی گیدنز

موضوع جهانی‌سازی در هر یک از این نظریه‌ها به گونه‌ی مشخصی مورد توجه قرار گرفته است ، ولی هیچ یک به طور کامل موفق به طرح مبانی پیدایش و ابعاد گسترش آن در جامعه جهانی نشدند. رویکرد جهانی‌سازی هم از جمله همین نظریه‌های مطرح شده است . اگر از ساختار این واژه و مفهوم لغوی آن بگذریم ، دیدگاه‌های گوناگونی درباره‌ی جهانی‌سازی وجود دارد که هر یک بر وجهی خاص تمرکز دارد .

۱- برخی ، تغییرات اساسی در سامان‌دهی سرمایه‌داریهای جهانی را ، در عرصه تولید ، توزیع ، تجارت ، امور مالی و تکنولوژی ، علت گذر از سرمایه‌داری سازمان یافته به سرمایه‌داری فقدان نظام در مقیاس جهانی ، دانسته و آنرا ویژگی اصلی جهانی‌سازی می‌دانند .

۲- عده‌ای دیگر آن را فرایند در حال ساختن فضای جدید اجتماعی ، تعریف می‌کنند. آنان جهانی‌سازی را مفهومی می‌شناسند که از به هم فشردگی جهان در ابعاد زمان و مکان و کوچکتر کردن آن حکایت می‌کند . این حالت ، زاده گسترش ابزارها و نوآوری در وسایل ارتباطی و ارتباط تنگاتنگ مسایل اقتصادی است که در مناطق مختلف شکل گرفته و گسترش می‌یابد . این پدیده به معنی فرایندی است که به شکل‌گیری فضای جهانی واحد، کمک می‌کند و پیشرفت فناوری ارتباطات ، زمینه‌ساز آن خواهد بود.

۳- شاو<sup>۱</sup> ( به نقل نوازایی ، ۱۳۸۲ ) در تعریف جهانی‌سازی نوشته است : ' مجموعه‌ای پیچیده از فرآیندهای متمایز اما مرتبط اقتصادی ، فرهنگی ، اجتماعی و همچنین سیاسی و نظامی است که مناسبات اجتماعی از طریق آنها و در دوره طولانی تاریخی به مقیاس جهانی و قابل دسترس در سطح جهانی تحول یافته است ' .

۳) علل و ضرورت‌های جهانی‌شدن :

جهانی‌سازی به مفهوم شکوفایی و گسترش جوامع و نهادهای مدنی و تعمیق وابستگی متقابل و همه جانبه کردن آن به هم ، معنی شده است .

با چنین تعریفی معلوم می‌شود<sup>۱</sup> در هزاره سوم فشرده‌گی فضا به گونه‌ای است که اقتصادهای ملی جدا از هم و سیاست‌های انزواگرایانه، دیگر امکان فعالیت نخواهد داشت. در این شرایط تازه، شیوه تولید در جهت توزیع عملیات در سطوح مختلف محیط و فضا صورت می‌گیرد، که این امر فشرده‌گی جهان را بیش از پیش متبلور خواهد ساخت.<sup>۲</sup> (نوازی، ۱۳۸۲).

در نتیجه پنج مفهوم کلی جهانی‌شدن باید از یکدیگر متمایز شوند:

۱- جهانی‌شدن به مثابه بین‌المللی شدن<sup>۱</sup>؛

۲- جهانی‌شدن به مثابه آزادسازی<sup>۲</sup>؛

۳- جهانی‌شدن به مثابه جهان گسترده‌گی<sup>۳</sup>؛

۴- جهانی‌شدن به مثابه غربی‌کردن<sup>۴</sup>؛

و جهانی‌شدن به مثابه قلمروزدایی<sup>۵</sup>.

چهار مفهوم اول عمدتاً زایدند. چرا که فقط مفهوم آخر است که به جهانی‌شدن معنایی جدید داده و به عنوان یک شاخص طرح می‌شود، و در عین حال تحول تاریخی معاصر و مهمی را که رخ داده است شناسایی می‌کند.

بنابراین، جهانی‌شدن در درجه اول دلالت بر ظهور و گسترش پدیده‌ای دارد که به ترتیب فضاهای اجتماعی «جهانی»، «فوق‌قلمروی<sup>۶</sup>»، «فراج جهانی<sup>۷</sup>» «فرامرزی<sup>۸</sup>» نامیده می‌شوند<sup>۹</sup> (شولتز، ۱۳۸۲، ترجمه کرباسیان، ص ۲۱).

پیدایش قلمروگرایی معاصر به هیچ وجه نقطه پایانی بر جغرافیای اقلیمی محسوب نمی‌شود، فضاهای جهانی و اقلیمی به شیوه‌هایی پیچیده با یکدیگر همزیستی و رابطه متقابل دارند.

علل و عواملی که موجب پیدایش روند جهانی‌شدن هستند نیز مسئله پیچیده‌ای است، زیرا ارزیابی ما از پیامدهای آن، و واکنش‌هایی که به سیاست‌های عملی در برابر آن

1 - Internationalization

2 - Liberalization

3 - Universalization

4 - Westernization

5 - Deterritorialization

6 - superdeterritorial

7 - trans world

8 - trans border

نشان می‌دهد، عواملی هستند که عمدتاً بستگی به چگونگی تفسیر از نیروهایی دارد که سبب پیدایش این گرایش می‌شود.  
این عوامل عبارت است از:

الف) ظهور وجدان جهانی، که محصول دانش عقل‌گرایانه است.

ب) چرخشهای خاص در تحول سرمایه‌داری:

ج) نوآوری تکنولوژیک، به ویژه در زمینه ارتباطات و داده‌پردازی؛

د) تدوین چارچوبهای قانونی توانمند، به ویژه از سوی دولت‌ها و نهادهای فوق‌دولتی<sup>۱</sup> (شولتز، ۱۳۸۲، ص ۲۲).

بنابراین، جهانی شدن در عین حال هم علت است و هم معلول، در حالی که برخی پدیده‌های داخلی و خارجی نظیر میزان بهره‌گیری از صنعت توریسم و تمایل نیروهای اجتماعی به سازگاری با جوامع و فرهنگهای خارجی موجب رشد سریع‌تر جهانی شدن جامعه می‌شود.

#### ۴) ضرورت راهبردهای دولتی و جهانی شدن:

در بحث جهانی شدن و حکومت دولتها، نخست باید به این ادعای تکراری پاسخ داده شود که دنیای در حال جهانی شدن معاصر، شاهد نوعی عقب‌نشینی کلی یا حتی اضمحلال دولت نیست. برخلاف این ادعا، دولتها در مقام تنظیم‌کننده اصلی امور مرتبط با صنعت گردشگری باقی مانده‌اند و تاکنون هیچ نشانه‌ای از فروپاشی دولت در اثر حضور جهانگردان مشاهده نشده است. با وجود این، جهانی شدن موجب تغییراتی در ویژگیهای مهم و گوناگون دولتها گردیده است.

علاوه بر این، گسترش روابط فوق قلمروی جوامع موجب ترغیب و بروز ابتکارات نظارتی فزاینده از سوی تعداد زیادی از مؤسسات نیمه دولتی<sup>۱</sup>، دولتی<sup>۲</sup> و غیر دولتی<sup>۳</sup> شده است.

به این ترتیب، جهانی شدن در مقیاس وسیع موجب آغاز عصر جدیدی از حکومت‌ها در تاریخ معاصر شده است. به عبارت دیگر، سازمانی گسترده و چند لایه‌ای، قوانین و

1 - Sub state

2 - Super state

3 - non state

مقررات ساختار کلی زیربنایی دیوان سالارانه را، که قبلاً مشخصه حکومت دولت‌مدار<sup>۱</sup> بود، حفظ کرده است (شولتز، ۱۳۸۲، ص ۲۳).

ترنر<sup>۲</sup> (به نقل شولتز، ۱۳۸۲) مالک و مسئول سی‌ان‌ان می‌گوید: «جهانی‌شدن به سرعت به پیش می‌رود، در حالی که توانایی جهان برای درک و واکنش نشان دادن به آن حرکتی لاک‌پستی دارد» (ص ۲۰).

بنابراین ضرورت راهبردهای دولتی در امر جهانی‌شدن همچنان به قوت خود باقی مانده و دولت‌ها برای خنثی کردن اثرات منفی فرهنگی - اجتماعی جهانگردی و افزایش تعامل فرهنگی گردشگری ضروریست که در عصر نوین جهانی‌شدن، استراتژی‌های گوناگونی را به اجرا درآورند.

برخی از استراتژی‌هایی که امروزه به کارگرفته می‌شوند، از این قرار است:

**اطلاعات پیش از سفر:** گردشگران باید از پیش، خود را برای برخورد با فرهنگ کشور و جامعه میزبان آشنا کنند و این لازمه جهانگردی است، بدین منظور باید با استفاده از تشریحات، کتب راهنما و سایتهای اطلاعاتی، آموزش‌های لازم را دریافت نمایند و رفتارهای فرهنگی افراد جامعه میزبان را مورد شناسایی قرار دهند و با نوع حساسیت مردم آن کشور و مکان‌های مختلف دیدنی آشنا شوند.

**بازاریابی اجتماعی:** در تبلیغات جهانگردی، یکی از وظایف بازاریابی این است که تصاویر فرهنگی را به جامعه معرفی نماید. باید صدای جامعه میزبان، در بازارهای جهانگردی بویژه بازار هدف طنین‌انداز شود و برای انجام این کار نمایندگان از جامعه میزبان، تصویری از فرهنگ محلی را مورد نمایش قرار دهند. این گروه بکوشند تا نقاط برجسته فرهنگ محلی را تقویت، و بخشهای نامطلوب آنها را که جنبه خرافات دارد، حذف کنند. اگر تصاویر فرهنگی همراه‌کننده باشد موجب از دست رفتن رونق این صنعت خواهد شد.

**تسهیلات مناسب:** احداث ساختمانها و تسهیلات به گونه‌ای باشد که موجب حذف رفتارهای نامناسب شود.

## نگرش مذهب‌مدارانه اسلام و مسیحیت به جهانی‌شدن :

در دنیای غرب پیروان دین مسیح مانند مسلمانان بر ارزشهای سنتی خود به عنوان مانعی در برابر روند نوگرایی فرهنگی که آنان را احاطه کرده است تکیه می‌کنند و حتی آن را فرهنگ مهاجم کافرانه تلقی می‌نمایند.

پیروزی انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ آغازی برای احیای ارزشهای دینی در جهان محسوب می‌شود. دینی که در خلال چند سده پس از ظهور سکولاریسم در صحنه بین‌المللی به انزوا کشانده شده بود، بار دیگر به عنوان عامل قدرت در جهان مطرح شد. انقلاب اسلامی ایران و تأثیر فرهنگی گسترده آن در جهان و به‌ویژه دنیای اسلام پدیده‌ای بود که توجه تحلیلگران مسایل بین‌المللی را به خود جلب کرد. به‌ویژه اینکه اسلام به عنوان آیین حکومت و نگهداشت جامعه مطرح شد. شاید بتوان به جرأت ادعا کرد که اگر انقلاب اسلامی ایران به وقوع نمی‌پیوست، احیای فرهنگ دینی بسیار دشوار و بعید به نظر می‌رسید (قربانی، ۱۳۸۲).

## تعامل میان فرهنگی اسلام و مسیحیت از طریق صنعت گردشگری

در فرهنگ و اصول عقاید اسلامی، جهانگرد یک میهمان است نه شخصیت منفی و بزهکار. در موارد بسیاری، اخلاق اسلامی به مسلمانان حکم می‌کند تا با آنان رفتار مهربانانه و مناسبی داشته باشند. به آنان مظنون نشوند و به عنوان هم‌نوع، و یا هم‌دین و مهمتر از همه به عنوان یک انسان بنگرند، و به عقاید آنان احترام بگذارند.

به استناد ادبیات مکتوب و شفاهی، از نظر مسیحیان، یک مسافر، فردی مستحق ترحم، کمک و حمایت است. طبق آیین این دین الهی، مسیحیان باید با مسافرین و مهاجرین به نیکویی برخورد کنند و از رنجاندن و آزار آنان اجتناب ورزند.

بنابراین مطالعات تطبیقی سبزه پیامبران و کتب مقدس دیانت اسلام و مسیحیت نشان از آن دارد که در دستورات دینی و متون آیات الهی قرآن و انجیل، به دفعات مکرر، ترحم، دلجویی، همدلی و کمک به مسافر و در راه مانده توصیه شده است. مسلماً ذهنیت بدبینانه برخی از متحجرین نسبت به جهانگردان، ناشی از کج‌فهمی و عدم بهره‌گیری

مناسب از عقاید، ارزش‌ها، هنجارها، علایق، آداب و رسوم و سنن ملی - مذهبی موجود است.

#### شیوه‌های ایجاد تعامل بین ادیان از طریق سفر به ایران :

اماکن مقدس نزد مسیحیان بسیار عزیز و دوست‌داشتنی هستند. ایران نیز دارای یادمانهای بسیار کهن از دین حضرت عیسی می‌باشد. دیدار از این یادمانها و زیارت نزد مومنان مسیحی داری ثواب و اجر اخروی است و نزد روشنفکران و فرهیختگان مسیحی دارای نکات بسیار قابل توجهی از گسترش این دین و جزئیات آن و تکامل فرهنگی می‌باشد.

توریست مسیحی هنگام حضور در کشور مسلمان، یکی از مهمترین مکانهایی را که مورد بازدید قرار می‌دهد، آثاری است که در دوران اسلامی و به سبک و سیاق آن دوره ساخته شده است. این بازدیدها و تماسها با مسلمانان نه تنها تصویری حقیقی و فرهنگی - اجتماعی را در ذهن جهانگردان دینی و فرهنگی منقش می‌نماید، بلکه آثار تبلیغاتی سوء و چهره منفی کشور را که بر ضد اسلام و مسلمین صورت گرفته بود، از بین خواهد برد. این اولین گام جهت نزدیکی بین طرفداران دودین خواهد بود.

مسلماً تمامی ادیان الهی به خاطر آسمانی بودنشان دارای وجوه مشترک فراوانی هستند و هنگامی که گردشگران به کشورهای معتقد به ادیان دیگر سفر می‌کنند، با مشاهده وجوه مشترک اعتقادی، نسبت به آن دین علاقه‌مند می‌شوند.

گردشگری دینی در قرن حاضر یکی از بهترین و مناسبترین روشهای گفتگوی فرهنگی و ادیان الهی می‌باشد که پیامد آن ایجاد شناخت و اتحاد بیشتر بین ملل خواهد بود.

پیروان حضرت عیسی (ع) برخلاف یهودیان از یک نژاد و یک زبان نیستند و تفاوت‌های نژادی، زبانی و جغرافیایی پیروان حضرت عیسی به حدی است که شاید دو مسیحی در بخشهای مختلف جهان با دیدن زبان و شکل کشور یکدیگر در شگفت آیند. اما همه مسیحیان در احترام به حضرت عیسی و قدیسین هم زبان و یک صدا هستند.

آنچه که احترام به مکانهای زیارتی مسیحی را نزد آنان دو چندان می‌سازد احساس دوری و مظلومیت اماکن مسیحی در نقاط گوناگون جهان است.

لذا باید با تمهید مقدمات، زمینه‌های این مراودات را از طریق اقدامات ذیل فراهم نمود:

- تعمیر ، مرمت و بازسازی اماکن مقدس مسیحیان ؛ زیرا بازسازی و دفع غبار از محیط ، می‌تواند موجبات جلب مسافران مذهبی را تقویت نماید .
- بهره‌مندی از نظر کارشناسان کلیساهای مختلف در بازسازی و باز پیرایی اماکن مقدس مسیحی ؛ زیرا استفاده از تجربیات آنان شرایط را برای بهره‌برداری مطلوب از این اماکن ، جهت عبادت اتباع کشورهای مسیحی فراهم ساخته و تبلیغات غیرمستقیم و موثری را در پذیرش گردشگران بین‌المللی فراهم می‌نماید .
- شایسته است بزرگان کشور نیز از این اماکن مقدس دیدار نمایند تا فرهنگ احترام به مقدسات ادیان در کشور گسترش یافته ، و نیز شرایط پذیرش گردشگری مذهبی توسط مردم بومی کشور تبلور بیشتری یابد .
- تبلیغ در رسانه‌های گروهی و جلب‌نظر و رضایتمندی پیروان ادیان وحتی تقاضای کمک برای بازسازی این اماکن نیز بسیار موثرتر از تبلیغ مستقیم می‌باشد .
- ایجاد سایت الکترونیکی جهت ارائه مشخصات و مختصات یادمان‌های مسیحی در شبکه جهانی اطلاع‌رسانی نیز از عوامل موثر در این زمینه است .
- برگزاری نمایشگاه‌ها و کارناوال‌های ویژه داستانهای مسیحیت ، که یکی از بهترین روش برای حضور طرفداران این مکتب به مقصد ایران خواهد بود .
- احداث زیرساختها و راههای مناسب برای دسترسی به اماکن عبادی مهم مسیحی با نصب علائم و تابلوهای راهنما مثرتر خواهد بود .
- آموزش راهنمایان تور و تور اپراتورهای مذهبی برای سامان بخشیدن به توریسم دینی در ایران ؛
- دعوت از کشیشان واسقف‌های کلیساهای کشورهای گوناگون جهت سفر به ایران و مشاهده این اماکن با هزینه سازمانهای ذیربط ؛
- دعوت از آژانسهای مسافرتی که در زمینه گردشگری مذهبی فعالیت دارند ، جهت مسافرت به ایران و دریافت نظرات و مشاوره آنها ؛
- یکی از اصول اولیه و سنگ بنای تعامل فرهنگی با غیرمسلمانان ، حسن ارتباط است و قاعده اولی بر سلم و زندگی مسالمت‌آمیز استوار است . اگر امنیت ، عدالت ، آزادی عقیده برای مسلمانان فراهم باشد و کافران متعرض مسلمانان نگردند و به سرزمین‌های آنان تجاوز نکنند و توطئه ، فساد و فتنه‌انگیزی نداشته باشند ، می‌توانند زندگی عادی خود



را داشته و با مسلمانان رابطه برقرار کنند. این طرز تفکر و اعتقاد دینی مسلمانان باید به نحو مطلوب به سراسر جهان اعلام و اطلاع‌رسانی شود.

- بهره‌گیری از امکانات دولتی و ایجاد رویه مشخص در دوایر دولتی در قالب یک طرح جامع گردشگری دینی و مسیحی ؛

- تدوین قوانین و مقررات لازم و تعیین چارچوب حقوق فردی برای گردشگران دینی خارجی و توریست مسیحی ؛

- ارتباط با سازمانها و مراجع ذیصلاح در خارج از کشور ، در جهت تقویت مناسبات مربوطه ؛

تامین امنیت در مناطق اقلیت‌نشین کشور و جلب گردشگران مذهبی و مسیحی در این مناطق ؛

- تهیه دفترچه‌هایی به زبانهای مختلف در خصوص مناطق اقلیت‌نشین کشور و معرفی مشخصات سیاسی ، جغرافیایی ، اقلیمی و بومی و نیز اعلام مقرراتی برای آزادی عمل گردشگران دینی ؛

- تأسیس و راه‌اندازی بخشهای مورد نیاز مربوطه ، نظیر : سازمانهای اطلاعاتی ، امنیتی و غیره کشور و نیز دادگاههای ویژه رسیدگی به مسایل حقوقی این گردشگران ؛

- آموزش عمومی به مردم برای دفاع از حقوق میهمانان خارجی و توریست دینی ، در هنگام مشاهده تجاوز به حقوق آنان ؛

- کمک گرفتن از اقلیت‌های مذهبی و انجمنهای غیردولتی در اداره امور گردشگران مربوطه ؛

- هشدار به گردشگر دینی در زمینه عدم مداخله در امور مذهبی جامعه میزبان قبل از ورود به کشور ؛

#### آسیب‌شناسی تعامل فرهنگی گردشگری بین ادیان اسلام و مسیحیت :

عده‌ای معتقدند که در سده بیست و یکم ، جهانگردی با دو نیروی محرک مهم ، شتاب بیشتری در توسعه توریسم به‌جای خواهد گذارد .

نخست حرکتی است که در راه پذیرفتن مسئولیت بیشتر در برابر فرهنگ کشورها یا جامعه میزبان و احترام به فرهنگ سایر ملل پدید خواهد آمد ، چنین فشاری در نتیجه

شناخت این واقعیت است که صنعت جهانگردی می‌تواند بر جامعه میزبان و محیط آن اثرات منفی بگذارد.

حرکت دوم پذیرفتن مسئولیت بیشتر از جانب کسانی است که به مسافرت می‌روند و این منعکس‌کننده الگوهایی تازه از سفر (مصرف کالاها و خدمات صنعت جهانگردی) است، یعنی افراد ترجیح می‌دهند انفرادی و مستقل به مسافرت روند، و می‌کوشند در این راه آموزشهای تازه‌ای ببینند و با هدف رشد و پیشرفت شخصی عمل کنند. مشاهده می‌شود که این دو نیرو و دو حرکت در اصول متعلق به جهانگردی پایدار جمع شده‌اند. (راجر، ۱۳۷۸)

در صورتی که به آسیب‌شناسی تعامل فرهنگی توریست‌اسلامی و مسیحی بپردازیم بیش از هر چیز به همان موانع و آسیب‌هایی می‌رسیم که به عنوان عامل تأثیرگذار عام، همه گردشگران خارجی را در بر می‌گیرد. بطور کلی می‌توان محورهای ذیل را به عنوان تنگناها و موانع اجرایی تعامل فرهنگی گردشگر اسلامی و مسیحی مطرح کرد:

- عدم توجه دوایر دولتی مرتبط با بخش گردشگری ایران نسبت به ارائه خدمات به گردشگر مسیحی؛

- مشکل امنیت سیاسی - اجتماعی گردشگر مسیحی در شهرها و استانهای اقلیت‌پذیر کشور؛

- ضعف قوانین و مقررات در خصوص نحوه برخورد با مجرمین و گردشگران خارجی و به طور کلی اقلیت‌ها؛

- عدم وجود مراجع حقوقی و رسیدگی ویژه و مستقل به جرایم گردشگر مسیحی و لزوم ارائه برخی از خدمات غیردولتی به آنان و فقدان این خدمات در حال حاضر؛

- عدم امکان پذیرش گردشگر مسیحی مجرد و مشکلات سیاسی و اخلاقی آنها به علت عدم امکانات خدمات در ایران؛

- مشکلات مربوط به ارسال دعوتنامه فردی و گروهی برای گردشگر مسیحی و فقدان قوانین مربوطه؛

- فقدان طرح جامع ملی گردشگری دینی و مسیحی؛

- عدم اطمینان به خارجیان و گردشگر مسیحی؛

- فقدان قراردادها و توافقاتی‌های مربوط به گردشگری مسیحی بین ایران و سایر کشورها .



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## منابع و مآخذ

### منابع فارسی :

- ۱- آیتی ، ابراهیم ، ( ۱۳۶۲ ) ، تاریخ پیامبر اسلام ، تهران : انتشارات و چاپ دانشگاه تهران .
- ۲- چاک . وای . گی با هکاری آدآردوفايو- سولا ، ( ۱۳۷۷ ) جهانگردی در چشم‌اندازی جامع ، ( ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی ) ، تهران : دفتر نشر پژوهشهای فرهنگی .
- ۳- داس ویل ، راجر ، ( ۱۳۷۸ ) ، مدیریت جهانگردی ، ( ترجمه : سید محمد اعرابی و داود ایزدی ) ، تهران : دفتر پژوهشهای فرهنگی .
- ۴- شولتز ، یان . آرت ( ۱۳۸۲ ) ، نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن ، ( ترجمه مسعود کرباسیان ) ، تهران : شرکت انتشارات علمی و فرهنگی .
- ۵- فیتز سیمونز ، جیمزای و فیتز سیمونز ، مونا جی . ( - ) ، مدیریت خدمات گردشگری ، ج . اول ، ( ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی ) ، تهران : دفتر پژوهشهای فرهنگی .
- ۶- فیستر ، راجر و یوری ، ویلیام . ( ۱۳۷۵ ) . اصول و فنون مذاکره ، ( ترجمه مسعود حیدری ) ، چاپ دوم ، تهران : ----- .
- ۷- قربانی شیخ‌نشین ، ارسلان ، ( ۱۳۸۲ خرداد و تیر ) ، نظام جهان و جهانی شدن فرهنگ ، اطلاعات سیاسی - اقتصادی ، ش ۹ و ۱۰ ؛ ص ۱۷۴-۵ .
- ۸- کاظم ، محمد ( ۱۳۸۱ ) ، مدیران فهیم هزاره سوم ، تهران : سازمان چاپ و انتشارات .
- ۱۰- معاونت امور سیاحتی و زیارتی وزارت ارشاد اسلامی . ( بی‌تا ) . جهانگردی و توسعه ، تهران : مرکز تحقیقات و مطالعات سیاحتی .
- ۱۱- نوازیی ، بهرام ، ( ۱۳۸۲ خرداد و تیر ) ، ایران و پیامدهای جهانی شدن اطلاعات سیاسی - اقتصادی ، ش ۹ و ۱۰ .

### منابع لاتین

- 1- Ansari , Sarah , Women Religion & Culture in Iran ,, Curzon , 2002
- 2- College station Tourism faces the terrorism threats , texas [http : //www. Html/7/29/2002](http://www.Html/7/29/2002).

3- Ratz , Tamara . The socio – cultural impacts of tourism . Budapes University of Economic Sciences – Tourism research paper . ht 8/19/2002.

4- World Tourism Organisation , Tourism a tool for peace & dialogue among civilizations , 2002.

5- World Tourism Organisation , Tourism education quality : Results of W.T.O.s global survey . 1996 May /June



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



پروشکاه علوم انسانی ومطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی